

На правах рукописи



Корнеева Вера Александровна

**ЛИНГВОДИСКУРСИВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ
НАУЧНОГО ЗНАНИЯ**

(на материале журналов «Sciences et Avenir» и «Коммерсантъ Наука»)

Специальность 5.9.8. – Теоретическая, прикладная и сравнительно-
сопоставительная лингвистика (филологические науки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва 2025

Работа выполнена на кафедре романских языков и лингводидактики института иностранных языков Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет»

Научный руководитель:

Викулова Лариса Георгиевна,

доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры романских языков и лингводидактики ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

Официальные оппоненты:

Загрязкина Татьяна Юрьевна,

доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой французского языка и культуры факультета иностранных языков и регионоведения ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»

Шевченко Вячеслав Дмитриевич,

доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой английской филологии ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева»

Ведущая организация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет»

Защита состоится «17» февраля 2026 г. в 11:00 на заседании диссертационного совета Д 72.2.007.09 на базе ГАОУ ВО города Москвы «Московский городской педагогический университет» по адресу: 105064, г. Москва, М. Казенный пер., 5Б.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГАОУ ВО города Москвы «Московский городской педагогический университет» по адресу: 129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, д. 4 и на сайте: www.mgpu.ru.

Автореферат разослан «___» 2025 г.

Ученый секретарь диссертационного совета

Л.А. Борботко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящее диссертационное исследование посвящено изучению коммуникативного потенциала институционального медийного дискурса, представленного жанром научно-популярного журнала. Работа выполнена в русле исследований по дискурсивной лингвистике, медиалингвистике, лингвопрагматике в аспекте изучения дискурсивных механизмов популяризации научного знания в медийном пространстве.

Современное информационное общество характеризуется качественными изменениями в области распространения научного знания, в том числе в сети Интернет, в контексте деятельности различных социальных и научных институтов. Изучение особенностей медийного дискурса как одного из актуальных направлений лингвистических исследований вносит определенный вклад в расширение общих представлений о влиянии лингвистических и экстралингвистических факторов на просветительскую коммуникацию.

В рамках медийного дискурса как институционального типа коммуникации в сфере научного просветительства между полиадресантом (редакцией журнала, учеными, авторами научно-популяризаторских статей) и целевой читательской аудиторией формируется устойчивая система коммуникативного взаимодействия, реализуемая посредством определенных дискурсивных жанров и направленная на достижение коммуникативной цели – популяризации научного знания. Специфика научно-популярного журнала как дискурсивного жанра научно-популярной практики обусловлена прагматическим подходом полиадресанта к установлению диалога с адресатом-читателем.

Актуальность диссертационной работы определяется прежде всего наличием общего интереса к популяризации научного знания в различных типах дискурса: [Чернявская, 2017; Хутыз, 2020; Plane, Rinck, 2021; Дускаева, 2024] и исследованию медийного дискурса, его места в типологии дискурсов и его лингводискурсивных характеристик [Béguin-Verbrugge, 2006; Charaudeau, 2011; Карасик, 2016, 2025; Желтухина, 2016; Дускаева, 2018; Пром, 2019, 2020; Добросклонская, 2021, 2023].

Актуальность исследования также обусловлена потребностью социума в выборе оптимальных каналов и средств взаимодействия между участниками коммуникации, в число которых включается фигура *Другого* [Викулова, 2012; Хутыз, 2017, 2023; Сулайманова, Тивьяева, 2022]. Кроме того, актуальность работы обусловлена необходимостью исследования фактологичности как свойства медийного текста, которое рассматривается в качестве основополагающего компонента категории фактуальности в медийном типе институционального дискурса [Dulong, 1997; Aurnague, Cappelli, 2018; Пром, 2020], аттрактивного потенциала различных типов институционального дискурса [Серебренникова, 2023; Серебренникова, Орсоева, 2023; Викулова, Герасимова, 2018; Викулова и др., 2021; Хутыз, 2023], поликодового характера медийного дискурса, характеризующегося, в частности, применением графических средств в письменном дискурсе [Мисонжников, 2001; Béguin-Verbrugge, 2006, Чертов, 2014; Васильев, 2018; Чернявская, 2013, 2023; Чернявская, Хохлова, 2024].

Тем не менее в настоящий момент не получает исчерпывающего описания коммуникативный потенциал вербальных и невербальных средств реализации категорий фактуальности, аттрактивности, поликодовости применительно к коммуникативной ситуации, складывающейся в рамках жанра научно-популярного журнала.

Объектом настоящего исследования выступает научно-популярный журнал как жанр институционального медийного дискурса.

Предмет исследования – лингводискурсивные особенности научно-популярного журнала, включающие в себя коммуникативный потенциал медийного дискурса, реализуемый посредством ключевых категорий фактуальности, аттрактивности и поликодовости, представленных в научно-популярном журнале.

Цель исследования состоит в теоретическом обосновании и выявлении коммуникативного потенциала языковых и визуальных средств актуализации категорий фактуальности, аттрактивности, поликодовости, используемых коллективным адресантом для создания перлокутивного эффекта при популяризации научного знания.

Поставленная цель определила **задачи исследования:**

1. Изучить существующие теоретические подходы к анализу дискурсивных средств популяризации научного знания с учетом коммуникативной роли участников коммуникации, связанных диалогическими отношениями, – адресанта, медиатора, *Других*, целевой аудитории.

2. Разработать методологию исследования категорий фактуальности, аттрактивности, поликодовости в институциональном медийном дискурсе с учетом жанровой специфики научно-популярного журнала.

3. Уточнить метаязык описания исследуемого объекта, а именно интерпретацию терминов: *популяризация*, *популяризаторский дискурс*, *научно-популяризаторская статья*, *коллективный адресант / полиадресант*, *адресат*, *информационность*, *диалогичность*, *аттрактивность*, *фактуальность*, *медиафакт*, *поликодовость*.

4. Исследовать лингводискурсивные особенности научно-популярного журнала, определяющие специфику данного типа издания: целевую направленность, структурные характеристики (периодичность выпуска, рубрикация, объем), стилевые особенности, иллюстративные формы (визуальные элементы, инфографика).

5. Обобщить и систематизировать языковые средства, обеспечивающие взаимодействие полиадресанта с целевой читательской аудиторией с учетом категорий фактуальности, аттрактивности, поликодовости и сопутствующих им категорий диалогичности и интертекстуальности в институциональном медийном дискурсе.

Материалом исследования выступили тексты научно-популяризаторских статей, источником которых послужили 12 выпусков научно-популярных журналов, в том числе 6 выпусков журнала *Sciences et Avenir* за период с 2021 по 2023 гг. по два выпуска в год: № 887 от 01.2021, № 898 от 12.2021, № 908 от 10.2022, № 910 от 12.2022, № 912 от 02.2023, № 913 от 03.2023; 6 выпусков журнала *Коммерсантъ Наука* по два выпуска в год в период с 2021 г. по 2023 г.: №23 (2) от 06.2021, №47 (4) от 11.2021, №3 (1) от 02.2022, №12 (2) от 05.2022, №7 (2) от 04.2023, №19 (4) от 09.2023. Отобранные выпуски франкоязычного и русскоязычного журналов представлены в электронном формате PDF. Общий объем текстов, входящих в корпус исследования, составляет 90 п.л.

Привлечение к анализу материала на французском и русском языках в рамках дискурсивного исследования обусловлено необходимостью рассмотреть в сопоставительном плане характеристики франкоязычного и русскоязычного медийного популяризаторского дискурса с целью выявления их сходства и различия на примере текстов научно-популярных журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука*.

Качественная однородность текстов на французском и русском языках для исследования определяется принадлежностью к жанру *научно-популярный журнал* в рамках институционального медийного дискурса. Цифровизация медийного пространства и переход научно-популярных изданий в электронный формат обеспечивают широкую доступность научного знания и отражают актуальные процессы трансформации способов трансляции научной информации в современном информационном обществе.

Теоретическую и методологическую базу диссертационной работы составляют положения дискурсивной лингвистики, связанные с:

- определением места медийного типа институционального дискурса в общей системе дискурсивных жанров [Béguin-Verbrugge, 2006; Charaudeau, 2011; Карасик, 2015, 2016, 2025; Желтухина, 2016; Дускаева, 2018, 2024; Пром, 2019, 2020; Добросклонская, 2020, 2021, 2023];

- обоснованием ключевых свойств медийного дискурса, лежащих в основе его фактуальности [Aurnague, Cappelli, 2018; Пром, 2020];

- постулированием аттрактивности медийного дискурса как имманентной категории данного типа дискурса [Branca-Rosoff, 2002; Викулова, 2013, 2022; Помазов, 2019; Якоба, 2019; Хутыз, 2023; Серебренникова, 2023];

- присущей медийному дискурсу категорией поликодовости, отражаемой при помощи комплексного применения вербальных и невербальных средств [Мисонжников, 2001; Béguin-Verbrugge, 2006; Чернявская, 2013, 2021; Чертов, 2014; Васильев, 2018; Чернявская, Хохлова, 2024];

- представлением о роли индивидуального адресанта, институционального полиадресанта, адресата и *Другого* в рамках коммуникации на научно-популярную тематику [Учет фактора адресата, 2017; Хутыз, 2017; Дискурс как универсальная матрица, 2018; Сулейманова, Тивьяева, 2022];

- обоснованием выбора комплексного подхода, сочетающего в себе различные методы исследования: лексико-семантический анализ, качественный контент-анализ, визуальные методики анализа [Сулейманова, Гулиянц, 2022].

Кроме того, методологическую базу исследования представляет использование современных сетевых технологий в целях обработки эмпирической базы исследования, а именно возможность составления списка ключевых слов в соответствии с их статистически значимой частотностью при помощи большой языковой модели DeepSeek. Выбор данного цифрового инструмента обусловлен наблюдаемым кратным ростом качества ответов, предлагаемых DeepSeek, в период с 2024 по 2025 г. [Белоус, Бойкова, 2025], способностью языковой модели к работе с материалом на французском и русском языке, практически неограниченным количеством запросов со стороны пользователя в рамках одной вопросно-ответной сессии.

Методика и этапы исследования. На начальном этапе исследования проводился анализ научных трудов, посвященных рассмотрению различных аспектов институционального медийного дискурса для определения его коммуникативных особенностей, характеристики жанрового своеобразия и места научно-популярных журналов в общей жанровой системе медийного дискурса. Кроме того, анализировались работы, в рамках которых описываются лингвопрагматические категории фактуальности, аттрактивности и поликодовости как взаимосвязанная система, формирующая эффективный механизм популяризации научного знания в институциональном медийном дискурсе. В качестве основного результата на данном этапе сформулированы общие представления о природе институционального медийного дискурса, реализуемого в жанре научно-популярного журнала, выявлены его структурные и прагматические особенности, коммуникативные функции и роль в популяризации научного знания. Установлено, что современные исследования дискурса характеризуются прагматическим поворотом, что обуславливает необходимость выхода за рамки текста и учета социокультурного контекста. Полученные результаты использовались с целью разработки критериев для дальнейшего отбора и анализа материала исследования.

На втором этапе работы методом направленной выборки создана эмпирическая база исследования и сформирован корпус текстов научно-популяризаторских статей франкоязычного журнала *Sciences et Avenir* и русскоязычного журнала *Коммерсантъ Наука*. Отбор материала осуществлялся с учетом представленности различных научных областей и тематической направленности, отражающих актуальные запросы общества: медицина, технологии, экология и др. Прежде всего отобраны выпуски научно-популярных журналов за период с 2021 г. по 2023 г. по два выпуска в год с целью обеспечения равнозначного временного интервала в освещении зарубежных и отечественных научных достижений. Таким образом, созданная эмпирическая база исследования представляет собой совокупность научно-популярных периодических изданий, которые относятся к одному временному периоду. Текстовый материал отобранных выпусков переведен из формата PDF в формат DOC при помощи онлайн-программы PDF OCR [PDF24 Tools, URL] и офлайн-программы Adobe Acrobat Reader DC для дальнейшего исследования при помощи большой языковой модели DeepSeek [DeepSeek, URL]. Использование большой языковой модели DeepSeek в качестве исследовательского цифрового инструмента после предварительной апробации на тестовом материале позволило оптимизировать процесс обработки эмпирической базы исследования. Для определения сфер научной тематики проведен анализ 190 наименований подрубрик и 432 названий научно-популярных статей путем составления списка ключевых слов на основе их статистически значимой частотности. Анализ показал, что большая часть материалов журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука* посвящена медицине, физике, истории. Однако среди приоритетных тем в журнале *Sciences et Avenir* также присутствуют биология и литература, тогда как в статьях журнала *Коммерсантъ Наука* освещаются вопросы, связанные с образованием и экономикой. Результаты анализа подтверждены количественным исследованием, проведенным путем подсчета объема совокупности статей по каждой из тематик в русскоязычном и франкоязычном изданиях соответственно (Таблица 1).

Таблица 1. Объем статей в соответствии с ключевыми типами тематик, представленных в журналах Sciences et Avenir и Коммерсантъ Наука

<i>Sciences et Avenir</i>		<i>Коммерсантъ Наука</i>	
Медицина	9,4 п.л.	Медицина	17,2 п.л.
Физика	8,8 п.л.	Физика	8,6 п.л.
Биология и экология	7 п.л.	Образование	8,3 п.л.
История	4,1 п.л.	История	4,1 п.л.
Литература	1 п.л.	Экономика	4 п.л.

Коммуникативная структура научно-популярных журналов предполагает полиадресанта, включающего непосредственного адресанта (автора статьи), медиатора (издательство и редакцию) и экспертов в различных научных областях, с одной стороны, и адресата, не обладающего специальным образованием, с другой стороны. Выявлено, что взаимодействие между коммуникантами обеспечивается при помощи языковых средств формирования диалогичности.

На третьем этапе работы вручную отбирались вербальные и невербальные средства, используемые полиадресантом для реализации информационных и аргументативных стратегий, создания аттрактивности различных типов и интеграции визуальных элементов в структуру научно-популярного журнала, что позволило, исходя из цели и задач исследования, выявить коммуникативно-прагматический потенциал данного жанра медийного дискурса. С этой целью при помощи программы DeepSeek составлены списки языковых единиц, вербализующих исследуемые дискурсивные категории: количество употреблений научно-технической терминологии (26 088 ед. в *Sciences et Avenir*, 32 078 ед. в *Коммерсантъ Наука*), названий научных учреждений и организаций (382 ед. / 805 ед.), научных экспериментов и открытых (896 ед. / 910 ед.), аббревиатур (452 ед. / 1514 ед.), квантитативов (3701 ед. / 3689 ед.), имен ученых-специалистов, репрезентирующих категорию *Другой* (258 ед. / 346 ед.). Проведен сравнительный количественный анализ по каждому из типов выделенных языковых единиц. Показательным примером является проведенный вручную подсчет типов квантитативов (Таблица 2).

Таблица 2. Количество употреблений квантитативов по критерию означаемой меры в журналах Sciences et Avenir и Коммерсантъ Наука

Тип квантитатива по означаемой мере	Количество употреблений квантитативов в статьях отобранных выпусков журналов	
	<i>Sciences et Avenir</i>	<i>Коммерсантъ Наука</i>
количество, в т.ч. статистические данные	1117 / 30,2%	1166 / 31,6%
расстояние и габаритные параметры объектов (длина, ширина, высота, глубина)	331 / 8,9%	309 / 8,33%
вес, масса	132 / 3,5%	108 / 2,9%
скорость	80 / 2,2%	74 / 2%
температура	18 / 0,48%	8 / 0,2%
мощностные параметры	64 / 1,7%	49 / 1,3%
географические координаты (широта, долгота)	15 / 0,4%	20 / 0,54%
возраст	85 / 2,3%	78 / 2%
время (дата, временной период, периодичность)	1815 / 49%	1794 / 48,6%
стоимость	44 / 1,18%	83 / 2,2%
Общее количество квантитативов в абсолютных значениях:	3701 (абс.зн.) / 100%	3689 (абс.зн.) / 100%

На четвертом этапе проводился сравнительный анализ функционирования дискурсивной категории фактуальности, направленный на выявление инвентаря средств создания фактуальности, представленных медиафактами различных типов: указание дат, временных интервалов, имен авторов-исследователей, названий организаций, топонимов, технических характеристик и статистических данных. Выявлено, что информационные стратегии реализуются за счет языковых средств, входящих в инструментарий информирующей речевой деятельности авторов – локативов, темпоративов, каузаторов, квантитативов, определений и средств передачи акциональности. Аргументативные стратегии, в частности стратегия подтверждения, основаны на отсылке к фактам объективной реальности.

На пятом этапе исследования проводился анализ функционирования дискурсивной категории аттрактивности в отобранных материалах журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука*. Отметим, что аттрактивность ценностного типа в исследуемом материале базируется на помещении в фокус адресата идеи о престижности научной деятельности и акцентировании высокого социального статуса ученых, транслируется через отсылки к знаковым фигурам ученых прошлого и современности. В качестве основного результата исследования на данном этапе выявлены особенности функционирования «мы-диалогического» в соответствии с самоидентификацией автора статьи.

На шестом этапе исследования рассматривались механизмы реализации дискурсивной категории поликодовости в медийном дискурсе научно-популярных журналов. В ходе анализа установлено гиперо-гипонимическое соотношение между категориями аттрактивности и поликодовости, представляющей собой вербально-визуальное единство, что усиливает действующий потенциал дискурса через интеграцию различных семиотических систем. Исследование показало, что средства визуализации информации представлены широким спектром графических элементов: фотографии, схемы, диаграммы, графики, карты, типографические средства оформления текста. Анализ материала позволил установить, что дискурс научно-популярных журналов является вербальноцентричным по критерию соотношения верbalного и визуального компонентов [Медиалингвистика, 2020, с. 90], при этом графические средства выполняют функцию активатора эвристического интереса целевой аудитории.

В рамках заключительного этапа исследования полученные данные обобщены и систематизированы в виде типологии языковых средств, лежащих в основе популяризации научного знания в медийном дискурсе.

Научная новизна исследования. В отечественной и зарубежной лингвистике накоплен опыт исследования характеристик медийного дискурса, однако вопросы исследования категорий в их дискурсивном функционировании в научно-популярном журнале как специализированном жанре институционального медийного дискурса требуют более фокусного исследования. На современном этапе развития дискурсивной лингвистики возникла необходимость комплексного исследования механизмов популяризации научного знания в медийном пространстве.

Такой подход обусловил обращение к изучению синергетического взаимодействия дискурсивных категорий в текстах научно-популярных журналов. В работе описываются

актуальные подходы к исследованию институционального медийного дискурса; предпринимается попытка комплексного анализа дискурсивных категорий фактуальности, аттрактивности и поликодовости как взаимосвязанной системы, функционирующей в рамках социального института научной популяризации. В диссертации уточняется принимаемая за основу диалогическая концепция М.М. Бахтина применительно к коммуникативной структуре научно-популярного журнала как диалогического пространства межсубъектного взаимодействия полиадресанта с целевой аудиторией; устанавливаются информационные и аргументативные стратегии, используемые авторами научно-популярных журналов для реализации коммуникативных целей популяризации научного знания и его эффективного продвижения в современном медийном пространстве.

Положения, выносимые на защиту:

1. Институциональный медийный дискурс представляет собой специализированную письменную форму коммуникации в массмедиумном пространстве, имеющую массовый и опосредованный характер. В рамках коммуникации между представителями института периодической печати, научного сообщества и читательской аудиторией формируется устойчивая система общения в научно-популярной форме, реализуемая посредством различных дискурсивных жанров, включая *научно-популярный журнал*. Процесс популяризации научного знания в жанре научно-популярного журнала институционального медийного дискурса регулируется совокупностью *лингводискурсивных параметров*: специфические характеристики коммуникантов, формат издания, вербальная и невербальная представленность дискурсивных категорий.

2. Научно-популярный журнал и научно-популяризаторская статья как его составная часть представляют собой жанры информационной группы институционального медийного дискурса. Научно-популярный журнал выступает ключевым инструментом популяризации научных знаний, адаптируя специальное знание для широкой аудитории, выполняет особую функцию по реализации интенции полиадресанта, заключающуюся в стремлении к созданию научной картины мира у адресата-читателя, придающему высокой степени аттрактивности научной деятельности с целью формирования интереса читательской аудитории к специальным знаниям соответственно её образовательному статусу.

3. Коммуникативная ситуация, в рамках которой происходит процесс популяризации научного знания в рамках научно-популярного журнала, характеризуется диалогическим взаимодействием следующих типовых участников: с одной стороны, это *полиадресант*, включающий в том числе автора научно-популяризаторской статьи, издательство как медиатор и *Другие*, представленные специалистами и экспертами в различных научных областях. С другой стороны, присутствует *целевая читательская аудитория*, не имеющая специальной подготовки в научных областях, отражаемых в журнале. Диалогичность наблюдается не только в коммуникативной структуре научно-популярного журнала, но и определяет характер взаимодействия между всеми участниками коммуникативного процесса, формируя специфику популяризаторского медийного дискурса. Включение в коммуникативную структуру *Других* – авторитетных ученых – в качестве референтных фигур нацелено на повышение уровня доверия

читательской аудитории к научно-популярной информации. Специфика диалогического пространства в медийном дискурсе связана с особым положением *Других*, способных занимать в коммуникативной структуре позицию в составе полиадресанта или присоединяться к адресату в соответствии с самоидентификацией автора статьи с группой экспертов в области научного знания или с целевой аудиторией. Двойственность роли *Других* вербализуется при помощи «мы-диалогического» в его разграничающей функции.

4. Лингвопрагматические категории фактуальности, аттрактивности и поликодовости представляют собой взаимосвязанную систему, формирующую механизм популяризации научного знания в институциональном медийном дискурсе. Конструирование категории фактуальности осуществляется при помощи широкого спектра таких медиафактов, как указание дат, временных интервалов, топонимов, технических характеристик представляемого объекта, статистических данных, названий организаций, имен исследователей с указанием ученой степени, ученого звания, должности, ссылок на публикации ученых, номеров грантов. Категория аттрактивности находит языковое отражение через разноуровневые языковые средства: использование местоимений 1 л. мн. ч., императивные конструкции побудительного характера, риторические вопросы (средства репрезентации диалогичности), оксюморон, метафора и др. Средства создания поликодовости в научно-популярном журнале включают фотографии, схемы, диаграммы, графики, карты и типографические элементы оформления текста. Данные средства визуализации информации направлены на активацию эвристического интереса целевой аудитории и представляют собой частный случай представления категории аттрактивности. Выделенная совокупность языковых и визуальных средств, выступающих маркерами указанных категорий, демонстрирует их взаимосвязанность и синергийное влияние соответствующих верbalных и невербальных средств на адресата в процессе популяризации научного знания.

Теоретическая значимость работы заключается в развитии комплексного подхода в дискурсивной лингвистике, направленного на изучение особенностей современного медийного дискурса. Результаты проведенного анализа структуры научно-популярного журнала, его рубрикации, представленного языкового и графического материала углубляют и расширяют существующие представления о сущности фактора современного адресата, роли ученого как индивидуального адресанта, институционального полиадресанта и целевой аудитории письменного текста, что вносит определенный вклад в изучение коммуникативного потенциала медийного дискурса.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования материалов и полученных результатов для преподавания теоретических лингвистических дисциплин: в рамках курса общего языкознания, курса по теории текста и дискурса, а также курсов по выбору по дискурс-анализу и лингвистике текста, лингвистической аксиологии. Результаты, представленные в работе, могут найти применение в рамках практикума по культуре речевого общения, при составлении учебных и методических пособий, а также при написании бакалаврских, магистерских работ и диссертаций по смежной тематике. Полученные выводы и результаты могут лежать в основу дальнейших исследований в других типах дискурса.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 153 наименования научных и справочных материалов, в том числе 19 на иностранных языках, списка интернет-ресурсов и источников примеров, включающего 14 наименований, и 3 приложений. Общий объем диссертационного исследования составляет 220 страниц, в том числе основной текст – 161 страницу.

Во **введении** дается обоснование актуальности исследования, выбора объекта и предмета исследования, приводятся основные теоретические и методологические положения, определяется цель и задачи работы, формулируются положения, выносимые на защиту, указываются теоретическая и практическая значимость исследования, порядок аprobации.

В **первой главе** «Теоретические аспекты исследования медийного дискурса как институционального образования» рассматриваются теоретические подходы к исследованию институционального медийного дискурса. Изучается вопрос принадлежности научно-популярного журнала и научно-популяризаторской статьи как его составной части к жанровой системе медийного дискурса. Рассматриваются теоретические основы функционирования дискурсивных и лингвопрагматических категорий фактуальности, аттрактивности и поликодовости, взаимодействие которых формирует эффективный механизм популяризации научного знания. Проводится анализ концепций, развивающих представление о принципиальной диалогичности медийного дискурса, связанной с взаимодействием участников коммуникативной ситуации: адресанта, медиатора, *Других*, адресата-читателя.

В **второй главе** «Лингвопрагматическая категория фактуальности научно-популярных журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука*» представлен анализ языковых средств категории фактуальности во франкоязычном и русскоязычном научно-популярных журналах. Описываются особенности применения информационных и аргументативных стратегий как средств реализации категории фактуальности в научно-популяризаторской статье.

В **третьей главе** «Лингвопрагматические категории аттрактивности и поликодовости научно-популярных журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука*» проанализированы разноуровневые языковые средства, применяемые для реализации категории аттрактивности как ключевой категории научно-популярного журнала. Проводится анализ невербальных средств, способствующих привлечению внимания адресата; получают описание основные положения визуальной семиотики.

В **заключении** представлены обобщенные результаты исследования, сформулированы основные выводы и намечены перспективы дальнейшей работы.

Приложение содержит материал иллюстративного характера: таблицы, отображающие общий объем отобранных выпусков журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука* и их рубрик; списки ключевых слов на основе анализа рубрик и названий статей журналов, составленные при помощи большой языковой модели DeepSeek; примеры средств визуализации научно-популярного материала, отражающие поликодовый характер воздействия на адресата-читателя; иллюстрации, демонстрирующие типографические особенности оформления журналов.

Апробация результатов исследования проведена на 7 научных конференциях: III Всероссийская конференция «Педагогический дискурс в современной научной парадигме и образовательной практике» (Москва, МГПУ, 2023 г.); Научно-практическая конференция с элементами научной школы «Научный старт-2023» (Москва, МГПУ, 2023 г.); Научно-практическая конференция с элементами научной школы «Научный старт-2024» (Москва, МГПУ, 2024 г.); Межвузовская научно-практическая конференция «Иновации в профессиональной коммуникации: управление, перевод, дидактика» (Москва, МГИМО, 2024 г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Теория медиа и медиалингвистика: научно-исследовательские подходы, достижения, перспективы» (Омск, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, 2025 г.); Научно-практическая конференция с элементами научной школы «Научный старт-2025» (Москва, МГПУ, 2025 г.); XXII Всероссийская конференция научной Школы-Семинара имени профессора Л.М. Скрепиной «Человек и его Язык» (Вологда, ВоГУ, 2025).

Основные положения диссертации отражены в 7 публикациях общим объемом 3,8 п.л. (из них 2,3 п.л. в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В Главе 1 «Теоретические аспекты исследования медийного дискурса как институционального образования» представлены результаты обзора научной литературы, посвященной рассмотрению специфики институционального медийного дискурса в общей системе научных подходов к дискурсивным исследованиям. Анализ теоретических подходов к исследованию дискурса показал, что в современной лингвистике наблюдается прагматический поворот, обуславливающий необходимость выхода за рамки текста и учета социокультурного контекста. Термин *дискурс* трактуется как комплексное коммуникативное событие, включающее экстралингвистические факторы [Арутюнова, URL; ван Дейк, 2013, с. 122].

Медийный тип институционального дискурса рассматривается как специализированная форма коммуникации в массмедиийном пространстве, характеризующаяся массовым и опосредованным характером взаимодействия между участниками коммуникативного процесса. С позиции дискурсивного подхода коммуникация в медийном пространстве представляет собой социальную практику, которая реализуется участниками общения посредством особых дискурсивных жанров, в числе которых выделяют научно-популярный журнал как жанр информационной группы медийного дискурса.

Исследование позволило выявить несколько факторов, определяющих специфику функционирования научно-популярного журнала в рамках институционального медийного дискурса:

– **жанровые характеристики:** 1) жанровая принадлежность научно-популярного журнала к информационной группе медийного дискурса, что определяется первичностью информативной функции, присущей данному жанру [Викулова, 2018, с. 43]; 2) обусловленность жанровых особенностей научно-популярного журнала задачами популяризации науки, в частности, информационная природа жанра предопределяет

использование дискурсивных стратегий, направленных на трансформацию научного знания в общедоступную форму при сохранении достоверности;

– **функциональные аспекты:** 1) функциональность научно-популярного журнала как инструмента популяризации научных знаний, адаптирующего специальное знание для широкой аудитории; 2) функциональная направленность научно-популярного журнала на информирование, развлечение и воздействие на целевую читательскую аудиторию [Карасик, 2014, с. 230].

В настоящей работе институциональный медийный дискурс в жанре научно-популярного журнала понимается как специализированная коммуникативная практика, направленная на формирование устойчивой системы взаимодействия между научным сообществом и широкой читательской аудиторией. Жанр научно-популярного журнала выступает ключевым инструментом популяризации знания, направленной на обеспечение доступного восприятия логически сложной научной информации читателем-неспециалистом через конкретность изложения, естественность и ясность речи, диалогизацию монолога [Матвеева, 2010, с. 325–326].

Анализ **категорий фактуальности, аттрактивности и поликодовости** позволил выявить их функциональную взаимосвязь в процессе популяризации научного знания. Данные лингвопрагматические категории представляют собой взаимодополняющую систему, где фактуальность обеспечивает достоверность информации, аттрактивность привлекает внимание читателя, а поликодовость оптимизирует восприятие сложного научного материала через интеграцию вербальных и визуальных средств, формируя эффективный механизм популяризации научного знания в институциональном медийном дискурсе.

Категория **фактуальности** рассматривается как дискурсивная категория, реализуемая через медиафакты – факты действительности, преобразованные под воздействием медийности в форму знания с доказанной достоверностью. Существует несколько подходов к типологизации медиафактов: по источнику информации (социальные, научные, внеученные, обыденные), по надежности источника (документальные и скрытые), по степени очевидности (очевидные и неочевидные), по степени новизны (активные и пассивные), а также функциональная классификация (декларативные, ориентационные, каузальные, процедурные) [Пром, 2019, с. 134–137].

Анализ показал, что научные, документальные, активные, пассивные, декларативные, ориентационные, каузальные, процедурные медиафакты активно используются полиадресантом для реализации **информационных и аргументативных стратегий** как инструментов реализации фактуальности. В работе информационные стратегии рассматриваются как инструмент фактуализации знания [Дускаева, 2012, с. 257–259], тогда как аргументативные стратегии, особенно стратегия подтверждения, обеспечивают верификацию суждений и достижение конвергенции точек зрения коммуникантов [Савчук, 2021, с. 53]. Аргументативные стратегии составляют группу коммуникативных стратегий популяризации знаний наряду с аттрактивной, объяснительной, иллюстративной и оценочной стратегиями [Календр, 2016, с. 327].

Категория **аттрактивности** определяется как качественная характеристика дискурса, достигаемая благодаря созданию когнитивной неопределенности на границе между когнитивными контрастами [Серебренникова, Орсоева, 2018, с. 43].

Категория **поликодовости** представляет собой вербально-визуальное единство, в котором взаимодействие различных семиотических систем формирует единое смысловое пространство [Чернявская, 2013, с. 66–71]. Ряд исследователей выделяют три типа отношений между верbalным и визуальным компонентами: конвергентные, вербальноцентричные и визуальноцентричные дискурсы [Медиалингвистика, 2020, с. 90].

Синергетическое взаимодействие лингвопрагматических категорий фактуальности, аттрактивности и поликодовости в научно-популярных журналах *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука* нацелено на повышение уровня эффективности процесса популяризации науки, формируя диалогическую коммуникативную структуру между полиадресантом и широкой читательской аудиторией.

Анализ **коммуникативной структуры научно-популярных изданий** на примере французского журнала *Sciences et Avenir* и российского журнала *Коммерсантъ Наука* показал, что коммуникативная структура научно-популярных журналов характеризуется наличием сложной системы взаимодействия участников коммуникации. С одной стороны, особенность полиадресанта научно-популярного журнала заключается в наличии в его структуре непосредственного адресанта (автора научно-популяризаторской статьи), медиатора (издательства и редакции) и Других (экспертов и профессионалов в научной области) [Чернявская, 2017, с. 25–26]. С другой стороны, характерной особенностью адресата является то, что он представлен широкой читательской аудиторией, не обладающей специальным образованием в различных научных областях. Взаимодействие между коммуникантами обеспечивается при помощи языковых средств создания диалогичности [Хутыз, 2017, с. 295; Дискурс как универсальная матрица, 2018, с. 181–185].

Полиадресант журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука* вербализует свои интенции в жанре заявления о миссии [Чернявская, 2019; Карасик, Калыкова, 2020]. Анализ заявлений о миссии исследуемых журналов выявил различия в целевых установках изданий. Журнал *Sciences et Avenir* ориентирован на удовлетворение потребности общественности в достоверном знании и информирование о том, как наука способствует прогрессу в различных областях жизни. Специфика заявления о миссии журнала *Коммерсантъ Наука* заключается в интенции привлечь молодое поколение в отечественную науку и повысить престиж научной деятельности в России.

Тематическая направленность обоих журналов отражает актуальные запросы общества, что подтверждается частотным анализом ключевых слов в рубрикации [DeepSeek, URL]. Приоритетными темами являются медицина, физика, технологии и экология. Институциональная специфика журналов проявляется в привлечении авторитетных ученых в качестве авторов публикаций, что повышает уровень доверия читательской аудитории к транслируемой информации и способствует реализации просветительских функций медийного дискурса.

В Главе 2 «Лингвопрагматическая категория фактуальности и ее репрезентация в научно-популярных журналах «*Sciences et Avenir*» и «Коммерсантъ Наука» представлен анализ эмпирического материала исследования. Анализ категории фактуальности является ключевым для понимания того, как научно-популярные журналы формируют доверие читателя и обеспечивают достоверность представляемой научной информации. В данной главе изучаются структурные и функциональные особенности категории фактуальности в медийном дискурсе, а также способы её реализации посредством различных типов медиафактов и применением информационных и аргументативных стратегий.

С позиции медиалингвистики под *категорией фактуальности* понимается когнитивный механизм перехода медиафакта в сознание адресата [Маслова, Попова, 2015, с. 81; Пром, 2020, с. 16], обеспечивающий достоверность и верифицируемость транслируемой информации. *Категория фактуальности* представляет собой многоаспектное явление, выступающее эффективным способом информирования и убеждения целевой аудитории в достоверности знания в научно-популярной форме. Посредством данной категории автор научно-популяризаторской статьи реализует коммуникативную цель – представление научной информации читательской аудитории как верифицируемого интеллектуального продукта в медийном пространстве.

Сопоставительный анализ эмпирического материала позволил определить, что репрезентация категории фактуальности в научно-популярных журналах *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука* включает в себя различные типы медиафактов, направленных на комплексное информирование читателя о научных исследованиях и создание убедительной доказательной базы.

Контент-анализ языкового материала позволил выделить следующие основные языковые средства реализации фактуальности, характерные для обоих изданий:

- указание хронотопических характеристик – даты проведения исследований, временные интервалы, топонимы: *В мире применено 1,5 млрд доз различных вакцин от коронавируса. По ситуации на конец мая 2021 года хотя бы одну дозу вакцины получили более 60% жителей только в Израиле и на Мальте* [Коммерсантъ Наука, 06.21];

- указание технических характеристик и статистических данных – количественные показатели, обеспечивающие точность научной информации: *Le premier (SKA-Low), dans l'ouest de l'Australie, sera composé de 131 072 antennes, qui capteront des ondes radio basse fréquence, entre 50 et 350 mégahertz* [Sciences et Avenir, 02.23] (*Первый телескоп под названием SKA-Low в Западной Австралии будет состоять из 131 072 антенн, которые будут улавливать низкочастотные радиоволны в диапазоне от 50 до 350 мегагерц*);

- упоминание имен исследователей и названий организаций, нацеленное на персонификацию научного знания через обращение к авторитетным источникам: «*С возрастом пациент накапливает достаточно большое количество проблем и вредных привычек, факторов риска*», – отмечает *врач-кардиолог, гериатр, директор Ассоциации медицинских специалистов по модификации рисков (АМСМР) Александр Розан* [Коммерсантъ Наука, 05.22].

Лингвоаксиологический и контекстуальный анализ отобранного материала позволил выявить специфические особенности реализации категории фактуальности в каждом из анализируемых изданий:

1. **Стратегия верификации научных данных** способствует установлению доверия к представляемой информации. В журнале *Коммерсантъ Наука* эта стратегия реализуется через детальное указание научной степени, научного звания, аффилиации цитируемых ученых и номеров грантов: *Реализация проекта, поддержанного грантом Российского научного фонда (20-15-00057), осуществляется научным коллективом, включающим эндокринологов, биоинформатиков и математиков из Федерального исследовательского центра Институт цитологии и генетики (ИЦиГ) СОРАН (руководитель проекта – д.м.н., профессор РАН В. В. Климонтов)* [Коммерсантъ Наука, 05.22].

2. **Стратегия количественной конкретизации**, свойственная франкоязычному и русскоязычному изданиям, направлена на представление точных числовых данных, повышающих информативность научного контента: *On sait que 70 % de l'eau douce accessible est utilisée pour l'agriculture et 22 % pour l'industrie* [Sciences et Avenir, 02.23] (*Известно, что 70% доступной пресной воды используется для сельского хозяйства и 22% для промышленности*). Стратегия верификации научных данных логически связана со стратегией количественной конкретизации, поскольку обе направлены на повышение достоверности информации через разные механизмы: первая способствует установлению доверия к представляемой информации посредством указания источников и научной атрибуции, в то время как вторая обеспечивает точность через статистические данные.

3. **Стратегия институциональной легитимации** основывается на указании авторитетных научных организаций и их аббревиатур, что характерно для русскоязычного издания: *С большим отрывом лидирует Минобрнауки, на втором месте Минздрав. На эти два министерства пришлось 76% грантов на НИОКР в РФП* [Коммерсантъ Наука, 09.23].

Анализ франкоязычного языкового материала позволяет сделать вывод о том, что издание *Sciences et Avenir* тяготеет к более доступной для обыденного читателя подаче материала, тогда как характерной особенностью журнала *Коммерсантъ Наука* более высокая степень формализации медийного дискурса за счет широкого применения аббревиатур и сложносокращенных слов. Указание детальной информации о цитируемых ученых и включение в текст номеров грантов придает русскоязычному медийному дискурсу гипертекстовый характер, создавая дополнительные возможности для нелинейного прочтения статьи через включение ссылок на научные публикации и для верификации информации. Особенностью гипертекстости в медийном дискурсе является её адаптивный характер: в отличие от собственно научной статьи с обязательным библиографическим аппаратом, научно-популяризаторская статья содержит селективные гипертекстовые связи, ориентированные на потребности неспециализированной аудитории и направленные на создание возможностей для углубленного изучения материала при сохранении доступности восприятия: *Эффективность «Спутника V» против «омикрона», судя по всему, не менее 60% для*

предотвращения тяжелого заболевания (V.A.Gushchin et al. Vaccines, 2021) [Коммерсантъ Наука, 02.22].

Сопоставительный анализ количества включенных в текст журналов ссылок на исследования показал, что данное средство придания тексту гипертекстовости в большей степени характерно для русскоязычного журнала (51 ед. в *Sciences et Avenir*, 86 ед. в *Коммерсантъ Наука*), что демонстрирует приближенность журнала *Коммерсантъ Наука* к академическому дискурсу через формализованные способы верификации научной информации.

Информационные стратегии рассматриваются как частный случай актуализации дискурсивной категории фактуальности, реализующийся посредством специфического набора языковых средств. Важнейшей составляющей информирующей речевой деятельности авторов научно-популярных статей является коммуникативное выделение ключевых сторон сообщения с помощью вербальных средств [Медиалингвистика, 2020, с. 209–210].

Исследование показало, что речевой инструментарий информирующей деятельности авторов включает **локативы, темпоративы, каузаторы, квантитативы, определения и средства передачи акциональности**. Данные средства функционируют в рамках трех функционально-смысловых типах речи – описание, повествование и констатация [Там же, с. 209–210], каждый из которых характеризуется специфическими способами языкового выражения информационных стратегий.

Описание как функционально-смысловой тип речи представляет собой отражение имманентных свойств объекта в синхроническом аспекте. Основным средством реализации информационных стратегий в описательном типе речи выступают **ряды однородных членов предложения**, выраженные конкретными существительными: *300 pièces témoignent d'un savoir-faire unique : manteaux somptueux (les chapans), selles en bois peintes, accessoires brodés d'or, costumes de nomades, tapis, bijoux* [Sciences et Avenir, 02.23] (300 экспонатов демонстрируют уникальное мастерство: *роскошные шубы (чапаны), расписные деревянные седла, расшитые золотом аксессуары, костюмы кочевников, ковры, украшения*).

Важную роль в описании играют **определения**, представленные относительными прилагательными: *Нейроморфные процессоры, создаваемые на стыке биологии, физики, математики, информатики и полупроводникового производства, строятся из привычных транзисторов, но с иной организацией архитектуры, подобно строению нейронов биологического мозга* [Коммерсантъ Наука, 11.21].

Повествование отличается репрезентацией действий в хронологической последовательности через **температивы**. В частности, в текстах французского журнала преобладают формы прошедшего сложного времени (*passé composé*), особенно трехчленные пассивные конструкции, что сближает научно-популярный текст с научным [Васильева, 2019]: *Pour la première fois, des champs magnétiques ont été détectés dans les noyaux de trois géantes rouges par des chercheurs du CNRS* [Sciences et Avenir, 12.22] (*Исследователи CNRS впервые обнаружили магнитные поля в ядрах трёх красных гигантов*).

Особого внимания заслуживает использование **каузаторов** – подчинительных союзов *parce que, puisque, поскольку, так как*, отражающих отношения между процессами [Ковтуненко, 2014, с. 80].

Констатация как функционально-смысловой тип речи направлена на установление наличия и несомненности фактов, что достигается за счет насыщенности текста информацией о событиях и фактах [Куроедова, 2011, с. 158]. Ключевыми средствами выступают **локативы**, представленные топонимами различных типов.

Особое место среди средств реализации информационных стратегий занимают **квантитативы**, обеспечивающие высокую содержательную точность представления информации. Количественный анализ показал, что наиболее частотными являются квантитативы, обозначающие время (49% в *Sciences et Avenir*, 48,6% в *Коммерсантъ Наука*) и количество (30,2% и 31,6% соответственно).

Показательным является пример из *Sciences et Avenir*: *400 collisions testées dans un supercalculateur. L'équipe a utilisé le supercalculateur Cosma, dont la puissance équivaut à celle de 40 000 ordinateurs personnels. 100 millions de particules du système Terre-Lune ont été prises en compte* [Sciences et Avenir, 12.22] (На суперкомпьютере протестировано 400 столкновений. Команда использовала суперкомпьютер, имеющий мощность 40 000 персональных компьютеров. Было учтено 100 миллионов частиц системы Земля-Луна).

Примечательно, что в журнале *Коммерсантъ Наука* квантитативы, обозначающие стоимость, встречаются в два раза чаще (2,2% против 1,18%), что отражает стремление авторов подчеркнуть рентабельность научной деятельности.

Научно-техническая терминология выступает важнейшим средством достижения понятийной точности описания. Наличие терминологии сближает тексты научно-популярных статей с текстами научного стиля [Лукашева, 2020, с. 79]. Анализ показал широкое использование терминологии из различных областей науки – от химии и астрофизики до нейробиологии и анатомии.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что информационные стратегии представляют собой универсальный механизм актуализации категории фактуальности в популяризаторском медийном дискурсе, реализующийся через систему специализированных языковых средств, обеспечивающих высокую точность и объективность представления научной информации для широкой аудитории.

Применение *аргументативных стратегий*, основанных на референции к фактам объективной реальности, является еще одним механизмом актуализации дискурсивной категории фактуальности в текстах научно-популярных журналов. Сопоставительный анализ эмпирического материала, представленного текстами статей из франкоязычного научно-популярного журнала *Sciences et Avenir* и русскоязычного издания *Коммерсантъ Наука*, позволил выявить, что реализация аргументативных стратегий базируется на отсылке к фактам и референции к косвенному участнику коммуникации – личности *Другого*, представляющей собой преимущественно профессионала или эксперта [Чернявская, 2017, с. 25–26] в освещаемой в научно-популяризаторской статье области исследований.

Результаты анализа свидетельствуют о широком использовании **стратегии подтверждения** в медийном дискурсе на примере жанра научно-популярной статьи. Одна из форм стратегии подтверждения предполагает включение эмпирических данных в аргументацию [Савчук, 2021, с. 54]. В рамках исследования дискурсивной категории фактуализации особый интерес представляет группа субстратегий, основанных на эмпирических данных и опирающихся на ранее известные адресату или сообщаемые адресантом медиафакты.

Контент-анализ языкового материала позволил определить, что традиционная структура аргументативной стратегии подтверждения включает в себя четыре основные субстратегии, направленные на комплексное обоснование достоверности представляемой информации:

– **апелляция к реальности**, представляющая собой обращение сознания адресата к очевидному, широко известному, логичному факту. Данная субстратегия реализуется в следующем примере: *La surface des mangroves a diminué de 43 % en 25 ans. La principale cause de cet effondrement est évidente* [Sciences et Avenir, 01.21] (*Площадь мангровых зарослей сократилась на 43% за 25 лет. Основная причина этого коллапса очевидна*). Уровень достоверности сообщаемой информации подкрепляется статистическими данными и темпоративом – временным периодом, в течение которого производились расчеты;

– **эмпирическое подтверждение следствий**, содержащее в себе предположение, истинность которого подкрепляется ссылками на эмпирические данные: *Известно уже более ста клинических исследований на людях, подтверждающих эффективность и безопасность использования МСК* (мультипотентных мезенхимных стромальных клеток. – В.К.) *при переломах и повреждениях кости и хряща* [Коммерсантъ Наука, 04.2023];

– **апелляция к прецеденту**, или обращение к ранее имевшему место опыту, что представляет собой отсылку к факту прошлого как эксплицитную форму интертекстуальности: *В развитых странах – новая инфекционная напасть: обезьянья оспа. <...> после пандемии коронавируса мир прекрасно готов к отражению вирусной угрозы* [Коммерсантъ Наука, 05.22, стр. 3];

– **сравнительное подтверждение оценки**, основанное на сопоставлении объектов, фактов, ситуаций как на основе аналогии и сходства, так и контраста. Сопоставление на основе сходства иллюстрирует следующий пример: *Nous savons pourtant aujourd'hui qu'une grande part de la lumière dans l'Univers nous est invisible. Il en va de même pour la matière et l'énergie* [Sciences et Avenir, 03.23] (*Сегодня мы знаем, однако, что большая часть света во Вселенной для нас невидима. То же самое касается материи и энергии*). Контрастное сопоставление может быть представлено следующим фрагментом: *В сравнении с SARS-CoV-2, погубившим уже много миллионов человек, обезьянья оспа менее заразна* [Коммерсантъ Наука, 05.22].

Особую значимость в механизме действия аргументативных стратегий приобретает **эксплицитное выражение присутствия Другого** – носителя достоверной информации и обладателя необходимых компетенций в научной области. Референция к Другому реализуется посредством использования существительного и именной группы в

сочетании с глаголами речи и мысли: «*Флора и фауна, безусловно, накладывают отпечаток на язык, – говорит преподаватель кафедры африканистики ИСАА МГУ им. М. В. Ломоносова, специалист по языку суахили (Танзания) Виктория Шатохина*» [Коммерсантъ Наука, 09.23].

Сравнительный анализ способов презентации *Другого* в материалах франкоязычного и русскоязычного журналов позволил выявить, что в журнале *Sciences et Avenir* всемирно известные ученые прошлого упоминаются преимущественно без указания на атрибуцию: *En 1865, James Maxwell montre que les champs électrique et magnétique se propagent à la vitesse que Foucault vient de mesurer pour la lumière* [Sciences et Avenir, 03.23] (*В 1865 году Джеймс Максвелл доказал, что электрические и магнитные поля распространяются со скоростью, которую Фуко определил для распространения для света*). В текстах журнала *Коммерсантъ Наука* характерной особенностью является детальное указание на атрибуцию исследователя с применением инициальных аббревиатур: **Центр по проблемам экологии и продуктивности лесов РАН (ЦЭПЛ)** в своем исследовании «*Ресурсный потенциал российских лесов*» утверждает, что мнение о неисчерпаемости лесных запасов России ошибочно [Коммерсантъ Наука, 09.23].

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что применение аргументативных стратегий в научно-популярном журнале базируется на референции к фактам объективной реальности четырех видов: логичные, общеизвестные, очевидные факты; эмпирические данные; факты, принадлежащие к информационному медиаполю прошлого; свойства и особенности сравниваемых объектов. Достижение высокого уровня верифицированности обеспечивается эксплицитным выражением присутствия в тексте *Другого* как источника проверенной информации, что способствует актуализации дискурсивной категории фактуальности в современном медийном пространстве.

В Главе 3 «*Лингвопрагматические категории аттрактивности и поликодовости научно-популярных журналов «Sciences et Avenir» и «Коммерсантъ Наука»*» представлены результаты анализа механизмов создания аттрактивности и поликодовости в медийном дискурсе на материале франкоязычных и русскоязычных научно-популяризаторских изданий. Категории аттрактивности и поликодовости играют ключевую роль в структуре популяризаторского медийного дискурса, поскольку аттрактивность обеспечивает привлечение и удержание внимания читательской аудитории, а поликодовость оптимизирует процессы восприятия и понимания сложной научной информации через интеграцию различных семиотических систем.

В ходе сравнительного анализа материала, представленного статьями журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука*, выявлена значительная конвергенция в функционировании атTRACTоров. В данной работе *атTRACTоры*, вслед за Е.Ф. Серебренниковой, понимаются как лингвокогнитивные структуры, служащие инструментом реализации процесса атtraction – дискурсивного механизма, который создает когнитивную неопределенность у адресата и направляет его мышление в нужном полиадресанту направлении [Серебренникова, 2023, с. 342–343]. Сравнительный анализ показал, что оба издания применяют схожие механизмы создания аттрактивности, включая использование риторических вопросов, местоимений 1 л. мн. ч. и императивных

конструкций, что способствует эффективному взаимодействию с читательской аудиторией и формированию диалогической структуры медийного дискурса.

Обращение к эмпирическому материалу показало наличие разноуровневых средств *диалогичности*, способствующих сокращению дистанции между автором и читателем, – местоимений первого лица множественного числа на морфологическом уровне, императивных конструкций на синтаксическом уровне, риторических вопросов на синтаксическо-стилистическом уровне. Показательным является пример сочетания двух разноуровневых средств создания диалогичности: *Ne pourrions-nous connaître de la réalité que sa structure mathématique?* [Sciences et Avenir, 02.23] (Можем ли мы знать о реальности только ее математическую структуру?)

В ходе анализа эмпирического материала выявлена особенность функционирования «мы-диалогического», характеризующаяся как способностью к инклузии [Серебренникова, 2025], так и исключению коммуникантов в отношении мы-группы в зависимости от того, какова самоидентификация автора статьи, который может себя причислять к группе экспертов в области научного знания или к целевой аудитории.

Аттрактивность журнала *Sciences et Avenir* обладает отличительными особенностями в сравнении с аналогичной дискурсивной категорией в журнале *Коммерсантъ Наука*. Так, во франкоязычных статьях употребление местоимения *nous* в разграничающем значении в качестве атTRACTора исключает из мы-группы *Других* и наделено функцией объединения непосредственного адресата и адресата-читателя: *Sciences et Avenir a réuni des spécialistes de paléoanthropologie, de neurologie, d'intelligence artificielle et d'éthique qui nous expliqueront comment le cerveau humain a évolué* [Sciences et Avenir, 10.22] (Журнал *Sciences et Avenir* собрал специалистов в области палеоантропологии, неврологии, искусственного интеллекта и этики, которые объяснят нам, как развивался человеческий мозг).

Коррелирующее с местоимением *nous* местоимение мы в русскоязычном материале исключает адресанта и адресата и включает *Других* в мы-группу. В русскоязычном материале значительно активнее используется цитация, в форме прямой речи передающая слова экспертов в научных областях, или *Других*, входящих в состав полиадресанта. Следовательно, местоимение мы, употребленное в контексте прямой цитаты, инклузивностью не обладает и соотносится только с фигурой цитируемых *Других*: *Мы верим, что она (темная материя. – В.К.) должна быть. Но слабая, которую мы сейчас пока не видим. Нам надо найти способы эту связь обнаружить* [Коммерсантъ Наука, 02.22].

Сравнительный анализ материала показал, что **аттрактивность ценностного типа**, реализуемая в научно-популяризаторских статьях журнала *Sciences et Avenir*, базируется на престижности научной деятельности, высоком социальном статусе ученых и транслируется авторами статей через ссылку к знаковым фигурам ученых прошлого: *Les congrès Solvay ou l'internationale des génies. Einstein, Planck, Langevin, Bohr... Les plus talentueux des physiciens européens ont participé à ces conférences* [Sciences et Avenir, 03.23] (Сольвеевские конгрессы, или международная конференция гениев. Эйнштейн, Планк,

Ланжевен, Бор... В этих конференциях участвовали самые талантливые европейские физики).

АтTRACTоры ценностного типа, используемые авторами статей журнала *Коммерсантъ Наука*, основываются на ценностных ориентирах, все больше интегрируемых в аксиосферу современного российского общества, в том числе на важности привлечения молодого поколения в науку: *Научные премии – это своего рода маяки для молодого поколения, они дают ему понимание собственных научных перспектив* [Коммерсантъ Наука, 09.23]. Созданию престижного образа деятеля науки и интеграции данного представления в систему ценностей адресата-читателя способствует жанр интервью, традиционно завершающий выпуск научно-популярного журнала. Присутствие жанра интервью, значительно отличающего структуру рубрикации журнала *Коммерсантъ Наука* в сравнении с журналом *Sciences et Avenir*, позволяет транслировать установку на престижность научной деятельности в формате Я- обращения, наделенного эффектом создания неопосредованного диалога между высокостатусным ученым (Другим) и читательской аудиторией: «*Положение ученого в обществе должно быть высоким*. <...> *О последних тенденциях в мире науки, Научной премии Сбера для исследователей и ученых и о том, как повернуть вспять утечку мозгов, мы поговорили с сопредседателем комитета Научной премии Сбера, академиком РАН, профессором, доктором технических наук, ректором Сколтеха Александром Кулешовым* [Коммерсантъ Наука, 09.23]. Жанр интервью также представлен в журнале *Sciences et Avenir*, однако не вынесен в отдельную рубрику, а включен в текст научно-популяризаторских статей в качестве составляющей части. Элементы интервью во франкоязычном издании менее объемны по сравнению с русскоязычным материалом, представленным в данном жанре, что подтверждается результатами проведенного вручную количественного анализа: 0,3 п.л. в *Sciences et Avenir* и 3,1 п.л. в *Коммерсантъ Наука*.

Подход журнала *Sciences et Avenir* к построению атTRACTивности ценностного типа, основанный на отсылке к культовым фигурам прошлого, направлен на создание эффекта научной элитарности, при котором наука воспринимается как область деятельности дистанцированных от читателя исключительных, выдающихся личностей. В отличие от франкоязычного издания, стратегия журнала *Коммерсантъ Наука* формирует у читателя ощущение доступности научной карьеры, создавая более инклюзивный образ науки и стимулируя читателей к рассмотрению научной деятельности как реальной профессиональной перспективы.

Реализация атTRACTоров, основанных на конструировании людического аспекта, в текстах научно-популярного журнала *Sciences et Avenir* строится на сопоставлении ожидаемого и неожиданного, что призвано привлечь читательскую аудиторию к эвристическому поиску ответа на загадку: *Les jets de ketchup expliqués par la physique* [*Sciences et Avenir*, 12.22] (*Брызги кетчупа, объясненные физикой*).

Способы создания **атTRACTивности людического типа** в журнале *Коммерсантъ Наука* характеризуются прежде всего обращением к интертекстуальным приемам, а именно аллюзии: **Падение Голиафа: каким будет финал МКС** [Коммерсантъ Наука, 04.2023].

Обращение к языковому материалу позволило выявить средства конструирования контраста для интерпретатора, характерные для журналов *Sciences et Avenir* и *Коммерсантъ Наука*. Использование контрастивных средств вызывает когнитивный диссонанс у читателя, заставляя его пересмотреть привычные представления и активизируя процессы критического мышления, что делает материал более привлекательным и запоминающимся. Выявлены следующие стилистические приемы:

- парадокс: *De l'alcool pour préserver les plantes de la sécheresse* [Sciences et Avenir, 10.22] (Этанол для защиты растений от засухи); *Счасти мир от самого себя* [Коммерсантъ Наука, 09.23]; *Радиоактивность, которая лечит* [Коммерсантъ Наука, 09.23];

- метафора: *Comment l'Australie a été envahie par des lapins anglais* [Sciences et Avenir, 10.22] (Как Австралию захватили английские кролики); *Как электричка разглядывает лошадь* [Коммерсантъ Наука, 04.23]; *Лесам выдают паспорта* [Коммерсантъ Наука, 09.23]. Отмечено, что данное стилистическое средство при конструировании контраста встречается преимущественно в заголовках статей, что позволяет сделать вывод об исключительном аттрактивном потенциале заголовка научно-популяризаторской статьи.

Наблюдается разнообразие средств конструирования контраста в русскоязычных научно-популяризаторских статьях по сравнению с материалом, представленным в журнале *Sciences et Avenir*. Выявлены следующие средства создания образности, наделенные функцией конструирования контраста для интерпретатора:

- оксюморон: *Юбилей открытия массового уничтожения* [Коммерсантъ Наука, 09.23];

- метафора: *Наступление на терапевтическом фронте; Сверхзвуковые флейты Гефеста* [Коммерсантъ Наука, 06.21], в т.ч. персонификация *О чем шипит мадагаскарский таракан* [Коммерсантъ Наука, 05.22] и контрастная метафора, используемая в заголовках научно-популяризаторских статей: *Электрический ключ к прекрасному* [Коммерсантъ Наука, 09.23].

Анализ эмпирического материала показал высокую степень конвергентности и синергийности дискурсивных категорий *аттрактивности* и *поликодовости*. Их соотношение в текстах научно-популяризаторских статей можно назвать гипер-гипонимическим, поскольку средства создания поликодовости применяются авторами в качестве одного из типов атTRACTоров, а именно атTRACTора людического типа.

Категория *поликодовости* в научно-популярном журнале обеспечивает формирование вербально-визуального единства, способствующего оптимизации процесса восприятия и интерпретации информации целевой аудиторией. Изобразительные средства, представленные пиктограммами, схемами, диаграммами, фотографиями, могут конкурировать с верbalными компонентами по критериям информативности, точности и выразительности [Васильев, 2018, с. 141–143].

Проведенный анализ эмпирического материала показал, что основную долю всех визуально-изобразительных средств в исследуемых журналах составляют **фотографии**. Фотоснимок как вид иллюстративного материала позволяет читателю составить

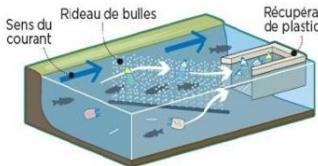
приблизительный прогноз о содержании текста, а документальность, легкость и быстрота восприятия обусловливают значительный ориентационный потенциал фотографии среди других визуальных средств. Ориентационный потенциал и способность к отражению композиционной организации текста позволяют отнести категорию поликодовости к формально-структурным дискурсивным категориям в соответствии с предложенной В.И. Карасиком типологией [Карасик, 2016, с. 27].

Цветные и контрастные фотографии, сопровождающие научно-популяризаторские статьи в журналах, отвечают требованиям эффективного изобразительного ориентира: сигнальностью, актуальностью, информативностью, выразительностью [Васильев, 2018, с. 146]. Сравнительный анализ эмпирического материала показал, что особое место в журнале *Коммерсантъ Наука* занимают портреты ученых современности и прошлого, что отражает антропоцентрический характер данного издания. Статьи журнала в подавляющем большинстве сопровождаются портретными изображениями ученых, с которыми научно-популярные журналисты проводят интервью или на работы которых ссылаются в тексте. Данная тенденция направлена на создание образа науки «с человеческим лицом» [Симон, 2012], что способствует реализации идеологической функции текста – сделать науку «живой», привлекательной для адресата.

Информационная структура научно-популярных изданий широко представлена средствами инфографики – **схемами, диаграммами, картами, графиками**, обладающими высокой цветностью, удобочитаемостью, контрастностью. В журнале *Sciences et Avenir* инфографические средства представлены преимущественно схемами и диаграммами. Характерной особенностью инфографики в журнале *Коммерсантъ Наука* является использование карт как высокоэффективных средств визуализации, позволяющих представить большой объем информации, синтез которой был бы затруднителен в текстовом варианте ввиду формата научно-популяризаторской статьи.

Немаловажным средством придания тексту поликодового характера является **типоврафическое оформление**, играющее роль особого средства выражения смысла в мультимодальном коммуникативном пространстве, где взаимодействуют различные семиотические ресурсы [Чернявская, 2023, с. 59–60]. Шрифтовые знаки в исследуемых журналах находятся в стилистическом единстве, используются кегли в широком диапазоне для оформления заголовков, подзаголовков, цитат.

Цветовая палитра оформления также выполняет сигнальную, ориентирующую функцию. В журнале *Sciences et Avenir* каждой рубрике соответствует определенная цветовая гамма: фундаментальным наукам – фиолетовая, рубрике «Природа» – зеленая, тематике «Здоровье» – голубая (Рис. 1). В журнале *Коммерсантъ Наука* цветовая гамма остается неизменной: красный цвет для рубрикации и заголовков, серый – для остальных элементов (Рис. 2).



Le dispositif accroche des particules de plastique à partir d'un millimètre de large.

Des barrières à bulles retiennent la pollution des rivières

ÉCOLOGIE Succès pour la start-up néerlandaise The Great Bubble Barrier, qui déploie des tubes perforés sur les lits des rivières pour créer des rideaux de bulles poussant les déchets vers la berge pour la collecte. Testée aux Pays-Bas, la méthode intercepte jusqu'à 86 % des détritus avant qu'ils n'atteignent la mer. R. M.

12 640

Le nombre d'espèces recensées dans le Mercantour

BIODIVERSITÉ Grâce à la participation de plus de 350 taxonomistes sur quinze ans, le parc national du Mercantour

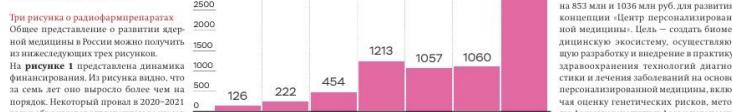
Радиоактивность, которая лечит

Ядерная медицина в России – это одно из наиболее динамично развивающихся направлений научной и практической деятельности. Анализ грантов на научные исследования и разработки (2016–2023 годы) только подтверждает эту мысль. Информация отбиралась из открытой базы ЕГИСУ НИОКР по ключевому слову «радиофармпрепарат». Всего в базе около 800 документов, но многие представляют собой промежуточные отчеты, а также диссертации, патенты на изобретения и т. п.

«Б-Наука» отобрала для анализа 140 грантов на общую сумму 7,3 млрд руб.

Номенклатура радиофармпрепаратов в НИР и ОКР включает более 30 изотопов, в том числе помимо широких известных еще Sc-43, Sc-44, Fe-59, Cu-60, Cu-61, Cu-62, Cu-64, Cu-67, Ga-66, Y-86, Zr-89, I-124, Tb-152, Dy-165, Ho-166, Er-169, Yb-175, Re-224, Bi-213, Tb-226.

Три рисунка о радиофармпрепаратах. Общее представление о развитии кластерной медицины в России можно получить из нижеследующих трех рисунков:



Rис. 1. Типографические особенности оформления журнала Sciences et Avenir, 03.2023

Rис. 2. Типографические особенности оформления журнала Коммерсантъ Наука, 09.2023

Проведенное исследование позволило установить, что популяризаторский медийный дискурс, реализуемый в рамках научно-популярных журналов, носит вербальноцентричный характер. При этом графические средства передачи информации наделены аддитивным по отношению к тексту характером и выполняют функцию активатора эвристического интереса у целевой аудитории. Отличительной характеристикой медийного дискурса журнала *Коммерсантъ Наука* является его антропоцентричность, заключающаяся в высокой степени внимания к фигурам ученых прошлого и современности. Средства визуализации информации представлены широким спектром графических элементов и способствуют формированию целостного представления о научной информации у читательской аудитории.

В **Заключении** представлены итоги проведенного исследования, а также намечены перспективы для дальнейшего изучения лингвопрагматических категорий в различных типах институционального дискурса и разработки эффективных стратегий научной коммуникации в условиях цифровой трансформации медийного пространства. Особый интерес в перспективе представляет исследование национально-культурной специфики реализации дискурсивных категорий в научно-популярных журналах различных лингвокультур и изучение механизмов формирования научной картины мира у цифрового поколения читателей.

Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора Издания, рекомендованные ВАК РФ

1. Корнеева, В. А. Категория аттрактивности в институциональном медийном дискурсе (на материале журнала «Коммерсантъ Наука») / В. А. Корнеева // Иностранные языки в высшей школе. – 2023. – № 4 (67). – С. 64–73. – DOI 10.37724/RSU.2023.67.4.009. (1,1 п.л.).

2. Корнеева, В. А. Категории фактуализации и поликодовости в институциональном медийном дискурсе (на материале журнала «Sciences et Avenir») / В. А. Корнеева // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2024. – Т. 21, № 2. – С. 66–73. – DOI 10.14529/ling240209. (0,9 п.л.).

3. Корнеева, В. А. Лингвопрагматические средства популяризации науки (на материале журнала «Sciences et Avenir») / В. А. Корнеева // Казанская наука. – 2025. – № 8. – С. 262-264. (0,3 п.л.).

Сборники научных статей и материалы научно-практических конференций

4. Корнеева, В. А. Категория диалогичности в научно-популярном дискурсе (на материале журнала «Sciences et Avenir») / В. А. Корнеева // Научный старт-2023 : сб. ст. магистрантов и аспирантов / редкол. : Л. Г. Викулова (отв. ред.), И. В. Макарова, О. И. Короленко, В. Г. Караваева. – Москва : Языки Народов Мира, 2023. – Т. 2. – С. 99–104. (0,3 п.л.).

5. Корнеева, В. А. Средства реализации просветительской функции научно-популярного и педагогического дискурса / В. А. Корнеева // Педагогический дискурс: в современной научной парадигме и образовательной практике : Материалы III Всерос. конф. (Москва, 28 февраля – 01 марта 2023 г.) / под общ. ред. Л. Г. Викуловой. – Москва : МГПУ; Языки Народов Мира, 2023. – С. 511–515. (0,3 п.л.).

6. Корнеева, В. А. Лингвопрагматические средства реализации аргументативных стратегий в медийном дискурсе (на материале журнала «Sciences et Avenir») / В. А. Корнеева // Романские тетради / редкол. : Л. Г. Викулова (отв. ред.), Е. И. Черкашина, Л. А. Борботько, Т. В. Сластникова; тех. редакторы : И. В. Макарова, О. И. Короленко. – Москва : Языки Народов Мира, 2024. – С. 297–309. (0,6 п.л.).

7. Корнеева, В. А. Оценочные стратегии в медийном дискурсе (на материале научно-популярного журнала «Коммерсантъ Наука») / В. А. Корнеева // Научный старт-2024 : сб. ст. аспирантов и магистрантов / редкол. : Л. Г. Викулова (отв. ред.), Э. А. Зойдзе, И. В. Макарова, О. И. Короленко. – Москва : Языки народов мира, 2024. – С. 479–483. (0,3 п.л.).