2025;11(1):42-55 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 https://neophilology.elpub.ru

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 811+82-1/9
https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-1-42-55
Шифр научной специальности 5.9.5

О жанровом разнообразии современных научно-популярных текстов о языке

Ольга Александровна Ребковец[1] ✉, **Наталья Сергеевна Милянчук**[2]
[1]ФГБОУ ВО «Камчатский государственный университет им. Витуса Беринга»
683032, Российская Федерация, г. Петропавловск-Камчатский, ул. Пограничная, 4
[2]ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет»
690922, Российская Федерация, г. Владивосток, ул. Суханова, 8
✉ rebkovets.olga@gmail.com

Аннотация
ВВЕДЕНИЕ. Научно-популярный текст в настоящее время значительно расширил сферу своего распространения и демонстрирует широкое разнообразие форматов, средств и каналов передачи информации. В связи с развитием технологий изменилась и система жанров научно-популярного изложения, что требует эмпирического описания и теоретического осмысления. Цель исследования – описание жанрового разнообразия современного научно-популярного контента (на примере текстов о языке) и выделение сущностных жанроразличительных признаков таких текстов. МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ. Исследование проведено на материале научно-популярных текстов о языке, опубликованных в 2015–2024 гг. в социальных медиа («Телеграм», «ВКонтакте», «Дзен»). В работе использовался функциональный метод, традиционный описательный метод, методы коммуникативно-прагматического, дискурсивного и функционально-стилистического анализа текстов. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. Результатом исследования стало существенное дополнение и уточнение системы жанров современного научно-популярного контента, в том числе выявление и описание новых жанров, их классификация. Ценным результатом исследования стала разработка методики анализа жанров научно-популярного текста, опирающейся на концепцию Т.В. Шмелёвой и вместе с тем выходящей за её рамки. Алгоритм анализа включает следующие параметры: коммуникативная цель текста; коммуникативные позиции автора и адресата; предшествующий и последующий контексты; объём и структура текста (общий состав структуры и степень её формализованности); степень интерактивности и креолизации текста; а также лингвостилистические особенности. ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Применение разработанного алгоритма позволило не только охарактеризовать ряд жанровых реализаций современного научно-популярного контента, но и представить их в виде системы. Материалы и результаты работы могут быть востребованы в процессе изучения функционально-стилевых разновидностей русского языка, институциональных типов дискурса, а также в профессиональной практике создания научно-популярных текстов, что определяет практическую значимость исследования.

Ключевые слова: научно-популярный текст, жанр, речевой жанр, заметка, топ-лист, колонка, опрос, тест, мем

Финансирование. Это исследование не получало внешнего финансирования.

Вклад авторов: О.А. Ребковец – разработка концепции исследования, поиск и анализ научной литературы, написание черновика рукописи. Н.С. Милянчук – дизайн исследования, научное руководство, редактирование рукописи.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: *Ребковец О.А., Милянчук Н.С.* О жанровом разнообразии современных научно-популярных текстов о языке // Неофилология. 2025. Т. 11. № 1. С. 42-55. https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-1-42-55

© Ребковец О.А., Милянчук Н.С., 2025

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2025;11(1):42-55
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 https://neophilology.elpub.ru

ORIGINAL ARTICLE
https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-1-42-55
OECD 6.02; ASJC 1203

On genre diversity of contemporary popular science texts about language

Olga A. Rebkovets[1], **Natalia S. Milyanchuk**[2]
[1]Vitus Bering Kamchatka State University
4 Pogranichnaya St., Petropavlovsk-Kamchatsky, 683032, Russian Federation
[2]Far Eastern Federal University
8 Sukhanova St., Vladivostok, 690950, Russian Federation
rebkovets.olga@gmail.com

Abstract
INTRODUCTION. Currently, popular science text has significantly expanded its sphere of distribution and demonstrates a wide variety of formats, means, and channels of information transmission. The system of genres of popular science has changed due to the technological development and now requires an empirical description and theoretical understanding. The aim of the study is to describe the genre diversity of contemporary popular science content (on the example of texts about language) and to identify the genre-distinctive characteristics of such texts. MATERIALS AND METHODS. The research has been conducted on materials of popular science texts about language published in 2015–2024 on social media (such as «Telegram», «VKontakte», «Zen»). Functional method, traditional descriptive method, methods of communicative-pragmatic, discursive, and functional-stylistic analysis of texts have been used in the research. RESULTS AND DISCUSSION. The study significantly supplies and specifies the genre system of contemporary popular science content, identifies, describes and classifies new genres. A valuable result of the study is the development of a methodology for analyzing the genres of popular science text, which is based on T.V. Shmeleva's concept and at the same time goes beyond it. The algorithm of analysis includes the following parameters: communicative purpose of the text; communicative positions of the author and addressee; preceding and following contexts; volume and structure of the text (the general composition of the structure and the degree of its formalization); the degree of interactivity and creolization of the text; and linguistic and linguistic features. CONCLUSION. The application of the developed algorithm allows not only to characterize a number of genre realizations of modern popular science content, but also to present them in the form of a system. The materials and results of the work can be demanded in the process of studying functional and stylistic varieties of the Russian language, institutional types of discourse, as well as in the professional practice of creating popular science texts, which determines the practical significance of the study.

Keywords: popular science text, genre, speech genre, note, top-list, column, questionnaire, test, meme

Funding. This research received no external funding.

Authors' Contribution: O.A. Rebkovets – research concept development, scientific literature collection and analysis, writing – original draft preparation. N.S. Milyanchuk – research design, supervision, manuscript editing.

Conflict of Interests. The authors declare no relevant conflict of interests.

For citation: Rebkovets, O.A., & Milyanchuk, N.S. On genre diversity of contemporary popular science texts about language. *Neofilologiya = Neophilology*, 2025;11(1):42-55. https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-1-42-55

2025;11(1):42-55 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 🕮 https://neophilology.elpub.ru

ВВЕДЕНИЕ

В начале XXI века научно-популярный текст активно расширяет сферу своего распространения и в количественном, и в качественном отношении. Наблюдается как значительное увеличение арсенала приёмов подачи научно-популярной информации, так и существенное обновление практики научно-популярного изложения, трансформация стилистического облика научно-популярных текстов. При анализе стилистико-языковой специфики современных научно-популярных текстов необходимо учитывать их жанровые особенности. Актуальность работы обусловлена рассмотрением феномена научно-популярного изложения с точки зрения его коммуникативно-прагматических, дискурсивных характеристик. Цель исследования – описание жанрового разнообразия современного научно-популярного контента (на примере текстов о языке) и выделение сущностных жанроразличительных признаков таких текстов.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Материалом исследования послужили научно-популярные тексты о языке, опубликованные в социальных медиа («Телеграм», «ВКонтакте», «Дзен») в 2015–2024 гг. Исследование проводилось в русле функционального метода с применением коммуникативно-прагматического, дискурсивного и функционально-стилистического анализа текстов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В традиционной практике популяризации научного знания получили распространение такие письменные жанры, как научно-популярное издание[1] и статья. Однако сформировавшийся в начале XXI века активный социальный запрос стимулировал выход научно-популярного изложения в медиапространство и сближение его с языком и стилем СМИ, что закономерно привело к расширению системы жанров научно-популярных текстов. Поскольку научно-популярный текст рассматривается нами как результат дискурсивной деятельности – взаимодействия автора и адресата в определённых социальных условиях [1], анализ жанрового своеобразия современных научно-популярных текстов мы проводим с опорой на теорию речевых жанров, которая строится на коммуникативных принципах [2; 3]. Под речевым жанром понимаем «относительно устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип высказываний (текстов)»[2], представляющий собой «вербальное оформление типичной ситуации социального взаимодействия людей»[3]. В отличие от жанра литературного, научного или публицистического произведения, речевой жанр представляет собой типологическую разновидность акта коммуникации, по выражению А. Вежбицкой, «кодифицированную форму действия» [4], и является, прежде всего, единицей общения.

Круг значимых жанрообразующих признаков речевых жанров был очерчен Т.В. Шмелёвой в рамках разработанной ею модели речевого жанра. Эта модель включает необходимые и достаточные параметры характеристики речевого жанра: коммуникативная цель; образы автора и адресата; образы прошлого и будущего; диктум (событийная основа высказывания); языковое воплощение [5]. Коммуникативная цель как наиболее значимый признак обусловила выделение четырёх типов речевых жанров, таких как информативные, императивные, этикетные и оценочные [5, с. 91].

Даже поверхностное знакомство с современным научно-популярным контентом позволяет увидеть значительное расширение его жанрового разнообразия: помимо таких традиционных жанров, как научно-популярная книга (издание), статья, телевизионная или радиопрограмма, лекция, в сфере научно-популярной коммуникации оказа-

[1] *Бруев А.А.* Научно-популярное издание: особенности коммуникации автора и читателя: дис. ... канд. филол. наук. Санкт-Петербург, 2022. 184 с.

[2] Стилистический энциклопедический словарь / под ред. М.Н. Кожиной. Москва: Флинта: Наука, 2006. С. 352.

[3] *Седов К.Ф.* Анатомия жанров бытового общения // Вопросы стилистики. 1998. Вып. 27. С. 9-20.

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2025;11(1):42-55
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 https://neophilology.elpub.ru

лись востребованы жанры интервью, заметки и колонки, которые ранее функционировали только как публицистические; появились и новые для данной сферы жанры, такие как опрос, тест, топ-лист, карточки, мем.

Предметом нашего исследования являются письменные жанры научно-популярного текста. Для выявления их специфики мы использовали алгоритм, разработанный на основе анкеты Т.В. Шмелёвой [5], широко применяемой при анализе речевых жанров. Однако анализ нашего материала показал, что для дифференциации жанров современных научно-популярных письменных текстов на русском языке не все признаки, обозначенные в этой анкете, сохраняют релевантность.

Так, выделяемый Т.В. Шмелёвой признак «образа автора» в различных научно-популярных жанрах проявляется в целом одинаково: это образ автора-эксперта, обладающего таким знанием или информацией, каким адресат не обладает. Образ адресата научно-популярного текста также можно определить обобщенно – как образ заинтересованного в научном знании неспециалиста. Однако коммуникативные позиции автора и адресата при этом могут варьироваться. Нередко коммуникативная позиция автора или прогнозируемая им коммуникативная позиция адресата влияют на жанровую природу научно-популярного текста. Поэтому в нашем алгоритме мы используем критерии «коммуникативная позиция автора» и «коммуникативная позиция адресата».

Обобщённые признаки «образ прошлого» и «образ будущего» применительно к нашему материалу требуют уточнения и, на наш взгляд, могут быть представлены как «предшествующий контекст» и «последующий контекст». В этом случае под контекстом в широком смысле понимается ситуация, в которой происходит общение и в рамках которой речевой жанр может зависеть от реализации других жанров, которые ему предшествуют или которые он порождает.

Диктумное (событийное) содержание для всех научно-популярных публикаций в целом является сходным – оно представлено пропозицией наличия научного знания, неизвестного аудитории. Это диктумное содержание реализуется в речи в разнообразных жанровых формах, отличия между которыми определяются признаками не собственно диктумной природы. Поэтому сам по себе характер диктумного содержания в данном случае не является жанроразличительным признаком.

Вместе с тем анализ нашего материала показал, что алгоритм описания должен включать ряд дополнительных признаков, более детально характеризующих формальную сторону текста: его объём, структуру и др. Коммуникативная специфика научно-популярного изложения и функционирование научно-популярного контента в медиапространстве актуализировали такие признаки, как интерактивность [6] и креолизация [7] текста. Как известно, креолизованным является текст, в котором используются не только вербальные, но и невербальные знаки. Выделяются три степени креолизации: нулевая креолизация (текст не содержит иконических компонентов); частичная креолизация (вербальная часть текста сравнительно автономна, изобразительные элементы могут быть изъяты без ущерба для понимания смысла); полная креолизация (текст представляет собой единство, в котором изображение и вербальная часть становятся равноправными компонентами, одинаково важными для декодирования сообщения) [8, с. 39-40]. Данный признак также оказался значимым для жанровой дифференциации научно-популярных текстов.

С учётом вышесказанного в разработанный нами алгоритм анализа жанров современного научно-популярного текста были включены следующие критерии:

– коммуникативная цель;
– коммуникативная позиция автора;
– коммуникативная позиция адресата;
– предшествующий контекст;
– последующий контекст;
– объём текста;
– структура текста (общий характер и степень формализованности);
– интерактивность;
– степень креолизации текста;
– лингвостилистические особенности.

2025;11(1):42-55 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 🕮 https://neophilology.elpub.ru

Коммуникативно-прагматический анализ современного научно-популярного контента о языке показал, что в настоящее время он представлен системой жанров, которая включает такие разновидности, как информативные, оценочные, императивные жанры (по классификации Т.В. Шмелёвой в [5]), а также развлекательный жанр [9, с. 32], который соотносится с праздноречевыми жанрами (по классификации Н.Д. Арутюновой [10]).

Информативные жанры

1. **Заметка** – небольшой по объёму текст, максимально тематически сфокусированный, имеющий специфическую структуру, в которую включены: а) апелляция к языковому опыту адресата относительно темы текста; б) представление информации по теме публикации. Научно-популярная заметка о языке может реализоваться в различных вариантах в зависимости от мотива адресата, который эксплуатируется автором. Нами выделено три типа таких заметок: «развенчание мифа», «знаете ли вы» и «как правильно».

Заметки типа «развенчание мифа» эксплуатируют заинтересованность адресата в информации, которая обеспечивает истинность, научность его представлений о языке и «предохраняет» его от заблуждений. Содержание, как правило, включает специальную информацию, требующую от читателя определённой подготовки:

«Настоящий мужчина состоит из мужа и чина!»[4]

Это шутка из записной книжки А. П. Чехова.

Но есть люди, которые принимают подобные шутки всерьёз.

Так, зампредседателя Комитета Госдумы по обороне Андрей Красов обосновал отказ в отсрочке от мобилизации для отцов троих детей тем, что мужчина – это «муж и чин», а «чин» – это работник, который в первую очередь должен защищать государство.

Я не буду комментировать моральную сторону вопроса, но скажу о лингвистической.

*Конечно, никакого чина в слове «мужчина» нет. Слово «мужчина», судя по всему, было образовано ещё в праславянском языке от прилагательного *mǫžьskъ («мужской») с помощью суффикса *-in. А прилагательное *mǫžьskъ, в свою очередь, образовано от слова *mǫžь («муж») с помощью суффикса *-ьskъ. (звёздочки и латиница указывают на то, что перед вами реконструированные праславянские формы). В результате фонетических процессов согласные суффикса *-ьskъ видоизменились:*

**mǫžьskъ + *-in(a)*

↓

**mǫžьščina <…>*[5]

В общем, слово «мужчина» и без лингвофричества интересное.

Как и слово «мужик», которое, к слову, имеет уменьшительный суффикс «-ик» и образовано от «муж» примерно так же, как «домик» от «дом». <…> Но это уже другая история».

Коммуникативная цель данной заметки – избавить читателя от заблуждений, дав ему научную информацию о происхождении слова. **Коммуникативная позиция автора** – эксперт и просветитель. Автор подкрепляет свою экспертность ссылками на научные источники. **Позиция адресата** – вдумчивый читатель, серьёзно интересующийся родным языком и его историей, заинтересованный в статусе знатока. В отличие от заметок других типов, заметка «развенчание мифа» имеет эксплицированный **предшествующий контекст** – то или иное проявление наличия в сознании общества ошибочного представления о фактах языка. В данном случае это проявилось в публичном выступлении политика, о котором упоминает автор. **Последующим контекстом** можно считать отсылку к этимологии родственного слова и обещание новых публикаций: *но это уже другая история*. **Объём** текста несколько больше объёма стандартной заметки. **Структура текста** не формализована; обязательные компоненты структуры – заявление о наличии некоего представления в массовом сознании и демонстрация его ошибочности. **Интерактивность** публикации минимальна. Наблюдается частичная креолизация текста: в качестве **визуального введения** в тему текста использован видеофрагмент выступления политика.

[4] Восстание редуцированных. 02.08.2024 // Дзен: сайт. URL: https://dzen.ru/istoki_slova (дата обращения: 24.09.2024).

[5] Здесь и далее приводимые примеры частично сокращены.

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2025;11(1):42-55
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 https://neophilology.elpub.ru

В заметке типа «знаете ли вы» автор рассчитывает на заинтересованность в новой информации и любознательность адресата в чистом виде. Автор ориентируется на читателя, интересующегося родным языком, но настроенного на лёгкое, не затратное по времени чтение.

Заметка типа «как правильно» опирается на заинтересованность адресата в овладении языковыми нормами, на его стремление к повышению собственной грамотности. Автор не только демонстрирует нормативный вариант, но и даёт пояснения, сопровождаемые ссылками на авторитетные источники, советы, предлагает мнемонические приёмы, способствующие усвоению нормы.

Расширение объёма заметки может быть следствием коммуникативной позиции автора и выбранной им коммуникативной стратегии. Такое расширение не свидетельствует об изменении жанровой природы текста: заметка с увеличением объёма не становится статьёй, так как мы не наблюдаем обобщений, анализа или расширенного описания системы рассуждений автора.

Значимым критерием дифференциации научно-популярных заметок является наличие или отсутствие внешней мотивированности публикации. Авторы современного научно-популярного контента регулярно используют приём опоры на реальный или вымышленный информационный повод, «привязку» к дате (празднику, юбилею) или яркому событию. При экспликации этой связи можно говорить о внешней мотивированности публикации:

Что на самом деле означает слово «Пасха»?[6]

Уже в это воскресенье христиане будут праздновать древнейший торжественный праздник под названием Пасха. В современном христианстве он связан с Воскрешением Иисуса Христа, что является основным сюжетом библейских историй. Однако известно, что по преданию воскрешение произошло именно на праздник Пасхи, а значит её праздновали уже в то время. Мы решили разобраться в истории происхождения слова Пасха <…>

Нередко «привязка» к дате или событию может носить формальный характер, когда событие, послужившее поводом для публикации, содержательно не связано с ней:

Сегодня отмечает день рождения Гарри Поттер! И если вопросов, как писать такие имена персонажей, не возникает, то с другими могут быть проблемы. 🧐

🗐 В собственных именах людей, прозвищах, псевдонимах, кличках и т. д. с прописной буквы пишутся все слова и соединённые дефисом части слов: Каштанка, Карабас-Барабас, Оливер Твист.

🗐 С прописной буквы пишутся нарицательные слова, выступающие как названия персонажей: Красная Шапочка, Серый Волк <...>[7]

2. **Карточка** – специфический информативный жанр, рассчитанный на визуальное восприятие и поэтому отличающийся высокой степенью креолизации. Нередко карточки представляют собой циклы, объединенные графическим оформлением или персонажами. В отличие от учебного материала, который также может быть оформлен в виде карточек, карточки научно-популярного стиля ориентированы на взрослого адресата; не представляют материал системно, а ориентируются на актуальность для широкой аудитории; при подаче не придерживаются принципа «от простого к сложному»; не предполагают проверки усвоения знания.

Коммуникативная цель карточки – дать информацию из разряда «как правильно» в краткой и наглядной форме. **Коммуникативная позиция автора** – эксперт, который не делает акцент на своём авторитете, а общается с адресатом на равных, предлагая ему помощь. **Позиция адресата** – читатель, желающий улучшить конкретные навыки использования родного языка. **Предшествующим контекстом** можно считать сформированный языковой действительностью социальный запрос. Последующий **контекст** не эксплицирован. Текст имеет минимальный **объём**. **Структура текста** не является формализованной, но при этом карточка всегда

[6] Лингвоед. 18.04.2020 // ВКонтакте. URL: https://vk.com/lingvoedandcat (дата обращения: 24.09.2024).

[7] Грамота.ру. 20.08.2024 // ВКонтакте. URL: https://vk.com/gramotaru (дата обращения: 24.09.2024).

2025;11(1):42-55 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 🕮 https://neophilology.elpub.ru

представляет собой частично или полностью **креолизованный** текст, в котором соблюдается принцип минимальной достаточности (рекомендация либо информирование). В данных примерах в качестве **визуального компонента** использованы: графическое запретительно-разрешительное подкрепление информации (Карточка на ВК-странице «Простым языком», https://vk.com/prosty-azikom); рисунок, помогающий ассоциативно усвоить лингвистическую информацию (Карточка на Телеграм-канале «Котограмота», https://t.me/kotogramota). Факультативным компонентом карточки является сопровождающий микротекст. **Интерактивность** публикации минимальна.

В именительном и винительном падежах рассматриваемое нами слово следует писать с буквой «ё» – «заём». В остальных падежах и множественном числе основа упрощается до «займ-»: «займа», «займе», «займы», «займов» (https://vk.com/prostyazikom).

Телеграм-канале «Котограмота», https://t.me/kotogramota

3. **Топ-лист** – информативный жанр, предусматривающий структурированную подачу информации в виде списка, организованного автором по какому-либо критерию. Такой список может быть ранжированным и неранжированным. В ранжированном списке пункты располагаются в установленном порядке в зависимости от степени проявления заявленного критерия. Этот порядок может быть прямым или обратным. Фактически ранжированный список представляет собой следующий рейтинг.

А. Слова-ошибки. Три этимологических курьёза.

Шутливый рейтинг.

3. Рельсы, кексы, клипсы, джинсы

На третьем месте сразу четыре слова, потому что курьёз в них произошёл один и тот же.

*Все эти слова заимствованы из английского языка, где **rails**, **cakes**, **clips**, **jeans** – это существительные, которые стоят во множественном числе. На это и указывает окончание **-s**.*

Но при заимствовании на такие тонкости внимания не обратили, поэтому рельс, кекс и клипса вошли в русский как слова единственного числа <…>

2. Зонт

Мы знаем, что слово «домик» – от «дом», «листик» – от «лист», и образовались они с помощью уменьшительно-ласкательного суффикса ИК. Всё очевидно.

Наверное, «зонтик» получился так же?

А вот и нет. Всё было наоборот!

*Зонтик мы позаимствовали из голландского языка вместе с названием – **zondek** (от zon – «солнце» и dek – «защита»). Но позднее это слово было переосмыслено: уж очень оно походило на «бантик» или «винтик». Поэтому мнимый суффикс ИК отбросили – и получилось слово **«зонт»**, аналога которому нет ни в одном языке мира.*

1. Зенит

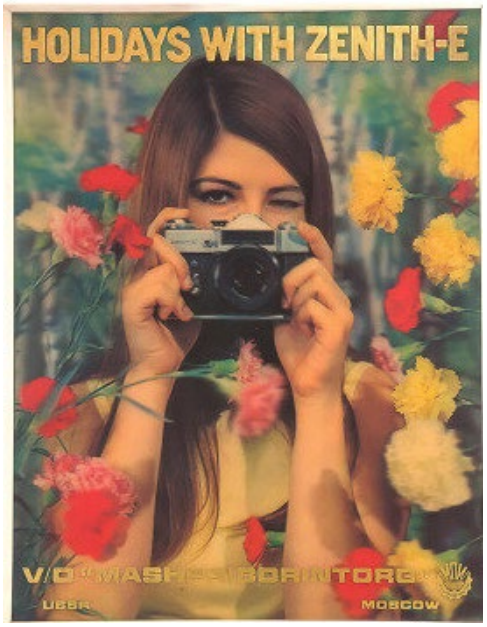
*Почётное первое место за самую нелепую ошибку! Источник этого слова – арабское **«zamt»** (высшая точка небосвода).*

<…> с «зенитом» произошло недоразумение. Арабское «замт» звучало непривычно

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2025;11(1):42-55
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 https://neophilology.elpub.ru

для европейского уха, да и произносить сочетание «мт» было не очень удобно. И переписчики решили, что учёные, наверное, нечётко написали слово, и три вертикальные палочки надо читать не как т (м), а как пі (ни). Получился ***«занит»****, который позже ещё видоизменился в* ***«зенит»****. И уже в таком виде он попал в русский язык.*

Забавно, не так ли?



Канал Дзен «Восстание редуцированных», https://dzen.ru/istoki_slova

Топ-лист как новый жанр в научно-популярной коммуникации имеет двоякую **коммуникативную цель**. С одной стороны, это информативный жанр, который даёт читателю определённую порцию научного знания. С другой стороны, в отличие от традиционных информативных жанров (заметки, статьи), топ-лист прежде всего направлен на привлечение внимания читателя, предлагая ему информацию в структурированном виде, максимально удобном для восприятия. **Коммуникативная позиция автора** данного текста – эксперт-аниматор, вступающий в шутливый диалог с адресатом, о чём свидетельствуют подзаголовок публикации, а также синтаксические конструкции и языковые средства, характерные для устной речи. То есть автор стремится не только просветить, но и развлечь читателя, доставить ему удовольствие. **Коммуникативная позиция адресата** – читатель, стремящийся получить занимательную информацию, не затрачивая на это много времени и усилий. **Предшествующий и последующий контексты** не выражены. **Объём** текста включает минимально возможное количество пунктов рейтингового списка – 3. Как правило, такие списки могут включать 3, 5, 7 пунктов. **Структура текста** формализована: это пронумерованный список, в данном случае ранжированный, обратный. Каждый пункт включает заголовочную конструкцию и следующий за ней информативный блок. **Интерактивность** нулевая. Степень **креолизации** минимальная: изображение рекламного постера фотоаппаратов «Зенит» не влияет на декодирование адресатом содержания текста.

Б. Неранжированный список включает несколько пунктов, которые не находятся в отношении градации и перечислены в свободном порядке.

5 фраз, которые не такие вежливые, как считает большинство

Люди хотят быть воспитанными, особенно стараются те, кто вращается в деловых кругах <…>.

Сегодня разберём 5 фраз, которые, вопреки мнению большинства, вовсе не делают вас вежливым человеком.

Я вас не отвлекаю?

Многим кажется, что этот вопрос делает их более учтивыми в глазах собеседника, ведь так они показывают, что берегут его время. Но это не так. Вас уже слушают, если речь идёт о телефонном звонке, вам уже ответили <…>.

«Не за что»

Эта фраза звучит диссонансом намерению ответить на благодарность. Мы автоматически произносим её после того, как слышим слова благодарности <…>

Говоря «не за что», мы словно обесцениваем всё, что было сделано <…>

Сегодня я затронула тему вежливости и показала фразы, которые могут <…> даже навредить общению. Есть ли у

2025;11(1):42-55 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 🕮 https://neophilology.elpub.ru

вас свой набор таких фраз? Пишите в комментариях, обсудим![8]

Коммуникативная цель сообщения в форме списка – облегчить адресату восприятие информации, предлагая её в структурированном виде. **Коммуникативная позиция автора** – эксперт-советчик, воспитатель, желающий помочь адресату овладеть навыками письменного и устного общения. Автор добавляет в структурированный текст выделенные полужирным шрифтом заголовки каждой смысловой части, давая читателю возможность скользить взглядом по тексту, выбирая интересующую его информацию. **Коммуникативная позиция адресата** – читатель, стремящийся повысить эффективность своих коммуникативных навыков, но настроенный при этом на облегчённое восприятие. **Предшествующим контекстом** можно считать наличие в сложившейся практике коммуникации ряда стереотипных этикетных фраз. **Последующий контекст** – ожидаемые автором комментарии читателей. **Объём** текста определён длиной списка. **Структура текста** формализована: это неранжированный список со свободным порядком группировки. Помимо пяти пунктов с заголовками, текст содержит вступление и заключение. Вступление готовит адресата к восприятию информации, указывая на тесную связь с каждодневной речевой практикой читателя. В заключении адресату предлагается проанализировать свой опыт и привести примеры в комментариях. Публикация обладает потенциальной **интерактивностью,** так как содержит приглашение к дальнейшему взаимодействию с экспертом**.** Текст **не креолизован**.

Оценочные жанры

4. **Колонка** – жанр, представляющий «субъективную трактовку какой-либо социальной темы/проблемы» [11, с. 156]. Научно-популярная колонка включает монолог автора, напрямую обращённый к адресату, в котором предлагается не общее знание, а персонифицированное экспертное мнение, оценочное полемичное рассуждение по поводу какого-либо факта:

СЛОВО КАК ШИРМА[9]

«Компания дрифтеров испортила плитку на площади» (из новостей).

Компания кого-кого, хочется переспросить?.. Дрифтеров. Тех, кто занимается дрифтом (англ. drift) – видом автоспорта с использованием так называемого управляемого заноса.

Ладно, допустим. Но почему в новостях этих людей называют «дрифтерами»? Они что, профессиональные автогонщики? Ничего подобного. <…>

Так кто они?

Обычные хулиганы. Автомобильные хулиганы, которые в черте города – не в поле, нет, – на площади, под окнами спящих жителей, на самой обычной, а не гоночной машине, устраивают рискованные эксперименты.

Красивое иностранное слово «дрифтер» выступает в роли ширмы, прикрытия. Более того, оно даёт хулиганам некий статус, придаёт им респектабельность. «А ты кто вообще? – Я дрифтер».

Дрифтер, зацепер, геймер. Статус есть. Можно и не работать. #чистопорусски.

Коммуникативная цель данного текста – в образно-эмоциональной форме дать оценку использования неологизма. **Коммуникативная позиция автора** – эксперт, высказывающий свою точку зрения. **Позиция адресата** – внимательный неравнодушный читатель. **Предшествующим контекстом** и стимулом к полемичному отклику стало сообщение в новостной программе. **Последующий контекст** не эксплицирован. **Объём** текста небольшой. **Структура текста**-размышления не является формализованной, но в качестве обязательных компонентов включает представление события-стимула и оценочный комментарий к нему. Автор использует синтаксические конструкции, ха-

[8] *Татьяна Кузнецова*. Говорим грамотно и уверенно. 25.06.2024 // Дзен: сайт. URL: https://dzen.ru/kuznetsova (дата обращения: 24.09.2024).

[9] Королева. Русский в порядке. 20.08.2024 // Телеграм. URL: https://t.me/s/markoroleva (дата обращения: 24.09.2024).

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2025;11(1):42-55
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 https://neophilology.elpub.ru

рактерные для устной речи, и разговорную лексику. **Интерактивность** минимальна – автор высказывает своё мнение, но не ждёт отклика от читателя. Текст с нулевой **креолизацией**.

Императивные жанры

5. **Опрос** – императивный жанр научно-популярных текстов, обращённый к интеллектуальному опыту адресата и направленный на получение информации от него. В речевой практике опрос реализуется в двух формализованных последовательных и неразрывно связанных текстовых формах: текст-запрос и текст – обзор полученных ответов. Отметим, что обзор ответов может быть представлен как в виде таблицы, диаграммы, так и в текстовой форме – как отдельная публикация.

А. Текст-запрос:

Олеся Дроздова в своём Дзен-канале «Беречь речь» подняла интересный вопрос: почему многие просят «научить москвичей говорить правильно» – речь о сочетании «город Москва»[10]

А у нас тоже вопрос: где вы живете или любите бывать?

- *В городе Москве*
- *В городе Москва*

Б. Текст – обзор ответов:

Олеся Дроздова в своём Дзен-канале «Беречь речь» подняла интересный вопрос: почему многие просят «научить москвичей говорить правильно» – речь о сочетании «город Москва».

А у нас тоже вопрос: где вы живёте или любите бывать?

63 % в городе Москве
37 % в городе Москва

Коммуникативная цель опроса двояка: с одной стороны, получить от адресата информацию о фактах использования языка; с другой – заставить задуматься о правильности такого использования. Жанр опроса нередко выполняет также утилитарную функцию активизации интереса аудитории к публикациям эксперта. **Коммуникативная позиция автора** – эксперт-исследователь. **Позиция адресата** – активный читатель, желающий внести вклад в просветительскую деятельность, связанную с языком, готовый поделиться своим опытом, не вступая в расширенный диалог с экспертом. **Предшествующий контекст** – публикация на другом канале. **Последующий контекст** не проявлен. **Объём** минимальный. **Структура текста** формализована и включает вопрос и варианты ответа с однотипным оформлением и техническим сопровождением. **Интерактивность** публикации максимальна, поскольку задана необходимостью адресата вступить во взаимодействие с автором, опосредованное техническим носителем. Степень **креолизации** нулевая.

6. В научно-популярных интернет-публикациях авторы нередко используют тесты. **Тест** – императивный жанр, обращённый, в отличие от опроса, не к опыту адресата, а к его знаниям, и направленный на проверку уровня этих знаний. Тест эксплуатирует желание адресата подтвердить статус знатока анонимно – не обращаясь к экспертам напрямую. В отличие от тестов, используемых в учебной сфере, научно-популярные тесты не ориентированы на выставление отметок и часто носят развлекательный характер. Авторы таких тестов различными способами поддерживают самооценку адресата, используют элементы интеллектуальной игры, вызова. Тест, как и опрос, представляет собой два формализованных и последовательно связанных текста: собственно текст-тест и текст-оценку полученных ответов. Эти две текстовые формы интерактивны и могут быть реализованы практически одновременно – правильность или ошибочность ответа подтверждается мгновенно. Публикация теста может иметь также более сложную коммуникативно-прагматическую структуру и включать дополнительные коммуникативные блоки:

Тест на грамотность: вы гуру русского языка, если напишете верно хотя бы 10 слов из 12

*Канал **Буква и Цифра** рад приветствовать своих читателей!*

[10] Говорим по-русски! С.О. Северской и Ко. 13.08.2024 // Телеграм. URL: https://t.me/s/echoporusski

2025;11(1):42-55 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 🕮 https://neophilology.elpub.ru

<…> Я выбрал 12 самых трудных, на мой взгляд, словарных слов и составил на их основе новую публикацию.

Перед началом разберём одно задание из предыдущего теста <…>

Надеюсь, мы смогли разобраться с этим вопросом. Теперь приступим к новому тесту! Желаю успехов 😊

Друзья, хотите помочь автору? Пишите в комментарии интересные слова и вопросы, подходящие для составления теста! Тем самым мы улучшим качество материала и поможем другим людям стать грамотнее 📖🤝

Каждый вопрос в отдельном окне. Сразу после выбора ответа вы сможете проверить себя :-) Во всех заданиях выберите правильный вариант написания слова.

Задание 1.

- *восточно сибирский олень*
- *восточно-сибирский олень*
- *восточносибирский олень*
- *Восточно-Сибирский олень <…>*[11]

Общая **коммуникативная цель** теста – привлечение внимания аудитории и предоставление адресату возможности подтвердить свои знания. Попутно автор решает и частные коммуникативные задачи – снимает претензии читателей к одному из заданий предыдущего теста и побуждает читателей принять участие в формировании заданий следующих тестов. **Коммуникативная позиция автора** – эксперт-просветитель, контролёр и аниматор, вовлекающий в свою деятельность читателей (*поможем другим людям стать грамотнее)*. **Позиция адресата** – активный знаток родного языка, поддерживающий свой статус грамотного человека. **Предшествующим контекстом** для вступительной части публикации стал один из ранее опубликованных тестов, к которому необходимо дать пояснения. **Последующим контекстом** может стать обсуждение вариантов ответов и предложения в комментариях. **Объём** текста больше, чем при стандартной публикации теста. **Структура текста** включает обязательные формализованные компоненты (вопросы и варианты ответов с однотипным оформлением и техническим сопровождением) и факультативные неформализованные компоненты – приветствие, разбор заданий предыдущего теста, призыв к участию в создании следующих тестов, инструкция по выполнению теста. **Интерактивность** публикации максимальна: компьютерный тест побуждает адресата активно включиться в игру, выбирая варианты ответов. Без участия адресата жанр не может быть реализован. Степень **креолизации** нулевая.

Развлекательные жанры

7. **Мем**.

Новым элементом жанровой системы современного научно-популярного изложения стали микротексты шуток, каламбуров на лингвистические темы, как правило, представленные в специфическом жанре мема. С одной стороны, тексты такого рода активно используются авторами научно-популярного контента. Но, с другой стороны, они не выполняют основную – просветительскую – функцию научно-популярного текста, а используются скорее для привлечения внимания и развлечения. Поэтому мы склонны относить этот жанр к периферии системы научно-популярных жанров и квалифицировать его развлекательный жанр, цель которого – формировать атмосферу, благоприятную для взаимодействия автора и адресата.

В современной лингвистике мем определяется как сравнительно новое жанровое образование, представляющее собой «сложную полимодальную единицу интернет-коммуникации, включающую вербальный (текстовый) и невербальный (визуальный) компоненты» [12, с. 69]. Подобные тексты могут получать жанровую квалификацию демотиватора – «составленного по определённому формату изображения, состоящего из рисунка и комментирующей его неожиданной надписи-слогана» [13, с. 168]. Интертекстуальные, подвижные мемы-демотиваторы могут включаться в научно-популярные публикации в качестве иллюстрации, составлять их предшествующий или последующий контекст, способствуя реализации рекреаци-

[11] Буква и Цифра. 15.09.2023 // Дзен: сайт. URL: https://dzen.ru/bukva_tsifra (дата обращения: 24.09.2024).

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2025;11(1):42-55
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 https://neophilology.elpub.ru

онной функции современного научно-популярного текста. Это повышает интерес адресата, а значит, делает научно-популярную коммуникацию в целом более эффективной.

Мем в научно-популярном стиле может функционировать как отдельный текст. В этом случае он содержит занимательную информацию лингвистического характера (https://vk.com/prostyazikom).

ВК-страница «Простым языком», https://vk.com/prostyazikom

Наряду с этим мем может играть вспомогательную роль – служить юмористической иллюстрацией к основному тексту публикации или к отдельной мысли автора-эксперта, выполнять функцию акцентирования, усиления смысла или эмоционального посыла публикации, а также может выступать как мотивирующий компонент, призванный стимулировать адресата к совершению неких действий.

Проанализируем один из мемов в соответствии с нашим алгоритмом (https://dzen.ru/yellow_school).

Коммуникативная цель данного мема – привлечение внимания массовой аудитории к чрезмерному, неоправданному употреблению заимствованных слов. **Коммуникативная позиция автора** – неравнодушный иронизирующий эксперт. **Коммуникативная позиция адресата** – читатель-визуал. **Предшествующий контекст** не эксплицирован. **Последующим контекстом** может стать обсуждение и рефлексия читателей в комментариях, а также трансформация мема (изменения визуального или текстового компонента при дальнейших публикациях). **Объём** текста мема несколько больше, чем в стандартной практике, что можно объяснить задачей добиться ощущения избыточности, давления иноязычных слов на человека. **Структура** мема стандартна и включает визуальный и вербальный компоненты. **Интерактивность** публикации минимальна. Степень **креолизации** полная.

Дзен-канал «Этому не учат в школе», https://dzen.ru/yellow_school

Таким образом, мем в научно-популярном дискурсе о языке выполняет ряд функций, реализация которых способствует коммуникативной эффективности текстов. Он служит средством концентрированного визуального представления лингвистической информации; иллюстрирования языковых фактов, о которых говорится в публикации; создания условий, благоприятных для коммуникации автора с адресатом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный научно-популярный дискурс демонстрирует существенное расширение жанрового разнообразия. В сфере письменной научно-популярной коммуникации сохраняет свои позиции канонический жанр научно-популярной книги, в меньшей степени – статьи; востребованными становятся жанры, традиционно относившиеся к публи-

2025;11(1):42-55 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 🕮 https://neophilology.elpub.ru

цистическому стилю, в первую очередь заметка; появляются новые жанры, характерные для медиакоммуникации в целом и активно эксплуатируемые авторами научно-популярного контента.

Описание этого жанрового разнообразия может быть продуктивным при условии учёта ряда дискурсивных характеристик, таких как коммуникативная цель текста, коммуникативные позиции автора и адресата, предшествующий и последующий контексты, объём и структура текста, степень его интерактивности и креолизации, лингвостилистические особенности. Применение алгоритма, включающего эти признаки, позволило выявить и охарактеризовать четыре группы письменных жанров современных научно-популярных текстов о языке:

– информативные: заметки разных типов, карточки, топ-листы;
– оценочные: колонка;
– императивные: опрос, тест;
– развлекательные: мем.

Полагаем, что разработанный алгоритм и полученные результаты могут быть полезны при исследовании жанровой дифференциации не только научно-популярного, но и других типов дискурса, особенно функционирующих в медиапространстве. Перспективой дальнейших исследований должен стать анализ языкового воплощения выявленных особенностей.

Список источников

1. *Чернявская В.Е.* Лингвистика дискурса как языковедческая дисциплина и как методология языкового анализа // Когнитивные исследования языка. 2018. № 33. С. 83-87. https://elibrary.ru/xuzitr
2. *Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. Москва: Искусство, 1986. 444 с. https://elibrary.ru/ymwivf
3. *Дементьев В.В.* Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия // Жанры речи. 2002. № 3. С. 18-40. https://elibrary.ru/sjvwah
4. *Вежбицка А.* Речевые жанры // Жанры речи. 1997. Вып. 1. С. 99-111. https://elibrary.ru/ynqgkl
5. *Шмелёва Т.В.* Модель речевого жанра // Жанры речи. 1997. Вып. 1. С. 88-98. https://elibrary.ru/vlxzcj
6. *Веселовская Т.С., Купрещенко О.Ф.* Интерактивность как свойство цифрового учебного текста и её дидактический потенциал // Мир русского слова. 2021. № 2. С. 80-87. https://doi.org/10.24412/1811-1629-2021-2-80-87, https://elibrary.ru/xpdpyi
7. *Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. Москва: Высш. шк., 1990. С. 180-186. https://search.rsl.ru/ru/record/01001544270?ysclid=m6up1qfazp295747944
8. *Анисимова Е.Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Москва: Академия, 2003. 107 с. https://elibrary.ru/ywotpl
9. *Шмелёва Т.В.* Жанр в современной медиасфере // Жанры речи. 2012. Вып. 8. С. 26-37. https://elibrary.ru/ynvtop
10. *Арутюнова Н.Д.* Жанры общения // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. Москва: Наука, 1992. С. 49-61. https://elibrary.ru/vsteyo
11. *Дмитровский А.Л.* Жанры журналистики // Учёные записки Орловского государственного университета. 2014. № 4 (60). С. 149-158. https://elibrary.ru/tmqakh
12. *Голубкова Е.Е., Канашина С.В.* Семиотическая гибридизация как основа семантики интернет-мемов // Слово.ру: Балтийский акцент. 2018. Т. 9. № 2. С. 69-79. https://doi.org/10.5922/2225-5346-2018-2-6, https://elibrary.ru/uurpes
13. *Щурина Ю.В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. № 3. С. 161-173. https://elibrary.ru/owqftd

References

1. Chernyavskaya V.E. Discourse linguistics as linguistic discipline and methodology of language-in-use analysis. *Kognitivnye issledovaniya yazyka = Cognitive Studies of Language*, 2018, no. 33, pp. 83-87. (In Russ.) https://elibrary.ru/xuzitr

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2025;11(1):42-55
Print ISSN 2587-6953, Online ISSN 2782-5868 https://neophilology.elpub.ru

2. Bakhtin M.M. The issue of the speech genre. *The Aesthetics of Verbal Creativity*. Moscow, Iskusstvo Publ., 1986, 444 p. (In Russ.) https://elibrary.ru/ymwivf
3. Dementev V.V. Communicative genristics: speech genres as a mean for social interaction formalization. *Zhanry rechi = Speech Genres*, 2002, no. 3, pp. 18-40. (In Russ.) https://elibrary.ru/sjvwah
4. Vezhbitska A. Speech genres. *Zhanry rechi = Speech Genres*, 1997, issue 1, pp. 99-111. (In Russ.) https://elibrary.ru/ynqgkl
5. Shmeleva T.V. The model of the speech genre. *Zhanry rechi = Speech Genres*, 1997, issue 1, pp. 88-98. (In Russ.) https://elibrary.ru/vlxzcj
6. Veselovskaya T.S., Kupreshchenko O.F. Interactivity as a property of digital educational text and its didactic potential. *Mir russkogo slova = World of the Russian Word*, 2021, no. 2, pp. 80-87. (In Russ.) https://doi.org/10.24412/1811-1629-2021-2-80-87, https://elibrary.ru/xpdpyi
7. Sorokin Yu.A., Tarasov E.F. Creolized texts and their communicative function. *Optimization of Speech Impact*. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1990, pp. 180-186. (In Russ.) https://search.rsl.ru/ru/record/01001544270?ysclid=m6up1qfazp295747944
8. Anisimova E.E. *Text Linguistics and Intercultural Communication (on the Material of Creolized Texts)*. Moscow, Akademiya Publ., 2003, 107 p. (In Russ.) https://elibrary.ru/ywotpl
9. Shmeleva T.V. Genre in a modern mediasphere. *Zhanry rechi = Speech Genres*, 2012, issue 8, pp. 26-37. (In Russ.) https://elibrary.ru/ynvtop
10. Arutyunova N.D. Genres of communication. *The Human Factor in Language. Communication*, *Modality*, *Deixis*. Moscow, Nauka Publ., 1992, pp. 49-61. (In Russ.) https://elibrary.ru/vsteyo
11. Dmitrovskii A.L. Journalism genres. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta = Scientific Notes of Orel State University*, 2014, no. 4 (60), pp. 149-158. (In Russ.) https://elibrary.ru/tmqakh
12. Golubkova E.E., Kanashina S.V. Semiotic hybridisation as the basis of internet meme semantics. *Slovo.ru: Baltiiskii aktsent = Slovo.ru: Baltic Accent*, 2018, vol. 9, no. 2, pp. 69-79. (In Russ.) https://doi.org/10.5922/2225-5346-2018-2-6, https://elibrary.ru/uurpes
13. Shchurina Yu.V. Internet meme as a phenomenon of internet communication. *Nauchnyi dialog = Scientific Dialogue*, 2012, no. 3, pp. 161-173. (In Russ.) https://elibrary.ru/owqftd

Информация об авторах

РЕБКОВЕЦ Ольга Александровна, исполняющий обязанности ректора, Камчатский государственный университет им. Витуса Беринга, г. Петропавловск-Камчатский, Российская Федерация, https://orcid.org/0009-0009-7267-7655, rebkovets.olga@gmail.com

МИЛЯНЧУК Наталья Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и литературы, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Российская Федерация, https://orcid.org/0000-0001-5519-4779, mlnchk@mail.ru

Для контактов:
Ребковец Ольга Александровна
e-mail: rebkovets.olga@gmail.com

Поступила в редакцию 28.10.2024
Поступила после рецензирования 01.12.2024
Принята к публикации 05.12.2024

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

Information about the authors

Olga A. Rebkovets, Acting Rector, Vitus Bering Kamchatka State University, Petropavlovsk-Kamchatsky, Russian Federation, https://orcid.org/0009-0009-7267-7655, rebkovets.olga@gmail.com

Natalia S. Milyanchuk, Cand. Sci. (Philology), Associate Professor, Associate Professor of the Russian Language and Literature Department, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation, https://orcid.org/0000-0001-5519-4779, mlnchk@mail.ru

Corresponding author:
Olga A. Rebkovets
e-mail: rebkovets.olga@gmail.com

Received 28.10.2024
Revised 01.12.2024
Accepted 05.12.2024

The authors have read and approved the final manuscript.