

Научная статья

УДК 81

DOI 10.47475/2949-3390-2025-5-2-641-652



ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА И МЕХАНИЗМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ОСВЕЩЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫДАЮЩИХСЯ УЧЕНЫХ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Анна Вячеславовна Таскаева¹, Ирина Евгеньевна Фадюшина²

^{1,2} Челябинский государственный университет, Южно-Уральский государственный институт искусств имени П.И. Чайковского, Челябинск, Россия

¹ taskaeva_anna@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4398-2644>,
SPIN-код: 8841-9943

² abramova74@yandex.ru

Аннотация. В исследовании выявлены и проанализированы механизмы и языковые средства популяризации научного знания в региональных СМИ Челябинской области на материале медиатекстов, посвященных ученым и их деятельности. Результаты исследования показали, что региональные СМИ выработали эффективную модель популяризации, основанную на персонификации (конструирование образа ученого как «героя-профессионала»), метафоризации (перевод сложных научных терминов на общедоступный язык с помощью аналогий и метафор) и локализации (особый акцент на связи ученого с регионом). В статье продемонстрировано, что популяризация в региональных СМИ – это системная работа по формированию позитивного образа «героя-профессионала» и интеграции науки в лингвокультурное пространство региона.

Ключевые слова: популяризация науки, региональные СМИ, лингвокультурное пространство, герой-профессионал, научная коммуникация, медиадискурс, Челябинская область

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда и Челябинской области № 25-28-20202, <https://rscf.ru/project/25-28-20202/>.

Для цитирования: Таскаева А. В., Фадюшина И. Е. Языковые средства и механизмы популяризации научного знания в региональных СМИ (на примере освещения деятельности выдающихся ученых Челябинской области) // Динамика медиасистем. 2025. Том 5, Вып. 2. С. 641–652. doi: 10.47475/2949-3390-2025-5-2-641-652

Original article

**LINGUISTIC MEANS AND MECHANISMS OF
POPULARIZING SCIENTIFIC KNOWLEDGE IN REGIONAL
MEDIA (BASED ON MATERIALS ABOUT PROMINENT
SCIENTISTS OF THE CHELYABINSK REGION)**

Anna V. Taskaeva¹, Irina E. Fadyushina²

^{1,2} Chelyabinsk State University, South Ural State Institute of Arts
named after P.I. Tchaikovsky, Chelyabinsk, Russia

¹ taskaeva_anna@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4398-2644>

² abramova74@yandex.ru.

Abstract. This study identifies and analyzes the mechanisms and linguistic means of popularizing scientific knowledge in the regional media of the Chelyabinsk Oblast, based on a corpus of media texts dedicated to scientists and their work. The results demonstrate that regional media have developed an effective popularization model based on three key strategies: personalization (constructing the image of the scientist as a “hero-professional”), metaphorization (translating complex scientific terms into accessible language through analogies and metaphors), and localization (a specific emphasis on the scientist’s connection to the region). The article shows that science popularization in regional media constitutes a systematic effort to form a positive image of the “hero-professional” and to integrate science into the region’s linguocultural space.

Key words: science popularization, regional media, linguocultural space, hero-professional, science communication, media discourse, Chelyabinsk Oblast

Acknowledgements: The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation and the Chelyabinsk Region № 25-28-20202, <https://rscf.ru/project/25-28-20202>.

For citations: Taskaeva A. V., Fadyushina I. E. (2025). Linguistic means and mechanisms of popularizing scientific knowledge in regional media (based on materials about prominent scientists of the Chelyabinsk region). *Dynamics of Media Systems*, Vol. 5, Issue 2: 641–652. doi: 10.47475/2949-3390-2025-5-2-641-652 (In Russ).

Введение

В настоящий момент как никогда чувствуется заинтересованность государства и его участие в процессе популяризации научного знания. Подтверждением тому является активная просветительская деятельность Российского общества «Знание», утверждение Всероссийской премии «За верность науке», которая с 2015 г. ежегодно присуждается за выдающиеся достижения в области научной коммуникации, популяризации научных достижений и поддержки престижа научной деятельности в Российской Федерации, масштабные мероприятия, проводимые в рамках Десятилетия науки и технологий 2022–2031 гг., направленные на привлечение талантливой молодежи в сферу исследований и разработок («Наука рядом», «Школьники в научно-технической деятельности», «Научное волонтерство», «Наука побеждать», «Научные детские площадки»), содействие вовлечению исследователей и разработчиков в решение важнейших задач развития общества и страны («Снова в школу», «Проектирование будущего», «Работа с опытом», Конгресс молодых ученых и др.), повышение доступности информации о достижениях и перспективах российской науки («Наука для всей семьи», «Научно-популярный туризм», «Наука как искусство» и др.).

Популяризация научного знания среди широкой публики важна

для формирования позитивного имиджа российской науки, однако наука делается не только в столицах. Среди ключевых проблем распространения научных знаний в России следует выделить их выраженную централизацию и недостаточное внимание к региональному аспекту. Масштабные федеральные инициативы направлены на широкие слои населения, однако их реализация на практике концентрируется в Москве. Это приводит к тому, что региональная аудитория, включая потенциальных молодых ученых и будущих специалистов, лишается прямого доступа к ведущим экспертам и современным форматам научной коммуникации, что подчеркивает необходимость развития популяризации на региональном уровне.

Цель исследования – выявить и проанализировать композиционные механизмы и языковые средства популяризации научного знания в региональных СМИ Челябинской области на материале медиатекстов, посвященных ученым и их деятельности. Подчеркнем, что региональные СМИ являются действенным каналом популяризации благодаря их специфике: близость к аудитории, высокий уровень доверия аудитории, повышенный уровень интереса широкой публики к историям о своих земляках.

Объект исследования – цикл интервью с учеными в рубрике «Такая наука» издания «Комсомольская правда – Челябинск» за июль-сентябрь 2025 года (Серьезное тревожное расстройство // Комсомольская правда, 2025, 17 июля, <https://www.chel.kp.ru/daily/27726/5115134/>; 3D-принтер для зубов и GPS для челюсти // Комсомольская правда, 2025, 24 июля, <https://www.chel.kp.ru/daily/27729/5117858/>; Их бьет судьба, а они как птицы феникс // Комсомольская правда, 2025, 31 июля, <https://www.chel.kp.ru/daily/27729/5118403/>; Управлять своим и чужим настроением // Комсомольская правда, 2025, 07 августа, <https://www.chel.kp.ru/daily/27734/5124038/>; «Истории случаются с теми, кто умеет о них рассказывать» // Комсомольская правда, 2025, 14 августа, <https://www.chel.kp.ru/daily/27738/5127881/>; «Даже земля – источник информации» // Комсомольская правда, 2025, 28 августа, <https://www.chel.kp.ru/daily/27744/5134225/>; «Это тоже мы!» // Комсомольская правда, 2025, 11 сентября, <https://www.chel.kp.ru/daily/27750/5140618/>; Надел VR-очки и попал в травмпункт //

Комсомольская правда, 2025, 18 сентября, <https://www.chel.kp.ru/daily/27752/5143287/>). Данный цикл – это целенаправленная и системная работа по популяризации науки и представлению «героев-профессионалов» Южного Урала. Статьи не просто рассказывают о науке, а делают это через призму деятельности конкретных ученых из челябинских вузов, формируя их публичный образ и встраивая их в лингвокультурное пространство региона.

Предмет исследования – языковые средства и композиционные механизмы популяризации научного знания в данных текстах. Методы исследования: дискурс-анализ, контент-анализ, описательный метод.

Новизна исследования заключается в том, что мы рассматриваем образ ученого, или по-другому, деятеля науки, в контексте описания героической парадигмы. «Героическая парадигма – комплексная динамичная репрезентация героического в определенной лингвокультуре, «открытая система героических образов, реализующих концепт ГЕРОЙ в целом и в конкретной лингвокультуре в частности. Трансформация образа героя как основного репрезентанта концепта ГЕРОЙ в современном массмедийном дискурсе является характерной особенностью героической парадигмы» (Таскаева 2021: 2215). В настоящий момент особенно остро чувствуется потребность общества и запрос государства на новых героев, в том числе героев-профессионалов в сфере науки.

Выдающийся деятель науки – это герой конкретной профессиональной деятельности, ученый, внесший значительный вклад в науку, совершивший научное открытие, оказавшее влияние на развитие общества, результаты обширной научной деятельности которого получили признание мировой научной общественности, а фундаментальные труды стали достоянием и предвосхитили современные представления в той или иной области научных знаний.

Теоретическая основа и методы популяризации науки

Уточним, что популяризация научного знания не просто упрощение, а трансляция, то есть адаптация сложных научных концепций на язык, понятный неспециалисту. Как отмечает Е. А. Панина, «при адаптации научного к интересам широкой

общественности актуальным становится и выбор форм и методов популяризации» (Панина 2019: 176). По мнению Н. В. Сухенко можно выделить следующие инструменты, способствующие эффективному донесению научной информации: «СМИ, характеризующиеся многочисленной аудиторией и высокой степенью коммуникативной результативности; научно-популярные лекции, обладающие двумя существенными характеристиками – интерактивностью и работой с информацией напрямую в реальном времени; научно-популярная литература, включающая в себя издания, посвящённые наукам, направленные на большой круг читателей и научно-популярные журналы, содержащие научные новости, статьи, колонки любопытных данных, фоторепортажи; интернет – инструмент, способный объединить в себе все указанные выше средства, и, что особенно важно, придать им интерактивность» (Сухенко 2016: 17–18). При этом автор отмечает, что «к наиболее приемлемым формам популяризации науки можно отнести современные инновационные проекты: научные фестивали, театры, подкасты, устные выпуски научно-популярных журналов, интерактивные научные музеи, научные кафе, онлайн-интервью учёных, научные автопробеги и т. д.» (Сухенко 2016: 22). Как справедливо отмечает М. В. Загидуллина, наука сейчас подвержена медиатизации и «вынуждена «играть по правилам», предлагаемым ей миром социальных сетей, лент новостей, «кликабельности», «вирусности», «шерабельности» – то есть наука вынуждена нравиться широкому кругу пользователей» (Загидуллина 2024: 50).

В отечественной журналистике выработаны основные критерии для любого научно-популярного произведения, создаваемого СМИ. Согласно им, оно должно обладать: «значимостью для аудитории; высокой степенью достоверности, опираться на документальные источники и непосредственные наблюдения; изложение должно быть ярким, зрелищным, динамичным, драматичным, интеллигентным; автор должен обладать авторитетом известного ученого, или профессионала – журналиста; автор должен быть свидетелем или участником событий, о которых идет речь» (Тертычный 2013: 213). При этом «практический каждый автор вырабатывает свой оригинальный авторский почерк подачи

научного знания» (Петрова 2018: 80).

Композиционные механизмы популяризации в рубрике «Такая наука»

Цикл интервью с учеными в рубрике «Такая наука» издания «Комсомольская правда – Челябинск» в полной мере удовлетворяет приведенным выше критериям. В результате анализа текстов можно констатировать, что основной целью программы является создание устойчивого образа «героя-профессионала» в сфере науки посредством использования приема персонификации. В каждой статье центральной фигурой является конкретный ученый (М. В. Овчинников, В. Г. Рагозинская, О. Б. Цейликман, Е. В. Куприянова, В. Э. Цейликман, Н. С. Нуриева, Е. А. Селютина, М. В. Рахимова, А. И. Шамселов), при этом это не абстрактные «британские ученые», а наши, местные эксперты с именем, должностью и званием. Делается особый акцент на связи ученого с регионом: в каждой статье подчеркивается аффилиация ученого (ЧелГУ, ЮУрГМУ, ЮУрГУ, ЮУрГИИ им. П.И. Чайковского и др.) для того, чтобы показать, что «герой-профессионал» является частью научно-образовательного ландшафта именно Челябинской области. Такой подход исключает псевдонаучность, демонстрируя высокую степень достоверности информации. Более того, ученые предстают не только как эксперты (доктора и кандидаты наук, профессора и доценты), но и как увлеченные своим делом люди, способные говорить просто о сложном, тем самым формируется привлекательный для широкой аудитории образ ученого, который сочетает в себе профессионализм и человечность.

Кроме того, цикл статей демонстрирует широчайший спектр научных направлений, развиваемых в челябинских вузах, что доказывает, что Челябинская область является крупным научным центром с компетенциями как в технических, так и в гуманитарных сферах.

Важно, что все статьи построены по схожему шаблону, который доказал свою эффективность:

1. Цепляющий, метафоричный заголовок (*«3D-принтер для зубов и GPS для челюсти», «Их бьет судьба, а они как птицы феникс», «Как в театрах «оживляют» писателей по записям из дневников»* и др.), который сразу привлекает внимание

неискушенного читателя.

2. Лид-заголовок, который создает проблему или интригу. Статья начинается с вопроса или утверждения, которое волнует каждого (*боимся стоматолога, постоянно отвлекаемся на телефон, стресс на работе*).

3. Диалоговая форма. Ведущая выступает в роли просветителя-транслятора, который задает вопросы от лица обывателя, удивляется, просит пояснить сложные моменты. Это ключевой прием вовлечения аудитории.

4. Постепенное погружение: Разговор всегда идет от бытовой, понятной проблемы к сложному научному объяснению.

5. Выработка практических рекомендаций для читателей, демонстрирующая связь науки и каждодневной жизни.

Языковые средства популяризации научного знания

В результаты анализа выявлены языковые механизмы популяризации, к которым относятся метафоры, аналогии, замена терминов, подкрепление примерами.

Ключевым приемом является использование метафор и аналогий. Приведем примеры: *GPS для челюсти* (вместо «аксиография» или «трактометрия движения нижней челюсти»); *напечатать зубы на 3D-принтере как детальку Lego*; *зуботехническая лаборатория напоминает маленький завод* (создание наглядного визуального образа), *цифровые рельсы* (метафора перехода на новый технологический уклад); *явление «ментальных отключений»*, *режим «по умолчанию»* (сравнение работы мозга с компьютером); *птицы феникс* (метафора для людей с высокой стрессоустойчивостью и способностью восстанавливаться); *прокачать интеллект*; *эмоции – наш навигатор по жизни* (метафора, объясняющая регулирующую функцию эмоций); *человек, который закрыт в себе – он как некий сундучок, покрытый пылью*; *достать одежду из экзистенциального шкафа* (яркая метафора для выбора социальной роли); *вихрь искренности вышибает нас из седла смысла* (поэтическая метафора, поясняющая диссонанс между искренностью и социальными нормами); *виртуальный травмпункт* (метафора, переносящая реальное помещение в цифровой формат), *дедовские лекции* (метафора, обозначающая традиционные, устаревшие методы).

В статьях обнаружены примеры научных терминов, которые были образованы метафорическим способом и широко используются в научном дискурсе, такие как *генные сети* (метафоричное описание сложного взаимодействия генов), *эмоциональные поглаживания* (метафора, обозначающая знаки внимания, поддержку, признание), *социальные маски*. Кроме того, встречаются эвфемизмы, например, *адоранты хищника* (для описания лисьей мочи в эксперименте). Обнаружены примеры использования молодежного сленга, такие как *движуха*, *кайфовали* и др. для привлечения молодежной аудитории.

Частотно использование эпитетов и эмоционально-оценочной лексики, вызывающей эмоциональный отклик и формирующей определенное отношение к явлению: *революционный подход*, *шаг в будущее*, *невероятно интересно*, *гениальное предположение*, *колоссальная стоимость парадоксальная вещь* и др.

Следующий частотный прием в научно-популярных статьях – это замена терминов и описательное объяснение сложных научных понятий. Приведем примеры из анализируемых текстов: *«интраоральный сканер» – чудо-прибор «внутриротовой сканер»*; *«нейропластичность» – умение перестраивать работу мозга, способность нервной системы восстанавливаться и адаптироваться*; *«персона» (К. Юнг) – маска, социальная роль, сознательный сегмент психики*; *«эмпатия» – способность сопереживать, понимать, какие эмоции испытывает другой человек*; *«посттравматическое стрессовое расстройство» – тяжеленные воспоминания (флэшбэки), поведение избегания*; *«геймификация образовательного процесса» – совмещение элементов игры и образовательного процесса*.

Другими важными характеристиками анализируемых статей является использование риторических вопросов и приемов диалогизации, опора на авторитеты и примеры из повседневной жизни. Так, используется устойчивый набор приемов, направленных на создание доступного и привлекательного контента.

Заключение

Таким образом, в проведенном исследовании рассмотрен образ ученого через призму героической парадигмы и выявлены специфические механизмы, с помощью которых образ героя-

профессионала в сфере науки конструируется в медиадискурсе региональных СМИ. В результате исследования мы пришли к следующим выводам. Региональные СМИ выработали определенный шаблон популяризации науки, основанный на персонификации (герой-эксперт), метафоризации (перевод сложного на простой язык) и локализации (привязка к местным вузам и проблемам). Главным механизмом популяризации является конструирование позитивного имиджа «героя-профессионала» – ученого, который не только обладает глубокими знаниями, но и способен говорить с обществом на его языке, решая актуальные проблемы.

Популяризация в региональных СМИ выполняет не только просветительскую функцию, но и участвует в формировании региональной идентичности. Подобные циклы публикаций являются эффективным инструментом реализации задач по популяризации науки и формированию позитивного имиджа «героя-профессионала» в региональном сознании. Они не только информируют, но и формируют новую культурную среду, в которой наука воспринимается как неотъемлемая часть жизни региона.

Список источников

Загидуллина М.В. Медиатизация науки: о внутренних границах научной популяризации (на примере археологии) // Журналістыка - 2024: стан, праблемы і перспектывы. Матэрыялы 26-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 80-годдзю факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Мінск, 2024. Мінск : БДУ. С. 49–52.

Панина Е. А. Популяризация науки в условиях современной социокультурной ситуации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. № 4 (43). С. 172–181. <https://doi.org/10.24411/2078-1024-2019-14018>.

Петрова М. В. Научно-популярная журналистика: традиции и современные реалии // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 4. С. 78–82. <https://doi.org/10.24411/2499-9679-2018-10200>.

Сухенко Н. В. Специфика популяризации науки в России // Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Серия: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2016. № 4.

С. 18–22.

Таскаева А.В., Питина С.А. Трансформация лураса героя в медийном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. №7. С. 2215–2220.

Тертычный А. А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия Филология. Журналистика. 2013. № 2. С. 212–217.

References

Zagidullina, M. V. (2024). Mediatizatsiya nauki: o vnutrennikh granitsakh nauchnoy populyarizatsii (na primere arkheologii) [Mediatization of science: on the internal boundaries of scientific popularization (using the example of archaeology)]. *Zhurnalistyka – 2024: stan, prablemy i perspektivy*. Minsk: BDU. 49–52 (In Russ.).

Panina, E. A. (2019). Populyarizatsiya nauki v usloviyakh sovremennoy sotsiokulturnoy situatsii [Popularization of science in the context of the modern socio-cultural situation]. *Vestnik Maikopskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta*, 4, 175–178. <https://doi.org/10.24411/2078-1024-2019-14018> (In Russ.).

Petrova, M. V. (2018). Nauchno-populyarnaya zhurnalistika: traditsii i sovremennye realii [Science journalism: traditions and modern realities]. *Verkhnevolzhskiy filologicheskii vestnik*, 4, 78–82. <https://doi.org/10.24411/2499-9679-2018-10200> (In Russ.).

Sukhenko, N. V. (2016). Spetsifika populyarizatsii nauki v Rossii [The specifics of science popularization in Russia]. *Vestnik NGTU im. R. E. Alekseeva. Seriya «Upravlenie v sotsial'nykh sistemakh. Kommunikativnye tekhnologii»*, 4, 18–22. (In Russ.).

Taskaeva, A. V., Pitina S. A. (2021). Transformaciya ljuraza geroja v medijnom diskurse [Transformation of the hero's luraz in media discourse] // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 7, 2215–2220. (In Russ.).

Tertychny, A. A. (2013). Byt' li nauchno-populyarnoy zhurnalistike? [Will there be science journalism?]. *Vestnik VGU. Seriya Filologiya. Zhurnalistika*, 2, 212–217. (In Russ.).

Информация об авторах

А. В. Таскаева – доктор филологических наук, доцент, главный

научный сотрудник Южно-Уральского государственного института искусств имени П.И. Чайковского, профессор кафедры восточных и романо-германских языков Челябинского государственного университета.

И. Е. Фадюшина – младший научный сотрудник Южно-Уральского государственного института искусств имени П.И. Чайковского

Information about the authors

Anna V. Taskaeva – Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, Chief Researcher of South Ural State Institute of Arts named after P.I. Tchaikovsky, Professor at the Department of Oriental and Romance-Germanic Languages of Chelyabinsk State University

Irina E. Fadyushina – Junior Researcher of South Ural State Institute of Arts named after P.I. Tchaikovsky

Статья поступила в редакцию 24.07.2025, одобрена после рецензирования 13.10.2025, принята к публикации 23.10.2025.

The article was received by the editors on 24.07.2025, approved after review on 13.10.2025; accepted for publication on 23.10.2025.

Вклад авторов: авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.