

## СТРАТЕГИИ АВТОРА: НА МАТЕРИАЛЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТОВ

**Христофорова Наталья Игоревна**

Кандидат филологических наук, доцент, Московский  
авиационный институт  
n\_khristoforova@mail.ru

### AUTHOR'S STRATEGIES: BASED ON POPULAR SCIENTIFIC INTERNET TEXTS

**N. Khristoforova**

*Summary:* The function of the text is to systematize the act of communication. The systemic component of the text is embodied in the existence of a global plan, that is, the communicative strategies of the author of the text and the means of implementing these strategies. The article attempts to consider the strategies of the author of a popular science text leading to maximum reach of the readership, for which typical communicative tactics are used.

The article highlights and characterizes the main types of communicative strategies implemented in the popular scientific German-language text, and considers their application in the aspect of the implementation of the author's tasks in the construction of this type of text.

The scientific novelty of the article consists in an attempt to describe the features of popular science texts, highlighting lexico-grammatical and semantic markers characteristic of the authors of this type of text. The material for the analysis was the popular scientific texts of German-language websites.

*Keywords:* communicative strategies, popular science text, internet text, author, reader, manipulation.

*Аннотация:* Функция текста состоит в систематизации акта коммуникации. Системная же составляющая текста воплощается в существовании глобального замысла, то есть коммуникативных стратегий автора текста и средств реализации этих стратегий. В статье предпринята попытка рассмотрения стратегий автора научно-популярного текста, ведущих к максимальному охвату читательской аудитории, для чего задействуются типичные коммуникативные тактики.

В статье выделены и охарактеризованы основные виды коммуникативных стратегий, реализуемые в научно-популярном немецкоязычном тексте, и рассматривается их применение в аспекте осуществления задач автора при построении данного типа текста.

Научная новизна статьи заключается в попытке описания особенностей научно-популярных текстов, выделении лексико-грамматических и семантических маркеров, характерных для авторов данного типа текста. Материалом для анализа послужили научно-популярные тексты немецкоязычных сайтов.

*Ключевые слова:* коммуникативные стратегии, научно-популярный текст, интернет-текст, автор, читатель, манипуляция.

Одной из ключевых особенностей авторов научно-популярного текста является их профессиональная принадлежность исследовательской деятельности. Это:

1. Профессионалы в рассматриваемой области знаний;
2. Профессионалы в рассматриваемой области знаний, имеющие дополнительное образование в области журналистики;
3. Профессиональные журналисты, специализирующиеся на научных исследованиях.

Отметим, что одна из важных причин значимости научно-популярных текстов заключается в том, что автору-профессионалу известны принципы построения этих текстов, позволяющие оперативно оценивать информацию и подбирать оптимальный алгоритм представления сложной научно-технической информации целевой аудитории – читателям-неспециалистами в этой области, желающим получить новые знания. Хотя универсальных методов планирования написания научно-популярных текстов и не существует, знание коммуникативных стратегий, дающих возможность выстроить план общения с читателем с помощью текста, способствует эффективно-

сти этого общения. Под коммуникативной стратегией мы понимаем «общий план коммуникативного поведения, посредством которого выбирается оптимальное решение коммуникативных задач и реализуются речевые действия коммуниканта» [1, с. 161]. Коммуникативная стратегия выражается «в выборе системы продуманных говорящим/пишущим поэтапных речевых действий; линия речевого поведения, принятая на основе осознания коммуникативной ситуации в целом и направленная на достижение конечной коммуникативной цели (целей) в процессе речевого общения» [2, с. 5]. Правомерно говорить о программе поведения автора, воздействующего на читателя и вызывающего у него желаемую реакцию – интерес к информации, совпадение оценок с авторской, для чего производится выбор формы текста, языкового материала, его стилистика и т. д. Подчеркнем, что, подчиняясь общим правилам построения текста, автор вправе вносить в него личные коррективы, то есть реализовывать авторские установки, соответствующие цели текста. На наш взгляд, для научно-популярного текста приемлемо говорить о следующей классификации коммуникативных стратегий автора: информационная; регулятивно-воздействующая; эмотивная; интерпретирующая.

Поскольку автор – профессионал, реализующий при создании текста специализированные задачи, мы сосредоточимся на перечисленных коммуникативных стратегиях, направленных на решение задач привлечения внимания, информирования, воздействия и формирования оценки. Рассмотрим каждую из стратегий на примерах из научно-популярных текстов.

Основу информационной коммуникативной стратегии автора научно-популярного текста составляет информация и предоставление этой информации читателю. Следовательно, можно говорить о «виртуальном диалоге», в ходе которого эта стратегия подразумевает передачу фактов об исследовании, его результатов и возможных перспектив. Отличительной особенностью реализации этой стратегии является исключительно передача информации без комментария автором. Например, текст содержит информацию об озере Шаста [3]:

Eine mächtige Talsperre staut den Sacramento River im Norden des US-Bundesstaats Kalifornien. Die Staumauer ist mehr als einen Kilometer lang und rund 180 Meter hoch. Dahinter liegt ein weitverzweigter See inmitten bewaldeter Hügel, der Shasta Lake. Er ist der größte Stausee Kaliforniens und mehr als 50 Kilometer lang/Мощная плотина перекрывает реку Сакраменто на севере американского штата Калифорния. Стена плотины имеет длину более километра и высоту около 180 метров. За ним находится обширное разветвленное озеро, расположенное среди лесистых холмов, озеро Шаста. Это самое большое водохранилище в Калифорнии, его длина превышает 50 километров.

Seit 2019 hatte eine lange Periode extremer Trockenheit den Pegel des Stausees sinken lassen. Aber in den ersten Monaten des laufenden Jahres sorgten starke Regenfälle und das Schmelzwasser einer überdurchschnittlich hohen Schneedecke in den Bergen für eine Trendwende. Im Mai 2023 war der See dann fast wieder vollständig gefüllt. /С 2019 года из-за длительного периода сильной засухи уровень водохранилища упал. Но в первые месяцы текущего года сильные дожди и талая вода из-за снежного покрова в горах с более высоким, чем в среднем, уровнем привели к изменению ситуации. Затем, в мае 2023 года, озеро было почти полностью снова заполнено.

Как видно из приведенных примеров, информационная стратегия задействуется автором с целью оповещения, информирования читателя о самом большом водохранилище Калифорнии и его уровне на май 2023.

Одной из популярных разновидностей научно-популярных текстов информационного характера являются статьи, которые представляют собой изложение информации, опубликованной на сайте университета, научного журнала, научно-популярного журнала. В результате новый текст оформлен под общий стиль заимствующего журнала и оснащен гиперссылкой. Подчер-

кнем, что и в этом журнале текст выполняет функцию информирования читателя. Примером этого является текст-оповещение об открытии, сделанном в ходе археологических раскопок в Омане [4]: при желании читатель может перейти по гиперссылке, оснащенной указанием «источник», на сайт Франкфуртского университета им. И.В. Гёте и прочитать оригинал статьи, написанной исследователями-сотрудниками института на немецком или английском языке:

Quelle: [Goethe-Universität Frankfurt am Main](#) [5]

Отметим, что использование такого метода написания текстов «напоминает принцип агрегации новостей в одной ленте, что свойственно сайтам Интернет-СМИ» [1, с. 163]. При этом в научно-популярном тексте информационная коммуникативная стратегия в чистом виде не встречается – она дополняется другими стратегиями. Одной из них является регулятивно-воздействующая или стратегия привлечения и управления вниманием читателя. «Эта стратегия может быть реализована в виде четырех коммуникативно-речевых тактик: подчинение, контроль над инициативой, контроль над темой, контроль над деятельностью» [6, с. 401], поскольку «конечной целью автора является пробудить интерес» [7, с.87] читателя. Самой частой тактикой данной стратегии в научно-популярном тексте является убеждение. Так, из текста, рассказывающего об исследовании на тему, как период локдауна во время эпидемии коронавируса повлиял на жизнь диких животных, мы узнаем интересные факты, значимые для сохранения животного мира [8]:

Während die Menschen eingeschränkt waren, konnten weltweit viele Wildtiere ihre Mobilität entfalten/ В то время как люди были ограничены, многие дикие животные по всему миру смогли развить свою мобильность:

Interessanterweise kam es bei bestimmten Beschränkungs-Regelungen aber auch zum gegenteiligen Effekt/ Интересно, что в некоторых ограничительных режимах, однако, наблюдался и противоположный эффект.

Die Informationen können somit Schutzbemühungen zugutekommen, sagen die Wissenschaftler./ Таким образом, информация может оказаться полезной для работы по защите животных, говорят ученые.

Важными стратегиями, используемыми авторами научно-популярных текстов являются эмотивная и интерпретирующая. «Основная цель... при реализации экспрессивно-апеллятивной (эмотивной) стратегии – выразить свои чувства, эмоции, оценки, коммуникативные интенции, предпочтения, настроения в отношении речевых проявлений адресата и коммуникативной ситуации в целом. .... В фокусе... находятся не факты или знания..., а мнения, интенции, мотивы, планы, личностные предпочтения» [6, с. 402]. Самые частые формы реализации этой стратегии - использование эмоционально окрашенной лексики, лексических маркеров выражения мнения, лексические категории, выражающие модаль-

ность. Рассматривая общеизвестные заблуждения о чае [9], автор комментирует их, используя разнообразную эмоционально окрашенную лексику, позволяющую наладить контакт с читателем:

unter die Lupe nehmen/проконтролировать, Ganz im Gegenteil/совсем наоборот, es hält sich das Gerücht/ходит слух, das stimmt nicht ganz/это не совсем так, nun gut, schimmelig wird er wirklich nicht/ну, ладно, не заплесневеть-то он не заплесневеет, Es ist übrigens ein Mythos/кстати, это миф. Отметим, что автор несколько раз употребляет в тексте слово «Mythos/миф», мягко призывая читателя согласиться со своим мнением – «популярные мифы о чае следует развенчать».

Той же цели служит видеоролик-краткое интервью со специалистом-экопатологом о так называемых лечебных сортах чая, включенный в текст. Отметим, что специалист рассказывает о чае, сидя на кухне – именно там, где заваривает себе чай множество людей, ее снимают достаточно крупно, что создает эффект «беседы» читателя текста и специалиста в привычной спокойной обстановке и вызывает больше доверия к словам специалиста и желание согласиться как с ним, так и с автором текста. Отметим, что в научно-популярном тексте реализация эмотивной коммуникативной стратегии является скорее средством привлечения и удержания внимания аудитории, самовыражения автора.

На реализацию задач автора научно-популярного текста направлена и интерпретирующая коммуникативная стратегия. Под этой стратегией понимается интерпретация особым образом информации, высказывания о событии, анализ, трактовка фактов, выражение мнения, суждения. Иначе говоря, интерпретирующая коммуникативная стратегия дает возможность не только отражать событие (открытие, исследование и др.), но и интерпретировать их в соответствии с оценкой автора. Так, автор текста о темной материи [10] использует стратегию интерпретирующей коммуникации следующим образом: объясняя важность эксперимента, она говорит о том, что проблема давняя, но разрешить ее сложно, хотя и, наверное, возможно: *Trotz jahrzehntelanger Fahndung gibt es bisher noch immer kein einziges Foto oder Messergebnis, das verrät, was sich hinter der Dunklen Materie verbirgt. Dabei soll sie im Universum fünfmal so häufig vorkommen wie normale Materie. So wurde es bereits in den 1930er Jahren postuliert und seitdem durch viele weitere astronomische Beobachtungen sowie theoretische Arbeiten gestützt. Physikerinnen und Physikern mangelt es auch nicht an Ideen, worum es sich dabei handeln könnte – doch bislang fehlt jedweder Nachweis.* Несмотря на десятилетия поисков, до сих пор нет ни одной фотографии или результатов измерений, которые бы раскрывали, что скрывается за темной материей. Предполагается, что во Вселенной их в пять раз больше, чем обычной материи. Таким образом, это было постулировано еще

в 1930-х годах и с тех пор было подтверждено многими другими астрономическими наблюдениями, а также теоретическими работами. У физиков тоже нет недостатка в идеях относительно того, что это может быть, но до сих пор отсутствуют какие-либо доказательства.

С рассмотренными стратегиями тесно связан феномен манипуляции – сложное и многостороннее явление, составляющими которого являются целенаправленное преобразование информации, апелляция к чувствам и эмоциям человека, причем таким образом, что читатель «не осознает себя объектом контроля» [11, с. 216]. При этом автор научно-популярного текста оказывает на него воздействие с целью привлечь внимание к тексту, заставить прочитать его, а также согласиться с авторской оценкой или посчитать эту оценку своей.

Манипулирование в научно-популярном тексте реализуется «путем сознательного и целенаправленного использования тех или иных особенностей устройства и употребления языка» [12, с. 56].

При рассмотрении функционирования научно-популярного текста необходимо учитывать, что все названные коммуникативные стратегии тесно связаны между собой и задействуются в тексте одновременно, работая «на основную авторскую идею создания целостного текста» [7, с. 82], хотя в большинстве текстов и можно выделить характерные черты конкретной стратегии. Примером слияния нескольких коммуникативных стратегий в одном тексте может служить текст о проекте строительства термоядерного реактора [13].

Во-первых, автор интерпретирует новость, взятую из официального источника, что указывается в конце текста с гиперссылкой на первичный текст: *Das Original zu diesem Beitrag «Münchener Tüftler wollen Fusionsreaktor mit kaum genutzter Technologie bauen» stammt von EFAHRER.com.*

Во-вторых, автор даёт эмотивную окраску информации уже с заголовка, используя слово «Tüftler»: его можно перевести как «умелец, любитель мастерить, любитель изобретать и мастерить своими руками», следовательно, речь идёт о людях, увлеченных («горящих») идеей строительства термоядерного реактора по технологии, которой до сих пор мало кто пользовался. Это будет стеллаторный реактор, который планирует построить группа исследователей – сотрудников Института имени Макса Планка («Münchener Start-up Proxima Fusion st eine Auskopplung des Max-Planck-Instituts»), то есть «самоделкинскими» или «непрофессионалами» их назвать нельзя. На протяжении текста автор употребляет такие словосочетания как: *eine der beeindruckendsten Testanlagen der Welt, eine besonders vielversprechende Technologie, bietet Vorteile, Fortschritte von Stellaratoren stimmen optimistisch*, указывая на свою безусловную положи-

тельную интерпретацию предстоящей работы и предлагая читателю присоединиться к ней, начиная с подзаголовка («Mithilfe der Kernfusion soll die Energieversorgung zukünftiger Generationen gesichert werden. Mithilfe der Kernfusion soll die Energieversorgung zukünftiger Generationen gesichert werden. Das Münchener Start-up Proxima Fusion arbeitet genau daran/ Цель использования ядерного синтеза - обеспечить энергоснабжение будущих поколений. Именно над этим работает Мюнхенский стартап Proxima Fusion.»).

Завершая текст, автор даёт свою эмоциональную оценку – оптимистичный прогноз развития событий:

Sollte es dem Münchener Start-up tatsächlich schon im nächsten Jahr gelingen, funktionsfähige Stellaratoren zu bauen, könnten die globalen Energieprobleme gelöst werden./ Если мюнхенскому стартапу действительно удастся построить работоспособные стеллараторы уже в следующем году, то глобальные энергетические проблемы могут быть решены.

Итак, на основании рассмотренных текстов можно утверждать, что доминирующей при создании научно-популярных текстов является информативная стратегия, однако важны и регулятивно-воздействующая; эмотивная; интерпретирующая стратегии, то есть в названном типе текста прослеживается использование нескольких стратегий одновременно. Автор научно-популярного текста ставит перед собой цель не просто проинформировать читателя, но привлечь его внимание к тексту, вызвать у него определенные эмоции, способствовать тому, чтобы читатель сделал на основании текста выводы, совпадающие с выводами автора (посчитал их своими), разделил мнение автора. Для этого после интерпретирующей часто используется экспрессивно-апеллятивная стратегия, с помощью которой тексту добавляется экспрессия и эмоциональность. Благодаря умелому использованию рассмотренных нами коммуникативных стратегий автор создает максимально эффективный научно-популярный текст.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Попов А.А. Характеристика коммуникативных стратегий, реализуемых в блоках журналистов // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2013. - № 6(149). С. 161-171
2. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика ↔ Лингвистика. Смоленск: СГПУ, 2004. - Том 5. С. 5 – 11
3. Joe. Zweiter Frühling am Shasta Lake – URL: <https://www.spiegel.de/wissenschaft/weltall/usa-zweiter-fruehling-am-shasta-lake-satellitenbild-der-woche-a-5790f992-089c-4dcb-af9f-> (accessed: 12.06.2023)
4. Schmidt C. Überraschungsfund mit grüner Patina – URL: <https://www.wissenschaft.de/geschichte-archaeologie/ueberraschungsfund-mit-gruener-patina/> (accessed: 07.06.2023)
5. Goethe-Universität Frankfurt am Main – URL: <https://aktuelles.uni-frankfurt.de/forschung/team-der-goethe-universitaet-entdeckt-im-oman-4300-jahre-alte-kupferbarren/> (accessed: 01.06.2023)
6. Олешков М.Ю. Интенция как основа коммуникативной стратегии в институциональном дискурсе // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, филологический факультет): Труды и материалы / Составители М.Л. Ремнева, А.А. Поликарпов. – М.: МАКС Пресс, 2007. – С. 401-402.
7. Левченко М.Н. Загадка как тип текста // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2011. - №2. С 82-89
8. Vieweg M. Konnten Wildtiere die Corona-Lockdowns nutzen? – URL: <https://www.wissenschaft.de/erde-umwelt/konnten-wildtiere-die-corona-lockdowns-nutzen/> (accessed: 12.06.2023)
9. Hess Th. Populäre Irrtümer über Tee – URL: <https://www.geo.de/wissen/ernaehrung/18067-rtkl-mythen-check-populaere-irrtuemer-ueber-tee> (accessed: 15.06.2023)
10. Menne K. »Licht-durch-die-Wand-Experiment« am DESY gestartet – URL: <https://www.spektrum.de/news/dunkle-materie-suche-nach-axionen-am-desy-gestartet/2144274> (accessed: 23.05.2023)
11. Савельева И.В. Манипулятивность в обыденном политическом дискурсе // Вестник КемГУ. 2015. - № 4-4 (64). С. 216-220.
12. Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Сост. Ю.К. Пирогова, П.Б. Паршин. М.: Изд-во Междунар. инст. рекламы, 2000. 270 с.
13. Berse A. «Münchener Tüftler wollen Fusionsreaktor mit kaum genutzter Technologie bauen» – URL: [https://www.focus.de/klima/news/muenchener-planen-fusionsreaktor-er-sieht-voellig-abgefahren-aus\\_id\\_195489300.html](https://www.focus.de/klima/news/muenchener-planen-fusionsreaktor-er-sieht-voellig-abgefahren-aus_id_195489300.html) (accessed: 05.06.2023)

© Христофорова Наталья Игоревна (n\_khristoforova@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»