

Научная статья

УДК 070.11 + 82-96 + 811.161.1'38 + 070.19:004.774

DOI 10.15826/izv1.2022.28.4.064

ФОРМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ РУССКОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Татьяна Александровна Глебович¹
Анастасия Александровна Макешина²

^{1,2} Уральский федеральный университет,
Екатеринбург, Россия

¹tatanova11@gmail.com

²anastasia.makeshina@yandex.ru

А н н о т а ц и я. В статье рассматривается проблема популяризации различных явлений русского языка в современных СМИ. Русский язык часто становится объектом медийного внимания, знания и навыка, репрезентуемые журналистами, востребованы аудиторией. Вместе с тем теоретические работы, исследующие подобного рода публикации, малочисленны, что обуславливает значимость проведенного исследования. В работе анализируются способы репрезентации контента, структура материалов, коммуникативная цель и тематическая направленность публикаций, выявляются наиболее популярные языковые явления, ставшие предметом публикаций, особенности авторской позиции.

К л ю ч е в ы е с л о в а: научно-популярная журналистика; русский язык; популяризация; СМИ; репрезентация

FORMS OF RUSSIAN LANGUAGE POPULARIZATION IN MODERN MASS MEDIA

Tatyana A. Glebovich¹
Anastasia A. Makeshina²

^{1,2} Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia

¹tatanova11@gmail.com

²anastasia.makeshina@yandex.ru

A b s t r a c t. The purpose of the publication was to study the processes of popularization of the Russian language in modern media. The study of forms and methods of representation of linguistic popular science content in the media is due to the need to promote the theoretical knowledge and language skills among native speakers. The article identifies the most popular linguistic phenomena that have become the subject of publications, analyzes the structure of materials and thematic focus. The work

results in a classification of topics and forms of representation, highlighting the most extraordinary approaches.

К е у о r d s: popular science journalism; Russian language; popularization; mass media; representation

Введение

Научно-популярные и многие другие СМИ регулярно публикуют материалы, представляющие проблемы бытования родного языка. Эти публикации могут быть посвящены самым разным явлениям, связанным с практиками употребления и теорией. Их цель очевидна — предоставить аудитории возможность приобрести практические навыки, вспомнить необходимые нормы и правила, заинтересовать родным языком и культурой, историей родной речи. Вместе с тем в плане исследовательского внимания такого рода публикации находятся, на наш взгляд, на периферии. В незначительной части исследовательских работ (от общего количества посвященных научно-популярным публикациям) проблемы популяризации родного языка становятся объектом анализа.

Общеизвестно, что развитие научно-популярного направления отечественной журналистики имеет давнюю историю и традиции. Процесс популяризации науки в отечественных СМИ был запущен еще в XVIII в. [Щербакова, с. 183], продолжался и развивался в XIX в. [Там же, с. 184]. Начало XX в. характеризовалось ростом количества научно-популярных журналов [Парафонова], о расцвете говорят исследователи советского периода развития научно-популярных СМИ [Тертычный]. Однако в конце XX в. кризис в стране привел к серьезным проблемам в названном направлении [Яковенко].

В начале XXI в. интерес к медийной репрезентации научного знания активно возрождается. В сети Интернет появляются разнообразные ресурсы, отвечающие современным запросам [Дивеева, с. 14]. Все это приводит к тематической дифференциации научно-популярных публикаций, выделению гуманитарного популяризаторского направления и, в частности, к появлению значительного количества публикаций, посвященных проблематике русского языка.

Теоретической базой исследования стали публикации, посвященные различным аспектам деятельности научно-популярных СМИ. Исторические реалии направления исследовались В. А. Парафоновой, Н. В. Дивеевой, М. В. Загидуллиной, Е. Е. Макаровой. Проблемы современного состояния научно-популярных сетевых СМИ рассматривались Е. Д. Павловой, А. С. Калмыковой, Е. Е. Макаровой, Д. С. Воловецким и С. В. Белковским. Популяризации в СМИ гуманитарных наук посвящены работы М. В. Загидуллиной, Е. Д. Павловой, А. А. Гридчиной.

Среди исследований, посвященных непосредственно популяризации родного языка в СМИ, можно выделить материалы V и VI международных конференций «Тотальный диктант» 2016 и 2018 гг., в рамках которых проходили круглые столы «Научно-популярная филология». Экспертами в исследовательских дискуссиях выступали редактор проекта «Горький» и литературный критик Константин

Мильчин, главный редактор портала «Грамота.ру» Владимир Пахомов и другие специалисты.

В процессе рассмотрения игровых форм репрезентации мы обратились к работам, посвященным геймификации в СМИ. В частности, опирались на исследования А. Ф. Иванько и Л. В. Козловой, Е. А. Салиховой, А. С. Солодянкиной и др.

Кроме того, были приняты во внимание исследования, касающиеся сложности популяризации гуманитарных наук в СМИ. В работах отмечается, что проблема освещения культурно-гуманитарных знаний в современном мире остается открытой. Технические и естественные науки представляются в СМИ гораздо чаще и глубже [Жаровский, с. 173].

В плане аналитической структуры мы пошли вслед за Г. В. Лазутиной, которая устанавливает наличие «...устойчивых характеристик журналистского произведения как типа текста» [Лазутина], и опирались на «...последовательное движение от одной характеристики текста к другой» [Там же]. В каждой публикации выявлялись структурно-тематические характеристики, языковое явление, ставшее предметом публикации, и способы его репрезентации, авторская позиция, если она представлена, формы взаимодействия с аудиторией.

Кроме того, мы столкнулись с необходимостью уточнить общеизвестное и широко употребляемое понятие «языковое явление». Кадибагомаева с опорой на классические исследования фиксирует, что «языковые формы» — основа и средство восприятия реальности, мышления, социально-коммуникативного взаимодействия [Кадибагомаева, Юсупова]. Соответственно под языковым явлением можно понимать любой инструмент или структурную единицу языковой коммуникации, позволяющую передать содержание или эмоциональную характеристику факта действительности, а также установить конвенцию между участниками коммуникации относительно ее использования. В этом контексте спецификой функционирования можно считать частные случаи коммуникативных событий, поддерживающие, трансформирующие или отвергающие ранее установленные конвенции.

Эмпирической базой работы стали публикации сетевых изданий «Арзамас», «Мел», «ПостНаука», «The Village» (в настоящее время сайт издания заблокирован), «ВОС», «N+1» за период с 2012 по 2021 г. Из 1454 материалов, полученных по тегу «Русский язык» (все материалы, в которых родной язык упоминается), мы отобрали 390 публикаций, целью которых была популяризация русского языка. В статье использованы тридцать семь материалов из СМИ различных типов с разнообразными формами репрезентации контента.

Анализ материалов исследования

Мы рассмотрели тематические публикации, чтобы выявить, в каких формах журналисты пишут о русском языке, какие языковые процессы и явления становятся инфоповодом, другими словами — как происходит популяризация русского языка в СМИ. В процессе аналитической работы материалы были сгруппированы в соответствии с типологической принадлежностью.

Научно-популярные СМИ

«**ПостНаука**» (<https://postnauka.ru>). Научно-популярный медиапроект о фундаментальных исследованиях. Создатели пишут о своей миссии на сайте: «Мы считаем важным рассказывать в первую очередь о фундаментальной науке, перенося на нее акцент с прикладных областей, а также освещать актуальные теории, идеи, концепции, законы и понятия в современных областях знания» (<https://postnauka.ru>). Информацию авторы размещают в форме тестов, игр, гидов, подкастов. Мы проанализировали три публикации, в статью включены выводы по проведенной работе.

«*Словарь 90-х*» (<https://postnauka.ru/specials/90s>). Публикация-лонгрид посвящена социально обусловленным изменениям в лексике 90-х гг. прошлого века, она представляет собой словарь с интерактивными элементами.

В лиде дано обоснование темы и периода, кратко охарактеризованы общеизвестные ассоциации, связанные с десятилетием. Далее располагается словарь, единицы которого соответствуют эпохе. В него вошли понятия из сферы искусства («*акционизм*»), кино («*блокбастер*», «*Брат*»), экономики («*ваучер*», «*гранты*»), журналистики («*четвертая власть*», «*ток-шоу*»), а также имена известных личностей («*Егор Гайдар*», «*Борис Ельцин*») и жаргонизмы («*базар*»).

В левой части экрана крупным шрифтом указаны буква и слово на эту букву, а также расположен интерактивный элемент для закрепления теоретического материала. Это может быть внедренный видеоролик с лекцией, фрагмент телепередачи, музыкальный клип или фотогалерея, которые прилагаются к отдельным словам. Например, под толкованием лексемы «*глянец*» можно пролистать 5 изображений обложек журналов. Здесь же расположено интерактивное содержание для удобной навигации по тексту. В правой части экрана в рамке дано определение слова, ниже шрифтом с меньшим кеглем представлен рассказ о сущности явления, которое оно обозначает.

На наш взгляд, целью материала может быть не только репрезентация языкового явления — специфической лексики, появившейся в 1990-е гг., но в первую очередь воссоздание социального и культурного контекста эпохи, визуализация базы повседневных практик, которая стала основой для возникновения новых слов. Отсутствие авторской точки зрения позволяет каждому представителю аудитории воспринимать словарь с позиций своего опыта и в качестве личного вывода иметь собственную оценку исторических и лингвистических реалий.

«*Ё — моё: 5 неоднозначных явлений в языке*» (<https://postnauka.ru/lists/92561>). Подборка из пяти публикаций репрезентует проблему неоднозначных явлений, которые продолжают бытовать в языке. На главной странице предлагается краткое содержание каждой статьи с переходом по гиперссылке на полный текст.

Пять условных анонсов (развернутый текст без четкой структуры, с уникальным названием и значительным количеством аргументов) образуют отдельный материал, ориентированный на общую характеристику заявленных языковых явлений.

В целом в подборке и ее полнотекстовых компонентах фиксируются и аналитически комментируются неочевидные события в истории и современном развитии языка: влияние коммуникативных практик и социальных процессов на содержательное наполнение пришедших из латинского пословиц, использование древнейших механизмов коммуникации («дискурсивных слов») в современном устном общении, потенциал табуированных языковых единиц и моделей их функционирования в контексте сохранения отечественного культурного кода. Конструируемая в публикации картина языковых возможностей предполагает, на наш взгляд, формирование осознанного отношения к повседневным речевым практикам, наполняет оригинальным содержанием единицы коммуникации, ставшие «общим местом» в массовом сознании.

«Диалектные черты имеют глубокую историю, но до сих пор сохраняются носителями, живущими в деревнях» (<https://postnauka.ru/talks/31887>). Особенности северных наречий русского языка (Тихвинская, Вологодская, Костромская и Архангельская (Поморская) группы) обсуждают главный редактор проекта «ПостНаука» Ивар Максутов и гость — филолог Игорь Исаев.

Очевидно, что целью публикации являются привлечение внимания к уникальным особенностям произношения, бытующим в регионах, формирование представлений о культурных и языковых различиях, а также их адекватном восприятии. Интерактивный компонент (пять аудиороликов по 3 минуты — диалоги и монологи на различные темы) не только участвует в создании аудиального образа диалекта, но и формирует представление о быте и социальных практиках носителей.

Из трех публикаций «ПостНауки» одна — интерактивная (игровая), две — текстовые. На наш взгляд, во всех материалах прослеживается выявление связи социальных и исторических процессов с практиками функционирования языка, принципов его развития, обусловленных экстралингвистическими факторами. Нейтральный тон публикаций, отсутствие авторского мнения, четкие определения базовых понятий и развернутые, зачастую содержательно сложные мнения экспертов приближают их к непосредственно научным материалам с небольшими отличиями: ограниченный объем эмпирической базы и незначительная степень упрощения.

«N+1» (<https://nplus1.ru>). Позиционирует себя как «научно-популярное развлекательное издание о том, что происходит в науке, технике и технологиях прямо сейчас». Портал рассказывает аудитории о прогрессе во всех его проявлениях: редакция делает упор на такие науки, как астрономия, физика и биология. Также издание активно освещает новости в сфере робототехники. Вместе с тем тематика русского языка органично вписалась в повестку «N+1». Мы рассмотрели две тематические публикации, в статье используем один аналитический пример.

«*Не хватает слов*» (<https://nplus1.ru/blog/2021/02/10/new-words>). Публикация посвящена проблеме лексических пробелов: «*Мы регулярно сталкиваемся с ситуацией, когда предмет, феномен или чувство есть, а слова в русском языке для него нет*». Лид погружает пользователя в процесс создания новых слов, примеры,

связанные с творчеством Достоевского и Малевича, наглядно объясняют явление, которое автор называет *«лингвистическим изобретением»*.

Основной текст материала представляет собой интерактивную игру по созданию новых слов. В отдельном блоке даны условия для выполнения заданий (*«это должно быть одно русское слово», «оно должно быть склоняемое...»*), далее следует переход на встроенную в сайт Google-Forms.

Пользователь должен *«подыскать имена для знакомых ситуаций»* и привести пример предложения с использованием нового слова. Форма для заполнения содержит двенадцать вопросов, девять из которых описывают событие, которому необходимо присвоить название: *«Бывает, что вы делаете что-то и среди этого вдруг понимаете, что забыли, что вы делаете и зачем. ... Как можно назвать произошедшее...»*. Десятый вопрос предлагает игроку самостоятельно описать подобную ситуацию, два последних носят уточняющий характер (имя и электронная почта для обратной связи).

Можно предположить, что конечной целью публикации становится проверка способностей участника чувствовать родной язык, классифицировать явления и встраивать их в ту или иную понятийную (языковую) парадигму. Также процесс работы с формой может мотивировать аудиторию обновить фоновые знания, обратить внимание на взаимосвязь содержания и вербального оформления уже известных ситуаций, на необходимость четкого и структурного выражения мыслей, эмоций, состояний. Диалогический (с персональной обратной связью) характер публикации становится дополнительным стимулом к творческому (с точки зрения языка) переосмыслению знакомых повседневных реалий.

Интерактивные (игровые) материалы о русском языке на портале «N+1» направлены на репрезентацию внутреннего языкового потенциала, на демонстрацию избыточности и ограниченности ресурсов, а также его (языка) функциональной гибкости в процессе расширения понятийного аппарата. Включение аудитории в процесс получения необходимой информации позволяет не только активизировать пользователей, но и обновить отношение к языку как феномену культуры через творческий контакт с ресурсами различных уровней.

Общественно-политические СМИ

К тематике русского языка обращаются не только научно-популярные, но и общественно-политические СМИ. Отметим, что в названном типе изданий публикаций меньше, чем в остальных. В качестве примера рассмотрим инфографический материал «Какие слова появились благодаря пандемии» (https://aif.ru/society/education/kakie_slova_poyavilis_blagodarya_pandemii_infografika), опубликованный на сайте «Аргументы и факты». Основой для материала послужил «Словарь русского языка коронавирусной эпохи», составленный лингвистами РАН. Из яркой визуализации можно узнать значения таких понятий, как «карантикулы», «ковидарня», «карантец» и многих других. Приведенные выражения репрезентуют индивидуально-авторское восприятие глобального события, во многих случаях — саркастическое или ироническое.

«ТАСС» представляет языковую тематику интерактивно, у издания был обнаружен один лонгрид «Последние жгоны» (<https://tass.ru/spec/valenki>). Цель публикации заключается в актуализации интереса к редкому, локально распространенному жгонскому языку, в сохранении его узнаваемости и защите от исчезновения.

Также был найден тест «Великий и могучий: 10 вопросов на знание русского языка» (<https://tass.ru/tests/41>). Практическая значимость теста связана с отработкой сложных моментов языковой практики. Цель публикации — актуализация фоновых знаний аудитории, формирование более глубоких представлений об истории и принципах функционирования в языке представленных в тесте явлений.

Нишевые СМИ

«Арзамас» (Arzamas.academy; <https://arzamas.academy>). Проект, рассказывающий о гуманитарных науках. «История, литература, искусство в лекциях, шпаргалках, играх и ответах экспертов: новые знания каждый день», — как сказано в анонсе сайта. Он существует не только в интернете: авторы устраивают лектории, концерты и прочие офлайн-встречи с аудиторией. В сети проект состоит из курсов («гуманитарных сериалов») с лекциями и сопроводительными материалами в различных форматах, публикаций в разделе «Журнал», спецпроектов, ликбезов с четкой структурой (видео, аудио, тест) и радио. Создатели «Арзамаса» называют свой проект «магическим». Для рассмотрения мы выделили две микро рубрики, подборку публикаций, репрезентующих речевой портрет деятеля культуры или социального явления, а также спецпроект. Всего было проанализировано восемь публикаций, в статье (по соображениям объема) используются обзор микро рубрик и два аналитических примера, остальные будут учтены в выводах.

Микро рубрики «Заимствование дня» и «Буква дня» представляют собой единство регулярных, однотипных публикаций информационной направленности, характеризующих указанное в заглавии языковое явление (языковую единицу лексического или словообразовательного уровня в первом случае, во втором — букву русского алфавита). Авторы стремятся к сжато изложению лингвистической информации, иллюстрируют характеристики языкового явления интересными историко-филологическими фактами. Рубрики существуют ограниченное время (первая — июнь 2016 г., вторая — февраль 2019 г.).

Каждая публикация, включенная в микро рубрики, подготовлена специалистом в области филологии, исследователем процессов и явлений, существующих в языке. Читателю предоставляется возможность перейти по ссылке на краткую информацию об авторе и при должной степени заинтересованности познакомиться не только с научными регалиями последнего, но и с его исследовательской практикой.

Следующая форма репрезентации популярной информации о русском языке — речевые портреты деятелей культуры (и в одном случае социального явления).

«Слова, придуманные Малевичем» (<https://arzamas.academy/materials/568>). Авторская цель — сформировать речевой портрет Казимира Малевича,

проанализировать влияние его словесных образов и метафор (авторских неологизмов) на русский язык.

Лид знакомит с вкладом Казимира Севериновича не только в изобразительное искусство, но и в словарный состав языка. Во втором абзаце представлена историческая справка о юности Малевича, о людях, которые повлияли на него в годы становления личности. Здесь же журналист предлагает читателю самостоятельно исследовать словотворчество поэта Велимира Хлебникова, сделать вывод о взаимном влиянии двух представителей художественного мира.

Затем анализируются словесные образы в картинах Малевича. Автор приводит в качестве примера несколько работ художника и объясняет, как словесные метафоры включены в его полотна. В текст публикации встроен интерактивный элемент — фотогалерея произведений, которую читатель может листать.

Следующий блок информации подается в формате словаря. Он небольшой (в нем всего 10 слов), каждое подробно объясняется. Здесь представлены такие понятия, как «*всезверь*», «*земляниты*», «*кинореска*» и др. Они формируют особый мир Малевича, раскрывают его философию. Например, «*Всезверь — это обобщенная сущность окружающего мира, на который воздействует человек*». После каждого определения автор ссылается на конкретные теоретические работы художника. Цитирование первоисточников помогает аудитории лучше понять смысл авторских неологизмов Малевича.

Отметим еще раз, что материал, помимо текста, включает в себя интерактивную галерею и словарь, объединение трех форм репрезентации создает комфортную среду для современного читателя. Публикация ориентирована как на тех, кто интересуется русским языком, так и на тех, кто изучает изобразительное искусство.

«*Лексикон тунеядства*» (<https://arzamas.academy/materials/676>). Публикация предлагает взгляд на «советское» социальное явление с историко-лингвистической точки зрения. Журналист рассказывает о возникновении уголовного преследования тунеядства, о различных социальных группах, существующих вне закона, и «*нетрудовых доходах*». Углубляясь в историю, аудитория пополняет словарный запас соответствующей лексикой, которая редко используется в современной коммуникации, но тем не менее расширяет кругозор и личный лексикон.

Подзаголовок представляет проблему материала: «*Что объединяет шабашников, рантье, проституток, священников, самогонщиков, инвалидов и производителей грампластинок*». Журналист формирует у читателя необходимые эмоции и переходит к исторической справке о начале борьбы с тунеядством.

Следующий структурный элемент — словарь, где собраны понятия практически на каждую букву алфавита, способные раскрыть названное явление подробно и наглядно. Определение понятия — отнюдь не классическая словарная статья из академического справочника, построенная по общеизвестной схеме. Поскольку цель автора — рассказать о социально-лингвистических реалиях, каждая словарная статья представляет собой определенное историческое событие (факт), вставную историю. При этом сами тексты являются фрагментами публикаций

(цитатами) из газет 1960–1980 гг. Результатом становится структурированная по цитатным (словарным) определениям филологическая история общественной борьбы с обозначенными социальными группами и моделями поведения.

Для объяснения некоторых слов не используется текстовое описание. Например, слово «гадалки» трактуется через видеоролик, фрагмент киножурнала «Фитиль» — «Карты не врут». Таким же образом раскрывается понятие «фарцовщики». Другие определения представлены в смешанном формате: через видео и текст (например, «сатира» и «грампластинки»). Переключение с текстового контента на видео (и наоборот) удерживает внимание, обуславливает прочтение словаря от начала до конца.

Кроме того, публикация разрушает классическое понимание сущности словаря, демонстрирует его использование в качестве медийного жанра. Словарная форма открывает перед журналистом возможность упаковки множественных разноплановых фактов и ситуаций прошлого в одно медийное произведение.

Проанализировав публикации портала «Арзамас», мы выявили два игровых материала (игра, мультиформатный спецпроект) и шесть текстовых. В последних прослеживается тенденция структурирования информации и поиска новых форм подачи, наиболее популярной становится словарь. С точки зрения тематической составляющей, авторы уделяют особое внимание освещению вопросов русского языка в историческом аспекте. Большинство проанализированных источников созданы на стыке двух областей знания — лингвистики и истории (в том числе истории литературы и искусства). Они посвящены авторским словарям и словарю определенного социального явления, а также историческим особенностям возникновения русского языка. Микрорубрики обращены к темам заимствований и к истории алфавита.

«Мел» (<https://mel.fm>). Это медиа, рассказывающее об образовании в России и мире в различных аспектах. Особое внимание портал уделяет вопросам языкознания, филологии, лингвистики. На сайте представлен раздел «Грамотность», куда входят четыре рубрики: «Как говорить», «Как писать», «Что это значит», «Грамотный ответ». Также «Мел» затрагивает вопросы воспитания. Мы проанализировали одиннадцать материалов данного издания, в настоящей публикации представлен анализ двух, результаты работы с остальными будут отражены в выводе.

«Почему глагол “является” лучше оставить привидениям» (https://mel.fm/gramotnost/gramotny-otvet/6194308-is_an). Публикация посвящена процессу заимствования и закрепления в родном языке английского глагола-связки «являться» и последующему его переходу в разряд канцеляризмов, которые нежелательно использовать в речи.

После лида, в котором анонсируется проблема материала («Продолжаем избавляться от канцеляризмов»), следует графическое изображение с демонстрацией речевой нормы и ее нарушения.

В текстовом описании еще раз уточняется правильный вариант. Ироническая аналогия привлекает внимание читателя («Являться может разве что

привидение»), после чего журналист объясняет, почему не нужно использовать названное слово в процессе коммуникации (*«речь канцелярит уж явно не красит»*). Для большей убедительности проводится сравнение с английским языком, в котором глагол-связка уместен и более того необходим с точки зрения грамматики. Автор демонстрирует, что в русском нет грамматической обусловленности, поэтому рассматриваемый глагол звучит и воспринимается неорганично.

Формой репрезентации становятся графические карточки и текст. В целом публикация предлагает тему для размышлений, читателю предоставляется выбор (использовать лексему или избегать ее), вывод отсутствует. Автор иронизирует по поводу незнания грамматического строя языка его носителями, формирует ситуацию, которая мотивирует разобраться в неочевидных правилах употребления слов.

«9 ошибок в песнях, которые бесят филологов: к доске идут Лагутенко, Шевчук, Монеточка и другие» (https://mel.fm/gramotnost/kak-govorit/8236910-songs_mistakes). Публикация посвящена нарушениям (зачастую сознательным) норм русского языка в творчестве представителей шоу-бизнеса: речь идет об акцентологических ошибках в известных музыкальных композициях.

В лиде фиксируется проблема, а также присутствует обращение к аудитории, приглашающее к диалогу. Следующие абзацы состоят из карточек с указанием правильного и неправильного употребления слова и примеров из известных песен с кратким аналитическим комментарием. Рассматриваются песенные тексты групп «Браво», «Руки вверх!», «Мумий Тролль» и др. Автор иронизирует по поводу ошибок в композициях известных музыкантов: *«Гораздо больше обидно за группу “Пилот” из культурной столицы... Да нет, не позволит!», «Чтобы не доводить никого до слез, в этом слове лучше ставить ударение на последний слог: “соврала” (врать или не врать — это уже дело ваше!)»*, побуждает аудиторию к критической оценке популярных артефактов и собственных представлений об акцентологических правилах.

Форма карточек передает минимум информации, поясняющий текст раскрывает правило подробнее. Узнаваемые песенные примеры вместе с саркастическими комментариями журналиста облегчают восприятие нормы и изучение объясняющей части.

Из одиннадцати публикаций портала было выявлено семь текстовых (одна из которых дополнена видео) и четыре игровых. Среди публикаций, опирающихся в первую очередь на текст, присутствуют три интервью-монолога (с экспертами), еще два материала в форме карточек с поясняющим текстом, один аналитический с видеофрагментами и тематическая подборка.

Среди игровых материалов отмечены интерактивный кроссворд, тест и два ребуса. Спектр затрагиваемых языковых явлений в публикациях «Мела» достаточно широк. Редакция поднимает темы от заимствований, артиклей, неологизмов до пословиц и поговорок, фразеологии, этимологии, морфологических и грамматических ошибок. В двух публикациях освещаются особенности интернет-языка и его влияния на современный русский.

«**The Village**» (затем — «**Чойс**») (<https://www.the-village.ru>) (в настоящее время сайт издания заблокирован, материалы, использованные в статье, были опубликованы до момента блокировки). Лайфстайл-издание, для тех, кто следит за трендами, интересуется культурой, дизайном, модой, психологией, урбанистикой, жизнью города. Мы проанализировали пять материалов, посвященных русскому языку, в целях уменьшения объема статьи приводим только сокращенный отчет о проведенной работе.

Все публикации «The Village» представлены в традиционном текстовом формате: подборка мнений экспертов, вопрос эксперту, интервью (в том числе интервью-монолог). Один материал («*Фонетист Михаил Штудинер правильно произносит топонимы Москвы*») сопровождается интерактивными элементами (подборка роликов с произношением).

Издание популяризует актуальные языковые явления: особенности интернет-языка, неологизмы, изменения повседневной лексики, правила постановки ударения. Один материал («*Как устроен язык жителей Урала. И существует ли уральский говор — отвечает доктор филологических наук*») посвящен региональной специфике: особенностям уральской речи.

«**ВОС**» (<https://w-o-s.ru>). Портал «ВОС» — молодежный интернет-ресурс, ориентированный на доверительный разговор с аудиторией, развлекательный характер контента, большинство публикаций посвящены межличностным проблемам, типам и особенностям взаимоотношений, вопросам субкультур. Одна из рубрик сайта («Даль») представляет проблематику, связанную с русским языком и литературой. Мы проанализировали пять публикаций, в целях уменьшения объема статьи приводим один пример анализа и отчет о проведенной работе.

«*Иллюстрированные правила русского языка: орфография*» (<https://w-o-s.ru/article/4203>). В публикации представлена проблема орфографических ошибок, явление обозначено уже в заголовке. Способами репрезентации стали текст и комикс, героями — выдуманные персонажи. «*Встречайте: Игорь, Олег, Катерина, Елена, Святослав и другие воины... выставляют свою жизнь напоказ ради того, чтобы мир стал чуточку лучше*».

Правила излагаются кратко, некоторые объясняются саркастически, с элементами пародии на вульгарное толкование: «*“Иммиграция” — это когда понаехали, “эмиграция” — когда свалили. Если понаехали в Москву из провинции — это просто внутренняя миграция. Что именно вы хотели сказать?*» К каждому пункту предлагается пример из двух предложений, чтобы читатель самостоятельно выявил разницу. Примеры провокативны, их содержательное наполнение может быть подчеркнуто сниженным или предполагающим комический эффект: «*Никто не общался с Константином, потому что его слова вылетали вперемешку с плевками. / У Григория все было вперемежку: слова, плевки, слова, плевки — но с ним тоже никто не общался*». Кроме того, правилу соответствует иллюстрация, в развлекательной форме уточняющая контекст выбора написания.

Автор иронически репрезентует ситуацию знакомства (особенно первого!) с правилами правописания во взрослом возрасте, взаимодействует с придуманными героями и читателями с позиции ментора и большой долей сарказма.

Все рассмотренные материалы сайта используют игровые (интерактивные) формы репрезентации контента. Один включает в себя элементы комикса, остальные (четыре теста) созданы на базе различных тестовых моделей: представление вариантов ответа в виде графических изображений, предложение дополнить пословицу, выбор краткого ответа «верно» и «неверно», прогнозирование значения слова по примеру его использования. В целом ресурс предлагает игры, позволяющие получить необходимые знания о языке — от «школьных» правил орфографии и скороговорок до современных устойчивых выражений.

Заключение

Проанализированные публикации можно классифицировать по формам репрезентации, тематике, типам представленных языковых явлений. Из тридцати семи выбранных материалов семнадцать представлены в мультимедийных и интерактивных (игровых) формах, двадцать имеют в своей основе традиционный текст. Среди первой группы можно выделить тест, собственно игру, комикс, кроссворд, ребусы, мультимедийную энциклопедию с интерактивной картой, а также лонгрид и мультиформатный спецпроект, который авторы называют «ликбезом». Наиболее популярным стал тест: он встретился девять раз. В форме игры представлены два материала, также есть два материала-кроссворда (остальные встречаются по одному разу).

Среди традиционных текстовых публикаций присутствуют экспертное интервью, словарь, подборка, интервью-монолог, историческая справка, карточки с поясняющим текстом, аналитическая публикация. В текстовых материалах часто встречаются интерактивные элементы: видеоролики, аудиозаписи.

Наиболее интересны, на наш взгляд, формы, которые связаны с немедийными сферами деятельности. Так, кроссворды и ребусы пришли в тематические публикации из сферы интеллектуального досуга и органично встроились в жанровую парадигму научно-популярного направления.

Еще более привлекает внимание словарь, ставший актуальным в журналистских практиках. Будучи формой представления академического знания, в постмодернистскую эпоху он (словарь) мигрирует в сферу художественной литературы, а затем в медийное пространство. В случае журналистской репрезентации словаря в качестве набора (единства) тематически обусловленных контекстов можно говорить об использовании элементов художественных практик в журналистском материале и, как следствие, игры с ожиданиями аудитории на уровне персонального интеллектуального багажа (фоновых знаний) каждого ее представителя. В этом случае можно, вероятно, говорить об изменении критериев отнесения публикации к категории игровых.

Тематическое разнообразие. Наиболее популярным языковым явлением сразу в нескольких СМИ стали неологизмы (встретились в материалах «Арзамаса» «Мела» и «The Village» (в настоящее время сайт издания заблокирован)), диалекты («The Village», «ПостНаука», «ВОС»), постановка ударения («The Village», «ПостНаука», «Мел»), интернет-язык («Мел» и «The Village»), пословицы и поговорки («Мел», «ВОС»), орфография («ТАСС», «ВОС», «Мел»).

Уникальные темы присутствует у «Арзамаса» (авторская лексика, лексика, связанная с историей общественной жизни, заимствования морфем), «Мела» (русские соответствия английским артиклям, парные рифмованные слова, заимствование глагола-связки), «ПостНауки» (лексика 1990-х), «N+1» (лексические пробелы), «The Village» (уральский говор).

Проанализировав формы репрезентации и тематическое разнообразие публикаций, можно выделить следующую закономерность. Чаще всего игровые решения использовались в процессе популяризации орфографии и единиц, пришедших в язык из устного народного творчества. Это может быть связано с функциональной предназначенностью материала. В публикациях, ориентированных на применение знаний в реальной жизни, интерактивная деятельность пользователей способствует наиболее эффективному усвоению материала. В них может отсутствовать теоретический блок, но это не означает, что материал написан в развлекательных целях. Чаще всего теория встроена в интерактивную часть и становится доступна в процессе взаимодействия со структурой игры.

Интерактивная репрезентация пословиц и поговорок может быть обусловлена стремлением сохранить представления об отечественном фольклоре и поднять его социальную значимость. Применение актуальной и востребованной формы подачи информации способствует привлечению внимания поколения геймеров к древнейшим языковым явлениям.

В мультимедийные формы упакованы большие массивы информации, которые пользователь не воспримет в объемном тексте. В нашем случае так представлены спецпроекты.

Процесс медийной популяризации русского языка имеет все условия, чтобы стать трендом. Развивающиеся интернет-технологии позволяют осваивать новые формы, а постоянно изменяющийся и развивающийся язык предполагает изобилие тем для научного анализа и популярных публикаций.

Дивеева Н. В. Научная популяризация как одна из актуальных задач журналистики в условиях высоких технологий и рыночной экономики // Акцент. 2012. № 7–8 (110–111). С. 13–16.

Жаровский Е. Р. Особенности освещения культуры в СМИ Крымского полуострова // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 1. С. 173–191.

Кадибагомаева З. А., Юсупова П. Д. Лингвокультурологический аспект изучения языковых явлений // Системные технологии. 2015. № 15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologicheskiy-aspekt-izucheniya-yazykovyh-yavleniy> (дата обращения: 12.03.2022).

Лазутина Г. В. Профессиональный анализ журналистского текста как метод научного исследования // *Вопр. теории и практики журналистики*. 2014. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnyu-analiz-zhurnalistskogo-teksta-kak-metod-nauchnogo-issledovaniya> (дата обращения: 28.03.2022).

Парафонова В. А. Научно-популярные журналы в дореволюционный период // *Медиаскоп*. 2011. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/897> (дата обращения: 17.02.2022).

Тертычный А. А. Быть ли научно-популярной журналистике? // *Вестн. ВГУ. Сер. : Филология. Журналистика*. 2013. № 2. С. 212–217.

Щербакова Г. И. Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического основания // *Вестн. ВГУ*. 2018. № 1. С. 182–190.

Яковенко И. А. Рынок научно-популярных журналов. Аналитический обзор // *Pressaudit.ru*. 2012. URL: <http://pressaudit.ru/gynok-nauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/> (дата обращения: 20.02.2022).

Статья поступила в редакцию 31.08.2022 г.