

Научная статья  
УДК 81.42  
<https://doi.org/10.23951/1609-624X-2022-1-76-83>

## АКСИОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ВИДЕОБЛОГИНГА (НА ПРИМЕРЕ АНИМАЦИОННЫХ ВИДЕОРОЛИКОВ О ЗДОРОВЬЕ YOUTUBE-КАНАЛА «НАУЧПОК»)

*Юлия Евгеньевна Вилкова*

Томский государственный педагогический университет, Томск, [yuliya.vilkova.99@mail.ru](mailto:yuliya.vilkova.99@mail.ru)

### **Аннотация**

*Введение.* Аксиологичность научно-популярного дискурса обуславливается рефлексивно-ценностным аспектом научно-познавательной деятельности, преподнесением информации адресату через призму определенной оценки, особым ценностным статусом адресата в информационно-просветительской коммуникации, а также ценностным потенциалом экстралингвистического содержания информации как предмета коммуникации.

*Цель* – описание аксиологического пространства видеоблога «Научпок» (на примере видеороликов тематической группы «здоровье») и языковых средств его конструирования.

*Материал и методы.* В качестве материала были отобраны 50 видеороликов, связанных с тематикой здоровья, представленные на научно-популярном канале «Научпок» видеохостинга YouTube. Выбор материала аргументирован ролью видеоблогинга в распространении информации и формировании ценностных установок, популярностью канала «Научпок», универсальным характером ценности здоровья, модой и эстетизацией темы здоровья. В работе используются методы аксиологической лингвистики, которые дополняются элементами функционально-прагматического лингвистического анализа.

*Результаты и обсуждение.* Главной структурообразующей ценностью в видеоблоге «Научпок» выступает информация, наблюдается установка на соблюдение таких аксиологических параметров научной информации, как объективность, обоснованность, доказательность, достоверность. В роликах авторы разрушают мифы, устойчивые в обществе. В повествование включается большое количество экспериментально доказанных фактов, исторических экскурсов и справок, цитат ученых, статистических данных и т. д. Аксиологический статус в научно-популярном видеоблогинге также получает качество доступности информации и ее подачи, будучи связанным с антропоцентричностью коммуникации, информационного и оценочного воздействия. Значительное место в достижении цели доступности занимают ресурсы поликодового текста. В роликах наблюдаются рациональные и эмоциональные типы оценки при аргументации. Проанализировано значение речевого жанра совета в аксиологическом пространстве видеоблога. Декларируемыми содержательными ценностями в видеороликах выступают здоровый образ жизни, спокойствие и здравый смысл как отсутствие паники, ответственность за себя и свое здоровье.

*Заключение.* Результаты исследования могут иметь теоретическое и практическое значение для изучения аксиосферы научно-популярного видеоблогинга.

**Ключевые слова:** лингвоаксиология, видеоблогинг, «Научпок», научно-популярный дискурс о здоровье, ценности, оценка в языке

**Для цитирования:** Вилкова Ю. Е. Аксиологическое пространство научно-популярного видеоблогинга (на примере анимационных видеороликов о здоровье YouTube-канала «Научпок») // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2022. Вып. 1 (219). С. 76–83. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2022-1-76-83>

Original article

## AXIOLOGICAL SPACE OF POPULAR SCIENTIFIC VIDEO BLOGGING (ON THE EXAMPLE OF ANIMATION VIDEOS ABOUT THE HEALTH OF YOUTUBE-CHANNEL “NAUCHPOCK”)

*Yuliya E. Vilkova*

Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russian Federation, [yuliya.vilkova.99@mail.ru](mailto:yuliya.vilkova.99@mail.ru)

### **Abstract**

*Introduction.* The axiology of popular science discourse is determined by the reflexive-value aspect of scientific-cognitive activity, the presentation of information to the addressee through the prism of a certain assessment, the spe-

cial value status of the addressee in information and educational communication, as well as the value potential of the extralinguistic content of information as a subject of communication.

*The purpose* the article is the description of the axiological space of the video blog “Nauchpok” (on the example of videos of the thematic group “health”) and the linguistic means of its construction.

*Material and methods.* As a material, 50 videos related to health topics were selected, presented on the popular science channel “Nauchpok” video hosting YouTube. The choice of material is substantiated by the role of video blogging in the dissemination of information and the formation of value attitudes; popularity of the Nauchpok channel; the universal nature of the value of health, fashion and aestheticization of the topic of health. The work uses the methods of axiological linguistics, which are supplemented with elements of functional and pragmatic linguistic analysis.

*Results and discussion.* The main structure-forming value in the Nauchpok video blog is information, there is a tendency to observe such axiological parameters of scientific information as objectivity, validity, evidence, reliability. In the videos, the authors destroy myths that are stable in society. The narrative includes a large number of experimentally proven facts, historical excursions and references, scholarly quotes, statistical data, etc. The axiological status in popular science video blogging also receives the quality of information accessibility and its presentation, being associated with the anthropocentricity of communication, information and evaluative impact. Polycode text resources play a significant role in achieving the goal of accessibility. The videos show rational and emotional types of assessment in argumentation. The importance of the speech genre of advice in the axiological space of the video blog is analyzed. The declared meaningful values in the videos are a healthy lifestyle, calmness and common sense as the absence of panic, responsibility for oneself and one’s health.

*Conclusion.* The research results can be of theoretical and practical importance for studying the axiosphere of popular science video blogging.

**Keywords:** *linguoaixiology, video blogging, “Nauchpok”, popular science discourse, health, values, evaluation in language*

**For citation:** Vilko Yu. E. Aksiologicheskoye prostranstvo nauchno-populyarnogo videobloginga (na primere animatsionnykh viderolikov o zdorov’e YouTube-kanala “Nauchpok”) [Axiological Space of Popular Scientific Video Blogging (on the Example of Animation Videos About the Health of YouTube-Channel “Nauchpok”)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2022, vol. 1 (219), pp. 76–83. (In Russ.). <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2022-1-76-83>

## Введение

Научно-популярный дискурс отличается выраженной аксиологичностью. Ее природа, вследствие симбиозного характера данного типа дискурса, определяется как спецификой научного познания, так и особенностями информационно-просветительской коммуникации.

По мнению Е. А. Баженовой [1], аксиологический аспект научных исследований связан с тем, что ценности лежат в основе познавательной деятельности, они пронизывают структуру мышления, влияют на когнитивные механизмы восприятия и интерпретации действительности, создают оценочный контекст усвоения фактов, обуславливают приемлемость научных аргументов.

Ценностными категориями научного знания признаются истинность, объективность, новизна, значимость, актуальность, целесообразность, уместность, открытость результатов. При этом современный этап развития науки «расширяет поле рефлексии над деятельностью. Он учитывает соотношенность получаемых знаний об объекте не только с особенностью средств и операций деятельности, но и с ценностно-целевыми структурами» [2, с. 88]. В рамках данной парадигмы научный дискурс предполагает синтез внутринаучных ценностей и «вненаучных ценностей общесоциального характера» [2, с. 96].

Научно-популярный дискурс, будучи производным от научного дискурса, отличается от него прежде всего статусом и отношениями между коммуникантами. Как подробно освещается в работе [3], вместо диалога равных носителей научной и аксиологической картин мира, имеет место противопоставление позиций адресанта в лице ученого или журналиста, владеющего научными знаниями, и адресата, не подготовленного в этой сфере человека. «Автор в этом случае должен считаться с ценностными установками читателя, ориентированного на познавательность и увлекательность изложения» [3, с. 245]. Соотношение корректности и доступности рассматривается исследователями как отдельная аксиологическая проблема, стоящая перед научным журналистом [4].

Научно-популярный дискурс в настоящее время развивается в антропоцентрической научной парадигме: появляющаяся в научной сфере информация обязательно имеет предполагаемого адресата, т. е. автор сначала перерабатывает информацию, пропускает ее через собственную призму оценки и только потом преподносит потребителю. Таким образом, отношение говорящего к объекту (категория оценки) играет ведущую роль в научно-популярном дискурсе [5].

И. М. Сидорова выделяет несколько уровней взаимодействия субъектов познания: «На содержа-

тельном уровне субъект познания выступает как идеальный субъект профессиональной (научной) деятельности. Именно сфера научной деятельности, научные ценности, характер научной рациональности определяют здесь основную ориентацию субъекта познания, направляют на идеальный тип ведения дискуссии», а на коммуникативном уровне субъект выступает уже как личность, которая передает опыт, происходящий ежедневно, участвуя в обыденном общении [6, с. 1]. Оценивая значимые характеристики определенной информации, адресант преподносит ее адресату. При этом, как правило, учитываются социально-личностные особенности адресата (возраст, образование, статус и т. д.).

Разумеется, аксиологическая составляющая научно-популярного текста обуславливается не только особенностями данного типа коммуникации, но и собственно содержательным наполнением: тексты научно-популярной литературы «не только выполняют информационно-просветительскую функцию, но и служат инструментом актуализации и распространения определенных профессионально значимых смыслов, получающих воплощение посредством различных лингвистических средств, эксплицитно и имплицитно» [7, с. 68].

Таким образом, аксиологические параметры пронизывают как функционально-прагматическую и структурно-содержательную направленность научно-популярного дискурса, так и выбор языковых средств.

В данной работе сделана попытка описания аксиологического пространства видеоблога «Научпок» (на примере одного тематического направления) – известного научно-популярного канала на платформе YouTube. Видеоблогинг представляет собой явление, распространяющееся во всемирной информационной сети, которое предполагает создание и выкладывание в Интернет видеоматериалов на какую-либо тему в выбранном автором формате [8], т. е. это серия видеороликов, объединенных между собой по определенным критериям. Первые российские видеоблоги появились в 2008 г. и очень быстро набрали популярность. И. А. Текутьева относит канал «Научпок» к жанру гайд, к этому жанру относятся «видеоролики, в которых автор рассказывает интересные факты об окружающем мире, <...> цель таких программ в «популяризации науки» и в «прокачивании мозгов» [9, с. 111].

Актуальность темы обусловлена современной ролью видеоблогинга в распространении информации и формировании общественного мнения, антропоцентрическим характером аксиологической лингвистики.

Целью исследования является описание аксиологического пространства видеоблога «Научпок» (на примере видеороликов тематической группы

«здоровье») и языковых средств его конструирования.

### Материал и методы

Материалом исследования послужили анимационные видеоролики, связанные с тематической областью «здоровье», размещенные на научно-популярном видеоканале «Научпок». Данный ресурс относят к наиболее просматриваемым научно-популярным видеоканалам [10, с. 189].

«Научпок» (<https://www.youtube.com/user/nowchpok>) – канал видеохостинга YouTube, зарегистрированный 24 октября 2013 г. За время существования канала на него было загружено 392 видео, на сегодняшний день канал имеет 2,4 млн подписчиков и более 260 млн просмотров.

Идея программы возникла в 2013 г. у креативной группы информационно-развлекательного интернет-телеканала SarambaTV, за основу взяты научные анимационные ролики на английском языке RSA ANIMATE. Название канала создатели не расшифровывают, можно предположить, что это сокращение словосочетания «научно-познавательный канал» или «научно показывать». Ведущим канала, который озвучивает все ролики, является Артур Кутахов (видеоблогер, кинокритик, снимает обзоры комиксов и видеоигр). У канала есть описание: «Распрекрасный канал о всяких научных штуках :D». Действительно, наряду с каналами ТОПЛЕС, TrashSmash и т. д. «Научпок входит в рейтинг успешных научно-популярных каналов российского сегмента YouTube [11].

YouTube-канал «Научпок» посвящен научным и имеющим отношение к науке вопросам. В каждом ролике доступно и с юмором даются ответы на разнообразные и любопытные вопросы с научным обоснованием: как работает беспроводная зарядка, что будет, если вырубить все деревья, может ли желудок взорваться, как работает наша память и т. д.

Особенностью канала является то, что аудиальная часть сопровождается визуальной, представляющей собой создаваемые в «режиме онлайн» иллюстрации. И. С. Соколова назвала их «динамичными комиксами» [12, с. 305].

В качестве материала были проанализированы отобранные посредством сплошной выборки 50 видеороликов о здоровье за последние 6 лет. Примеры названий видеороликов: «Что происходит с твоим телом, когда ты выпиваешь?», «ПРЛ – еще одно модное психическое расстройство?», «Вредно ли спать с телефоном?», «Что такое клиническая смерть?», «Как уберечь свою печень?», «Чем отличаются группы крови?», «Почему плакать полезно?», «Как ускорить метаболизм?», «Чем может быть полезна аллергия?» и т. п.

Здоровье – одна из универсальных ценностей. Сегодня она очень эстетизирована, сопряжена с другими ценностями (красота, физическая активность, экология и др.). «Здоровый образ жизни» – частотное словосочетание в медиадискурсе. Значительная часть товаров и услуг имеет отношение к здоровью, что находит отражение, например, в рекламе.

Каждый шестой ролик на канале «Научпок» посвящен теме здоровья, по популярности эта тема стоит в одном ряду с такими темами, как психология межличностных взаимоотношений и компьютеризация.

Методологической основой исследования послужили труды о семантических, функционально-прагматических и дискурсивных особенностях оценки Н. Д. Арутюновой, Е. М. Вольф, Н. В. Данилевской и др.; научно-популярном дискурсе С. Л. Мишлановой, Т. И. Уткиной, А. Ю. Багияна, Т. А. Воронцовой и др.; задачах и средствах аксиологической лингвистики В. И. Карасика, С. Г. Павлова, Е. Ф. Серебренниковой и др.

### Результаты и обсуждение

Видеоблог «Научпок» носит информационно-просветительский характер – и главной структурообразующей ценностью в нем оказывается информация. Как подчеркивает Л. В. Баева, информацию наделяет ценностью как сам источник этой информации, так и пользующийся ею человек, так как она значима для его собственного существования [13].

Содержание роликов насыщено информацией: как имеющей сугубо прикладное значение (например, «Как не заразиться коронавирусом в общественных местах?»), так и расширяющей кругозор в целом (например, «Что такое клиническая смерть?»). Значимость информации иногда подчеркивается в прямых авторских оценках: «Есть темы, незнание которых делает нас абсолютными дикарями и невеждами» (24.01.19 (здесь и далее в скобках указывается дата публикации цитируемого видеоролика)).

Названия видеороликов имеют «рекламную» направленность: все они сформулированы в виде лаконичного и конкретного вопроса, предсказывая в результате просмотра получение такого же краткого ответа по существу. Видеоролик длится около 5 минут, учитывая такие условия современной подростковой и молодежной аудитории, как ценность времени и переизбыток информации. Обеспечение информацией по заданному запросу (отраженному в заголовке) сопрягается с удовлетворением познавательных потребностей зрителя. В роликах нередко сообщаются любопытные (непрактичные) факты, например: «Японцы верят,

что якобы 4 группы крови – это 4 типа человеческой личности: охотник, земледelec, кочевник и загадка. К науке это отношения не имеет, но забавно» (19.11.15).

Так как информация наделяется ценностным статусом, в целом в видеоблоге наблюдается установка на соблюдение таких аксиологических параметров научной информации, как объективность, обоснованность, доказательность, достоверность.

В роликах авторы разрушают мифы, устойчивые в обществе, например, объясняют народное выражение «Не надрывайся, а то пупок развяжется» (30.04.21) или отвечают на вопрос: «Может ли мочево́й пузырь взорваться?» (07.08.20).

Авторы обращаются к установленным фактам («Папирус Эберса – первый известный „медицинский справочник“ 1550 г. н. э.» (31.01.21)), историческим справкам («Шумеры в III–IV тысячелетиях пользовались золотыми зубочистками, а в одном из египетских документов примерно того же периода был найден рецепт чистки зубов с помощью лука» (17.09.20); «В 1662 году Н. Стенсес открыл слезную железу» (15.02.19)), цитатам ученых (М. Трейсмэн, З. Фрейд, Д. Натт, И. П. Павлов и др.), статистическим данным («ПРЛ встречается у 1,6–5,9 % населения» (09.04.21); «59 тыс. человек ежегодно умирают от бешенства: 95 % от укуса собак, а 40 % пострадавших – дети до 15 лет» (14.05.19)); результатам исследований и экспериментов («Ученые из Гонконгского университета науки и технологии представили прототип искусственного электрохимического глаза» (02.07.20); «А. Граканин с группой ученых в 2015 году проводил исследование по выявлению гормонов, которые вырабатываются со слезами» (15.02.19)). В описаниях к роликам прикреплены ссылки на источники: научную литературу, федеральные законы и сайты государственных органов власти, в частности Минздрав РФ и т. д., ознакомившись с которыми пользователь может глубже погрузиться в интересующую тему (позиционируется открытость информации). Авторы демонстрируют владение научным контекстом: делают ретроспективный экскурс (приводят историю возникновения лекарственных препаратов (31.01.21)), сопоставляют разные типологии/классификации/теории (4 теории возникновения ОКР: психоаналитическая, теория Павлова, нейромедиаторная, генетическая (11.02.21)), используют специальную терминологию.

Аксиологический статус в научно-популярном дискурсе, как отмечалось выше, получает также качество доступности информации и ее подачи, будучи связанным с антропоцентричностью коммуникации, информационного и оценочного воздействия.

В видеоблоге «Научпок» большую роль играют мультимедийные средства передачи информации. Для наглядности каждый информационный блок сопровождается графической схемой, тезисами. В. Г. Беседина отмечает, что «явное доминирование авербального компонента и ограниченность вербального компонента отдельными фразами и предложениями делают ювенальный медиатекст более доступным и привлекательным для подростка. Той же цели служит дублирование представления одного и того же концепта посредством знаков различных семиотических систем» [14]. На экран обязательно выносятся сложные слова, название заболеваний, имена ученых, статистические данные. Во всех роликах приподнятая интонация: повествовательная тональность сменяется повышением голоса. Создается положительная эмоциональная атмосфера: бодрый закадровый голос, наглядность, красочность, анимационный формат. Развлекательная составляющая видеоблога базируется на гедонистической функции медиа, ей способствуют сопровождающие текстовую часть визуальные и звуковые эффекты, присутствует юмор.

В каждом ролике авторы выступают в роли своеобразных переводчиков с научного языка на обыденный. Часто ролики начинаются с имитации жизненной ситуации («Вот представь...»), которая затем получает научное пояснение. Часто используются метафоры, аналогии: «Иммунная система – эффективное оружие массового поражения» (08.03.21); «Молекула этанола – Флеш в мире молекул» (09.08.21)).

Можно говорить о реализации личностно ориентированного общения. Активно используются приемы диалогизации, обращения к адресату: «ты», «бро», «ребята», «мы», «давай разбираться», «слышал такое?» и т. п. В закадровом тексте присутствуют элементы молодежного сленга, жаргонная лексика («троллить», «рипи», «фейс», «хейт» и т. д.). В целом значительное место занимает язык подростковой субкультуры.

Ценностный статус адресанта коррелирует со значимостью интерактивности, возможности обсуждения. Авторы всегда рады обратной реакции, предлагают оставлять комментарии под видео и задавать интересующие вопросы.

В аксиологическом пространстве научно-популярного видеоблога большую роль играет *аргументация*.

Е. М. Вольф разграничивает два основных вида оценки: рациональную (логическую) и эмоциональную (иррациональную) [15, с. 39]. О. А. Шутова справедливо замечает, что в научно-популярном дискурсе присутствуют как рациональная, так и эмоциональная оценки. Однако первый ее тип

доминирует в высказываниях адресанта, второй тип оценки чаще встречается в речи адресата [5]. Е. А. Баженова выделяет преобладающие в научном тексте рационалистические оценки, связанные с аргументативной стороной содержания, а также эмоциональные оценки, связанные с личностно-психологическим компонентом познавательной деятельности и с прагматическим фактором воздействия на адресата [1, с. 14].

В роликах «Научпока» аргументы, направленные на обоснование определенного тезиса, носят, как правило, логический характер. Наиболее частотная модель: фиксация наступления негативных последствий при рассматриваемой причине. Например: «После нагревания пропиленгликоль превращается в пропиленоксид – канцероген для человека, что приводит к астме» (25.07.19); «Курение кальяна увеличивает сердцебиение на 16 уд/мин, что приводит к сердечно-сосудистым заболеваниям» (16.08.19); «Синдром абстрактного апноэ сна приводит к сердечным заболеваниям, инфаркту, или инсульту, что смертельно опасно» (29.07.18) и т. п.

Воздействующая функция и прагматический фактор находят отражение в эмоциональных оценках адресанта: «Иммунитет работает на полную катушку 24\*7, а мы этого вообще не замечаем» (08.03.21); «Зато благодаря одной чуме XXI века (аллергия) вы избежите другой чумы (рак)» (24.04.15).

В репликах могут присутствовать эмоционально-оценочные модусы удивления, любопытства, одобрения, сожаления и т. д.: «В общем, в психиатрии и психотерапии будущее уже наступило» (06.05.21); «Аж, 2368 видов бактерий» (30.04.21); «Удивительно, что только 8 видов (о бактериях) обнаружилось у 70 % участников эксперимента» (30.04.21); «А теперь к самому интересному, к симптомам» (09.04.21); «С оценкой распространенности все совсем плохо, по разным данным, доля людей с БАП может составлять от 0,05 % до 8 %, потому что ученые так и не договорились о критериях диагноза и оценивают все крайне субъективно, что, впрочем, частая проблема» (05.03.21); «Психиатрия худо-бедно разобралась с этим диагнозом [про шизофрению]» (26.02.17).

Оценка нередко эксплицируется лексическими средствами: «У эритроцитов много важных белков» (19.11.15). Или: «самый опасный», «неоправимые последствия» и т. п.

Научно-популярный дискурс диктует потребность в активном восприятии информации и ее действенном приложении: адресат должен принять информацию к сведению, поверить ей и руководствоваться ею при необходимости.

Авторы канала «Научпок», опираясь на научные факты, примеры и данные статистики, не пропагандируют и не навязывают здоровый образ жизни, а рассказывают о том, что неправильное питание делает организм человека уязвимым для микробов, использование неудобной обуви приводит к нарушениям опорно-двигательной системы, а постоянные стрессы могут вызвать проблемы с нервной системой. Адресант вовлекается в отмечаемые факты, примеряет их на себя, поэтому данные нарративы аксиологичны.

Обратимся к речевому жанру совета, занимающего в роликах большое место. Рассматривая аксиологический аспект совета как речевого жанра, С. Ю. Данилов поясняет, что человек, выстраивая высказывание с целью совета, чаще всего знает, что принесет пользу собеседнику или повлияет на принятие им решения [16].

В видеоблоге «Научпок» советы только иногда эксплицируются с использованием императивных глаголов: «*Столкнувшись со звоном в ушах, не спешите лить в уши баранью желчь или доставать женское молоко на черном рынке, для начала уменьшите бытовой стресс в своей жизни*» (выпуск от 21.09.17); «*Ребята, остерегайтесь странных дядей в пальто, предлагающих волшебные бобы на улицах, и помните, что наркотики – это плохо!*» (12.11.15); «*Никакого самолечения, вызывайте врача, если градусник будет подползать к опасной отметке*» (27.08.20). Чаще используются оценочные предикаты: «*Гормоны хороши только в меру*» (выпуск от 30.10.15); «*Садиться на диету и серьезно ограничивать себя стоит только по назначению врача*» (24.01.19); «*Прежде всего необходимо помнить, что употребление жирных, жареных и мучных продуктов негативно сказывается как на состоянии, так и на функционировании печени*» (19.12.16); «*Бежать к врачу надо, даже если тебя покусала любимая чихуахуа твоей бабушки*» (14.05.19). Иногда авторы используют синтаксически законченные оценочные суждения: «*Не болеть совсем вряд ли получится, но оказать влияние на защитные силы организма все-таки можно: меньше стресса и вредных привычек, больше физической активности, хорошего сна и правильного питания, а также позитивных эмоций*» (08.03.21); «*Чтобы ты не мучился, ученые советуют тебе больше обращать внимание на движущиеся объекты, не пялиться в телефон, общаться, разговаривать и двигаться*» (18.02.21); «*Единственным способом обезопасить себя является вакцинация против бешенства*» (14.05.19); «*Тем, кто столкнулся с акне, совет один: чем раньше начать лечение, тем легче оно пройдет*» (16.01.20); «*Только специалист может диагностировать БАР*» (05.03.21). Рацио-

нальная аргументация соединяется с экспрессивными оценками: «*Никакой истерики, только биология!*» (15.07.19); «*Может лучше все-таки не втягивать в себя клубы химозного пара, а по старинке подышать над картошкой?*» (25.07.19).

Наиболее частый совет в роликах – «*Бегом к врачу!*» / «*Сходите к врачу!*». Авторы, что типично для научно-популярного дискурса о здоровье, аккуратны в рекомендациях, не берут на себя ответственность ставить диагнозы и рекомендовать лечение.

Декларируемыми содержательными ценностями в аксиологическом пространстве видеоблога «Научпок» выступают здоровый образ жизни («*Что может сделать каждый человек уже сейчас, чтобы минимизировать риски [о болезни Альцгеймера]? Вести здоровый образ жизни и быть социально активным. Делайте кардио, тренировка мозга, здоровая пища, хороший сон, избегайте стресса, ведите активную социальную жизнь*» (01.10.16)); спокойствие как отсутствие паники («*Короче, не кипишуйте, если вам хочется поправить смартфон на столе, то это еще не ОКР, а вот если что-то такое есть (о симптомах), то сходите к врачу, он поможет!*» (11.02.21)); ответственность за себя и свое здоровье («*Покажись врачу, бро, сделай себе и всем одолжение*» (09.08.21)).

### Заключение

Интернет-ресурсы на сегодняшний день представляют собой наиболее эффективные форматы для вовлечения (в том числе личностно-смыслового) аудитории в материал и для популяризации науки, т. е. авторы, в том числе и научно-популярных текстов, влияют на мировоззрение молодого поколения, являются трансляторами ценностных установок [17].

Аксиологичность пространства научно-популярного видеоблога обуславливается: 1) ценностным характером научно-познавательной деятельности, имманентными особенностями научной рациональности, этическим отношением (высокой степенью требовательности) к научной информации как истинной, достоверной, объективной и обоснованной; 2) ориентацией на адресата, на его ценностные и познавательные потребности, а также фоновые знания, установки и стереотипы; 3) отношением к содержанию транслируемой информации, ответственностью за ее пропаганду, а также транслируемую субъективную оценку к данной информации.

Категория оценки в видеоблоге «Научпок» находит выражение как на уровне дискурсивных характеристик поликодового текста, так и на уровне отдельных языковых единиц.

### Список литературы

1. Баженова Е. А. Аксиологическое пространство научного текста // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: тез. докл. Междунар. науч. конф. (УрФУ, 15–17 октября 2019 г.) / отв. ред. Н. А. Купина. Екатеринбург: Изд. дом «Ажур», 2019. С. 13–14.
2. Соколова Г. Н. Научная рациональность как ценность в формировании научно-технического прогресса // Социологический альманах. 2018. № 9. С. 84–96.
3. Ким И. Е., Ильина Д. В. Ценностные основания аргументации в научно-популярном тексте // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: тез. докл. Междунар. науч. конф. (УрФУ, 15–17 октября 2019 г.) / отв. ред. Н. А. Купина. Екатеринбург: Изд. дом «Ажур», 2019. С. 244–246.
4. Газоян А. Г. Взгляд студентов и выпускников факультетов журналистики на профессиональные ценности научного журналиста: на грани между корректностью и доступностью изложения // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С. 90–93.
5. Шутова О. А. Категория оценки в научно-популярном дискурсе // Ученые записки Крымского федерального ун-та имени В. И. Вернадского. Филол. науки. 2013. № 1. С. 75–79.
6. Сидорова И. М. Влияние ценностей на характер научных дискуссий // Вестник Рыбинской гос. авиационной технологической академии им. П. А. Соловьева. 2013. № 4 (27). С. 63–72.
7. Багиян А. Ю., Аракелова А. Р. Концептуальное воплощение ценностей и антиценностей в научно-популярном дискурсе сферы информационных технологий как способ актуализации профессиональной аксиологической картины мира // Научный диалог. 2019. № 10. С. 61–78.
8. Тажетдинов Т., Мрочковский Н., Парабеллум А. Как стать первым на YouTube: секреты взрывной раскрутки. М.: Альпина Паблишер, 2018. 162 с.
9. Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиафера. 2016. № 11. С. 107–113.
10. Владимирова Т. Н., Рахманина К. П. Особенности создания средствами массовой информации научного контента для детской аудитории // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8. С. 180–192.
11. Бейненсон В. А. Комикс как формат в отечественной мультимедийной журналистике // Челябинский гуманитарий. 2020. № 3 (52). С. 47–61.
12. Соколова И. С. Научно-популярная программа интернет-телевидения «Научпок» для подростков в контексте комиксной книжной популяризации естествознания // Медиагентства СКФУ: сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. Ставрополь: Сервисшкола, 2017. С. 304–308.
13. Баева Л. В. Этика и аксиология инновационной науки // Информационное общество. 2011. № 2. С. 43–49.
14. Беседина В. Г. Вербально-авербальная репрезентация ведущей деятельности подросткового возраста в ювенальном медиаиздании // Медиаскоп. 2012. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1204> (дата обращения: 08.09.2021).
15. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. 2-е изд., доп. М.: Едиториал УРСС, 2002. 280 с.
16. Данилов С. Ю. Речевой жанр «совет» в аксиологическом аспекте // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: тез. докл. Междунар. науч. конф. (УрФУ, 15–17 октября 2019 г.) / отв. ред. Н. А. Купина. Екатеринбург: Изд. дом «Ажур», 2019. С. 240–241.
17. Кальва И. С., Дягилева Т. В. Особенности формирования ценностного мира молодого поколения инженеров в информационную эпоху // Вестник ЧелГУ. 2021. № 2 (448). С. 76–84.

### References

1. Bazhenova E. A. Axiologicheskoye prostranstvo nauchnogo teksta [Axiological space of scientific text]. In: *Axiologicheskiye aspekty sovremennykh filologicheskikh issledovaniy: tezisy dokladov Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (UrFU, 15–17 oktyabrya 2019 g.)* [Axiological aspects of modern philological research: abstracts of the International Scientific Conference (UrFU, October 15–17, 2019)]. Executive editor N. A. Kupina. Yekaterinburg, Azhur Publ, 2019. Pp. 13–14 (in Russian).
2. Sokolova G. N. Nauchnaya ratsional'nost' kak tsennost' v formirovaniy nauchno-tekhnicheskogo progressa [Scientific rationality as a value in the formation of scientific and technical progress]. *Sotsiologicheskiiy al'manakh*, 2018, no. 9, pp. 84–96 (in Russian).
3. Kim I. E., Ilyina D. V. Tsennostnyye osnovaniya argumentatsii v nauchno-populyarnom tekste [Value foundations of argumentation in popular science text]. In: *Axiologicheskiye aspekty sovremennykh filologicheskikh issledovaniy: tezisy dokladov Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (UrFU, 15–17 oktyabrya 2019 g.)* [Axiological aspects of modern philological research: abstracts of the International Scientific Conference (UrFU, October 15–17, 2019)]. Executive editor N. A. Kupina. Yekaterinburg, Azhur Publ, 2019. Pp. 244–246 (in Russian).
4. Gazoyan A. G. Vzgl'yad studentov i vypusknikov fakul'tetov zhurnalistiki na professional'nye tsennosti nauchnogo zhurnalista: na grani mezhdu korrektnost'yu i dostupnost'yu izlozheniya [View of students and graduates of journalism faculties on the professional values of a scientific journalist: on the verge between correctness and accessibility of presentation]. *Zhurnalistkiy ezhegodnik*, 2016, no. 5, pp. 90–93 (in Russian).
5. Shutova O. A. Kategoriya otsenki v nauchno-populyarnom diskurse [Assessment category in popular science discourse]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskkiye nauki – Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*, 2013, no. 1, pp. 75–79 (in Russian).

6. Sidorova I. M. Vliyanie tsennostey na kharakter nauchnykh diskussiy [Influence of values on the nature of scientific discussions]. *Vestnik Rybinskoy gos. aviatsionnoy tekhnologicheskoy akademii im. P. A. Solov'yeva – Vestnik of P. A. Solov'yov Rybinsk State Aviation Technical University*, 2013, no. 4 (27), pp. 63–72 (in Russian).
7. Bagiyana A. Yu., Arakelova A. R. Kontseptual'noye voploshheniye tsennostey i antitsennostey v nauchno-populyarnom diskurse sfery informatsionnykh tekhnologiy kak sposob aktualizatsii professional'noy aksiologicheskoy kartiny mira [Conceptual embodiment of values and anti-values in popular science discourse in the sphere of information technologies as a way to actualize the professional axiological picture of the world]. *Nauchnyy dialog – Scientific Dialogue*, 2019, no. 10, pp. 61–78 (in Russian).
8. Tazhetdinov T., Mrochkovsky N., Parabellum A. *Kak stat' pervym na YouTube: sekrety vzryvnoy raskrutki* [How to become the first on YouTube: the secrets of explosive promotion]. Moscow, Al'pina Publisher Publ., 2018. 162 p. (in Russian).
9. Tekutyeva I. A. Zhanrovo-tematicheskaya klassifikatsiya videobloginga [Genre-thematic classification of video blogging]. *Mediasfera*, 2016, no. 11, pp. 107–113 (in Russian).
10. Vladimirova T. N., Rachmanina K. P. Osobennosti sozdaniya sredstvami massovoy informatsii nauchnogo kontenta dlya detskoj auditorii [Features of the creation of scientific content by the media for a children's audience]. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya*, 2018, no. 8, pp. 180–192 (in Russian).
11. Beinenson V. A. Komiks kak format v otechestvennoy mul'timediynoy zhurnalistike [Comics as a format in domestic multimedia journalism]. *Chelyabinskij humanitariy – Chelyabinsk Humanitarian*, 2020, no. 3 (52), pp. 47–61 (in Russian).
12. Sokolova I. S. Nauchno-populyarnaya programma internet-televideniya “Nauchpok” dlya podrostkov v kontekste komiksnoy knizhnoy populyarizatsii estestvoznaniya [Popular science program of Internet television “Nauchpok” for adolescents in the context of comic book popularization of natural science]. In: *Mediachteniya SKFU: sbornik statey po itogam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Media Readings NCFU: a collection of articles on the results of the International Scientific and Practical Conference]. Stavropol, Servisshkola Publ., 2017. Pp. 304–308 (in Russian).
13. Bayeva L. V. Etika i aksiologiya innovatsionnoy nauki [Ethics and axiology of innovative science]. *Informatsionnoye obshchestvo – Information Society*, 2011, no. 2, pp. 43–49 (in Russian).
14. Besedina V. G. Verbal'no-averbal'naya reprezentatsiya vedushchey deyatel'nosti podrostkovogo vozrasta v yuvenal'nom media-izdaniy [Verbal-averbal representation of the leading activities of adolescence in juvenile media publishing]. *Mediaskop*, 2012, no. 4 (in Russian). URL: <http://www.mediascope.ru/node/1204> (accessed 08 September 2021).
15. Wolf E. M. *Funktsional'naya semantika otsenki* [Functional semantics of assessment]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2002. 280 p. (in Russian).
16. Danilov S. Yu. Rechevoy zhanr “sovet” v aksiologicheskom aspekte [Speech genre “advice” in the axiological aspect]. Aksiologicheskiye aspekty sovremennykh filologicheskikh issledovaniy: tezisy dokladov Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (UrFU, 15–17 oktyabrya 2019 g.). Otvetstvennyy redaktor N. A. Kupina [Axiological aspects of modern philological research: abstracts of the International Scientific Conference (UrFU, October 15–17, 2019). Executive editor N. A. Kupina]. Yekaterinburg, Azhur Publ, 2019. Pp. 240–241 (in Russian).
17. Kal'va I. S., Diyagileva T. V. Osobennosti formirovaniya tsennostnogo mira molodogo pokoleniya inzhenerov v informatsionnuyu epokhu [Features of the formation of the value world of the young generation of engineers in the information age]. *Vestnik ChelGU – Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2021, no. 2 (448), pp. 76–84 (in Russian).

#### **Информация об авторах**

**Ю. Е. Вилкова**, магистрант, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061).

#### **Information about the authors**

**Yu. E. Vilkova**, master degree student, Tomsk State Pedagogical University (ul. Kiyevskaya, 60, Tomsk, Russian Federation, 634061).

*Статья поступила в редакцию 28.08.2021; принята к публикации 20.12.2021*

*The article was submitted 28.08.2021; accepted for publication 20.12.2021*