

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра

Журналистика

(наименование)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Освещение деятельности студенческих научных объединений на платформе
молодежного медиахолдинга «Есть talk!» (творческая работа)

Студент

Н.Е. Даниленко

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Кандидат филологических наук, Н.И. Тараканова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2020

Аннотация

Бакалаврская работа является творческой: в ней представлены концепция и тексты авторской рубрики «Команда мечты», цель которой – популяризация деятельности студенческих научных объединений Тольяттинского государственного университета.

Актуальность работы обусловлена повышением интереса к науке со стороны молодежи в целом. Авторская рубрика позволяет привлечь внимание к деятельности студенческих научных объединений (СНО), показать уровень и масштаб проблем, решаемых в рамках их деятельности, и, как следствие, сделать вклад в популяризацию современной науки.

В первой главе, которая называется «Популяризация науки: теоретический аспект», систематизированы научные представления о понятиях «научная журналистика» и «научно-популярная журналистика». Кроме того, определены научные интересы современной молодежи.

Во второй главе представлена концепция авторской рубрики для сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk!»». Проведен анализ опубликованных текстов. В заключении сформулированы главные выводы по работе.

Список литературы включает 60 источников.

Оглавление

Введение.....	2
Глава 1 Популяризация науки: теоретический аспект	7
1.1 Феномен научной журналистики в историческом развитии	7
1.2. Популяризация науки в интернет-изданиях: адаптация для молодежной аудитории.....	18
Глава 2 «Команда мечты» – авторская рубрика на сайте молодежного медиахолдинга	27
2.1 Концепция авторской рубрики «Команда мечты»	27
2.2. Анализ авторских публикаций	40
Заключение	57
Список используемой литературы и используемых источников.....	59

Введение

Создание студенческих научных объединений на базе учебных заведений и вовлечение учащихся в научную и исследовательскую работу – эти два способа считаются наиболее эффективными для развития квалификационных навыков у студентов и повышения их профессионального уровня. С помощью организации студенческой научной деятельности можно научить студентов решать научные и профессиональные задачи, а также способствовать развитию у них творческих способностей. Такие студенческие объединения создаются практически во всех высших учебных заведениях России. Это обусловлено возросшим интересом современной молодежи к науке. Если в исследовании «Молодежь в науке» А. Карпов в 2005 году сообщал, что «в развитых европейских странах, как и у нас сегодня, наблюдается общее падение интереса молодых людей к занятиям наукой и научной карьере» [25], то спустя 10 лет ситуация кардинально изменилась. Исследователь Н. А. Винокурова в научной работе «Молодежь в науке: мотивации, взгляды, жизненные стратегии», написанной в 2016 году, отмечает, что «благодаря ряду конкретных мер, направленных на привлечение молодежи, ее приток в науку увеличился» [11]. Среди таких мер – премии, гранты, стипендии для молодых ученых, техническое оснащение научных центров, лабораторий, а также проведение мероприятий – форумов, конференций, семинаров, выставок научных достижений. Как показало исследование А. А. Челтыбашева «Популяризация науки как средство повышения интереса молодежи к исследовательской деятельности» [50], подобные мероприятия, направленные на популяризацию научного знания, действительно повышают интерес молодежи к исследовательской деятельности.

Повышению интереса молодежи к научной деятельности способствуют и публикации в СМИ, то есть «распространение научных знаний в современной и доступной для широкого круга людей форме» [20, с. 234]. Этим обусловлена *актуальность* творческой бакалаврской работы – авторская рубрика позволяет привлечь внимание к деятельности

студенческих научных объединений (СНО), показать уровень и масштаб проблем, решаемых в рамках их деятельности, и, как следствие, сделать вклад в популяризацию современной науки.

Объект бакалаврской работы – популяризация науки в сетевых средствах массовой информации.

Предмет – популяризация научных достижений студенческих научных объединений Тольяттинского государственного университета в цикле авторских материалов в сетевом издании «Молодежного медиахолдинга «Есть TALK!»».

Цель бакалаврской работы – создать цикл авторских материалов для сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть TALK!»» с целью популяризации научной студенческой деятельности в университете.

Для достижения цели необходимо решить следующие *задачи*:

– систематизировать научные представления о способах популяризации науки;

– разработать концепцию и создать цикл авторских материалов, популяризирующих научную деятельность студентов в молодежном сетевом издании «Есть talk»;

– проанализировать цикл авторских материалов на предмет соответствия поставленным целям и задачам.

Эмпирическую базу бакалаврской работы составили пять авторских материалов, в которых освещается деятельность студенческих научных объединений Тольяттинского государственного университета, опубликованных в сетевом издании Молодежного медиахолдинга «Есть talk!».

Кроме того, с целью выявления особенностей популяризации науки в современном обществе, были рассмотрены сетевые издания, работающие в данном секторе. Среди них: «N+ 1» <https://nplus1.ru/> [56], «Naked Science» <https://naked-science.ru/> [57], «ПостНаука» <https://postnauka.ru/> [58],

«Популярная механика» <https://www.popmech.ru/> [59], «Наука и технологии» <https://snob.ru/theme/153/> [60].

Хронологические рамки исследования включают период с 1 сентября 2019 года по 10 января 2020 года.

Теоретико-методологическая база бакалаврской работы состоит из научных статей и диссертаций Г. И. Щербаковой и М. А. Ульянова «Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического обоснования» [53], М. В. Перовой «Научно-популярная журналистика: традиции и современные реалии» [38], Н. В. Дивеевой «Влияние информационных технологий на создание новых форм популяризации науки» [16], Р. П. Баканова «Формы популяризации науки при освоении научно-популярными медиа интернет-платформ» [8], А. Карпова «Молодежь в науке» [25], В. Р. Медведевой «Организация и стимулирование научно-исследовательской работы студентов в области перспективных направлений развития университета» [33], Н. А. Винокуровой «Молодежь в науке» [11], Е. В. Журавлевой «Популяризация науки в современной России» [20], С. Гусейнова «Научная журналистика» [14], К. Грабовского «Научная журналистика для журналистов» [13], и др.

В работе использовались следующие *методы исследования*: библиографическое исследование – отбор источников информации по теме исследования; метод критического изучения источников – выявление уровня теоретического осмысления объекта/предмета исследования, степени разработанности темы; комплексный анализ текстов – изучение содержательных и формальных характеристик публикаций; сравнительно-сопоставительный метод – выявление специфики объекта и сопоставление его с объектами, которые обладают похожими характеристиками.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в том, что творческий проект реализован по заказу руководства Молодежного медиахолдинга «Есть TALK!» Тольяттинского Государственного Университета. Кроме того, результаты бакалаврской работы могут быть

использованы при организации практики студентов кафедры журналистики в названном сетевом издании.

Цели и задачи бакалаврской работы обусловили ее *структуру*: она состоит из введения, первой и второй глав, заключения, списка используемых источников, а также приложения, в которое входят авторские журналистские материалы.

Во введении обоснована актуальность темы, обозначены объект, предмет, цели и задачи исследования; теоретическая, методологическая и эмпирическая базы; структура и практическая значимость.

В первой главе дана характеристика таких понятий как научная журналистика и популяризация науки. Рассмотрены основные направления, определены научные интересы современной молодежи.

Во второй главе представлено описание концепции авторского проекта и пять авторских материалов, посвященных деятельности студенческих научных объединений, опубликованных на сайте Молодежного медиахолдинга «Есть talk». Проведен подробный анализ авторских журналистских материалов.

В заключении представлен обобщающий вывод по итогам исследования. В приложении представлены пять авторских материалов, принятых к публикации на сайт Молодежного медиахолдинга «Есть talk!».

Глава 1 Популяризация науки: теоретический аспект

1.1 Феномен научной журналистики в историческом развитии

Для того чтобы говорить о роли и месте научной журналистики в современном мире, необходимо дать определение понятию «наука». В толковом словаре Т. Ф. Ефремовой указано, что наука «это исторически сложившаяся и непрерывно развивающаяся система знаний о закономерностях развития природы, общества и мышления и о способах их планомерного воздействия на окружающий мир» [18]. В словаре С. И. Ожегова дается такое определение: наука – это «система знаний о закономерностях развития природы, общества и мышления, а также отдельная отрасль таких знаний: общественная наука, естественная наука, гуманитарная наука» [36]. Таким образом, научная информация – это комплекс всех процессов предоставления, передачи, получения научного знания. Именно эта совокупность образует главный механизм существования науки и научного прогресса.

Наука в современном мире – это важнейший социальный институт, в котором консолидируется вся инновационная и познавательная деятельность. И, как следствие, этот институт обладает собственными коммуникациями, задача которых заключается в обеспечении независимости, целостности и надежности науки как социального института. Эти принципы «осуществляются в форме непосредственного и опосредованного общения ученых, образующих совокупный субъект научной деятельности, и выступают в качестве средства связи в его среде» [45, с. 15].

В современной науке существует способ так называемого «научного общения» – это научные издания. Их жанровая палитра широка. В основном это письменные жанры – статьи, заметки, монографии, методические пособия, рецензии, аннотации, курсовые, дипломные, кандидатские работы. Но также есть устные научные жанры – лекции, выступления и доклады. Научные труды (письменных жанров) могут существовать как в печатной версии, так и быть размещенными в онлайн-источниках. Научные труды

могут быть посвящены различным областям науки: философии, лингвистике, педагогике, психологии, медицине, истории, физике, робототехнике, механике. Также различно содержание научных трудов: в них может быть представлена информация об открытиях, проведенных опытах и экспериментах, а также современные теории, гипотезы и наблюдения.

Главная цель научной журналистики – популяризация научного знания. Эта необходимость возникла еще в те времена, когда первые печатные СМИ только появлялись. Возрастающий объем информации «содействовал поиску, изобретению тех технических средств, которые могли бы обеспечить быструю и эффективную передачу информации и ее распространение, например, изобретение печатного станка, заимствование способа производства бумаги, развитие системы почтового сообщения сначала внутри страны, а затем и становление международной почтовой связи» [53].

Первым журналом в мире стал «*Journal des savants*» («Журнал ученых»). Он издавался с 1665 года в Париже. Главным редактором был Дени де Салло – советник парижского парламента. Основной целью этого издания было информирование аудитории о событиях в мире науки. Там содержались материалы, посвященные таким областям науки как анатомия, механика. Они вызывали интерес у студентов и школьников, а также у представителей светского общества. В скором времени подобное издание появилось в Англии, в Лондоне. Оно называлось «Ученые записки королевского общества», по целям, тематике, структуре и аудитории оно было сходным с изданием «*Journal des savants*. Таким образом, появление двух похожих по типу изданий «говорит об осознанной потребности в научной информации, в которой нуждалась как зарождающаяся промышленность, так и общественное сознание, вознесшее ученость в качестве важнейших добродетелей современного человека» [53]. Во второй половине 17 века подобные издания продолжают появляться во многих других европейских городах. В начале 18 столетия они стали выходить и в России.

Задача просвещения населения стала одной из важнейших в государственной политике России. Новатором в области российской научной журналистики был признан Г. Ф. Миллер, который ранее был редактором газеты «Ведомости» (это первая в России печатная газета). Он подготовил издание на латинском языке - «*Commentarii Academiae Scientiarum*». Но этот журнал не нашел отклика у широкой аудитории. Им заинтересовался только узкий круг читателей, которые знали латынь. В 18 столетии в России активно продолжилось развитие научной журналистики. Появились журналы, материалы которых были посвящены естественным наукам, медицине, экономике. «Труды Вольного экономического общества», «Санкт-Петербургские врачебные ведомости», «Магазин натуральной истории, физики и химии или новое собрание материй, принадлежащих к сим трем наукам, заключающее в себе: важные и любопытные предметы оных, равно как и употребление премногих из них во врачебной науке, в экономии, земледелии, искусствах и художествах». Они выходили небольшими тиражами и также были созданы с целью популяризировать научное знание. Тематика материалов была посвящена научным открытиям, опытам, экспериментам, важнейшим событиям в научном мире. Но издания по-прежнему были рассчитаны не на широкую аудиторию, так как были написаны специализированным научным языком. То есть, можно сказать, что эти журналы были направлены на специалистов научных сфер.

Но также в российской научной журналистике появилось другое направление, которое можно назвать «научно-популярным». Его главной задачей стала передача научного знания простым и понятным языком для аудитории разного уровня подготовки. Одна из первых таких проб в научно-популярной журналистике – раздел «Примечания» к изданию «Санкт-Петербургские ведомости».

Далее на свет появились «Академические известия» и «Новые ежемесячные сочинения», которые «воспринимались современниками как прорыв к научному знанию и образец для подражания» [38]. Эти издания

выходили в 1755-1764 годах. В них совмещались материалы о самых разных научных направлениях, были рассмотрены просветительские идеи.

Издание «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие» можно назвать «первым русским изданием, поставившим перед собой просветительские цели (1755- 1764 гг.), которое пыталось совместить в себе самые различные тематические направления» [53]. Главным редактором журнала был Г. Миллер. Среди авторов были известные российские литераторы, такие как Ломоносов и Сумароков. Была сделана попытка не только просветить аудиторию в таких науках как физика, химия и математика, но и научить логически и абстрактно мыслить. Это издание можно назвать частично энциклопедическим. По такому пути развития далее пошли многие научно-популярные издания.

В период с конца 18-го и до начала 19-го века меняется система образования. В России открываются университеты, появляется больше гимназий. За счет этого в стране появляется множество заслуженных ученых, которые продолжают совершенствоваться – перенимают опыт у коллег из зарубежных стран, ездят на стажировки в Европу. Это оказывает влияние и на развитие научной журналистики – научного знания становится все больше, возрастает необходимость его популяризации. Появляется множество журналов в формате энциклопедического издания в середине 19-го столетия. Первым таким изданием стал «Московский телеграф», который издавался Николаем Полевым с 1825 по 1834 год. Журнал составляли разделы, посвященные не только науке, а также искусству, моде, словесности. Главной целью журнала было просвещение средних слоев населения. То есть, с течением времени научная периодика стала ориентироваться не только на узкоспециализированный круг читателей – ученых, студентов, преподавателей. Постепенно авторы стали отходить от специализированного научного языка, появилось стремление донести научное знание более понятным и простым языком. В 19 веке значительный вклад в развитие научной журналистики внес Николай Иванович Новиков,

русский журналист, издатель и общественный деятель. Одна из его важнейших заслуг – возвращение популярности изданию «Московские ведомости». Он добавил несколько научных приложений к изданию, с помощью которых читатели узнавали много новой информации и расширяли кругозор. Журнал приобрел большую популярность у читателей разного уровня подготовки, тираж вырос до 4 тысяч экземпляров – значительная цифра для тех времен.

Еще один пример энциклопедических изданий – «Библиотека для чтения». Ее концепцию создал О. Сеньковский. В нескольких разделах публиковались научные новости, критические статьи на научные труды. «Хотя с точки зрения листажа беллетристический отдел был больше, но сам редактор считал более важным для развития читателя именно отделы, где помещалась научная информация, а все остальные рассматривал как воспитание привычки к чтению и приготовление к получению более серьезных знаний» [54].

В конце 19 века формат энциклопедических сборников перестает быть популярным. Вместо больших энциклопедических журналов появляются иллюстрированные ежедневники, научно-популярной направленности: «Вокруг света» Д. И. Сытина, «Природа и люди» П. П. Сойкина, «Вестник знания», «Знание для всех», «Помощь самообразованию», «Хочу все знать». Зачастую в научных журналах работали сами ученые. Каждое издание имело свое отличие. Но все были популярны среди разных слоев населения.

Также одним из важнейших методов популяризации научного знания стали научные мероприятия, например, лекции, массовые чтения. А в 20 веке эти методы вновь стали меняться. Стали создаваться научные сообщества, Самым известным стало всесоюзное общество «Знание». Его представители вели лекции в университетах и других образовательных учреждениях. Это научное объединение стало выпускать свои средства массовой информации – «Международная жизнь, Наука сегодня, Знание – народу, Наука и жизнь,

Знание – сила, Наука и религия, Слово лектору, Наука и человечество, Будущее науки» [47].

В 60-70-х годах научных изданий становилось все больше, и они набирали все большую популярность. Самыми крупными были «Химия и жизнь», «Знание и сила», «Наука и жизнь». Они имели тиражи в 300000, 700000 и 3400000 экземпляров соответственно. Также к методам популяризации науки добавились телевизионные СМИ и кинематограф. Согласно исследованиям, очевиден факт, что «в 10-20-х гг. XX в. сформировалась разветвленная тематическая структура научно-популярного кино...уже в период немого кино складываются основные специфические черты научно-популярного кино: его конструктивную основу образует система логических доказательств, подтвержденных ссылками на авторитеты науки, опирающихся на фотографически достоверное воспроизведение внешнего мира, на документальный показ научных опытов и экспериментов» [49].

В 1951 году в СССР была создана Центральная студия телевидения. В эфир выходили учебные, научные программы, посвященные здоровью, путешествиям, зоологии и многим другим научным темам. Например – «Шахматная школа», выходившая с 1969 по 1988 год. Это телевизионная форма обучения игре в шахматы для детей. «Человек. Земля. Вселенная» - научно-популярное шоу. Выходило с 1970 по 1990 год. Тематикой программы стали исследования космического пространства, открытия в этой области, интервью с учеными. «Под знаком Пи» - программа выходила с 1989 года. Она посвящена различным сферам науки, истории, культуры, археологии. Необычный формат имела телепередача «Счастливый случай», выходившая в эфир с 1989 года по 2000. Это телевизионная игра, подобная английской настольной игре «Гонка за лидером». Участвовать могли две семейные команды, которые состоят из четырех человек. Как правило, игра состояла из пяти раундов. Победителями становилась команда, которая набирала больше всего очков.

Основные особенности всех этих телепередач – высокая значимость для зрителей, правдивость информации, надежные и проверенные источники, яркая и зрелищная картинка, а также высокий авторитет журналиста.

Таким образом, в советские годы самыми главными формами популяризации научного знания в СМИ стали научные программы на телевидении.

Со временем зрители стали терять интерес к телевидению. Аудитория в 21-м столетии стала постепенно переходить в Интернет, а вместе с ней в «сеть» ушли и многие передачи, и программы. Сейчас именно Интернет играет значимую роль в популяризации научного знания. Сейчас там сосредоточились новые форматы – научные блоги, видеоканалы на видеохостингах, а также открытые источники научной информации.

И хотя в периоды зарождения и развития научной журналистики методы популяризации научного знания претерпели значительные, общим осталось одно – необходимость донести до широкой аудитории научное знание. Такой инструмент коммуникации как научное издание позволяет не только распространять научные знания, но и анализировать различные вопросы, решать проблемы научной сферы.

Однако публикации в специализированных научных изданиях не рассчитаны на массовую аудиторию. Научные труды – это своего рода коммуникация «от ученого к ученому», они написаны специализированным научным языком с использованием сложных профессиональных формулировок и терминов.

Но ученым важно и нужно «общаться» с широкой аудиторией. Необходимо информировать людей о деятельности научных объединений, о том, как развивается современная наука, рассказывать о научных открытиях, об изобретениях. Причем делать это нужно простым и понятным языком, чтобы информация была доступна для аудитории разного уровня подготовки. Этим подчеркивается значимость научно-популярной журналистики.

Существует несколько определений понятия «научно-популярная журналистика». Это «адаптированное для каналов массовой коммуникации оперативное знание о продуктах науки и тех, кто их создает» [44]. Исследователь С. Гусейнов в работе «Научная журналистика» дает такое определение: «это область деятельности, в основе которой лежит доведение до широкой общественности на понятном языке новостей науки и техники, а также происходящих в нашей социальной жизни процессов» [14]. Доктор К. Грабовский определяет это направление журналистики как «способ популяризации достижений науки, «перевод» существующих научного исследований для обывательного сознания» [13]. Таким образом, обобщив приведенные выше определения, можно сказать, что научно-популярная журналистика - это область журналистского творчества, в которой научное знание доносится до массовой аудитории в более простой, доступной для понимания форме, причем главный смысл сообщения не искажается.

Важно дать четкое разделение понятиям «научная журналистика» и «научно-популярная журналистика». Научно-популярные материалы сильно отличаются от научных публикаций в специализированных изданиях – научных журналах, монографиях и т.д. Такие материалы можно найти в массовых или в тематических средствах массовой информации. Именно средства массовой информации являются максимально эффективным каналом «общения» научного сообщества и массовой аудитории. Журналистские материалы, посвященные научной тематике, могут не только публиковаться в печатных и сетевых изданиях, но также передаваться по радио, телевидению, в онлайн-трансляциях.

Таким образом, необходимо обобщить вышеуказанные различия между научно-популярной и научной журналистикой – диссертациями, тезисами, докладами, статьями и проч. Прежде всего, у научно-популярной журналистики и научных публикаций отличается система коммуникаций – это специальная научная и массовая коммуникация соответственно. Отличается и аудитория – преимущественно специальная

(преподавательский состав образовательных учреждений, ученые, сотрудники научно-исследовательских учреждений) и массовая аудитория. Авторство научных публикаций принадлежит представителям научного сообщества - это ученые, аспиранты, студенты, доктора наук. Научно-популярные журналистские материалы создаются журналистами, а также писателями, которые сотрудничают со СМИ. Предмет отображения в научных публикациях – научные исследования в различных областях науки, вопросы и проблемы организации научной деятельности. В научно-популярной журналистике – это продукты научной деятельности (новые научные знания, отношения науки и общества, деятельность научных сообществ). Одна из основных целей научных публикаций – «разговор» ученого с ученым. Предназначение научно-популярной журналистики – «общение» ученого с широким кругом читателей. Виды изданий, в которых публикуются научные труды: научные журналы, сборники, статьи, диссертации, авторские блоги, тезисы докладов. Материалы научно-популярной журналистики размещаются в сетевых СМИ, выходят в эфир на телевидении и радио, публикуются в альманахах, на порталах информационных агентств, в специальных рубриках. Еще одно различие – стили, с помощью которых создаются материалы научно-популярной журналистики и научные публикации – научно-популярный и научный стили соответственно. Что касается научно-популярного стиля – он нацелен на передачу научного знания неподготовленной аудитории. То есть это популяризация – перевод информации, написанной узкоспециализированным профессиональным языком на понятный для широкого круга. Именно популяризация превращает научный стиль в научно-популярный. Научный стиль – это научный язык, которым пишутся статьи, монографии, дипломные, курсовые, кандидатские работы, тезисы, диссертации и прочие научные работы.

Зачастую роль проводника по миру науки на себя берут представители научной сферы. Они сотрудничают со СМИ. Однако донести научное знание

до читателей, слушателей, зрителей разного уровня подготовки – задача именно журналиста. Суть работы такого специалиста заключается в том, что он должен суметь отобрать из большого потока научной информации основу и суть, сделать так, чтобы новое научное знание стало доступным для «дилетанта». Научно-популярный журналист «умеет работать со специализированным академическим знанием, отличая его от других видов знания («народное», «лженаучное») и семантически превращать это знание в понятное для людей, не включенных в узкоспециализированные научные дискурсы» [3]. При работе в сфере научной журналистики, специалисты сталкиваются с профессиональными рисками. Очень важно донести научное знание точно и достоверно, не переувра фактуру. Именно поэтому «журналист, берущийся освещать вопросы научных достижений, естественно, сам должен быть человеком образованным, обладающим научным мировоззрением» [43, с. 6]. Поэтому не все дисциплины популяризируются журналистами. Например, в таких науках как математика или физика очень трудно подобрать метафоры, с помощью которых можно передать необходимую информацию. Формулы и сложные расчеты в некоторых случаях невозможно сделать понятными и доступными для неподготовленных читателей. Если при подготовке материала у журналиста возникают так называемые «трудности перевода», то ему лучше обратиться к специалистам – представителям научной сферы.

Существуют различные языковые трудности, порой привычные метафоры и другие речевые обороты не позволяют заменить научный язык. Именно поэтому научному журналисту нужно обладать высоким профессионализмом, уметь грамотно соблюдать интересы массовой аудитории и правильно излагать суть научного знания.

Журналисты, которые работают в научной и научно-популярной журналистике, оказывают влияние на образ науки. Они не только характеризуют новое знание, но и формируют информационную научную повестку.

Журналисты, которые создают научно-популярные тексты, рассказывают широкой аудитории о современных научных тенденциях, а также о том, какую деятельность ведут научные сообщества. Поэтому постоянно развивающийся научно-технический прогресс позволяет сделать вывод о том, что массовая аудитория становится все более заинтересованной в научной среде.

Чем же обусловлена необходимость научно-популярной журналистики в современном мире? Ведь во всемирной паутине существует множество открытых источников, с помощью которых массовая аудитория может получить все необходимые знания о научной деятельности различных сообществ, центров, о новых важнейших открытиях, теориях и гипотезах. Ведь «сами ученые могут размещать собственные работы (например, в файлохранилищах) и загружать публикации и исследования на различные платформы, позволяющие осуществлять своеобразный «самиздат» (блоги, онлайн-сервисы самостоятельного издательства и т.д.)» [35]. Однако именно из-за такой доступности информации и большого количества открытых источников, у аудитории возникает эффект «пресыщения». Поэтому в таких условиях возрастает значение именно научной журналистики, а также «роль автора научно-популярного журналистского материала как некоего проводника в море информационных потоков» [53].

Таблица 1 – Сходство и различия научной и научно-популярной журналистики

Типологические характеристики	Научная журналистика	Научно-популярная журналистика
Тип коммуникаций	Специализированные научные коммуникации	Массовые коммуникации
Аудитория	Узко специализированная аудитория. Это ученые, студенты, преподаватели, сотрудники научных учреждений, представители научных объединений	Аудитория может быть разного уровня подготовки.

Объект отображения	Исследования в разных областях науки. Научные эксперименты, опыты, проблемы.	Научные знания, деятельность научных объединений, учреждений.
Цель	Научная коммуникация	Просвещение массовой аудитории
Типы изданий	Узко специализированные издания. Научные Интернет-ресурсы, порталы, блоги, научные журналы, диссертации, сборники, авторефераты.	Научно популярные СМИ. Журналы, сетевые порталы, блоги. Также общественно-политические издания, которые пишут на универсальные темы, но имеют отдельную рубрику, посвященную науке.
Частота выхода	Непостоянна. Может выходить 1 раз в год или полгода, 1 раз в месяц или неделю. Это напрямую зависит от проводимых научных мероприятий.	Также может варьироваться в зависимости от периодичности издания. В современных научно-популярных сетевых СМИ частота обновления может быть ежедневной.
Распространение	Научные общества и объединения, научные учреждения.	Широкий круг читателей.
Стиль и язык повествования	Повествование ведется специализированным научным языком, в научном стиле.	Научно-популярный или публицистический стиль изложения, язык – общелитературный.
Жанры	Научные статьи, авторефераты диссертации, диссертации, монографии, рефераты, тезисы докладов, аннотации, интервью, рецензии.	Статьи, очерки, обзоры, рецензии, интервью, репортажи, заметки, анонсы и аннотации.
Основное назначение	Научная журналистика необходима, чтобы оптимизировать деятельность научных объединений и обществ.	Научно-популярная журналистика – это средство просвещения массовой аудитории.

1.2. Популяризация науки в интернет-изданиях: адаптация для молодежной аудитории

Главная особенность современной молодежной аудитории заключается в том, что она отказывается от привычных печатных изданий и «все более тяготеет к медиатекстам в электронном формате – телевизионном,

компьютерном, мобильном» [19, с. 151]. Такая тенденция наблюдалась еще 11 лет назад, а в настоящее время она только закрепила свои позиции. Что, соответственно, оказывает влияние на трансформацию современных СМИ – они переходят в Интернет, меняется не только их вид, но и содержание. И хотя большая часть молодой аудитории стремительно уходит в сеть, необходимость удовлетворения потребностей в информации не уменьшается. Меняется лишь способ ее предоставления - «молодежь все чаще обращается к сетевым изданиям, информационным и новостным интернет-порталам, не дожидаясь нового выпуска новостей на федеральном или региональном канале и тем более выпуска газеты» [27, с. 142].

Современная молодежь постепенно теряет интерес к традиционным СМИ – газетам и журналам, потому что у таких изданий ограниченный формат, отсутствуют мультимедийные компоненты, такие как аудио и видео, устаревают и форма подачи материалов. Поэтому наибольший интерес вызывает Интернет как «площадка для развития новых медиа, главными чертами которых является цифровой код, интерактивность и мультимедийность. Возможность экспериментировать с формой подачи и средствами выразительности выгодно отличает новые медиа от традиционных (печатных изданий, радио, телевидения)» [39, с. 55].

Но это не единственная причина, по которой широкая аудитория, в частности, молодая, массово переходит в Интернет. Значимую роль в трансформации традиционных СМИ в Интернет-издания сыграло такое явление как «клиповое мышление», которое называют явлением информационного общества. Это новый способ восприятия информации, при котором люди не углубляются в текст полностью, а считывают информацию поверхностно. В приоритете – картинка или видео, а не текст. Поэтому сейчас для молодой аудитории всемирная паутина – это не только средство общения, а «естественная среда обитания, а любая информация, будь то новости или демотиваторы являются своеобразным воздухом, которым эта молодежь дышит» [37, с. 3].

Современные молодежные Интернет-СМИ имеют главную отличительную особенность – наличие мультимедийного контента. Но несмотря на то, что СМИ серьезно изменили формат, главная задача молодежных СМИ остается прежней – «воспитание подрастающего поколения, включение молодого человека в общество. Поэтому и к содержанию таких СМИ относиться нужно особо: качественный продукт способен существенно повлиять на настроения и судьбы целого поколения. Нельзя также забывать и об остальных функциях молодежной прессы, которые являются общими для всех СМИ: идеологическая, коммуникативная, организаторская, культурно-образовательная, рекламно-справочная и рекреативная» [37, с. 2].

Функция популяризации науки теперь реализуется с помощью сетевых изданий. Также с помощью Интернета можно популяризировать научное знание в другом, более интересном и простом формате. Ведь именно в этом и заключается задача научно-популярной журналистики рассказать о научных явлениях, опытах, открытиях наиболее простым и понятным языком, который будет доступен для аудитории самого разного уровня подготовки. Итак, особенности современной научной-популярной журналистики, представленной в сетевых СМИ, заключаются в «глобальности распространения информации, возможности многоязычия, мультимедийности, интерактивности, гипертекстуальности, высокой селективности, высокой маневренности, высокой оперативности, избирательности воздействия на аудиторию. Поэтому рост в Сети количества научно-популярных сайтов — не случайность» [31].

Интерактивность – «двустороннее взаимодействие между автором и потребителем медийной информации» [34]. Такой формат привлекает все больший интерес аудитории, так как она не только получает информацию, но и может внести свой вклад. В разных изданиях контакт с аудиторией поддерживается по-разному. Например, в печатных СМИ это «письма и звонки в редакцию, связь по электронной почте; на телевидении и радио к

уже названным добавляются звонки во время прямого эфира, викторины, телешоппинг, участие в ток-шоу, голосования. Можно сказать, что потребитель информационного продукта традиционных средств массовой информации является скорее пассивным участником коммуникационных отношений. Чтобы установить контакт с редакцией, ему требуется отправить письмо, сделать звонок, дождаться ответа, то есть приложить лишние усилия и потратить время» [10, с. 1]. Совсем другая интерактивность в Интернет-изданиях. Ведь сетевые издания – это одна большая площадка, на которой журналист может взаимодействовать с массовой аудиторией. Особенности интерактивности в таких СМИ – это мгновенный отклик на запросы, просьбы аудитории. Также в современных Интернет-ресурсах есть возможность отслеживать количество просмотров и посещений, и, как следствие, понять реакцию аудитории на тот или иной материал, сделать вывод о том, какие форматы и темы наиболее удачны и популярны. Именно поэтому современные издания максимально подстраиваются под вкусы и потребности широкой аудитории.

Гипертекстуальность – это электронный текст, в котором присутствуют встроенные ссылки для перехода на другие сайты. Это дает возможность связать несколько связанных между собой элементов. Это дает дополнительные возможности для познания, можно «читать текст не только на одном уровне, но благодаря внутренним ссылкам просматривать его вглубь. Это расширяет информационные возможности производителей медиа-продукта, но и его потребителей» [5].

Что касается тех, кто создает журналистские материалы, то сегодня есть два вида популяризаторов науки в СМИ. Это научные журналисты, которые не имеют ни научной степени, ни профильного углубленного образования, но интересуются современной наукой, новыми опытами и открытиями, изучают различные темы и публикуют научные материалы в СМИ. Другой тип авторов – ученые, аспиранты, сотрудники университетов, лабораторий, которые не получали журналистского образования и не

работали ранее в этой сфере, но которые сотрудничают со СМИ или создают собственные Интернет-ресурсы для того, чтобы рассказать о новых исследованиях.

Определенно новым жанром в мире научной журналистики стал Эксплейнер. Дословно этот термин с английского можно перевести как «объясняющее видео». Это короткий ролик, в котором объясняются хорошо знакомые всем явления, но о которых мало говорится. Это ответы на простые вопросы. Среди примеров интернет-ресурсов, на которых можно встретить такой формат – YouTube-канал QWERTY, YouTube-канал SciOne, портал ПостНаука. В таких роликах форма подачи не только стенд-апы, но и закадровый текст, фото, видео и графические элементы. Также в сетевых СМИ встречается тенденция дополняющего видео, которое служит дополнением к тексту, подчеркивающий текстовую информацию картинкой.

Современные издания стремятся подавать трудную для восприятия научную информацию в легкой игровой форме. Часто используются тесты. Например, такой формат часто можно встретить на ресурсе «ПостНаука». Тесты создаются на основе онлайн-уроков, для того чтобы можно было проверить, как усвоены знания.

Также набирают популярность приложения, которые устанавливаются на смартфоны. Один из примеров – игра «Emoji Pushkin». В ней нужно заполнить пробелы в стихотворениях Пушкина при помощи смайликов.

Еще один пример того, как можно совместно реализовать просветительскую и развлекательную функцию – проект «1917» от издательства Яндекс. Там содержится документальная хроника о событиях 1917 года. Собраны фото, дневники и письма. Ресурс постоянно дополняется новыми документами. Там есть не только документы, но и игровые элементы. Например – если пользователь заходит на ресурс в определенный день, то он получает информацию о тех событиях, которые происходили в этот же день в 1917 году.

Стал популярным и такой формат как видеоблоггерство. Однако «в данном случае интерес зрителей может быть связан не только с содержанием материалов, но и с личностью блогера, что предъявляет к автору дополнительные требования – обладать харизмой, иметь собственную уникальную форму подачи себя в кадре и своего материала» [39, с. 50]. Это также является особенностью современной журналистики.

Согласно исследованию, Е. Е. Макаровой, сейчас существует несколько типов научно-популярных ресурсов: это электронные версии традиционных СМИ и отдельные электронные СМИ. Тематическое содержание современных научных СМИ, которые подверглись анализу, разнообразно: «в первую десятку вошли (последовательно) науки о космосе, истории, астрономии, генетике, биологии, медицине, физике, нанотехнологиях, компьютерах, новых технологиях» [39]. Причиной, по которой большее внимание уделяется именно этим наукам, можно назвать информационную политику изданий. А она, соответственно, формируется из потребностей аудитории.

Также в своем исследовании «Научная популяризация в Интернете» Е. С. Поданева отмечает, что наиболее востребованными жанрами в научно-популярной журналистике можно назвать статью, заметку, интервью, очерк, прогноз и репортаж. По мнению автора, это самые оптимальные формы для передачи научного знания широкой аудитории.

Еще одна особенность современной научной журналистики заключается в том, что «научно-популярные сайты постепенно превращаются в своеобразную площадку для обсуждения междисциплинарных научных проблем учеными — представителями разных наук, что очень важно для интеграции разных наук» [46, с. 144]. Современные научные интернет-СМИ обладают значительным преимуществом – это открытый доступ, с помощью которого информацию о научных знаниях может получить любой человек, у которого есть доступ в интернет.

Важная роль современной научной журналистики заключается не только в популяризации научного знания, но и в обмене опытом представителей научной сферы. «Явной становится тенденция укрепления и расширения на научно-популярных сайтах роли форумов и клубов, как форм обмена мнениями между разными пользователями Интернета, по поводу той или иной научной проблематики, освещаемой на сайтах» [31]. Ведь изначально, когда научная журналистика только зарождалась, ее использовали для коммуникации «от ученого к ученому». Таким образом, можно сделать вывод о том, что в ближайшее время научные Интернет-СМИ продолжают набирать популярность и станут оптимальным инструментом для распространения научного знания.

Итак, новые виды научно-популярных СМИ помогают развивать научно-популярные ресурсы. Появляются новые форматы подачи научного знания. В них сочетаются как текстовые, так аудио, видео, фото, графические элементы. Теперь научная журналистика – это не только текстовая передача научного знания, но и возможность показать наглядно трудные понятия.

Теперь у читателей есть возможность самим включиться в работу над содержанием. То есть, сейчас можно говорить о позитивном развитии научной популяризации в интернете.

Таким образом, обобщив исследования, проведенные в первой главе, можно сказать, что понятия «научная журналистика» и «научно-популярная журналистика» имеют четкое разделение. Научная журналистика не направлена широкий круг людей. Она предназначена для тех, кто так или иначе задействован в научной среде, а также разбирается в узкоспециализированной терминологии. Научно-популярная журналистика призвана передавать научное знание массовой аудитории, переводя сложный научный язык на простой обывательский. То есть, научно-популярные, так же как и научные журналистские тексты должны быть декодируемыми – это универсальное требование, предъявляемое к тексту. Эта область журналистики зародилась несколько веков назад, и продолжила развиваться

с течением времени – сейчас она преимущественно представлена в Интернете. Главная особенность современной научно-популярной журналистики заключается в том, что журналистские материалы представлены не только в текстовом формате. Они также создаются при помощи мультимедийного контента – видео, фото, аудио, графики, различных интерактивных элементов.

Но несмотря на то, что значительная часть научной информации находится в свободном доступе и ознакомиться с ней может любой желающий, у которого есть выход в интернет, роль научного журналиста по-прежнему остается актуальной. В большом потоке научной информации, пусть и изложенной понятным языком, простой обыватель может затеряться и запутаться, так и не получив ответа на свой вопрос и не найдя того, что нужно. Таким образом, задача научно-популярного журналиста в современном мире заключается в том, что он становится проводником по большому миру науки.

Цель бакалаврской работы – внести свой вклад в популяризацию науки, создать цикл авторских материалов и опубликовать их на сайте молодежного сетевого издания *Есть talk*. Чтобы оценить степень значимости авторских научно-популярных материалов, необходимо провести их анализ, критериями которого станут следующие критерии:

- тема;
- композиция;
- структура;
- жанр;
- декодируемость;
- актуальность;
- релевантность;
- объективность.

Также необходимо обратить внимание на следующие критерии, которые помогут сделать анализ более развернутым:

- герои материалов;
- цель материала;
- методы сбора информации;
- методы предъявления информации;
- вопросы, задаваемые героям;
- наличие мультимедийных элементов – фото и дополняющих видео;
- гиперссылки;
- интерактивность.

И, конечно, важнейшим критерием анализа будет соответствие текстов функциям журналистики – идеологической, коммуникативной, организаторской, культурно-образовательной, рекламно-справочной, рекреативной.

Глава 2 «Команда мечты» – авторская рубрика на сайте молодежного медиахолдинга

2.1 Концепция авторской рубрики «Команда мечты»

Значение научного знания в современном мире велико. Такое мнение представлено в исследовании «Отношение молодежи России к образованию и науке на современном этапе», опубликованном Н. А. Барышной и Н. А. Самохваловым в 2018 году. Согласно проведенному опросу, «наука и новые технологии видятся молодежи одним из драйверов экономического роста и механизмом повышения уровня жизни»[9]. Для повышения интереса к науке необходимо предпринимать различные меры для ее популяризации. Один из способов, который может привлечь молодежь к научной деятельности – создание научных кружков и сообществ на базе образовательных учреждений, а также за их пределами. Студенческие научные объединения – это важнейший инструмент, который позволяет организовать научно-исследовательскую работу студентов в высшем учебном заведении. «Работа в научных кружках позволяет многим студентам впервые попробовать себя в науке и, возможно, найти свое призвание в жизни. Некоторые из студентов, занимающихся в кружках, продолжают свои исследования в аспирантуре, а затем, защитившись, останутся работать в вузе. Таким образом, студенческие объединения могут стать важным звеном в подготовке будущих научных кадров университета»[28, с. 12].

Необходимо продолжать оснащение лабораторий, научных центров новым современным оборудованием, необходимым для проведения опытов и исследований. Также в популяризации науки важную роль играет проведение мероприятий – научных конференций, форумов, фестивалей, выставок, где ученые смогут делиться опытом и делиться своими знаниями.

Однако важно не только привлекать молодежь в науку, но и повышать интерес к научному знанию у массовой аудитории, у общества в целом:

предоставлять информацию о важнейших достижениях, об интересных гипотезах и опытах. С такой задачей справляется именно научно-популярная журналистика.

В современном мире появляется множество научных проектов, тематических сетевых СМИ, рубрик. Так как бакалаврская работа основана на создании авторских научно-популярных материалов именно в сетевых СМИ, тот исследование необходимо начать именно с сетевых ресурсов.

Одно из самых известных научно-популярных сетевых СМИ – «N+ 1», который освещает важнейшие события в мире науки и техники, новые разработки, эксперименты и опыты.

На сайте есть несколько разделов: «Астрономия», «Физика», «Биология», «Роботы и дроны», «Антропология», «Социология». Также есть подрубрики – «Давайте разберемся» - здесь представлены аналитические статьи, развенчиваются различные мифы. «Книжная полка» - материалы создаются на основе книг и научных трудов известных ученых; «Курсы» - здесь представлены образовательные материалы, например, под названием «Как собрать робота?», дается пошаговая инструкция по сборке робота. Издание ориентируется на современные реалии – создан подрубрика «Коронавирусные хроники», в которой публикуются исследования ученых, результаты лечения и поиска вакцины от Covid-19.

В этом издании большое количество мультимедийных элементов – фото, видео, анимаций. На сайте можно найти уникальный контент, например, фотографии горизонтов Плутона. Также широко используются гиперссылки. Читая один материал, можно также ознакомиться сразу с несколькими по этой же теме.

Издатель данного сетевого СМИ – Андрей Коняев.

Аудитория – пользователи Интернета, четкого возрастного ограничения нет. Это люди, которым интересна наука и все, что с ней связано.

Цель издания – рассказать о том, что происходит в современном научном мире «в понятной, ясной, привлекательной (и с визуальной точки зрения) форме. Мы - чуть больше, чем просто наука!»[56].

Статус издания – научно-популярное развлекательное издание. Количество просмотров в день – 8280, в неделю 57960, в месяц 249000. Данные взяты с сайта <https://a.pr-cy.ru/>. География посещений – Россия, Беларусь и Германия.

Популярность по темам – самые популярные и просматриваемые материалы выведены на главную страницу сайта. Среди них – чаще всего можно увидеть публикации, посвященные теме астрономии и медицины. Популярность по жанрам – в этом СМИ чаще всего используются информационные и аналитические статьи, блоги, короткие или расширенные заметки.

Авторский состав – журналисты. Их имена можно найти в конце каждой публикации. Алиса Бахарева, Марина Попова, Тимур Кешелава, Александр Войтюк, Василий Сычѳв, Елизавета Ивтушок, Наталия Самойлова. Больше никакой информации об авторах на этом сайте получить нельзя. На именах журналистов отсутствует гиперссылка, по которым можно перейти и увидеть информацию об авторах, или увидеть другие их публикации на данном сайте. Уникальность – было выбрано 5 наиболее популярных материалов, которые выведены на главную страницу сайта и проведен анализ на их уникальность. Среднее значение их уникальности – 88%.

«*Naked Science*» – это электронный научно-популярный журнал, который рассказывает читателям о новых открытиях и разработках, об изобретении лекарств, достижениях химии и медицины. Также здесь публикуются интервью со знаменитыми учеными.

Материалы также разделены на рубрики: «Блоги» - научные блоги; «Live» - это записи прямых трансляций, например, аудитория может увидеть трансляцию с корабля Международной космической станции. Еще одна

рубрика – «Астрономия» - новости о космосе, «Hi-tech» - новейшие технические разработки, «Палеонтология», «Long Read» - большие текстовые материалы, разбитые на смысловые части с помощью мультимедийного контента. Также представлены рубрики «Химия», «Физика», «Медицина», «Биология», «Геология», «Интервью».

Издатель – информация об этом нигде не представлена.

Аудитория – на сайте указано примерное возрастное ограничение – 16+. Публикации рассчитаны на более старшую аудиторию, которую интересуют события, происходящие в научном мире.

Цель издания – просто и понятно рассказать о научных открытиях, разработках и достижениях российских и зарубежных ученых.

Статус – научно-популярный электронный журнал.

Просматриваемость – 8530 за день, 59710 за неделю и 256000 за месяц. Большая часть просмотров зафиксирована из России, Украины и Нидерландов. Также отличие этого ресурса в том, что напротив каждого материала указывается количество просмотров.

Популярность по жанрам – наиболее часто используемые жанры – это информационные или аналитические статьи. Также можно увидеть заметки и статьи с дополнительными мультимедийными элементами и прямыми трансляциями. Например, в одном из материалов, посвященных запуску новой ракеты, ведется отсчет в режиме реального времени до запуска ракеты. И его сможет увидеть любой пользователь интернета, зашедший на сайт и открывший этот материал.

Популярность по темам – на момент исследования одной из ведущих тем можно назвать медицину, а именно борьбу с коронавирусом. Именно этой теме посвящена большая часть публикаций, которые вынесены на главную страницу сайта.

Авторский состав – Александр Березин, Илья Ведменко, Сергей Васильев, Денис Гордеев, Мария Азарова, София Жаботинская. Имена – это

единственная информация, которую можно найти о журналистах на данном сайте.

Уникальность материалов – было выбрано 5 материалов, которые находятся на главной странице сайта. Среднее значение уникальности составило около 85%.

«*PostНаука*» – научно-популярный Интернет-ресурс, который знакомит читателей с материалами, посвященными открытиям в разных областях науки.

Структура сайта такая же, как и у большинства сетевых СМИ, работающих в научно-популярной журналистике – разделение на тематические рубрики.

Учредители издания – Ивар Максutow, Роман Авдеев.

Аудитория – старше 16 лет, заинтересованная наукой, имеющая доступ к Интернету.

Цель издания – рассказ о современном научном мире и об ученых, которые его создают.

Статус издания – мультимедийный проект о науке.

Просматриваемость – 15400 за день, 107800 в неделю и в месяц 461000.

География посетителей сайта – Россия, Германия, Казахстан. Популярность по жанрам – большие информационные и аналитические статьи, а также интервью с учеными. В каждом таком материале дана небольшая справка об ученом – представлено его фото, дана краткая характеристика его деятельности.

Популярность по темам – в отличие от других подобных сетевых научно-популярных СМИ, здесь указано четкое количество материалов на определенные темы.

Самые популярные темы – биология (1071 публикация), История (999 публикаций), Культура (737 публикаций).

Авторский состав – в этом СМИ авторство принадлежит не журналистам, а ученым – докторам наук, профессорам.

Уникальность материалов – среднее значение уникальности 5 материалов составляет 94%.

«Популярная механика» – научно-популярный портал. Авторы с помощью фото, видео, лонгридов рассказывают о современной науке, технике и технологиям, новых разработках.

Структура издания – разделение на специальные рубрики по темам. Существует большое количество онлайн-руководств по изготовлению каких-либо устройств, например, рубрика «Сделай сам». Также представлены различные форматы – новости, статьи, лонгриды, фото, видео, обзоры. Издатель – Издательский дом Independent Media.

Аудитория – как указано на этом сайте, аудитория преимущественно мужская, думающая и любознательная, которая познает мир, получает новые знания и развивается.

Цель издания – рассказать и показать, как устроен мир, как развивается наука, как устроены различные предметы.

Статус издания – электронный журнал.

Просматриваемость – 26200 в день, 183400 в неделю, 784000 в месяц.

Популярность по темам – технологии, автомобили, гаджеты, оружие. Популярность по жанрам – большие аналитические статьи или лонгриды. Авторский состав – созданием контента занимаются журналисты. Саша Эпштейн, Елена Ли, Сергей Белков. Их имена также указаны над каждым материалом. Но в отличие от других изданий, можно навести курсор на имя, перейти по гиперссылке и увидеть другие материалы, которые создавались этим автором.

Уникальность материалов – среднее значение 5 проанализированных материалов – 85%

«Наука и технологии. Сноб» – Интернет-ресурс, посвященный рассказу об ученых, которые внесли значимый вклад в развитие науки.

Издатель – ООО «Сноб медиа».

Аудитория – как заявлено на официальном сайте издания, аудитория может быть совершенно любая – ограничений по возрасту, статусу или месту проживания нет. Самое главное, что должно объединять аудиторию – интерес к окружающему миру и к науке.

Цель издания – дать возможность широкому кругу читателей узнавать новости из мира науки, дискутировать, общаться и создавать собственные блоги на ресурсе.

Статус издания – мультимедийный медиапроект.

Просматриваемость – 21500 в день, 150500 в неделю и 644000 в месяц. Популярность по жанрам – большие аналитические статьи и блоки. Популярность по темам – Материалы посвящены научно-техническому прогрессу в России, техническим разработкам, астрономии и медицине.

Посетитель этого сайта сам может начать блог. На главной странице для этого есть специальная кнопка «Начать блог на снобе».

Авторский состав – корреспонденты, которые непосредственно создают научно-популярные материалы: Дарья Миколайчук, Никита Павлюк-Павлюченко, Ксения Праведная.

Уникальность материалов – для анализа было взято 5 материалов на главной странице. Среднее число уникальности – 89,5%.

Что касается региональных телевизионных СМИ – «Самарское областное вещательное агентство «SOVA». На сайте представлены рубрики, разделы, текстовые новости. Специальной рубрики для научно-популярных текстовых материалов не представлено. Только в рубрике телевизионные программы можно найти программы – «В своем репертуаре», «Другой Тольятти» - рассказывающие о культурной жизни. Есть программа «Азбука здоровья», где затрагиваются темы медицины. Однако специального раздела, посвященного именно науке, популяризации научного знания и деятельности научных объединений нет. Такая же ситуация наблюдается на сайте Государственной телерадиокомпании «Самара». Из программ, которые имеют хоть какое-то отношение к науке, можно выделить «Все мы –

Россия!» - об истории культур разных народов, «Качество жизни» - программа о здоровье, «Новости культуры» и «Культурный слой» - о культурных событиях региона.

В сети можно найти журнал «Самарский научный вестник». Его по решению Высшей Аттестационной Комиссии (ВАК) включили в перечень научных изданий, в которых ученые могут публиковать свои работы. Это издание является примером издания научной журналистики, но не научно-популярной.

До 2016 года в Самарской области существовал научный журнал «Самарская лука: проблемы региональной и глобальной экологии». Это еще один пример чисто научной журналистики, не рассчитанной на массовую аудиторию. Тексты - авторефераты, статьи, монографии, предназначены для аудитории специализированной, подготовленной.

Для анализа городских сетевых СМИ были выбраны три ресурса: tlt.ru, [citytraffic](http://citytraffic.ru), [tlgorod](http://tlgorod.ru). Как показал анализ, эти издания не ставят перед собой цели популяризации научного знания, так как их главная цель – рассказать о городских новостях, событиях и происшествиях. На каждом портале представлены стандартные рубрики: «Криминал», «Бизнес», «Политика», «Экономика», «Новости». Таким образом, на уровне города средствами массовой информации тематика науки не освещается. Таким образом, актуальность создания и публикации авторских материалов, посвященных популяризации научной деятельности, подтверждается еще раз.

Чтобы опубликовать авторские научно-популярные материалы на сайте Молодежного медиахолдинга «Есть talk!», необходимо определить, подходит ли это сетевое издание для данной цели.

Площадка для публикации выбрана неслучайно. Одной из важнейших целей учреждений высшего образования является повышение интереса студентов к науке. Также в программе развития Тольяттинского Государственного университета значится следующая ключевая инициатива по «участию в

актуальных исследованиях и разработках и использование их потенциала; обеспечение доступа к современным технологиям»[41].

Молодежный медиахолдинг «Есть talk!» – это университетское сетевое средство массовой информации, одна из его целей, как и любого корпоративного СМИ – продвижение и PR университета. Одним из способов является популяризация науки и научного знания, а также деятельности студенческих научных объединений ТГУ.

Учредитель и издатель Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» - Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тольяттинский государственный университет».

Данное СМИ зарегистрировано 18 апреля 2016 года в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Количество просмотров сайта за сутки – 393. В неделю 3123, а в месяц 13800. Эти данные на 4 мая 2020 года получены с сайта <https://pr-su.ru/analysis/>. В большинстве случаев гости сайта – жители Тольятти и Самарской области.

Молодежный медиахолдинг «Есть talk!» является неотъемлемой частью образовательного процесса студентов Тольяттинского госуниверситета, поэтому авторами материалов, авторских рубрик и статей являются студенты-журналисты.

Дизайн сайта Медиахолдинга. Основные цвета – белый, серый, красный и синий. В левом верхнем углу находится эмблема сайта. В центре обозначена цель данного ресурса: «Talk'ово о высшем образовании в текстах, фото, видео и аудио». Есть несколько рубрик: «Толковости» - здесь размещаются новостные заметки, репортажи; «Научпоп» - в этой рубрике можно найти научно-популярные материалы; «Учись как надо» - посвящена образованию. Также в этой рубрике есть подразделы-авторские рубрики: «Белый шум», «Высшая школа», «За кулисами профессии», «Порок образования». «С места в карьеру» - истории успеха выпускников; «Слово

школам» - авторы являются учениками школы молодого журналиста; «Спецпроекты» - эта рубрика также имеет несколько подрубрик-авторских проектов. Например, посвященных юбилею Великой Победы; «Толк радио» - здесь размещаются радиоматериалы, «Толк ТВ» - телевизионные сюжеты; «Анонсы» - публикуются анонсы важнейших мероприятий.

После изучения концепции сайта Медиахолдинга, была разработана концепция авторской рубрики.

Название – «Команда мечты». Его смысл заключается в том, что молодые студенты, которые задействованы в научных объединениях, обладают схожими взглядами, целями. То есть, они нашли единомышленников, о которых мечтали.

Актуальность создания авторской рубрики обусловлена тем, что для популяризации науки нужно привлекать внимание современной молодежи к деятельности студенческих научных объединений (СНО), показывать уровень и масштаб проблем, решаемых в рамках их деятельности, и, как следствие, делать вклад в популяризацию современной науки.

У читателей, слушателей и зрителей может создаться впечатление, что в городе Тольятти и во всей области наука развивается слабо, что молодежь не интересуется этой сферой деятельности, так как средства массовой информации не уделяют внимания популяризации науки и научной деятельности. Однако на примере Тольяттинского Госуниверситета можно увидеть, что научная деятельность студентами ведется достаточно активно. Учащиеся вуза делают первые шаги в науку, занимаются разработками и исследованиями.

Миссия авторской рубрики – популяризация науки, а именно – научной деятельности студентов ТГУ, участников научных объединений. Обеспечить читателей актуальной, общепользуемой, понятной и доступной для широкого круга читателей информацией.

Цель авторской рубрики – привлечь внимание молодежи к деятельности студенческих научных объединений, показать, какие

возможности есть у участников СНО и таким образом внести вклад в популяризацию прикладной науки, то есть той, где открытия и исследования ориентированы на практику, и той, благодаря которой появляются новые технологии.

Задачи, которые решаются в авторской рубрике:

1. Информирование аудитории о деятельности и достижениях студенческих научных объединений ТГУ.
2. Предоставление конкретных примеров деятельности научных объединений университета.
3. Популяризация научного знания и научной деятельности.

Функции, которые помогает реализовать авторская рубрика:

1. Критическая – ее смысл заключается в том, чтобы разрушить стереотипы о том, что в городе Тольятти и во всей области научная деятельность развита слабо.
2. Интегративная – дать участникам научных объединений возможность найти единомышленников и объединиться с ними, чтобы общими усилиями решать поставленные цели, задачи, решать насущные проблемы
3. Функция формирования общественного мнения – рассказ о деятельности студенческих научных объединений, создание образа молодых ученых.
4. Просветительская – предоставление аудитории новой информации, которая поможет расширить кругозор, узнать что-то новое и полезное о молодых ученых, о деятельности студенческих научных объединений.

Целевая аудитория:

1. Молодые люди, жители Тольятти и Самарской области, которые проявляют интерес к науке и хотят заниматься исследовательской деятельностью.

2. Студенты-бакалавры, магистры, аспиранты. Учащиеся колледжей и техникумов, которые хотят развиваться и заниматься исследовательской деятельностью, или уже задействованы в научной сфере.

3. Молодые ученые, которые уже занимаются исследовательской деятельностью.

Для решения поставленных задач использовался журналистский жанр статья. В учебнике А. А. Тертычного «Жанры периодической печати» жанр статьи определен как «публикации, анализирующие некие ситуации, процессы, явления, лежащие в их основе закономерные связи с целью определения их политической, экономической или иной значимости и выяснения того, какие позиции следует занять, как себя вести, чтобы поддержать или устранить такую ситуацию, такой процесс, такое явление» [48].

В работе используется также интервью, но не как жанр, а как «самый распространенный метод получения информации, который применяется журналистами во всех странах мира» [30, с. 44].

Структура рубрики. В авторских материалах используется большое количество фотографий, которые разбавляют большой объем текстовой информации и разделяют ее на несколько смысловых частей, каждая из которых имеет свой подзаголовок, выделенный жирным шрифтом. Это помогает не перегрузить читателя большим текстом, а также с помощью фото вызывать дополнительный интерес к материалу. Имена преподавателей, студентов, которые играют ключевую роль в статье, выделены жирным шрифтом. Все цитаты вынесены в кавычки и выделяются курсивом.

Для авторских публикаций выбирались команды студентов, которые занимаются научной деятельностью и представляют наибольший интерес для журналистского материала. А именно: те научные объединения, которые ставят своей целью развитие научных коммуникаций в вузе, поддержание интереса к исследовательской работе. Также важную роль в выборе героев сыграли достижения, награды научных объединений.

План работы состоял из нескольких этапов:

1. Поиск героев для будущих публикаций.
2. Сбор информации о студенческих научных объединениях ТГУ, а также о самих студентах, которые задействованы в этих объединениях.
3. Подготовка к интервью, составление вопросов, а также информирование героев о том, что станет темой интервью.
4. Проведение интервью с научными руководителями, студентами.
5. Написание текста, выбор фотографий для публикации.
6. Согласование готовых материалов с редакторами, а затем с героями материалов.
7. Сдача материалов для публикации на сайте Молодежного медиахолдинга «Есть talk!».

Также необходимо было продумать визуальный образ будущей авторской рубрики.

Авторский материал – большой текст, разделенный на несколько блоков. Это будет сделано с помощью фотографий, на которых изображены участники студенческих научных объединений в процессе исследовательской деятельности, во время научных экскурсий, мероприятий. Планируется не менее 5 фотографий в одном материале. На каждое изображение можно будет нажать левой кнопкой мыши и открыть его в большем формате.

Используются гиперссылки, с помощью которых можно ознакомиться с другими, ранее опубликованными материалами, посвященными деятельности студенческих научных объединений, о которых идет речь в материале.

Также по возможности добавлены видеоролики, в которых рассказано о деятельности СНО университета. Необходимость включения в материал мультимедийного контента обусловлено современными реалиями и потребностями аудитории.

В авторской рубрике предусмотрена интерактивность. Материалами можно будет делиться в социальных сетях Интернета, оставлять там

комментарии, ставить отметки «Мне нравится». На сайте будет видно количество просмотров каждого материала. Из этого можно будет сделать вывод об интересе аудитории. Материалы можно легко найти на самом сайте Медиахолдинга. Для этого они будут отмечены хэштегами – это «метки, которые используются для распределения сообщений по темам в социальных сетях и блогах. Помечая свои сообщения хэштегом, пользователи сети маркируют их и дают возможность другим пользователям найти тематическую информацию с помощью поиска»[55]. Например, первая авторская публикация в рубрике, размещена под хэштегами #Экскурсия и #Студент.

2.2. Анализ авторских публикаций

Для авторских материалов были выбраны научные объединения Тольяттинского госуниверситета, которые активно занимаются исследовательской деятельностью и добиваются успехов в этой сфере. Первый материал цикла публикаций – «На языке историков».

Тема материала «На языке историков». Он посвящен деятельности студенческого научного объединения историков, которое называется «Студенческое экскурсионное бюро». Оно основано 6 лет назад, на базе кафедры «История и философия». В журналистском материале подробно рассказано об инициативе создания СНО, руководителе, участниках и их основной деятельности. Главные акценты – первые шаги в науку, уникальные проекты и планы на будущее. О самой научной деятельности подробно не рассказывается.

Метод сбора информации – интервью со студентами и руководителями СНО. Именно на их основе строилось повествование. Перед интервью проведена работа с документами – поиск информации о СНО на университетских Интернет-ресурсах.

Вопросы, которые задавались героям материала. Вопросы к студентам: Расскажите о том, как вы решили стать участником СНО? Почему выбрали именно это направление? Чем полезна исследовательская деятельность для вас? Каковы ваши основные научные интересы? Расскажите подробно – чем занимаются участники СНО? Каковы планы на будущее? С помощью ответов на эти вопросы журналист смог создать дат представление о деятельности СНО, а также составить некий образ молодого ученого-историка.

Вопросы к сотрудникам кафедры: Как создавалось СНО? Чья это была инициатива? Каким был первый научный проект? С кем сотрудничает СНО? Как развивался проект на кафедре? Кто занимается с ребятами? С помощью ответов на эти вопросы журналист представил информацию о деятельности данного СНО в хронологическом порядке, подробно рассказав о создании объединения, его успехах, развитии, и дальнейших планах.

Герои материала – участники научного объединения, преподаватели кафедры «История и философия», которые помогают начинающим ученым в их исследовательской деятельности. Акцент сделан на студентах и их интервью, в которых они рассказывают о себе и своей деятельности.

Цель материала. Рассказать читателю о появлении и развитии СНО. Повествование выстроено в хронологическом порядке – от основания и до настоящего времени.

Методы предъявления информации. Материал носит повествовательный, описательный, исследовательский характер. Повествование используется, например, когда журналист рассказывает о создании научного объединения. Описание – когда рассказывается о научных интересах. Исследовательский характер носит информация о функционале членов команды и о подготовке исторических экскурсий. Также используются цитаты – прямая речь участников.

Композиция как внутренняя логика текста. Как уже было сказано выше, материал выстроен в хронологической последовательности – рассказ

ведется с момента создания и до сегодняшних дней. Это нужно, чтобы полноценно отразить развитие СНО, сделать повествование завершенным.

Структура. Объем текста – 7463 символов вместе с пробелами, 6524 – без пробелов. Материал разделен на смысловые части, которые логически связаны друг с другом.

Текст сопровождается *мультимедийными* элементами. Каждый новый раздел имеет подзаголовок и сопровождается фотографией. Всего в этом материале представлено 5 фотографий, на которых изображены участники студенческого научного объединения в процессе работы, экскурсий, и другой исследовательской деятельности. Также представлен видеоролик, на котором показана деятельность этого СНО. В данном случае его можно назвать «дополняющим видео». Такой прием часто используется в современных научно-популярных материалах. Видео разбавит большой текст и слегка отвлечет читателя, а затем, после просмотра, он снова вернется к чтению. В материале есть *гиперссылки*, отсылающие читателя к другим текстам, посвященным деятельности историков, которые были ранее опубликованы на сайте Медиахолдинга или на главной странице университета.

Также в материале есть *гиперссылки*, отсылающие читателя к публикациям, выходящим ранее на официальном сайте университета или сайте Медиахолдинга, посвященным этому студенческому объединению.

Интерактивность – одна из важнейших черт авторской рубрики. Читатели могут делать «репост» этого материала в свои социальные сети, комментировать его, задавать вопросы, ставить отметки «Мне нравится». Также материал можно найти по хэштэгам #Экскурсия #Студент. Видно количество просмотров – 70 на момент написания второй главы бакалаврской работы. В данном случае есть две отсылки – на материал «Квест-экскурсия «Знакомство с ТГУ» (которая организовывалась данным СНО) и на материал «Студенты ТГУ разработали три новые экскурсии по Тольятти. Стать их участниками можно будет уже этой весной».

Жанр текста. Текст написан в жанре информационной статьи. Этот жанр считается одним из самых востребованных в научно-популярной журналистике. Это отмечают многие современные исследователи и ученые.

Текст *декодируемый*, то есть понятный для широкого круга читателей, даже далеких от науки. Журналист не использует сложных профессиональных научных терминов.

Анализируемый материал является *актуальным*, потому что в нем рассказано о научном объединении студентов, которое образовалось 6 лет назад, в настоящие дни продолжает свою активную деятельность и имеет большие планы на будущее. Также текст опубликован недавно и интересен читателю, потому что рассказывает об исследовательской деятельности студентов, поэтому его можно назвать *релевантным*. *Объективным* материал можно назвать, потому что он построен в основном на фактах и на интервью участников данного студенческого научного объединения.

Отражение функций журналистики в тексте. Идеологическая функция реализуется, так как в данном случае журналист формирует общественное мнение и влияет на сознание аудитории. Он создает определенное общественное мнение, в данном случае – о научном объединении студентов «Студенческое экскурсионное бюро». Коммуникативная функция также реализуется, она заключается именно в обмене информацией – сначала журналисту предоставили информации, а затем журналист предоставил ее аудитории. Организаторская функция – взаимодействие СМИ с различными социальными институтами. В данном случае журналист взаимодействовал с историческим научным сообществом, а также со студентами, которым адресован материал. Культурно-просветительская – в данном случае журналистский материал благотворно влияет на человека, дает ему возможность узнать что-то новое, полезное, интересное. Но реализуется не в полной мере, так как в тексте не предоставлено подробной информации о конкретном проекте, и говорить о том, что этот материал популяризирует науку – нельзя. Рекламно-справочная

функция – информирование и консультирование читателя – также находит свое место в данном журналистском тексте. Рекреативная заключается в создании условий интересного проведения свободного времени. Конкретно в этом материале данная функция выполняется, так как читатель будет знакомиться с деятельностью СНО, переходить по гиперссылкам, просматривать фото и видео. Текст, построенный в хронологическом порядке, позволит аудитории четко проследить историю создания и развития студенческого объединения.

Анализ материала «Не бороться, а менять» из цикла авторских публикаций «Команда мечты».

Тема материала. Материал «Не бороться, а менять» посвящен студенческому научному объединению «Safety» (Безопасность). Оно создано в 2005 году на базе кафедры «Управление промышленной и экологической безопасностью» Института химии и инженерной экологии ТГУ. В тексте рассказано об истории создания СНО, о председателе и участниках, целях и задачах, первых шагах в науку. Подробно рассказали о своих проектах сами студенты.

Метод сбора информации – интервью, на основе которого строился материал. Интервьюируемыми были председатели и участники СНО. Перед тем, как провести интервью, журналист ознакомился с деятельностью этого СНО. Этот метод называется – проработка документов.

Вопросы, которые задавались героям материала. Вопросы к студентам: Какие задачи вы выполняете в рамках деятельности СНО? Чем для вас интересна наука? Какие у вашего СНО есть цели, задачи? Какими достижениями вы можете похвастаться? Сталкивались ли вы на первых порах с трудностями или неудачами? Какие есть результаты вашей деятельности? Задавая эти вопросы, журналист ставил цель заглянуть за кулисы научной деятельности, рассказать читателю, чем занимаются ученые, деятельность которых связана с экологической, производственной,

промышленной, пожарной безопасностью, а также энергобезопасностью и энергосбережением.

Вопросы к председателю СНО: Как создавалось СНО? Чья это была инициатива? Каким был первый научный проект? С кем сотрудничает СНО? Как развивался проект на кафедре? Кто занимается с ребятами? Какова его главная цель? Основные направления деятельности и научные интересы? Что еще могут получить участники СНО помимо научных знаний? Ответы на эти вопросы помогли журналисту разобраться в задачах и основных направлениях научной деятельности, чтобы затем превратить научную информацию в простой декодируемый журналистский материал.

Герои материала – участники СНО «Safety». Как и в первом материале, акцент делается на историях участников. Отличие этого материала в том, что участникам СНО был задан вопрос о том, какие первые неудачи и поражения были у них в начале научной деятельности. Это важно для читателя, так как им может оказаться молодой студент, желающий заниматься наукой. Эта информация может помочь ему сделать первый шаг и осознать, что с трудностями справиться легче, если рядом единомышленники. Также сами участники СНО в этом тексте рассказывают о своих разработках. Например, Мария Чивелёва защитила проект и получила грант на закупку оборудования, которое может замерять чистоту воздуха.

Цель материала. Дать читателю развернутую информацию о СНО «Safety», его целях, задачах, направлениях деятельности, а также рассказать о важнейших научных достижениях.

Методы предъявления информации. Повествовательный метод предъявления информации журналист использует, когда пишет о создании СНО, его главных целях и задачах. С помощью описательного метода журналист рассказывает о достижениях СНО, также о том, как студенты готовятся к новым исследовательским проектам. Цитаты – интервью участников. Есть элементы рассуждения – например, в начале текста, когда

журналист говорит об опасности современной техносферы для окружающего мира и самого человека.

Композиция как внутренняя логика текста. Материал выстроен в хронологическом порядке – начинается с истории создания СНО, и завершается достижениями студентов.

Структура. Объем текста – 7128 символов с пробелами, 6283 – без пробелов. Материал разделен *мультимедийными элементами* на смысловые части – 3 фотографии, 5 аудиодорожек с интервью студентов, в которых они рассказывают о разносторонности СНО, о работе над проектами, о выборе точек исследования, о задачах проектов, преимуществах и потенциале проектов. На фото изображены участники студенческого научного объединения в процессе работы, экскурсий, и другой исследовательской деятельности. В аудио студенты рассказывают о своих проектах и разработках.

Гиперссылки отправляют читателя к ранее опубликованным материалам, посвященным деятельности научного объединения «Safety».

Интерактивность, как важнейший элемент современной журналистике, также присутствует. Читатели делятся материалом на своих страницах в социальных сетях, комментируют, задают вопросы и ставят отметки «Мне нравится». Автор может в любой момент просмотреть все комментарии и оценки.

Жанр текста. Информационная статья.

Текст можно назвать *декодируемым*. Это обусловлено его простотой и понятностью для массовой аудитории – здесь не используются сложные научные формулировки. О деятельности молодых ученых рассказывается простым языком.

Материал можно назвать *актуальным*, так как в нем рассказывается о научном объединении студентов с 15-летней историей, успешная деятельность которого продолжается до сих пор.

Релевантность материала обусловлена новизной и интересной тематикой – речь идет о деятельности современного научного объединения, о его успехах и исследовательской деятельности.

Объективность материала обусловлена тем, что он полностью основан на фактах, полученных от самих участников СНО. Подтверждаются эти факты прямыми цитатами самих участников, которые в тексте выделяются курсивом.

Отражение функций журналистики в тексте. В этом материале реализуется идеологическая функция журналистики. Журналист формирует сознание аудитории, помогает составить мнение о научном объединении и деятельности студентов. Коммуникативная функция заключается в обмене информацией – сначала журналисту получил данные от участников и руководителей СНО «Safety», а затем он передал ее читателям. Организаторская функция – журналист взаимодействовал с научным сообществом «Safety». Аудитория тоже в какой-то степени, благодаря журналисту взаимодействует с СНО, получает подробную информацию о нём. Культурно-просветительская функция также реализуется – в данном случае журналистский материал благотворно влияет на человека, дает ему возможность узнать что-то новое, полезное, интересное. В отличие от первого материала, здесь культурно-просветительская функция реализуется в полной мере. Журналист предоставил аудитории информацию об исследованиях, интересные факты о научном оборудовании. Например, газоанализатор, с помощью которого можно определять состояние атмосферы. Реализуется рекламно-справочная функция – информирование и консультирование читателя в сложных научных вопросах. Рекреативная заключается в создании условий интересного проведения свободного времени. Читатель знакомится с деятельностью СНО, переходит по гиперссылкам, просматривает фото и прослушивает аудио.

Анализ третьего материала «За нами будущее» из цикла авторских публикаций «Команда мечты».

Тема материала – деятельность СНО «Робототехника». Оно создано в 1988 году тогда еще на базе Тольяттинского Политехнического института – нынешнего ТГУ. Журналист пишет о том, чем занимались студенты, когда СНО только было создано, о том, как изменилась их деятельность с течением времени, о современных научных интересах, об участии СНО в конкурсах.

Метод сбора информации – интервью с участниками объединения и преподавателями. Также здесь, как и во всех текстах, использовался метод проработки документов – это было необходимо, чтобы, во-первых, узнать СНО, во-вторых, узнать о том, чем оно занимается, и в-третьих, определить, насколько это объединение будет интересным для создания материала.

Вопросы, которые задавались героям материала. Вопросы к студентам: Чем вы занимаетесь в рамках СНО? Какие у вас научные интересы? Что объединяет всех участников? Насколько сложно создавать роботов? Расскажите немного о процессе создания роботов? На какие исследования вы опираетесь, когда создаете своих роботов? И почему именно эти исследования? Что самое важное в создании роботов? Расскажите о достижении, которое считаете самым значимым? Где вы выставляете свои работы? Расскажите о школе робототехники, которая есть на базе вашего объединения? Эти вопросы помогли журналисту создать текст, в котором была бы отражена основная деятельность объединения, а также истории студентов.

Вопросы к руководителю: Когда было создано СНО? Чем оно занималось изначально? Как изменились направления деятельности с течением времени? В каких научных мероприятиях участвовали и планируют участвовать члены научного объединения? Как распределяются обязанности в команде? Почему ребята занимаются в команде по несколько лет и не устают? Почему наука — это не скучно? Есть ли у вас совместные проекты со студентами? Эти вопросы помогли журналисту выяснить роль руководителя в этой команде и показать, что наставник – это неотъемлемая часть команды. Он не только наставляет, обучает, дает советы, но и разрабатывает

совместные проекты со студентами. Если руководитель максимально взаимодействует со студентами, то они делают успехи в науке и максимально качественно выполняют свою работу.

Герои материала – участники и руководитель объединения. Здесь внимание уделено как студентам, так и руководителю, чтобы показать его важность и значимость в работе. Герои подробно рассказывают о своих проектах и успехах.

Цель материала. Рассказать читателю, чем занимаются участники этого объединения, как создают роботов, какие у них есть возможности и какие у студентов есть достижения.

Методы предъявления информации. Повествование и описание, а также цитирование – прямая речь участников СНО.

Композиция как внутренняя логика текста. В этом случае хронология материала немного нарушена – начинается текст с истории создания, в середине рассказано о достижениях и планах на будущее, а далее идет рассказ о важнейшем проекте – роботе-спасателе, который был создан участниками и руководителем объединения.

Структура. Объем текста – 11558 символов с пробелами, 10056 – без пробелов. Объем больше, чем у первого материала, так как здесь больше внимания уделено проектам студентов.

Материал разделен *мультимедийными элементами* на несколько смысловых частей – 6 фотографий, 1 аудиодорожка с интервью студента, который участвовал в создании робота-спасателя. На фото изображены участники студенческого научного объединения в процессе работы, исследовательской деятельности и во время участия в конкурсах и фестивалях.

По гиперссылкам можно перейти к другим материалам, посвященным деятельности СНО и школы Робототехники, опубликованным на официальном сайте университета и на сайте Медиахолдинга. А также на сайт центра Робототехники, который работает на базе СНО.

Интерактивность – в данном случае есть возможность делиться материалом, комментировать и обсуждать его. Ставить отметки «Мне нравится».

Жанр текста – развернутая информационная статья.

Текст *декодируемый*, потому что в нем не используются сложные научные термины. О проекте робот-спасатель рассказано простым, понятным языком. Материал рассчитан на аудиторию разного уровня подготовки.

Актуальность материала обусловлена тем, что в нем рассказано о студенческом объединении, которое занимается наукой и действует уже больше 30 лет на базе университета. *Релевантность* материала обусловлена новизной и интересной темой.

Объективность материала обусловлена тем, журналист не предоставляет никакую информацию только от себя. При создании текста он основывался на фактах, полученных от участников СНО.

Отражение функций журналистики в тексте. Идеологическая функция журналистики – журналист рассказывает об идее этого объединения, научных интересах студентов и о деятельности. Реализация коммуникативной функции заключается в передаче информации от участников объединения журналисту, а затем от журналиста к читателям. Реализация организаторской функции заключается во взаимодействии журналиста со студентами-участниками СНО, а также его взаимодействии с аудиторией, которой он передает полученные знания. Культурно-просветительская функция реализуется в полной мере. Журналист предоставляет читателю полную информацию о деятельности СНО, о его участниках и руководителе, о проектах. Также здесь подробно рассказано о проекте, который сами участники считают наиболее значимым – это робот-спасатель. Читатель может получить представление не только о деятельности СНО, но и «окунуться» в мир науки, узнать, как устроены сложные машины и как они создаются. Рекламно-справочная функция, с помощью которой журналист информирует аудиторию и консультирует в научных вопросах –

также реализуется. Реализация рекреативной функции заключается в привлечении внимания аудитории к материалу с помощью мультимедийных элементов, гиперссылок, интересной информации.

Анализ четвертого материала «Работа в команде – это соревнование по умению решать сложные задачи» из цикла авторских публикаций «Команда мечты».

Тема материала – деятельность Молодежного инновационного центра ТГУ – «ITS», который основан 3 года назад на базе кафедры прикладной математики и информатики. Участники этого объединения занимаются инновационными разработками и IT-проектами.

Метод сбора информации – Изучение документов до интервью. Непосредственно интервью – именно этот метод стал основным, так как текст основан именно на ответах участников СНО.

Вопросы, которые задавались героям материала. Вопросы к студентам: Когда вы пришли в это объединение? Чем вы занимаетесь? В каких конкурсах и фестивалях участвовали со своими проектами? Какие серьезные проекты вы создали? Какие технологии используете в своих проектах? Эти вопросы были ключевыми в беседе с участниками. Команда молодая – ей всего три года, поэтому необходимо было определить ее значимость. Главное отличие этого материала от других в том, что здесь не использовалось интервью руководителей и наставников. Слов студентов оказалось достаточно для того, чтобы создать полноценный журналистский материал.

Герои материала – участники объединения. Каждый студент рассказал о своих разработках и планах на будущее, о том, как ему помогает участие в СНО.

Цель материала – интересно рассказать аудитории о научном объединении, которое было создано недавно, проинформировать читателей о том, чем это СНО занимается.

Методы предъявления информации. Цитирование – прямая речь участников, повествование – использовалось, когда автор рассказывал о создании и деятельности СНО, описание – когда автор писал об инновационных проектах участников.

Композиция как внутренняя логика текста. Текст построен в хронологической последовательности. Он начинается с истории создания объединения, продолжается основными достижениями участников и завершается рассказом о наиболее значимом проекте – боте «Шурик», а также планах на будущее.

Структура. Объем текста – 9347 символов с пробелами, 8009 – без пробелов. Большой объем материала обусловлен подробным рассказом об исследовательской деятельности участников СНО. Материал, как и все материалы в цикле, разделен *мультимедийными элементами* на несколько смысловых частей – 5 фотографий, на которых изображены участники в ходе научной деятельности. 2 аудиодорожки с интервью студентов. В первой студент говорит о том, что для него значит IT-деятельность. Во второй аудиодорожке другой студент рассказывает о языках программирования, которые полезно знать молодым программистам. Есть вкладка с видео, на котором студенты-айтишники презентуют свой проект.

С помощью гиперссылок можно перейти на материалы, посвященные деятельности этого СНО, опубликованные на сайте медиахолдинга и официальном сайте университета. Также есть гиперссылка, которая не только отсылает читателя к ранее опубликованному материалу, но и объясняет значение слова. В данном случае дается определение слову «хакатон» - это форум для разработчиков. Также с помощью гиперссылки можно задать вопрос боту «Шурику», которого изобрели студенты-участники объединения.

Интерактивность, так же, как и во всех текстах, предусмотрена – возможность делиться материалом и оценивать его.

Жанр текста – развернутая информационная статья.

Текст *декодируемый*, потому что в нем не используются сложные научные термины, даже когда журналист рассказывает об инновационных разработках, о создании голосового бота «Шурика». Также текст *актуален*, потому что посвящен деятельности современных студентов, занимающихся научной деятельностью. *Релевантность* обусловлена интересной темой и новизной.

Материал можно назвать *объективным*, так как он основан на фактах, полученных от участников объединения.

Отражение функций журналистики в тексте. В тексте рассказано о главной функции научного объединения – создание инновационных разработок. Так в тексте реализуется идеологическая функция журналистики. Журналист передал полученную от участников объединения информацию широкой аудитории с помощью материала – так реализовалась коммуникативная функция. Реализация организаторской функции заключается во взаимодействии журналиста со студентами-участниками СНО, а также его взаимодействии с аудиторией, которой он передает полученные знания. Культурно-просветительская функция реализуется в полной мере. Журналист предоставляет читателю полную информацию о деятельности СНО, о его участниках и проектах. Также здесь подробно рассказано о проекте, который участники считают наиболее значимым – это голосовой робот «Шурик». Читатель может получить представление не только о деятельности СНО, узнать, как создаются роботы, программы, и что для этого делают ученые. Рекламно-справочная функция, с помощью которой журналист информирует аудиторию о событиях в студенческом научном мире, консультирует в научных вопросах – также реализуется. Реализация рекреативной функции заключается в привлечении внимания аудитории к материалу с помощью мультимедийных элементов, гиперссылок, интересной информации.

Анализ пятого материала ««Проект „Формула студент“ – это возможность учиться у лучших»» из цикла авторских публикаций «Команда мечты»».

Тема материала – деятельность и достижения инженерно-гоночной команды «Togliatti Racing Team». Ее создали в 2007 году на базе университета.

Метод сбора информации – работа с документами, в ходе которой было принято решение о том, что об этой команде необходимо создать материал. Было получено представление об участниках и руководителях, и как следствие, были составлены вопросы. Их журналист задал на интервью – это второй метод сбора информации.

Вопросы, которые задавались героям материала. Вопросы к студентам: Какова ваша сфера научных интересов? Расскажите о ваших разработках? Как долго разрабатываются гоночные болиды? Сколько человек участвуют в разработке? Почему выбрали именно это направление деятельности? Как проходят ваши трудовые будни?

Вопросы к руководителю: Когда была основана команда? Правда ли, что некоторое время команда не функционировала? Есть ли у ребят определенный график, по которому они трудятся? Участвуют ли в проекте девушки? Есть ли в планах работа над новыми проектами?

Герои материала – Участники СНО, которые рассказывают о своей деятельности, о значимых проектах. Руководитель, который рассказывает о функционировании команды в целом и новых проектах.

Цель материала – рассказать аудитории о деятельности команды и о гоночных болидах, которые они создают.

Методы предъявления информации. Цитирование – прямая речь участников СНО. Описание – рассказ о проектах настоящих и будущих, а также об устройстве болидов. Повествование – история создания СНО, информация об обязанностях внутри команды и графике, по которому трудятся участники.

Композиция как внутренняя логика текста. Текст построен по хронологии: история создания объединения, основная деятельность, разработка нового болида.

Структура. Объем текста – 16296 символов с пробелами, 14121 – без пробелов. Самый большой текст в цикле авторских публикаций. Это обусловлено тем, что у команды много достижений – участия и победы в российских и зарубежных соревнованиях. Также студенты подробно рассказывали почти про все свои разработки и болиды.

Материал разделен *мультимедийными элементами* на несколько смысловых частей – 6 фотографий – участники запечатлены во время работы, во время соревнований. Также представлена картинка, на которой запечатлены результаты соревнований. 5 аудиодорожек – интервью студентов и руководителя.

По первой гиперссылке можно перейти к результатам соревнований. По следующим можно перейти к другим материалам, посвященным деятельности СНО, опубликованным на сайтах университета, Медиахолдинга, местных городских СМИ. Гиперссылка, расположенная последней, направляет читателя на официальный сайт международного образовательного проекта Формула Студент.

Интерактивность – в данном случае есть возможность делиться материалом, комментировать и обсуждать его. Ставить отметки «Мне нравится».

Жанр текста – развернутая информационная статья.

Текст *декодируемый*, потому что в нем не используются сложные научные термины. О новом гоночном болиде рассказано просто и понятно для широкого круга читателей.

Актуальность материала обусловлена тем, что в нем рассказано о студенческом научном объединении, которое создает гоночные болиды и побеждает на соревнованиях. *Релевантность* материала обусловлена новизной и интересной темой.

Объективность материала обусловлена тем, что он полностью основан на фактах, которые были получены от участников объединения. Подтверждаются эти факты цитатами. Их в тексте выделяют курсивом.

Отражение функций журналистики в тексте. Идеологическая функция журналистики – журналист рассказывает об идее этого объединения, научных интересах студентов и о деятельности. Реализация коммуникативной функции заключается в передаче информации от участников объединения журналисту, а затем от журналиста к читателям. Реализация организаторской функции заключается во взаимодействии журналиста со студентами-участниками и руководителем научного объединения. а также последующем взаимодействии журналиста с аудиторией, в ходе которого он передает полученную информацию. Культурно-просветительская функция реализуется в полной мере. В тексте рассказано о деятельности объединения, о достижениях и проектах, новых разработках. Например, сборка болида с двигателем внутреннего сгорания, разработка болида с электродвигателем. Рекламно-справочная функция, с помощью которой журналист информирует аудиторию и консультирует в научных вопросах – также реализуется. Реализация рекреативной функции заключается в привлечении внимания аудитории к материалу с помощью мультимедийных элементов, гиперссылок, интересной информации.

Заключение

Популяризация научного знания играет важную роль в современной журналистике. Одним из методов популяризации являются публикации в средствах массовой информации. Существует два направления журналистики, которые занимаются освещением событий в мире науки – научная и научно-популярная журналистика. В исследовании подробно указаны их различия. Они заключаются в системе коммуникаций, аудитории, авторстве, предмете отображения, цели, видах изданий, периодичности выхода, территории распространения, языке и стиле, жанрах, социальной роли. Но направлена на массовую аудиторию – и, следовательно, более востребована читателями – научно-популярная журналистика.

Были выявлены основные признаки, присущие современной научно-популярной журналистике – гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, наличие дополнения в качестве видеоряда. Также были определены функции, которым должны соответствовать материалы. На основании выделенных критериев была разработана концепция авторской рубрики.

Основой бакалаврской работы стали пять авторских научно-популярных материалов, посвященных деятельности студенческих научных объединений ТГУ. Были охвачены вниманием гуманитарные, естественно-научные и технические СНО. Для реализации концепции был выбран жанр информационной статьи, позволяющий подробно рассказать об истории и деятельности каждого объединения. Материалы, в основном, созданы по единой структуре – тексты выстроены в хронологическом порядке, от истории создания и до настоящего времени. Это позволило проследить все этапы: создание СНО, его первые шаги в науку, успехи и достижения. В основу статьи легли истории участников. Текстовые материалы были дополнены фото, видео, гипертекстами (чтобы читатель мог ознакомиться с дополнительной информацией об СНО). Предусмотрена обратная связь с читателями – у них есть возможность делиться материалом, обсуждать его,

ставить отметки «мне нравится». Можно увидеть количество просмотров и репостов.

Таким образом, автор при создании материалов сделал акцент на современных тенденциях научно-популярной журналистики, приложил все усилия, чтобы сделать тексты максимально интересными для аудитории, а также актуальными, релевантными и понятными широкому кругу читателей.

Полезность материалов подтверждается анализом реализации функций журналистики – идеологической, коммуникативной, культурно-образовательной, рекламно-справочной и рекреативной. В первом материале культурно-образовательная функция не была реализована в полной мере, то есть нельзя сказать, что он популяризирует науку. Однако этот материал создавался, когда концепция не была полностью продумана. В следующих четырех материалах эта ошибка была устранена.

Таким образом, журналист приложил максимальные усилия для того, чтобы подробно осветить деятельность СНО университета, рассказать о них широкому кругу читателей понятным и доступным образом. На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что данная бакалаврская работа вносит вклад в популяризацию научной деятельности студентов Тольяттинского государственного университета.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Dunwoody, S. How valuable is formal science training to science journalists? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://revistacompsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1229>.
2. Egikova, V. Russian science journalism: the past and the future 117 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.intres.com/articles/esept2009/9/e009p029.pdf>.
3. Абрамов, Р. Н. Профессионализация научной журналистики в России [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000474525>
4. Андрееenkova, А. В. Современное поколение российских ученых: ценности, мотивации, стиль жизни [Текст] / А. В. Андрееenkova // —Центр прикладных исследований и программ. — Москва : 2009. — 190 с.
5. Базарова, А. А. Гипертекстуальность как базовая характеристика интернет-СМИ [Электронный ресурс] — Режим доступа : <https://moluch.ru/conf/phil/archive/25/1247/>
6. Баканов, Р. П. Актуальные проблемы современной науки и журналистика: программа дисциплины, методические указания и материалы к лекциям и практическим занятиям для студентов заочного отделения журналистики Казанского (Приволжского) Федерального университета [Текст] / Р. П. Баканов. – Казань : Казанск. гос. ун-т, 2010. – 152 с.
7. Баканов, Р. П. Становление распространения научного знания в России XVIII–XX веков [Текст] / Р. П. Баканов // Информационное поле современной России: практики и эффекты; под ред. Р. П. Баканова. – Казань : Казан. ун-т, 2014. – С. 22–40.
8. Баканов, Р. П. Формы популяризации науки при освоении научно- 112 популярными медиа интернет-платформ [Текст] / Р. П. Баканов // Медиацтения СКФУ; отв. ред. О.И. Лепилкина, А.М. Горбачев. – Ставрополь : Изд-во СКФУ, 2016. – С. 186–193.

9. Барышная, Н. А., Самохвалов Н. А. «Отношение молодежи России к образованию и науке на современном этапе» [Электронный ресурс] –Режима доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/otnoshenie-molodezhi-rossii-k-obrazovaniyu-i-nauke-na-sovremennom-etape>
10. Борзова, М. С. Интерактивность как средство создания диалога с аудиторией [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2015-zhurnalistika/borzova.pdf>
11. Винокурова, Н. А. Молодежь в науке: мотивации, взгляды, жизненные стратегии / Журнал Народонаселение №4. Москва : 2016. – С. 113 – 122.
12. Воронцова, Т. А. Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) [Текст] / Т. А. Воронцова // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2014. – Вып. 88. № 6 (335). – С. 38–42.
13. Грабовский, К. Научная журналистика для журналистов [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://polit.ru/article/2012/03/30/grabovsky/>
14. Гусейнов, С. Научная журналистика [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://www.zerkalo.az/2014/nauchnaya-zhurnalistika/>
15. Дежина, И. Г. Молодежь в науке [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://www.vevivi.ru/best/Molodezh-v-nauke-ref78191.html>
16. Дивеева, Н. В. Влияние информационных технологий на создание новых форм популяризации науки [Текст] / Н. В. Дивеева // Акценты. – 2014. – №1 – 2. – С. 12–16.
17. Дивеева, Н. В. Научная популяризация как одна из актуальных задач журналистики в условиях высоких технологий и рыночной экономики [Текст] / Н. В. Дивеева // Акценты. – 2012, – № 7–8 (110–111). – С. 13–16.
18. Ефремова, Т. Ф. Толковый словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.efremova.info/word/nauka.html#.Xq0jHxQzbIU>

19. Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежной аудитории [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://mic.org.ru/phocadownload/monografiya-zhil-mma.pdf>

20. Журавлева Е. В. Популяризация науки в современной России [Текст] / Е. В. Журавлева // Размышления, сообщения, комментарии. – 2018. – С. 233 – 237.

21. Засурский, Я. Н. Система средств массовой информации в России [Текст] // Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова и др.; под ред. Я. Н. Засурского. – Москва : Аспект Пресс, 2003. – 259 с.

22. Ионова, Ю. О. Становление и развитие научной журналистики как сферы профессиональной деятельности [Электронный ресурс] –Режим доступа : https://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/22520/2018_216_ionovayo.pdf?sequence=1

23. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности Журналистика [Текст] / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : ЮНИТИ–ДАНА, 2005. – 383 с.

24. Карпик, А. П. Основные принципы формирования и развития современного университета / АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБРАЗОВАНИЯ. Современные тенденции формирования образовательной среды технологического университета. Международная научно-методическая конференция : сб. материалов (Новосибирск, 3–7 февраля 2014 г.). – Новосибирск : СГГА, 2014. – С. 3–4.

25. Карпов, А. Молодежь в науке [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/molodezh-v-nauke-1/viewer>

26. Качкаева, А. Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – Москва : 2010. – 200 с.

27. Лисик, Т. В. Трансформация отношений молодежной аудитории и СМИ: от печатных изданий к интернет-порталам / Т.В. Лисик, К.В. Сысолятина // Общество Наука. Инновации: сб. ст. XVIII Всероссийской научно-практической конференции : в 3 т. Т. 3 / Вятский гос. университет. – Киров, 2018. – С. 1417–1425.

28. Лисицкий Д. В. Стратегия развития научно-исследовательской деятельности в высшем учебном заведении / Д. В. Лисицкий // Актуальные вопросы образования. Современные тенденции формирования образовательной среды технологического университета. – Новосибирск : СГГА, 2014. Ч. 1. – С.10–15

29. Лукина, М. М. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М., Фомичева И. Д. – Москва : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

30. Лукина, М. М. Технология интервью: Учебное пособие / Лукина М.М. – Москва : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – С. 44-50.

31. Макарова, Е. Е. Популяризация науки в Интернете: содержание, формы, тенденции развития [Текст] / Е. Е. Макарова // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 98–104

32. Машкова, С. Г. Интернет-журналистика: учебное пособие [Текст] / С. Г. Машкова // Издательство Тамбовского государственного технического университета, 2006. – 80 с.

33. Медведева, В. Р. Организация и стимулирование научно-исследовательской работы студентов в области перспективных направлений развития университета [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-i-stimulirovanie-nauchno-issledovatel'skoy-raboty-studentov-v-oblasti-perspektivnyh-napravleniy-razvitiya-universiteta>

34. Никитенко, А. А. Стратегии интерактивного взаимодействия в сетевых версиях печатных изданий и онлайн-СМИ [Электронный

ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/ctragi-interaktivnogo-vzaimodeystviya-v-setevyih-versiyah-pechatnyh-izdaniy-i-onlaynovyh-smi/viewer>

35. Овчинникова, О. М. Наука в онлайн-медиа: особенности репрезентации в итальянском сегменте интернета [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.dissercat.com/content/nauka-v-onlain-media-osobennosti-reprezentatsii-v-italyanskom-segmente-interneta>

36. Ожегов, С. И. Толковый словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=16161>

37. Осипов, К. В. Специфика молодежной интернет-аудитории [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-molodyozhnoy-internet-auditorii>

38. Петрова М. В. Научно-популярная журналистика: традиции и современные реалии [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-populyarnaya-zhurnalistika-traditsii-i-sovremennye-realii>

39. Поданева, Е. С. Научная популяризация в интернете : эксперименты с новыми форматами [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchnaya-populyarizatsiya-v-internete-eksperimenty-s-novymi-formatami-opyt-sozdaniya-video-proektov-o-nauke>

40. ПостНаука // официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://postnauka.ru/>

41. Программа развития ТГУ // Тольяттинский государственный университет : официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://tltsu.ru/about_the_university/transformation/Programma_razvitiya2017.pdf
https://tltsu.ru/about_the_university/transformation/Programma_razvitiya2017.pdf

42. Розин, В. М. Происхождение и эволюция научного знания [Текст] / В. М. Розин // Философия науки : проблемы анализа знания. – Москва : ИФ РАН, 1997. – 243 с.

43. Савинова, О. Н. Научно-популярная журналистика : опыт системного анализа. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.fil.unn.ru/wp-content/uploads/sites/4/Nauchno-populyarnaya-zhurnalistika-opyt-sistemnogo-analiza.-Sb.-materialov-kaf.-zhurnalistiki.-Nizhnij-Novgorod-Izd-vo-NNGU-2018.-104-s.pdf>
44. Суворова, С. П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач [Текст] / С. П. Суворова // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2009. – № 6. – С. 14–23.
45. Суворова, С. П. Предметно-функциональные особенности современных российских научно-популярных журналов [Текст] / С. П. Суворова // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 128–135
46. Таевский, Д. А. Интернет-СМИ как консолидирующая площадка для открытой дискуссии [Текст] Д. А. Таевский // Журналистика электронных сетей. Воронеж, 2008. – С. 145.
47. Тертычный, А. А. Быть ли научной журналистике? [Текст] / А. А. Тертычный // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 212–217
48. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://evartist.narod.ru/text2/05.htm#%D0%B7_12
49. Трояновский, В. А. Как нужно популяризировать науку в современном обществе? [Электронный ресурс] – Режим доступа : [documentarycinema.5bb.ru>viewtopic.php?id=2497](http://documentarycinema.5bb.ru/viewtopic.php?id=2497)
50. Челтыбашев, А. А. Популяризация науки как средство повышения интереса молодежи к исследовательской деятельности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=34092>.
51. Шабурова, Н. Н. Наука и общество: история взаимоотношений и их современное состояние [Текст] / Н. Н. Шабурова // Философия науки. – 2004. – № 3 (22). – С. 3–30.

52. Штепа, В. В. Конвергенция медиа как фактор развития научной журналистики [Текст] / В. В. Штепа // Акценты. – 2010. – №3– 4. – С. 50–54.
53. Щербакова, Г. И. , Ульянов, М. А. Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического обоснования обоснования [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-populyarnaya-publikatsiya-v-smi-problema-teoreticheskogo-obosnovaniya>
54. Щербакова, Г. И. Журнал О. И. Сенковского «Библиотека для чтения» и формирование массовой журналистики в России [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.dissercat.com/content/zhurnal-oi-senkovskogo-biblioteka-dlya-chteniya-1834-1856-godov-i-formirovanie-massovoi-zhur>
55. Acades : официальный сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа : <https://acades.by/blog/chto-takoe-hashtag-i-kak-pravilno-im-polzovatsya/>
56. N + 1 : Научные статьи, новости, открытия : официальный сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа : <https://nplus1.ru/>
57. «Naked Science» : официальный сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа : <https://naked-science.ru/>
58. «ПостНаука» : официальный сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа : <https://postnauka.ru/>
59. «Популярная механика» : официальный сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа : <https://www.popmech.ru/>
60. «Наука и технологии» : официальный сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа : <https://snob.ru/theme/153/>