

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 кафедры)

42.03.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки, специальности)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Научно-популярный интернет-проект как тип массмедиа (на примере «ПостНауки»)»

Студент

А.В. Богданова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Л.В. Иванова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Доцент, и.о.

заведующего кафедрой

канд. филол. наук, доцент, Л.В. Иванова

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

(личная подпись)

« » _____ 2019 г.

Тольятти 2019

АННОТАЦИЯ

Бакалаврская работа посвящена изучению особенностей отражения научной сферы на сайте образовательного проекта «ПостНаука», представляющего собой тип нового медиа.

Актуальность выбранной темы бакалаврской работы обусловлена бурным развитием новых научно-популярных площадок и, одновременно, их слабой изученностью.

В главе «Наука как предмет отражения в журналистике и новых медиа» рассматриваются и систематизируются научные представления о понятиях «научно-популярная журналистика» и «новые медиа», а также об использовании мультимедийности для решения коммуникативных задач, стоящих перед современными образовательными медиапроектами.

В главе «Специфика отражения темы науки на сайте образовательного проекта “ПостНаука”» представлена типологическая характеристика портала «ПостНаука», охарактеризованы его гносеологические и коммуникативные ресурсы, а также даны результаты анализа используемых на нем способов, форм и форматов отражения научной сферы.

Бакалаврская работа и ее результаты могут быть использованы в исследованиях специфики новых медиа, пишущих о науке, а также при подготовке научных журналистов. Кроме того, результаты анализа могут использоваться при разработке концепций авторских образовательных проектов. Список используемой литературы включает 48 наименований.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1 НАУКА КАК ПРЕДМЕТ ОТРАЖЕНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ И НОВЫХ МЕДИА.....	9
1.1 Наука и журналистика: зарождение и развитие традиций взаимодействия	9
1.2 Новые медиа как канал научной коммуникации и распространения информации научно-популярного характера.....	18
ГЛАВА 2 СПЕЦИФИКА ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ НАУКИ НА САЙТЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «ПОСТНАУКА»	39
2.1 Типологическая характеристика образовательного проекта «ПостНаука»	39
2.2 Специфика отражения научной сферы на сайте образовательного проекта «ПостНаука».....	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	59

ВВЕДЕНИЕ

Наука, технологии и инновации сегодня являются приоритетными направлениями развития страны и быстро меняющегося мира. В «майских указах» Президента отмечено, что «необходимо обеспечить привлекательность работы в Российской Федерации для российских и зарубежных ведущих ученых и молодых перспективных исследователей, условия для осуществления молодыми учеными научных исследований и разработок, создания научных лабораторий и конкурентоспособных коллективов»¹.

С 2018 года наука обозначена как «национальный проект», главной целью которого обозначено обеспечение присутствия Российской Федерации в числе пяти ведущих стран мира, осуществляющих разработки в областях, определяемых приоритетами научно-технического развития².

Наука, идеи просветительства и журналистика всегда были тесно связаны и оказывали влияние на развитие друг друга. СМИ всегда отводилась центральная роль в продвижении научного знания в массы: журналисты создавали научные сборники, журналы, а позже телепередачи и научное кино.

Анализируя современную ситуацию взаимодействия науки и журналистики, исследователи «Высшей школы экономики» пишут о проблемах в этом типе коммуникации: «отечественные СМИ мало рассказывают о достижениях российских ученых и – шире – о науке в целом. Доля публикаций, посвященных научным результатам как таковым, составляет лишь 6% от общего объема научно-образовательной информации

¹ О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года : указ Президента Российской Федерации от 7.05.2018 № 204 // Консультант Плюс : справочно-правовая система. URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102468157> (дата обращения: 02.01.2019).

² Паспорт национального проекта «Наука» // Правительство России : официальный сайт. URL: <http://static.government.ru/media/files/vCAoi8zEXRVSuy2Yk7D8hvQbpbUSwO8y.pdf> (дата обращения: 02.02.2019).

в массмедиа»¹. Также исследователи выделяют недостаток профессиональной идентичности по отношению к журналистике у авторов, пишущих о науке: зачастую у них возникают сложности с пониманием работы журналиста². В связи с вышесказанным популяризация науки остается актуальным направлением деятельности СМИ. Однако развитие системы массовой коммуникации, в том числе новых медиа, привело к тому, что появляются новые площадки популяризации науки: образовательные проекты, новые медиа, специфические медиаплатформы. Развитие MOOCs (массовые открытые онлайн-курсы) и платформ электронного дополнительного образования (e-learning platforms) повышает интерес аудитории к образовательным проектам. Итак, с одной стороны, развитие новых научно-популярных площадок, с другой – их слабая изученность доказывают актуальность выбранной темы бакалаврской работы.

Объект исследования в выпускной квалификационной работе – тема науки в новых медиа.

Предмет исследования – способы отражения научной темы на сайте образовательного портала «ПостНаука».

Цель бакалаврской работы: на основе исследования содержания образовательного портала «ПостНаука» охарактеризовать способы отражения научной сферы, а также определить их гносеологические и коммуникативные ресурсы.

Для достижения поставленной цели нам необходимо решить следующие *задачи*:

1) Систематизировать теоретические представления о научно-популярной журналистике.

¹ Соболевская О.В. Наука и СМИ общаются с трудом // Научно-образовательный портал IQ : официальный сайт. URL: <https://iq.hse.ru/news/177666745.html> (дата обращения: 4.01.2019).

² Абрамов Р.Н. Профессионализация научной журналистики в России: сообщество, знание, медиа. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/professionalizatsiya-nauchnoy-zhurnalistiki-v-rossii-soobshchestvo-znanie-media> (дата обращения: 05.03.2019)

2) Определить понятие «новые медиа» и охарактеризовать имеющиеся у них ресурсы представления научной информации.

3) Дать типологическую характеристику образовательному portalу «ПостНаука».

4) Выявить и охарактеризовать способы отражения научной сферы в «ПостНауке».

Эмпирической базой бакалаврской работы является научно-популярный портал «ПостНаука»¹, а также аналогичные новые медиа, приведенные в списке электронной библиотеки «КиберЛенинка» в разделе «Научные и образовательные проекты», а именно: «Мел»², «TED Talks»³ и проект Arzamas⁴.

Хронологические рамки исследования – апрель 2018-апрель 2019 года.

Обусловлены потребностью исследования в анализе массива актуальной информации, собранной за определенный период – в данном случае последний на момент проведения исследования год существования проекта.

Теоретико-методологическую базу бакалаврской работы составили труды отечественных авторов в области истории российской журналистики: «Тренды: научно-популярная журналистика в России» А.А. Андриевской⁵, «Быть ли научно-популярной журналистике?»⁶ и «Трансформация жанровой структуры современной периодической печати»⁷ А.А. Тертычного; также проведен систематический обзор научной литературы, поднимающей вопросы отражения науки в СМИ: «Российская наука в медийном контексте»

¹ ПостНаука : официальный сайт. URL: <https://postnauka.ru/> (дата обращения: 02.02.2019)

² Мел : официальный сайт. URL: <https://mel.fm> (дата обращения: 10.05.2019).

³ TED talks : официальный сайт. URL: <https://ted-talks.online/> (дата обращения: 05.03.2019)

⁴ Arzamas : официальный сайт. URL: <https://arzamas.academy/> (дата обращения: 11.03.2019)

⁵ Андриевская А.А. Тренды: научно-популярная журналистика в России // European Journalism Observatory. 2019. URL: <https://ru.ejo.ch/nashi-novie-statyi/nauchno-popularnaya-zhurnalistika> (дата обращения: 21.02.2019).

⁶ Тертычный А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2013. № 2. С. 212-220. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylogolog/2013/02/2013-02-49.pdf> (дата обращения: 13.03.2019).

⁷ Тертычный А.А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати // Вестник МГУ. 2002. № 2. С. 54-83.

Н.Н. Емельяновой¹, «Лексическая репрезентация образа ученого в русскоязычных и англоязычных СМИ (на материале интернет-изданий ИТАР-Тасс и ВВС)» М.Д. Горской²; не менее важны для данного исследования разработки ученых в области жанров журналистики и ее выразительных средств: «Система журналистских жанров» Л.Е. Кройчик³, «Жанры журналистского творчества» Г.В. Лазутиной⁴ и «Новые подходы к классификации газетных жанров в теории и практике журналистики» С.В. Ляпун⁵.

Для решения поставленных в работе задач применялись следующие *методы*: анализ «аналогов», типологический анализ – для характеристики портала как нового типа массмедиа, идейно-тематический анализ – для изучения содержательного наполнения сайта портала, жанрово-стилистический анализ – для исследования формы предъявления информации на сайте, структурный анализ сайта как типа медиа научно-популярной направленности.

Практическая значимость: результаты исследования могут применяться в учебно-образовательном процессе студентов-журналистов при освоении дисциплины «Научно-популярная журналистика», в деятельности по изучению теории и практики новых медиа, а также при медиапроектировании в научно-популярной сфере.

В соответствии с целью и задачами структура бакалаврской работы включает введение, две главы, заключение и список используемой

¹ Емельянова Н.Н. Российская наука в медийном контексте // Философия науки и техники. 2015. Т. 20. № 2. С. 142-163. URL: https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/ps/ps20_2/142%E2%80%93163.pdf (дата обращения: 02.02.2019).

² Горская М.Д. Лексическая репрезентация образа ученого в русскоязычных и англоязычных СМИ (на материале интернет-изданий ИТАР-Тасс и ВВС // Материалы Международной научной. 2015. С. 60-67. URL: <http://politlinguist.ru/materials/conf/2015.pdf> (дата обращения: 01.03.2019).

³ Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000. С. 125-168.

⁴ Лазутина Г.В. Жанры журналистского творчества. М., 2011. 320 с.

⁵ Ляпун С.В. Новые подходы к классификации газетных жанров в теории и практике // Вестник Адыгейского государственного университета. 2011. № 4. С.72-76.

литературы. Во введении определяется актуальность, объект, предмет, цель, задачи, методологическая база и практическая значимость исследования.

В первой главе «Наука как предмет отражения в журналистике и новых медиа» рассматривается наука как предмет отражения в СМИ, систематизируются научные представления о понятиях «научно-популярная журналистика» и «новые медиа», а также об использовании мультимедийности для решения коммуникативных задач.

Во второй главе «Наука как предмет отражения в журналистике и новых медиа» представлены результаты типологической характеристики портала «ПостНаука», а также анализ способов, форм и форматов представления научной сферы и раскрытия ее проблем в «ПостНауке», описаны гносеологические и коммуникативные ресурсы образовательного портала.

ГЛАВА 1 НАУКА КАК ПРЕДМЕТ ОТРАЖЕНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ И НОВЫХ МЕДИА

1.1 Наука и журналистика: зарождение и развитие традиций взаимодействия

Наука – значимая часть общественной жизни. На протяжении многих веков она неразрывно связана с журналистикой. Их взаимодействие породило такое явление как популяризация научного знания, со временем сформировалось специфическое направление – научно-популярная журналистика. Для выполнения задач магистерской диссертации необходимо определить понятие «наука» в трех аспектов: наука как знание, наука как деятельность, наука как социальный институт.

В качестве формы познания действительности, а также социального института и специфического типа духовного производства наука родилась в Новое время (XVI-XVII вв.) в Европе. Это произошло в эпоху утверждения капиталистического производства в государствах и расщепления прежде единого знания на две новые составляющие: философию и науку. Трансформировавшись из естествознания, наука затем стала развиваться уже самостоятельно. При этом она сохранила прочную связь с практической деятельностью человека, приводится ею в движение для дальнейшего развития и затем передает обратную связь, дополняя имеющиеся знания новыми фактами, влияя на динамику развития научной практики.

В разного рода энциклопедиях понятие «наука» чаще всего трактуется в узком смысле. Например, в энциклопедии «Культурология. XX век» наука определяется так: «Область культуры, связанная со специализированной деятельностью по созданию системы знания о природе, общества и

человека»¹. В энциклопедическом словаре по философии наука определяется как «особый вид познавательной деятельности, нацеленный на выработку объективных, системно организованных и обоснованных знаний о мире. Социальный институт, обеспечивающий функционирование научной познавательной деятельности»².

Наиболее полные определения термина «наука», охватывающие наибольшее количество ее значений, можно найти в различных толковых словарях. Например, «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой представляет науку как «систему знаний о закономерностях развития природы, общества и мышления, а также отдельную отрасль таких знаний»³. В словаре Д.Н. Ушакова автор акцентирует внимание на выработке определения через общемировую понятийную систему, обозначая универсальность научного знания, и называет ее «системой знаний о закономерностях в развитии природы, общества и мышления и о способах планомерного воздействия на окружающий мир»⁴.

Для определения сути понятия популяризации науки обратимся к статье «Стратегии научной популяризации в России», написанной научным редактором журнала «Вокруг света» А.Г. Сергеевым. Он называет этот процесс «переводом добытых в ходе научного поиска знаний на язык, доступный неспециалистам»⁵.

Понятие популяризации науки неразрывно связано с научно-популярной журналистикой. По словам С.П. Локтева, научная (научно-популярная) журналистика – это «область журналистики, которая используется для создания информации на научные темы. Понимается как

¹ Культурология. XX век : энциклопедия / под. ред. С.Я. Левит. СПб., 1998. С.253.

² Философия: Энциклопедический словарь / под ред. А.А. Ивина. М., 2004. С. 524.

³ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2003. С. 125.

⁴ Ушаков Д.И., Крючков С.Е. Орфографический словарь. М., 2008. С.223.

⁵ Сергеев А.Г. Стратегии научной популяризации в России // Вестник Иркутского государственного университета. М., 2007. URL: http://artifact.isu.ru/?page_id=4758 (дата обращения: 16.03.2019).

«доступный широкой аудитории рассказ о достижениях науки, её истории, нынешнем состоянии, перспективах развития и, быть может, проблемах»¹.

Популяризация науки в России начинается в XVII веке во времена правления Петра Первого. Ее появление неразрывно связано со стратегией просветительства, динамизируемой правителем в те годы. Целью данной стратегии было привлечение осознанной, активной молодежи к первенствующим сферам жизни общества, а именно науке и промышленности, которые обозначили потребность в квалифицированных кадрах и новых, прогрессивных взглядах. Способы реализации император Петр I выбрал нестандартные: если во многих других странах ученые академии в зачатке являлись собраниями частного круга лиц («народная наука», характеризующаяся направленностью на развлечение публики) и в процессе своего развития утверждались на государственном уровне («промышленное просвещение», характеризующееся прикладным характером научного знания и его доступностью, неизолированностью), то представитель рода Романовых утверждал, что науку можно взрастить искусственно, поэтому в начале XVIII века отдал приказ о составлении проекта Положения об Академии наук и художеств и обеспечил им достойное жалование². Важными составляющими просветительского движения петровской эпохи в рамках новоиспеченной научной академии были написание собственных трудов отечественными учеными, перевод зарубежных научных работ, а также чтение публичных лекций. Академия наук и художеств была открыта уже после смерти Самодержца Всероссийского, но все так же имела покровительство – теперь уже в лице новой императрицы Екатерины I.

¹Локтев С.П. Научная журналистика в контексте цивилизации // Пятигорский государственный университет. Издания ПГУ. Пятигорск, 2008. № 14. С. 14.

²Scientificrussia.ru : официальный сайт. URL: <https://scientificrussia.ru/articles/nam-petr-velikij-vvel-nauki> (дата обращения: 10.05.2019)

Во второй половине XVIII столетия вопрос распространения культуры знания стоял не менее остро, хоть и претерпел определенные изменения. Политика просвещенного абсолютизма, витавшая в воздухе и окончательно установленная Екатериной II в «Наказе» 1767 года, внесла в культуру науки России новые веяния.

Весомый вклад в популяризацию научного знания внес Н.И. Новиков. Благодаря его издательской и просветительской деятельности былую популярность вернула газета «Московские ведомости», в которой была поднята планка требований к качеству наполнения, а также начался выпуск целого ряда приложений, разнообразивших тематический охват газеты. В данный период в газете публиковались как тексты о внутренней жизни и иностранной новостной повестке, так и об искусстве, литературе, науке, а также статистические материалы. Помимо прочего, тираж увеличился с 600 до 4 тыс. экз¹.

В других крупных российских изданиях-современниках (Санкт-Петербургские врачебные ведомости, Санкт-Петербургские ученые ведомости) также отчетливо проявилась тенденция ориентированности научно-популярных изданий на наиболее широкую аудиторию, которая проявилась в упрощении языка и терминологии текстов. Первыми узконаправленными научными изданиями стали научно-литературные журналы, выросшие, как правило, из приложений к «ведомостям». Например, «Ежемесячные сочинения к пользе и увеселению служащие». Этот журнал давал сведения о литературе и науке, выходил каждый месяц, издавался Петербургской Академией Наук тиражом до 2000 экземпляров. Большой вклад в развитие науки тогда внесли Н. И. Новиков и М.В. Ломоносов.

В начале XIX века Московским университетом с подачи арендатора типографии И.В. Попова выходит первый выпуск «Вестника Европы» (4

¹ Теремов О.В. Московские ведомости // Большая российская энциклопедия. URL: https://bigenc.ru/domestic_history/text/2233329 (дата обращения: 15.06.2019).

января 1802 года) под редакцией Н.М. Карамзина. Также появляются научные сообщества, многие из которых обзаводятся собственными научными журналами. Это обусловлено потребностью читательской аудитории в приобретении технологических и экономических знаний¹. Например, в изданиях «Вольного экономического общества» публиковались материалы, посвященные сельскому хозяйству, а также промышленности.

Вторая половина XIX века отмечена появлением в периодической печати тонкого иллюстрированного еженедельника. Его авторами были первые ученые-популяризаторы, продвигавшие идею народных университетов – знание в широком смысле слова. Авторы публикаций по теме науки того периода – И.Д. Сытин и П.П. Сойкин. В работе «Актуальные проблемы современной науки и журналистики» Р.П. Баканов пишет, что «1825-1860 гг. – это значимый период в истории популяризации науки. Именно в это время во всех сферах жизни научно-популярные издания становятся ведущим средством просвещения общества. Просветительские задачи обуславливают программу ведущих научно-популярных журналов, среди которых преобладают издания универсального и политематического типа («Журнал общепользней сведений», «Вестник естественных наук», «Живописное обозрение»)².

В XX веке идея популяризации науки и просветительства получила новый толчок. По причине трансформации политической обстановки в социальной жизни общества начали происходить неизбежные изменения, которые затронули и сферу науки. Меняющийся под влиянием глобальных исторических событий мир требовал повышения уровня советского знания до новых научных высот.

¹ Мурзагалиева Т.Е. Основные этапы развития научной популяризации в Российской журналистике // Студенческий: электрон. научн. журн. 2017. № 10 (10). URL: <https://sibac.info/journal/student/10/80847> (дата обращения: 17.06.2019).

² Баканов Р.П. Актуальные проблемы современной науки и журналистика. Казань, 2010. С.134.

А.А. Тертычный отметил как важное для советской научной журналистики событие появление Всесоюзного Общества «Знание» в 1947 году с целью распространения научных знаний. Он утверждал, что: «в советский период популяризация науки достигла наиболее высокого уровня развития»¹. Участники «Знания» являлись преподавателями народных университетов с охватом слушателей в девять миллионов человек. Десятки миллионов лекций были прочитаны 370 тысячами ученых, деятелями культуры и специалистами народного хозяйства за период действия общества», – отмечает А.А. Тертычный.

Стоит отдельного упоминания внушительный вклад научно-популярного кино и ТВ в продвижение научной мысли среди советского населения. В.А. Трояновский указывает на тот факт, что уже в начале XX в. (10-20-х гг.) была сформирована разветвленная структура тем научно-популярного кинематографа. Тогда же, в период немого кино, проявляются характерные особенности кинофильмов научно-популярной направленности: его фундамент образуется в системе логических доказательств, обоснованных отсылками к научным авторитетам, основанных на достоверном, реалистичном воспроизведении окружающего мира, в том числе с использованием документального изображения на экране научных экспериментов, исследований и опытов. В 1951 году происходит создание «Центральной студии телевидения» с редакцией научно-популярных и учебных программ.

Начавшаяся в 1985 году «перестройка» и последующий развал Советского Союза ввергли многие общественные сферы в состояние застоя, либо глубокого кризиса. Аналогичная ситуация сложилась и в сфере популяризации научного знания. Самой большой потерей стало разрушение инфраструктуры: прекратили существование важные просветительские

¹ Тертычный А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2013. № 2. С. 218. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2013/02/2013-02-49.pdf> (дата обращения: 13.03.2019).

общества, в том числе Всесоюзное Общество «Знание», были оставлены без поддержки музеи и другие сооружения научной тематики, например, Московский планетарий.

После 1991 года научно-популярная журналистика серьезно пострадала: резко сократился интерес государства и общества к этой отрасли, значительно упали тиражи и общее количество изданий, пишущих на эту тему¹.

В XXI веке в Интернете сформировался обширный каталог сайтов, посвященных или затрагивающих научно-популярную тематику, доказывая таким образом востребованность данной области обществом. В этот период особенно заметна тенденция роста количества всевозможного научно-популярного контента: от текстовых и видео блогов, групп и публичных страниц в социальных сетях до онлайн журналов и крупных порталов. Например, «Элементы» (2005 год запуска, владелец – ФГУП «ВГТРК») и «Наука» (2011 год запуска, владелец – Фонд «Династия»).

В современной российской научно-популярной журналистике большинство исследователей отмечают быстрый рост популярности медиапорталов. О причинах этого роста, видимо, говорить еще рано, поскольку отсутствуют серьезные исследования в этой области. Автор научно-популярного блога² Илья Кабанов утверждает: «несколько десятков или сотен тысяч человек – поняли, что ничего хорошего от политики и экономики ждать не приходится и нашли утешение в науке и образовании»³. Ему вторит редактор раздела «Наука» сайта “Colta.ru” Борислав Козловский: «Научно-популярные издания в России работают с одной читательской эмоцией – желанием закопать голову как можно глубже в песок. Наука – это

¹ Тертычный А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2013. № 2. С. 212. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2013/02/2013-02-49.pdf> (дата обращения: 13.03.2019)

² Metkere.com : официальный сайт. URL: <http://metkere.com> (дата обращения: 13.03.2019)

³ Петрова М.В. Научно-популярная журналистика: традиции и современные реалии // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 4 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/nauchno-populyarnaya-zhurnalistika-traditsii-i-sovremennye-realii> (дата обращения: 13.03.2019).

такая параллельная реальность, где непохожие на нас люди охотятся на пентакварк, и это пользуется успехом как история, которая к тебе лично и к твоей жизни не имеет прямого отношения»¹.

А.А. Тертычный, рассуждая об особенностях современного научно-популярного контента, делает следующие выводы: «История жанра совершила полный виток: начавшись с феномена «народной науки» (Popular Science), она опять вернулась к выбросу научного, по своему происхождению, знания в ненаучную среду – Popular Science 2.0. Но если цель научной популяризации предыдущих эпох – заставить искать знания, то цель Popular Science 2.0 – заставить коммуницировать. Коммуницировать по поводу любого знания, – лишь бы было наглядно и весело»².

Как бы то ни было, нельзя отрицать, что научно-популярная журналистика продолжает своё развитие, подстраиваясь под современные тенденции существования СМИ, перемещаясь во всемирную сеть. Наличие такой группы изданий как научно-популярные, дает возможность говорить о них как о единой системе с характерными особенностями: предметом, целью, задачами, функциями, содержательно-формальным и стилистическим наполнением.

Высокая динамика развития тематики научного знания в современной журналистике обозначает главенствующую роль Интернета в стратегии научного просвещения, благодаря именно скорости распространения информации по сети.

Реальность через современную научную картину мира стоит считать объектным полем такой журналистики, а ее предметом – саму реальность или научную картину мира в целом. К задачам журналистов при создании публикаций, отражающих вышеназванные аспекты научной деятельности,

¹ Андриевская А.А. Тренды: научно-популярная журналистика в России // European Journalism Observatory. 2019. URL: <https://ru.ejo.ch/nashi-novie-statyi/nauchno-popularnaya-zhurnalistika> (дата обращения: 21.02.2019).

² Тертычный А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2013. № 2. С. 215. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2013/02/2013-02-49.pdf> (дата обращения: 13.03.2019).

С.П. Суворова относит: «1) Своевременное информирование читателей о появлении новых продуктов, явлений и фактов науки. 2) Содействие освоению массовой аудиторией особенностей продуктов науки (прояснение их основных смыслов, выявление значения и последствий научных открытий для развития науки и общества), а также знакомству с судьбами и личностями ученых, определяющих ход науки. 3) Побуждение адресата информации к обсуждению событий научного мира (сопоставление точек зрения, оценок, аргументов), к интеллектуальному обогащению. 4) Побуждение ученых, субъектов научной деятельности, к рефлексии, а при необходимости – к коррекции исследовательской позиции»¹.

Исходя из особенностей рассматриваемой сферы деятельности и задач, которые журналисты ставят перед собой, можно выделить основную функцию научно-популярной журналистики – просветительскую. С.П. Суворова утверждает: «Культурно-просветительская функция журналистики осуществляется с помощью сочетания в качестве средств таких видов деятельности, как информирование, популяризация, пропаганда, критика²». По ее мнению, степень и характер реализации просветительской функции зависят от актуализации конкретной деятельности, но роль популяризации, тем не менее, остается главенствующей.

Научно-популярный материал характеризуется следующими признаками: объективность подачи информации, достоверность, весомость доказательной базы, аргументированность. Такие тексты по качеству идейно-тематического наполнения характеризуются следующими особенностями: строгая последовательность логически обоснованных интерпретаций события или явления, или факта, подвергаемого анализу, декодируемость выводов, следующих из темы материала, логика и причинно-

¹Суворова С. П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2009. № 6. С. 20.

² Суворова С. П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2009. № 6. С. 21

следственные отношения элементов текста, а также использование специфического набора терминов.

Стоит отметить, что наиболее популярными жанрами в данной сфере журналистики являются: беседа, рецензия, научная статья, научное обозрение, эксперимент и т.д. Жанры в этой системе обладают самостоятельностью, при том могут дополнять друг друга. Это обеспечивает полноту мысли при освещении темы науки и повышает объективность рассмотрения данной области с разных точек и позиций.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что популяризация науки представляет собой деятельность по транслированию научного знания на широкую массовую аудиторию, подаваемое на уровне ее восприятия, с последующей адаптацией этой аудиторией полученной информации. Ее появление определила потребность общества в обновлении экономической, социальной и культурной областей жизни социума на основе массового продвижения научных знаний. Популяризация науки тесно связана с феноменом просвещения и обучения, но, несмотря на это, является самостоятельным феноменом.

Именно на популяризации науки как явлении базируется научно-популярная журналистика. Она является основным, проверенным временем механизмом распространения научной информации. Интеграция интернета в повсеместную жизнь подготовила почву для появления медиаресурсов, отличающихся от стандартного вида СМИ рядом характеристик. Такие ресурсы получили символическое название – новые медиа.

1.2 Новые медиа как канал научной коммуникации и распространения информации научно-популярного характера

Зарождение и стремительное развитие глобальной сети можно оценивать как катализатор перехода СМИ в Интернет и как фактор

появления новых медиа. Они по сути являются отдельной типологической группой порталов, основанной на таких свойствах всемирной сети как мультимедийность, глобальность, гипертекстуальность, интерактивность и т.д. Это позволяет данным ресурсам выступать в качестве площадок популяризации научного знания, аккумулирующих в себе информацию, необходимую пользователю для оперативного ознакомления в полном объеме с последними научными теориями и идеями. Как новая типологическая группа эти медиаресурсы имеют свою аудиторию с особыми характеристиками возрастного, образовательного и психологического типа. Ее можно условно разделить на два подуровня: молодежную и разновозрастную. Обеим подгруппам свойственна активность в поиске и потреблении научно-популярной информации, на основании чего можно говорить об идентичности их целей при очевидной разнице причин необходимости поиска подобной информации. Публикации в новых научных медиа характеризуются широким спектром популяризуемых наук. Охват поднимаемых тем определяется актуальными потребностями научной сферы и общества.

Жанровая система новых медиа являет собой динамично развивающуюся структуру. Динамика задается необходимостью подбора жанра или жанров, используемых в тексте в зависимости от контекста освещаемой проблемы, а также потребностью новых медиа в эффективном воздействии на аудиторию как главном факторе дальнейшего роста. Каждый сайт имеет устойчивый список жанров, а также индивидуальный набор профильных моделей. Типологическая модель того или иного ресурса определяется его стремлением наиболее эффективно реализовать творческие замыслы с учетом специфических качеств целевой аудитории, ее информационных ожиданий и потребностей.

На текущем этапе своего существования научно-популярная журналистика приобретает новые признаки, подстраиваясь под изменение современной медиасреды.

На текущем этапе развития информационных технологий в российском медиaprостранстве появляются новые научно-популярные и онлайн-медиа, перед которыми встает необходимость интегрировать пользователя в сферу научных открытий, исследований ученых и прочей информации в сфере науки. Их развитие соответствует росту интереса потребителя к получению декодируемой информации в этой области.

Так, например, распространение среди читателей приобретают книги, рассказывающие о науке в доступном формате. На полках «Лидеры продаж» книжных магазинов сегодня нередко видны наименования: «Что скрывает кожа», «Очаровательный кишечник» и т.д. Также большой популярностью пользуются различные паблики и видеоблоги на научную тему, количество которых неизменно растет, переходя в качество, привлекая все большую аудиторию, интересующуюся разнообразными сферами науки.

Такой общественный интерес к науке обозначает потребность социума в посреднике между наукой и массовым потребителем. Таким посредником становится журналист.

Участие массмедиа в процессе популяризации научного знания сформировало новый тип коммуникации – научную. Под научной коммуникацией понимается внешняя коммуникация между наукой и обществом. В докладе «Search for new identity of science communication in Russia: between science propaganda and popular science communication» старший преподаватель департамента социологии НИУ ВШЭ Андрей Кожанов упоминает особенности современного состояния научной коммуникации в России: «Современная тенденция состоит в переходе от элитарной модели популяризации и просвещения как перевода научной информации в форму, доступную широкой общественности, к

демократической модели взаимопересечения научной и общественной повестки дня. Сейчас и в мире, и в России мы наблюдаем огромный рост интереса к научной коммуникации, поиск новых форм и практик взаимодействия и диалога. В этом смысле процессы в российском сегменте научной коммуникации отличаются от мировых тем, что мы находимся в поисках новой этики отношений между наукой и обществом, в поисках нового общественного договора в области социальной ответственности ученых»¹. В сложившейся ситуации читатель приобретает особые права, которые исходят уже не от института науки как автономной системы, а от новых образовательных, технологических, медийных возможностей взаимодействия, которые в корне меняют коммуникацию.

Различают следующие формы научной коммуникации: семинары, конференции, форумы и другие массовые мероприятия с заслушиванием и обсуждением докладов; личные контакты и переписка; издательская деятельность в сфере научной коммуникации, создание статей и интервью; подготовка фильмов, теле- и радиопередач; сайты, форумы, образовательные проекты и программы; библиотеки, электронные базы данных; привлечение ученых к работе государственных и общественных организаций.

Прогресс в сфере Интернета и цифровых технологий имеет сегодня внушительное влияние на все стороны нашей жизни. Также влияет он и на научно-популярную журналистику. Быстро протекающий процесс развития и распространения сетевого доступа поднимает значимость обратной связи. Поэтому иностранные исследователи ввели в оборот определение «public science communication». Относительно этого термина Брайан Тренч говорит об «оттенке безвозвратного перехода от закрытых коммуникаций внутри научной сферы к открытому общению в Интернете»².

¹ <https://conf.hse.ru/2018/news/217730344.html>

²Trench B. Internet – Turning Science Communication Inside-Out? URL: http://doras.dcu.ie/14807/1/internet_science_communication.pdf (дата обращения: 04.02.2019).

Многие современные исследователи особое внимание уделяют декодируемости научно-популярного материала как важнейшему элементу просветительства. К примеру, Ник Аллум и Мартин Бауер считают, что «помимо информирования важно делать упор на понимание, т.е. верное усвоение научного знания. Следовательно, необходимо идти по пути формирования у людей научной грамотности, которая основывается на четырех основных атрибутах: понимании научной методологии, знании основных этапов эволюции науки, общей позитивной оценке итогов развития науки и технологий, отрицании суеверий и предрассудков»¹. Эту мысль развивает директор Научного музея в Лондоне, исследователь «Science communication» Джон Дюрант. В своих исследованиях он говорит о научной грамотности как высшей цели научно-популярной журналистики. Он уверен: «Правильное восприятие науки, борющейся за истину, в итоге формирует в сознании людей необходимые предпосылки и для восприятия демократической культуры, основанной на взаимоуважении и умении слышать друг друга. В последних двух параметрах научная культура и демократические идеалы схожи»².

Хотелось бы отметить основные тематические блоки, которые сегодня наиболее часто освещаются журналистами, пишущими о науке. В центре научного знания сегодня естественные науки, и они же влияют на темы, которые интересны широкой общественности. Научно-популярным СМИ интересны темы естественных наук, космическая тематика, человеческое сознание и здоровье, а также астрономия, физика, биология, медицина и генетика.

Таким образом, можно говорить о феномене медиатизации науки, который оказывает прямое влияние на характер научной информации: из-за быстро изменяющейся среды, характер информации также подвижен и

¹Allum N., Bauer M. What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda // Public Understanding of Science. 2007. Vol. 16. № 1. P. 79–95.

²Durant J. What is scientific literacy? // European Review. 1994. Vol. 2. № 1. P. 83–89.

подвержен изменениям, что напрямую отражается на развитии современных научных коммуникаций.

Такое словосочетание как «новые медиа» уже два десятилетия находится во внимании исследователей. При этом само определение этого понятия остается весьма размытым, не сформулировано однозначно. Для понимания этого определения нам необходимо проследить его эволюцию. Началом эры сетевой журналистики можно назвать 1995 год, а именно 19 апреля. В тот день, в момент террористического акта в Оклахоме, журналисты начали помещать все известные им данные об этом происшествии в Интернет. Из обычного склада информации Интернет превратился в самостоятельную площадку. Термин «новые медиа» стал нужен для того, чтобы отличить Интернет от традиционных СМИ (ТВ, радио и прессы) и осознать его как отдельную коммуникационную среду. Такого рода осмысление проводят как зарубежные, так и российские ученые.

Информационно-коммуникационное пространство изучают Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова, А.И. Акопов. В учебном пособии Я.Н. Засурского Интернет-издания впервые были включены в систему СМИ. Есть и работы, изучающие ключевые особенности коммуникативной площадки Интернет. Например, в работах Е.Л. Вартановой термины «интернет» и «новые медиа» становятся синонимами. Это понятие отражает процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций. Есть и ряд работ, в которых особенности интернет-СМИ изучаются в роли новых медиа.

Важным для исследования является книга Льва Мановича «Язык новых медиа»¹, которая стала одним из первых научных трудов, описывающих новые медиа. В исследовании он выявляет пять технологических принципов, которые определяют новые медиа:

¹ Manovich L. The Language of New Media // Cambridge, Mass.: MIT Press, 2002. С. 90

1. Числовая репрезентация. Объекты новых медиа представляются как уникальный набор единиц и нулей, и, следовательно, считаются алгоритмом и поддаются программированию. Это позволяет, например, удалить «шум» с фотографии, изменить ее и т.д.

2. Модульность. Новые медиа обладают дробной структурой, то есть сочетают в себе точечные самостоятельные элементы и могут варьироваться в размерах, при этом оставаясь идентичными своей модели и существовать в различных комбинациях. Так, мультимедийный ролик, содержащий такие элементы как кадры, звуки и фото, легко трансформировать, изменив лишь один из элементов, сохранив целое.

3. Автоматизация. Многие операции при создании медиа, по мнению исследователя, можно автоматизировать при поддержке дробной структуры и кодирования.

4. Изменчивость. В силу своей изменчивости новые медиа способны существовать в виде разных версий. Среди частных случаев изменчивости Лев Манович называет «возможность разделить контент и интерфейс, гипермедиа и интерактивность»¹.

5. Транскодирование. Исследователь считает этот признак одним из главных следствий компьютеризации медиа. По его мнению, новые медиа состоят из культурного и компьютерного слоев, а транскодирование является их взаимовлиянием.

Совершенно новый формат потребления информации медиа обеспечивают такие характеристики новых медиа как гипертекстовость, интерактивность и мультимедийность. Из простого наблюдения, текст становится неким исследованием контента, где каждый пользователь может модерировать работу с коммуникацией, продолжая и прекращая ее по своему желанию. Исследователь К.А. Карякина отмечает, что «Современные ученые

¹ Manovich L. The Language of New Media // Cambridge, Mass.: MIT Press, 2002. С. 90

описывают систему новых медиа четырьмя процессами, неразрывно связанными между собой и влияющими друг на друга. Это интерактивность, конвергенция, дигитализация и принадлежность этих медиаресурсов к сетевому пространству»¹.

Говоря иначе, новые медиа можно считать новым способом доставки информации цифровым путем, а также самостоятельным средством осуществления коммуникации, где источником становится Всемирная сеть. К новым медиа относят: социальные сети, блоги, подкасты, web-сайты, интернет-форумы, Wiki, видеохостинги, онлайн-продукты и мобильные продукты.

С точки зрения природы и особенностей новых медиа как типа, нам кажется важным рассмотреть их основные признаки и особенности. Описывая их, современные исследователи обязательно упоминают интерактивность. Этот показатель во многом организует систему, а цель коммуникации достигается через взаимосвязь элементов системы. Инструментами интерактивности можно считать: возвратную форму, личный кабинет, почтовые рассылки, проведение опросов, форумы, блоги, аудио- и видео-подкастинг.

Важной характеристикой новых медиа является доступность. Ее следует понимать как величину, которая определяет информационную среду страны.

Такая характеристика как мобильность определяется временными затратами пользователя на поиск нужной информации в электронной среде, ее структурирование и понимание. Мобильность становится важнейшим показателем производительности информационного труда. Еще одно свойство новых медиа – «коммуникативность» – следует понимать как совокупность характеристик, которые позволяют наладить и развивать

¹ Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. 2010. № 1. URL:<http://www.mediascope.ru/node/524> (дата обращения: 28.03.2015).

диалог между пользователями и сообществами, передавать информацию посредством интерактивных форм новых медиа.

Важным признаком принято считать мультимедийность новых медиа. Эта характеристика понимается как возможность существования аудио-, видео-, фото- контента в пределах одного текста. Использование этого параметра в совокупности с другими характеристиками интернета дает больший результат, чем использование приемов традиционных медиа. По мнению исследователя журналистики Д.Ю. Кульчицкой: «Истинный мультимедийный текст должен отличаться отчетливо выраженными чертами: модульностью, интерактивностью, гипертекстуальностью, иерархичностью, комбинацией целого ряда знаковых систем для комплексного воздействия на пользователя»¹.

Учитывая тенденции развития научно-популярных ресурсов необходимо добавить новые критерии в методику традиционного анализа журналистского текста. В учебно-методическом пособии «Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения» Л.В. Иванова приводит краткую универсальную методику анализа журналистского текста. Его основу составляют такие параметры, как тема журналистского произведения, раскрывающая связь факта с актуальной общественной проблемой, специфика идеи произведения («опорная» и «рабочая» идеи), реализуемая через ряд содержательных компонентов. В рамках данного анализа необходимо обращаться к основным положениям, с которыми должны отождествляться части текста. Это «определение понятия «темы журналистского произведения» и его специфики, синкретичная природа фактов, правила работы с фактами и проблемой, а также идеями и типами информации, с которыми они соотносятся»².

¹Кульчицкая Д. Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания. М., 2016. С. 68.

²Иванова Л.В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения. Тольятти, 2012. С. 38.

Исследователь журналистики Г.В. Лазутина в исследовании «Профессиональный анализ журналистского текста как метод научного исследования» предлагает расширенный анализ текста, который можно применить к изучению научно-популярного произведения в том числе. Он основан на нескольких этапах, которые позволят определить основные координаты произведения, которые автор определяет как «знание специфических черт журналистского текста, его основных характеристик, и навыков погружения в текст, т.е. аналитической работы»¹. В центре внимания анализа – его тема, идейное наполнение, композиционный строй материала, оценка качества монтажа и лексико-стилистическое решение текста.

На основе систематизации методик анализа журналистского текста и медиаресурсов выведена методика комплексного анализа научно-популярных медиаресурсов:

1. История возникновения ресурса (дата создания и открытия ресурса, его учредители, анализ медиакита издания, его позиционирования в медиaprостранстве, анализ рубрикатора и тематических разделов)
2. Типологическая характеристика ресурса
3. Характеристика структуры ресурса (меню сайта, его разделы, функции текстов в разделах)
4. Анализ функциональных особенностей ресурса (по Р.П. Баканову)
5. Изучение тематики сайта (приоритеты в тематическом выборе, основные тематические направления ресурса)
6. Идейно-тематический и структурно-композиционный анализ контента:

¹Лазутина Г.В. Профессиональный анализ журналистского текста как метод научного исследования // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 6. С. 73

- целевые и идейные установки автора, функциональные особенности текста
- семантический анализ ресурса (установление «содержательных отношений между элементами текста, построение семантической интерпретации слов и конструкций, смысловые образы текста)

7. Изучение стилевых особенностей текста (предложений, терминологии и отдельных конструкций)

8. Анализ жанровой модели ресурса

9. Анализ мультимедийных ресурсов сайта

10. Анализ интерактивности ресурса (исследование возможностей взаимодействия с материалом: комментирования, оценок и т.д., конкурсов и других возможностей общения с аудиторией)

11. Анализ метрик посещаемости и активности ресурса (изучение статистики посетителей сайта и обновляемости данных на портале).

В контексте данного исследования важным представляется анализ аналогичных «ПостНауке» ресурсами. В этот список вошли следующие проекты: «Мел», Arzamas и «TED Talks».

Интернет-издание о современном образовании «Мел» появилось летом 2015 года. Учредителем и главным редактором издания с момента запуска является экс-ведущий «России-2» и «Дождя» Никита Белоголовцев. Инвестором проекта стал глава финансовой группы «Нова Капитал» Александр Рудик.

Редакция «Мела» позиционирует себя как новое и интересное медиа, рассказывающее о всем самом важном в российском и мировом образовании и воспитании доступным языком. На сайте есть и краткое описание медиа: ««Мел» – это полезное, понятное и удобное медиа о детях, воспитании и образовании. Мы делаем обзор и каждый день публикуем статьи лучших российских журналистов, писателей, учёных, практикующих педагогов и

психологов, а ещё своим опытом в блогах «Мела» делятся родители и даже дети. Мы пишем обо всем, что полезно детям и важно их родителям – больше о школе и чуть меньше об остальном, но всегда интересно и со знанием дела»¹. Просмотреть направленность деятельности издания можно через рубрикатор издания. Система ресурса двухступенчатая. Основными разделами являются: «Тексты», «Афиша», «Книги», «Школа». Также на сайте есть и разделение по тематикам: «До школы», «Школа», «Вуз», «Перемена», «Семья», «Профессии будущего», «Подростки», «ЕГЭ», «Блоги». Редакция сотрудничает с журналистами, которые пишут об образовании и науке.

Ресурс является самостоятельным изданием. Большинство материалов представляют собой мультимедийные истории, рассказывающих о какой-либо проблеме в области образования или воспитания (т.к. эти тематики наиболее широко освещаются). Интересно, что жанровая принадлежность большинства материалов носит новостной характер, хотя привычными для научно-популярной журналистики считается аналитика. Активно используется формат списка: «7 интересных фактов о героях русских сказок», «9 несуществующих фраз, которые вы неправильно используете». Также редакция медиа активно использует цифры в заголовочных комплексах для привлечения внимания. На портале много развлекательного контента, который также используется с целью привлечения читателей: на сайте часто появляются тесты, отрывки из книг и анонсами фильмов. Редакция сотрудничает с книжным сервисом «Ozon» и рассказывает о книжных новинках про образование и воспитание детей во вкладке «Книги». Очень интересен раздел «Школы», в котором «Мел» предлагает помочь родителям подобрать ребенку подходящую школу в Москве. Также в разделе «Афиша» медиа анонсирует интересные и полезные лекции и события.

¹ Мел : официальный сайт. URL: <https://mel.fm> (дата обращения: 10.05.2019).

Редакция старается максимально заинтересовать пользователей своими материалами, поэтому активно использует мультимедийные ресурсы: яркие фотографии, иллюстрации, графики, слайдеры, баннеры). Аудио и видеоформат медиа почти не использует, делая акцент на академических и развлекательных статьях. На портале развита интерактивность: можно ставить лайки, оставлять комментарии, обсуждать материалы с другими пользователями.

Помощь в понимании названия издания оказывает размещенное на сайте видение редакции: «Наша целевая аудитория – родители, которые в большинстве своем застали в школах меловые доски. Так что это название им понятно. При этом возникает теплая, ламповая ассоциация. К тому же, это слово из трех букв – короткое, понятное, не предполагающее каких-либо иных трактовок»¹.

Таким образом, подход редакции можно назвать популяризаторским с ориентацией на практическую пользу (практически все посты редакции нацелены на применяемость со стороны ядра аудитории - родителей). Создатели и редакторы развивают интерактивность, готовят материалы в формате «10 интересных фактов о чем-либо». На ресурсе преобладают новостные материалы, которые рассчитаны на удовлетворение утилитарных потребностей читателей. К особенностям подачи информации на портале «Мел» можно отнести приоритет новостных материалов и создание диалога между родителями и экспертами в сфере образования. Одну из главных ролей в медиа играет раздел «Блоги». Здесь эксперты в области воспитания или образования рассказывают о своих идеях о вопросах: «Как учить английский с малышом», «Учитель против смартфона: кто интереснее ребенку». У этих материалов указывается время, которое пользователь потратит на чтение материала. Такие тексты выглядят как история от первого лица, автор часто использует такие конструкции как «я», «мне кажется», «я

¹ Мел : официальный сайт. URL: <https://mel.fm> (дата обращения: 10.05.2019).

уверен(а)» и открыто выражает личное мнение. Это помогает стать ближе к читателю, а понятный язык удобен для разъяснения сложного вопроса. Здесь же используются ссылки на похожие либо связанные по смыслу материалы.

Arzamas появился в конце января 2015 года. Не заметить появление такого ресурса было невозможно, т.к. о его запуске писали много. Прежде всего публиковались короткие новостные заметки с комментариями сооснователя проекта Даниила Перушева. С 28 по 29 января более десятка интернет-изданий написали о запуске просветительского проекта, среди которых – городская интернет-газета «The Village», такие сайты как «Colta.ru», «Slon.ru», «TJournal», «Медуза» и другие.

С точки зрения понимания концепции проекта важным является интервью команды *Arzamas* изданию «Афиша Daily» под заголовком: «Это как «Афиша», только про Новгород XII века»: как делается проект «Арзамас». Один из редакторов проекта Олег Коронный говорит, что желаемый формат ресурса – это хороший журнал с разными рубриками, «типа «Афиши», только про Смутное время или про Новгород XII века». Такое видение проекта во многом связано с тем, что часть команды *Arzamas* состоит из людей, имеющих опыт работы в медиаиндустрии. Еще на стадии запуска проекта его организаторы заявили о том, что *Arzamas*¹ позиционирует себя как просветительское медиа, ориентированное на разнообразную аудиторию: от школьников до людей среднего и старшего возраста, интересующихся гуманитарными науками.

Структура проекта состоит из двух разделов: «Курсы» и «Журнал». В разделе «Курсы» можно увидеть пятнадцатиминутные видеоролики по выбранной теме курса, которые работают вместе с дополнительными материалами. Что немаловажно, все они имеют разные форматы. Из них наиболее привычными можно считать интервью с экспертами и краткие

¹ *Arzamas*: официальный сайт. URL: <https://arzamas.academy/> (дата обращения: 11.03.2019).

инструкции; среди новых и нестандартных форматов работы – онлайн-игры, квесты, тесты, рецепты, музыкальные плейлисты и так далее.

Портал активно публикует курсы и спецпроекты. Лекции в каждом курсе записаны одним лектором и, как правило, количество видео (эпизодов), в среднем 6 и зависит от широты выбранной темы. Каждый курс сопровождается вспомогательными материалами, число которых также непостоянно – от 9 до 19. Базовый формат для проекта – видео, от которого отталкивались создатели, поскольку изначально ориентировались на жанры, используемые «ПостНаукой» и TED.

Так, основой проекта стал жанровый каркас видеоциклов, объединенных исключительно гуманитарной тематикой или подходом, а также экспертом. Создатели проекта часто отмечают, что изначально видео было необходимо сопровождать текстами, которые должны были быть абсолютно самостоятельными произведениями. В некоторых курсах видео нередко может становиться вспомогательной опцией.

Тексты спецпроектов состоят из нескольких частей. Они, в свою очередь, подразделяются на подзаголовки «Символы», в которых обозначаются важные документы, лозунги, музыкальные произведения и памятники архитектуры, связанные с рассматриваемым периодом. Помимо этого, слева от текста в хронологическом порядке расположены рассматриваемые исторические периоды, а справа – хронология наиболее важных в этот промежуток времени событий. Рядом с понятиями, которые могут быть непонятны читателю, редакция размещает специальный значок, по нажатию на который всплывает поясняющая информация. Так, редакция часто дает определения научной терминологии. Такой подход к подаче большого объёма текстовой информации помогает пользователю представить хронологию событий, запомнить её с помощью специальных примет – «символов». Язык текстов понятный и живой, стиль близок к

публицистическому. При этом, зачастую, используемые иллюстрации, схемы и большое количество цифр могут осложнить погружение в историю.

Формат онлайн-игры, которую ввели Arzamas, одновременно реализует как познавательную, так и развлекательную функции. Такая форма дает читателю возможность лучше запоминать используемые факты. К тому же, они обеспечивают хороший трафик, увеличивают количество репостов в социальных сетях, однако их просветительская функция неочевидна: пользователь ориентирован скорее на получение результата, возможность рассказать о нём в своих аккаунтах и вряд ли большой процент прошедших подобный квест захотели прочитать литературу, связанную с тематикой игры. Также, с точки зрения видеоформата ресурса, стоит отметить высокое качество картинки и возможность воспроизводить видео как на мобильных устройствах, так и компьютере, при этом пользователь может слушать подкасты лекций в iTunes бесплатно.

Важно сказать и об интонации лекторов, которые стараются рассказать о гуманитарных науках доступно и понятно, универсальная подача информации позволяет одинаково воспринимать её аудитории с разным уровнем научного знания. Что касается задумки Arzamas как журнала «Афиша» только о гуманитарных науках, эта идея действительно прослеживается во многих текстах.

На начало апреля 2016 года на страницу Arzamas во «ВКонтакте» были подписаны более 119 тысяч пользователей, в группе в Facebook состояло свыше 53 тысяч человек, в «Одноклассниках» – более 117 тысяч пользователей, аккаунт Twitter насчитывал 15 тысяч читателей. Важно отметить, что существенно публикации ресурса в социальных сетях не отличаются: используются подводки в форме заголовка или лида, также размещаются ссылка на сайт и стандартная иллюстрация. Посты в социальных сетях проекта в большинстве своем информационные и оповещают о старте нового курса или анонсируют новые материалы на сайте,

часто приуроченные к историческим событиям. Особо стоит отметить страницу Arzamas в Instagram, на которую в начале апреля были подписаны 10,5 тысячи человек. На своей страничке редакция дважды в день размещает снимки известных фотографов, картины художников, гравюры и графику. Иногда подписчики видят в соцсети закулисы редакторской работы: публикуются репортажные фотографии из редакции. В Telegram Arzamas-бот присылает сообщения раз в день, которые состоят из заголовка, лида и ссылки на публикацию, например: «Как и что пить: советы Бунина».

Итак, после анализа специфики работы проекта можно сделать выводы о том, что изученное просветительское медиа не претендует на формирование научного знания у аудитории, а лишь подталкивает последнюю к более детальному погружению в обсуждаемый вопрос: прочтению источников, просмотру документальных фильмов, посещению музеев и театров. При этом некоторые материалы (особенно интервью) имеют политический и социальный подтекст, а тексты на исторические темы могут быть построены как публикация в массовом издании.

Проект «*TED*»¹ появился на интернет-площадке в 2006 году. Начинаясь он как обычная конференция. С февраля 1984 года в Калифорнии, где собирались люди, готовые платить за прослушивание 18-минутных лекций о технологиях, развлечениях и дизайне. TED (аббревиатура от английских слов “technologies”, “intertainment”, “designs” – Технологии, Развлечения, Дизайн) – это частный некоммерческий фонд из США, с 1984 года запустивший формат интеллектуальных конференций. Президентом TED является Крис Андерсон.

Портал TED.ru является платформой, на которой публикуются все выступления с конференций TED. Каждое выступление (лекция) на конференции TED называется «TED Talk». TED продает лицензии на проведение локальных мероприятий TEDx и предъявляет жесткие

¹ TED talks : официальный сайт. URL: <https://ted-talks.online/> (дата обращения: 05.03.2019).

требования к проведению мероприятия. Конференция TED, проходящая в США ежегодно, глобальный TED (проходит дважды в год), а также тематические TED Women и TED Youth. Формат выступлений остается неизменным – один спикер в центре сцены с речью на 18 минут. А тематика может меняться: от женских акцентов до научных дискуссий. На официальной платформе TED Russia (русскоязычный портал) можно найти следующие разделы, которые говорят о направленности медиа: «Главная», «TED на русском», «TED ED на русском», «TED с субтитрами» и «Блог». Разделы «Главная» и «TED на русском» повторяют друг друга: здесь размещены все видеолекции, переведенные на русский язык. «TED ED на русском» содержит короткие анимационные ролики.

В шапке раздела содержится следующая информация о содержимом: короткие анимационные ролики представляют собой творческое сотрудничество между экспертами, которые зажигают любопытство учеников во всем мире. В разделе «TED с субтитрами» роликов практически нет. Это обусловлено тем, что на портале сильно развита практика озвучки англоязычных лекций, и субтитры добавляются реже. Раздел «Блог» вмещает в себя ознакомительные информативные промо-ролики проекта и текстовые переводные варианты отдельных лекций.

Проект сотрудничает с учеными и множеством профессионалов в своей области по всему миру. Основная цель TED – наладить коммуникацию между научным сообществом и аудиторией, дать людям, которые стремятся изменить мир рассказать о своих идеях и исследованиях. Также у проекта существует собственная премия: TED Prize – премия TED, присуждаемая с 2005 года за «желание изменить мир» (*wish to change the world*).

Миссия фонда заключается в распространении ценных, значимых идей. В 2007 году сайт TED talks претерпел серьезные изменения в политике портала, и с тех пор обеспечивает мгновенный доступ к самым

вдохновляющим концепциям, формируя таким образом общественное мнение и объединяя специалистов из многих областей.

Стоит отметить, что в лекции из раздела «TED на русском» представляют собой живые съемки лектора на площадке TED. Для лекций характерны жесткие временные рамки, неформальный стиль повествования и общения с аудиторией. Лекторы-эксперты рассказывают о своих исследованиях, активно привлекая свой жизненный опыт. Лекции легко доступны бесплатно для просмотра и скачивания в HD-качестве; на сайте можно подписаться на видео-подкаст. Также видеозаписи доступны на сайте «YouTube». Материалы TED Talks отличаются неофициальностью подачи информации, социальной направленностью и распространенностью. Так, лекции TED могут полноправно считаться аутентичными благодаря тому, что выступающие не просто читают заготовленный текст, написанный кем-то, а делятся с аудиторией личным опытом, увлекательными идеями, желаниями и надеждами. Для данного исследования большой интерес представляют видеолекции TED и их анимационные ролики TED ED, т.к. именно этими элементами вдохновлялись создатели проекта «ПостНаука». Лекция проходит в формате интерактивного стендапа с использованием реквизита и презентационных слайдов.

Трудно переоценить достоинства видеоматериалов TED talks. Слушатели становятся свидетелями повседневной жизни реальных людей, имеют возможность «перемещаться» по миру, познавая другие культуры и глобальный английский язык. Тематика лекций самая разнообразная – от медицины и философии до искусства и современных технологий. Таким образом, просмотр этих видео не оставляет зрителей равнодушными.

Все это служит эмоциональным, мотивационным толчком к обработке представленной информации, ее оцениванию с последующим обсуждением.

Говоря о специфике «TED ED», следует упомянуть такие особенности текста видео как логика повествования. Эта часть хорошо считывается в

каждом ролике, они все отвечают на несколько важных вопросов: «Что это», «Как оно работает» и «Как это можно применить». В зависимости от количества и расположения этих блоков текст разделяется на смысловые абзацы. Каждый ролик представляет собой краткую (в пределах 10 минут) историю, которая рассказывает о современном состоянии или истории того или иного объекта (темы). В начале каждого ролика присутствует общая заставка, состоящая из анимации, лида и заявления темы ролика. Также к характерным чертам анимационных роликов TED можно отнести следующие: минималистичная анимация, которая иллюстрирует текст лекции, художественность изображения, активное использование статистики и цветовое единство роликов. Все эти элементы работают на то, чтобы максимально просто и с практической пользой для зрителя рассказать о выбранной теме.

Итак, новые медиа как преимущественно некоммерческие проекты существуют за счет поддержки инвесторов и партнеров, а также зарабатывают на продажах товаров стороннего производства, относящихся к тематике конкретного нового медиа, на разработке приложений: рекламных и аналогичных сайту, но с дополнительным, платным контентом, на коммерческих спецпроектах и платных публикациях. Не имея по-настоящему крупных инвестиций, новые медиа получают основной доход только благодаря своему сообществу, которое тем больше, чем популярнее и известнее портал. А чем качественнее контент, тем больше среди аудитории преданных фанатов, готовых поддержать проект материально. Подобная ориентированность на пользователя в коммерческих целях также способствует поиску новых способов подачи информации – как более развлекательных, чтобы привлечь внимание, так и более углубленных, чтобы это внимание удержать.

Анализ ряда новых медиа показал, что их объединяют такие характерные черты как мультимедийность, коммуникативность,

мобильность, интерактивность и универсальность. Различия же кроются в деталях: это выбор преобладающего способа подачи информации (текст, видео, аудио), способы монетизации и особенности подачи материала.

Наиболее популярны среди новых медиа технологии по привлечению внимания – это публикация материалов на резонансные и спорные темы, активная работа с аудиторией в социальных сетях: тщательная подготовка каждого поста и обратная связь.

ГЛАВА 2 СПЕЦИФИКА ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ НАУКИ НА САЙТЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «ПОСТНАУКА»

2.1 Типологическая характеристика образовательного проекта «ПостНаука»

Развитие интернет-технологий и постепенная интеграция СМИ в Интернет сформировали почву для появления такого явления как новые медиа.

Показательным примером современных тенденций развития образовательных медиапроектов как типа массмедиа является «ПостНаука».

На основе обобщения критериев типологического анализа, выделенных А.И. Акоповым, А.А. Калмыковым, М.В. Шкондиной, А.А. Никитенко и Я.Н. Засурским, был выработан алгоритм, в соответствии с которым исследован портал «ПостНаука» с целью выявления типологических особенностей проекта как нового медиа.

Проект «ПостНаука» был создан Веревкиной Е. К. и Максutowым И. М. в 2011 году как YouTube канал, в 2012 году он был открыт для посетителей. Издание было зарегистрировано как «Издательский дом «ПостНаука»».

Начиная с 2013 заработал сайт «ПостНаука»¹, который активно развивается по сей день. Издание позиционирует себя как сайт о современной фундаментальной науке и ученых, которые ее создают. Ресурс самостоятельно определяет аудиторию, на которую ориентируется при создании материалов. В кратком медиаките описана миссия издания: «Мы предпочитаем повествование от первого лица любому пересказу и ставим перед собой задачу создать платформу, на которой ученые становились бы известными не только для узкого академического круга, но и для широкой аудитории. Все авторы ПостНауки – эксперты в своей научной дисциплине. Мы стремимся показать нашим читателям, которые интересуются наукой и

¹ ПостНаука : официальный сайт. URL: <https://postnauka.ru/> (дата обращения: 02.02.2019).

хотят сделать ее своей профессией, возможные направления для исследований не как отвлеченные дисциплины, а как работу реальных людей»¹. Направленность деятельности медиа отражена в рубрикаторе на главной странице: «Темы», «Смотреть», «Читать», «События», «Библиотека», «Спецпроекты», «Игры», «Курсы». Рубрика «Темы» включает в себя список тематических разделов «Астрономия», «Психология», «Язык», «Экономика», «Биология», «Культура», «Право», «Философия», «История», «Социология», «Математика», «Химия», «Мозг», «Физика», «Медицина», что в равной степени подтверждает направление и позиционирование издания.

Одной из отличительных особенностей ресурса является то, что одну из ведущих ролей в подаче информации играет видеоконтент (это обусловлено тем, что изначально проект стартовал как YouTube канал). С переходом на сайт, редакция решила оставить формат видео, которые стали важной частью информационного поля: под это отведен отдельный подраздел «Смотреть». В дальнейшем акцент на видеолекциях постепенно дополнился текстами и спецпроектами, расширяя сайт от странички с видео о науке до полноценного интернет журнала, в котором тема науки рассматривается в форматах спецпроектов, интервью, популярных сегодня списках и т.д.

Редакция сотрудничает с университетами, популяризаторами науки и, в первую очередь, с учеными, которые выступают в качестве экспертов. Помимо отдельных текстов, с их мнениями можно ознакомиться в разделах «Talks», «Прямая речь» и «ScienceHub». В контексте раздела «Смотреть» интересна подрубрика «Языки»: здесь можно встретить лекции, тематически разделенные на языки. Эксперты-лингвисты сайта рассказывают об истории и особенностях английского, древнеармянского, суахили и многих других

¹ О проекте ПостНаука // ПостНаука. URL: <https://postnauka.ru/about> (дата обращения: 23.04.2019).

языков. Также этот раздел дополняют текстовые статьи – исследования в области языкознания и тематические тесты. Ученые-эксперты также выступают в роли авторов. Такое решение редакция приняла в связи с целью популяризовать науку, в том числе и через образ ученого.

Проект активно поддерживается спонсорами, в числе которых фонды, университеты и технологические компании. Площадка признается научными и медиа сообществами, имеет награды Правительства РФ и Министерства Образования.

Основной своей целью проект ставит популяризацию науки и образа ученого в массовом сознании.

Одной из задач портал называет создание такой платформы, на которой ученый стал бы известен не только узкому академическому кругу, но и широкой аудитории. Аналогичную задачу проект ставит и в отношении научного знания – оно должно быть максимально приближено к читателю и общедоступно. Также образовательный портал ставит задачу сориентировать увлеченных наукой людей и будущих исследователей в сфере научного знания и показать направления для возможного изучения на примере работы реальных людей. В области подачи информации проект ставит задачу сориентировать пользователя в первую очередь в области фундаментальной науки, перенося на нее акцент с прикладных областей, а также освещать актуальные теории, идеи, понятия и концепции в современных областях знания.

Проект реализует следующие функции: коммуникативную, рекреативную, культурно-образовательную, организаторскую, идеологическую.

Коммуникативная – проект «ПостНаука» активно налаживает диалог с пользователем. Для реализации этой функции на сайте представлены специальные рубрики: «Вопрос ученому» в котором аккумулируются самые частые вопросы от пользователей и ответы на них от научных экспертов

портала; «FAQ», выступающая своеобразным обращением к читателю с пояснением актуального вопроса; «Прямая речь», где эксперты рассказывают о научной проблеме в формате краткой видео-лекции, а также возможность комментирования.

Идеологическая – данная функция проявляется в том, как через содержание текстов и мнение экспертов портал формирует определенное отношение к теме и сознание в голове пользователя. В основе реализации этой функции лежит всесторонняя ориентация читателя, которая направлена на формирование массового сознания, представления об освещаемой теме.

Реализацию организаторской функции можно проследить в мероприятиях портала, направленных на создание и модерацию диалога между авторами, редакцией и пользователем. Сюда же можно отнести реализацию мероприятий для пользователя внутри портала. К таким можно отнести вкладки «Курсы» и «События», в которых редакция предоставляет читателю возможность ознакомиться с онлайн лекциями по науке и посетить оффлайн обсуждения с экспертами портала. Также в разделе «Библиотека» можно ознакомиться со списками книг, которые помогут сориентироваться в теме.

Культурно-образовательная функция на данном ресурсе является продолжением идеологической и раскрывается через направленность текстов на обогащение внутреннего мира пользователя, расширения области его знаний. Публикуются лекции по актуальным темам современного общества с точки зрения научного осмысления: «Как устроено шифрование», «Криптовалюта: что такое цифровые деньги?».

Рекреативная функция на изучаемом ресурсе также присутствует. Портал использует легкие форматы подачи текста через плейлисты, списки и комментарии, тем самым создавая условия для отдыха и интересного проведения досуга – «Кант или Гегель? Тест о немецких философах», «19+ научно-популярных книг в подарок на Новый Год» и т.д. Рекреативная

функция на ресурсе «ПостНаука» также реализуется через способность развивать интеллект пользователя, его мыслительную деятельность.

Таким образом, можно говорить о полифункциональности проекта «ПостНаука», который на равных правах реализует рекреативную, культурно-образовательную, организаторскую, идеологическую и коммуникативную функции.

Структура портала «ПостНаука» представлена двумя уровнями – основным, на котором представлены основные разделы (например, «Темы», «Читать» и «Смотреть»), и уровнем подразделов. В разделе «Темы» все материалы распределены по тематикам. Разделы «Читать» и «Смотреть» открывают подразделы с рубриками, в которых содержится визуальный и текстовый контент соответственно. Раздел «Смотреть» содержит подрубрики «Видео», «Эксплейнеры», «Лекции», «Мультимики», «Курсы», «Языки» и «ScienceHub». В разделе «Читать» содержатся рубрики «FAQ», «Вопрос ученому», «Тесты», «Журнал», «Talks», «Что смотреть» и «Книги».

На главной странице сайта можно увидеть материалы из разных разделов, скомпонованные в популярную сегодня мультимедийную плиточную страницу. Многие тексты содержат анимированную обложку, что способствует привлечению внимания. На портале можно встретить рубрики, которые не являются определенно научными. В таких разделах как, например, «Игры» и «Что смотреть» выполняют рекреативную функцию, хоть и непосредственно относятся к теме науки. В этом же разделе можно увидеть такие материалы как «Личности и идеи: тест о современной политической философии», «7 фильмов об эвтаназии». Ресурс является самостоятельным изданием, который также связан с официальным каналом медиа в соцсети YouTube: видео лекций с хостинга появляются на сайте. Их можно найти в разделе «Смотреть» и его подразделах.

В жанровом отношении большинство материалов носит аналитический характер. Часто встречаются материалы в жанре научной статьи – «Парадокс

Хокинга. Эмиль Ахмедов об электромагнитных волнах, черных дырах и температурных спектрах» и научной лекции – «Низкотемпературные топливные элементы». В связи с тем, что авторами являются ученые, на сайте преобладают жанры научного комментария и научной статьи. Материалов в новостных жанрах практически нет, что характерно для научно-популярных ресурсов. На портале также проводятся эксперименты с новыми жанровыми моделями, такие как интерактивная колонка и мультипликационная лекция. Научная статья на сайте не всегда представлена в чистом виде, она трансформируется, приобретая признаки репортажа и лонгрида.

Важным для нашего исследования с точки зрения мультимедийности является формат лонгрида, так как именно этот формат активно используется авторами проекта для подачи научной информации. Под лонгридом нами будет пониматься журналистское произведение, в основе которого лежит объемный текст и насыщенный аудиовизуальный ряд. Формат лонгрида предполагает глубокое погружение читателя в тему и серьезную проработку большого количества источников по предмету исследования.

Часто встречается такой формат материала как список: «Что учить, чтобы это пригодилось: 5 профессий будущего», «4 фильма о взрослых глазами детей». Этот формат пользуется популярностью у читателей, часто встречается на таких платформах как, например, «Лайфхакер» и «Мел». Также часто встречается формат ответа на вопрос: «Как написать диплом», «Чему нужно учиться в бакалавриате». Такие материалы и лекции, как правило, предоставляют готовые практические советы в рамках заданного в заголовке вопроса.

Отдельно стоит упомянуть проекты, в которых «ПостНаука» реализует подачу научной информации в таких форматах как мультимедийный текст и лонгрид. На данный момент портал реализует три основных проекта: «Serious Science», «ПостНаука Academy», «ПостНаука Books». Проект

«Serious Science» представляет собой отдельное направление, а при клике на эту иконку происходит переход на отдельный сайт. В рамках этого проекта редакция публикует переводные текстовые статьи и видеолекции зарубежных ученых, которые также можно прочитать и на английском. Особенность таких материалов – наличие текстовой расшифровки на двух языках под видео. Спецпроект «ПостНаука Academy» редакция позиционирует как образование нового типа. На вкладке этого проекта на сайте анонсируются экспресс-лекции в Москве от ведущих ученых. Слушатели в режиме оффлайн встречи получают знания о ведущих областях науки и современных исследованиях. В проекте «ПостНаука Books» редакция делает анонсы новой научной и научно-популярной литературы. Также в этом проекте можно встретить интервью с учеными-популяризаторами об их книгах, что помогает лучше понять содержание и цели современной научно-популярной литературы. Реже можно встретить и рецензии или разборы художественной литературы. Помимо этих трех спецпроектов, на сайте также есть отдельный тематический раздел «Спецпроекты», который содержит материалы другого толка. В этом разделе редакция публикует партнерские интерактивные материалы, выполненные по типу анимированных лонгридов. Сюда входят подпроекты «Краткая история всего», «Капица – Резерфорд», «Музыка в моей голове» и другие (36 в общей сложности). В рамках «Краткой истории всего» публикуются материалы об элементарных понятиях окружающего мира, которые позже становятся частью общего лонгрида. Проект «Капица – Резерфорд» рассказывает о российской и британской науке через встречи ученых. «Музыка в моей голове» раскрывает психологию воздействия музыки на человека и всем, что сейчас известно или исследуется в этой области. Стоит упомянуть, что каждый из таких спецпроектов имеет индивидуальный гид, который оперативно оповещает читателя, который на него подписан, о поступлении нового кусочка информации.

Для погружения пользователей в научную тему портал использует мультимедийные средства: анимированные обложки у материалов, интерактивные вставки с фактами, фотографии и графики, схемы, аудио- и видеоматериалы. Раздел «ScienceHub» рассказывает о лабораториях ученых и новых исследованиях. В жанре кратких видеоинтервью редакция показывает современных ученых и исследования, над которыми они работают. Видеоконтент и его использования также интересен с точки зрения подраздела «Эксплейнеры». Здесь в формате кратких видеороликов («Можно ли делать несколько дел одновременно», «Что случится если деньги будут печатать все желающие») авторы отвечают на вопросы по научной теме. В разделе «Animate» также размещен видеоконтент: редакция ПостНауки создает анимационные просветительские видео, которые рассказывают об актуальных темах окружающего мира, науки и технологий – «Как появилась наука», «Как движутся континенты» и др. С точки зрения интерактивности важен раздел «События», в котором редакция размещает анонсы семинаров с ведущими учеными, которые самостоятельно организует для читателей в «Академии ПостНауки». Также в формате лонгридов редакция предлагает читателю авторские лекции с дополнительными материалами. Они размещены в разделе «Курсы» и представляют собой логически выстроенные рассказы о науке от первого лица, которые связаны со спецпроектами.

На портале используется интерактивность: у читателей есть возможность ставить лайки, комментировать материалы, делиться материалами в других соцсетях. Мультимедийность ресурса дают возможности для появления новых типов дискурса: креолизованных текстов, видео- и аудио-статей. Представлено выделение шрифтами (размер, начертание, цвет). Для этих действий достаточно авторизоваться через соцсеть. Комментариев на сайте немного, чаще пользователи оставляют оценки и комментарии под видео в соцсетях проекта (канал YouTube, группы Вконтакте и Фейсбуке). Авторы часто ведут диалог через обучающие курсы в

одноименном разделе сайта. Также связаться с редакцией можно в разделе контакты.

Важной частью интерактивности в данном проекте стоит обозначить то, что по подписке на соцсети портала (в том числе разделы «Курсы» и «Спецпроекты») и специальную рассылку можно получить оперативную информацию об обновлениях сайта. Подписка на сайте бесплатная и выполняет навигационную функцию: пользователю проще найти и отследить интересующую его информацию. Редакция осуществляет рассылку на почту, а также в личные push-оповещения. Интересно, что самой популярной функцией у пользователей является репост. Активнее всего пользователи делятся статьями в соцсетях, а также обсуждениях внутри них.

Гипертекстуальность представлена ссылками на сторонние ресурсы, которые упоминаются в материалах, другие материалы сайта или конкретную литературу. Так, например, существует сторонний сайт с материалами раздела «ScienceHub» на английском, на который можно попасть по гиперссылкам из русскоязычных версий. «ПостНаука» активно развивает пользователя при помощи контакта с зарубежными исследователями и их разработками. Ресурс ориентирован на свою аудиторию – редакция ведет диалог с читателем в соцсетях и на встречах с учеными, активно использует рассылку. Все странички в соцсетях проекта обновляются ежедневно.

Из основных целей и задач издания ясно, что ресурс уделяет много внимания тенденциям современных исследований и статей. Также политикой портала легко объясняется акцент на личности ученых и видеоконтенте, а также на подаче материалов: порталу важно приблизить науку к пользователям, во многом благодаря раскрытию личностей и образов ученых-авторов. А анализ показал, что основная аудитория сайта – молодежь, активная в Интернете и соцсетях, образованная и интересующаяся научными событиями.

По данным интернет-портала «LiveInternet» (статистика ga.ru) от 5 февраля 2019 количество уникальных пользователей за день составляет более 23 тысяч человек в день¹. Информация на портале обновляется ежедневно.

Говоря об общесистемных свойствах, нельзя не упомянуть единой концепции, завязанной на популяризации научного знания и личности ученого. Тематика портала, как и рубрики, преследуют схожие цели. Рубрики реализуют миссию через жанрово-форматную систему. Их целью становится сужение многообразия материалов. Два этих элемента тесно связаны: поиск по сайту можно вести как в разделе рубрик, так и по конкретной теме – один и тот же материал может существовать в каждом из этих разделов.

Можно сделать вывод о том, что подход редакции «ПостНаука» является популяризаторским с оглядкой на практическое применение. Своей основной целью проект ставит популяризацию научного знания на широкую аудиторию, в том числе и через образы ученых-авторов, которые, в отличие от обезличенного журналиста, становятся ближе к читателю за счет прямых рассказов об исследованиях, это также доказывает компетентность автора материала.

Кураторы проекта активно используют последние тенденции функционирования современных интернет-СМИ: внедряют новые форматы и рубрики с курсами, лонгриды, фото- и видеоконтент, используют геймификацию. На сайте преобладают аналитические и поясняющие материалы, которые помогают читателям ориентироваться в теме науки. Сайт применяет современные способы организации информации: помимо хронологического и тематического принципа организации, используется внутренняя схема связи текстов внутри спецпроектов, курсов. Также все материалы можно организовать по каналу восприятия, тегам, ключевым словам и авторам. Также активно внедряется гипертекст: внутри материалов можно перейти на сторонний англоязычный проект, смежный по тематике

¹ Анализ сайта postnauka.ru //analysis. URL: <https://a.pr-cy.ru/postnauka.ru/> (дата обращения: 12.03.2019).

материал, конкретное исследование или дополнительную литературу. Также на ресурсе развита интерактивность: читатели могут оставлять комментарии под материалами, делиться ими в социальных сетях, ставить лайки.

2.2 Специфика отражения научной сферы на сайте образовательного проекта «ПостНаука»

Текст журналистского произведения, занимающий первое место в коммуникации читатель – автор, оказывает сильное влияние на медиакommunikацию в целом и не может рассматриваться вне ее контекста. Прямая зависимость текста от экстралингвистических факторов определяет его место в медиадискурсе и отдельные характеристики структуры, формата, идей и тематики. Все эти характеристики определяют политику издания, которое реализует их в текстах и находят отражение в его концепции. Таким образом, анализируя их, можно предположить основные направления в характеристиках жанра и формата в издании «ПостНаука».

Научно-популярный ресурс является изданием, освещающим преимущественно тему науки. Это ясно из авторского состава ресурса – преимущественно ученые, и тематических направлений. Издание публикует материалы на такие темы как астрономия, биология, психология, генетика, физика и т.д. Большинство материалов освещает направление естественных наук и научных технологий. Например, такие тексты как «Черные дыры и галактики: интервью с астрофизиком Ольгой Сильченко», «Этический кейс: ученые на войне» и «Что такое квантовая когерентность?». Реже появляются тексты на тему личностей ученых, научной и художественной литературы: «Что читать: город завтрашнего дня» и «Как ученые диагностируют болезни у исторических персонажей». Приоритет научной информации на портале определен словом «наука» в названии, а слово «пост» относит к некоему новому этапу в подаче и восприятии научного знания.

Семантический анализ ресурса показал, что первостепенными проблемами и вопросами редакция считает те, которые возникают у обычного человека каждый день. Это находит отражение в комплексе рубрик «Что читать», «Что смотреть» – эти вопросы каждый пользователь задает себе постоянно, а «ПостНаука» дает на них понятный ответ и углубляет его, давая возможность расширить знания о науке. Также раздел «Книги» ориентирован на информирование пользователей о новинках в сфере научно-популярной и художественной литературы. Разделы «Игры» и «События» можно отнести к развлекательной и информирующей функциям соответственно. «События» ориентируют пользователей об оффлайн встречах с учеными в Москве, которые можно посетить с целью приобретения новых знаний или живого общения с интересующим исследователем: «Нобелевские семинары: как рассмотреть молекулу (20 декабря)». «Игры» же, хоть и восполняют потребность в развлечении, но при этом и дают основную информацию о теме теста: «Духи предков: что вы знаете об истории цивилизации?». Эту же тенденцию легко проследить и по семантике материалов.

Мультимедийная лекция «Почему люди стали разговаривать?» рассказывает об основных этапах становления и преобразования языка, а консультантом, как и заведено в издании, стала ученый-языковед. Такой формат анимационной лекции на данном портале становится популярным видео-эксплейнером и являет собой краткий (в пределах пяти-семи минут) рассказ-историю с постановкой проблемы перед началом ролика, развитием и выводом в конце. Стилистически текст и изображение минималистичны: предложения кратки и декодируемы, автор использует разговорные приемы и интонационные акценты, изображение также не перегружено элементами и визуализирует текст, дополняя его. Формально все лекции объединены заставкой, которая выражает концепцию поиска ответа на вопрос лекции (в заставке использован прием с набором вопроса в поисковую строку). Под

видео расположен текстовый блок из нескольких коротких абзацев, в которых содержится краткий лид к видео и информация о проекте портала, в рамках которой было создано видео.

Также часто встречающимися форматами на проекте являются курсы, которые вбирают в себя характеристики, присущие мультимедийным текстам и лонгридам. К особенностям таких материалов на портале можно отнести: акцент на видеоформат (основу составляют видео, которые объясняют подразделы изучаемого аспекта), поясняющая роль текста и понятный язык (текст материала максимально дополняет и расширяет видеовставку, авторы стараются быть максимально приближенными к читателю). Стилистически такие материалы максимально близки к читателю: авторы часто поясняют определения, используя привычные речевые конструкции, избегают оставлять научные термины без пояснения и не используют тяжелые конструкции в предложениях.

Отдельным форматом, размещенным в специальной вкладке в шапке проекта, является гид. Гид – это интерактивный формат, интегрирующий материалы на конкретную тему, созданные в рамках одного из спецпроектов. Формально они представляют собой лонгрид, состоящий из разных плиточек-материалов и содержания, при переходе на которые можно ознакомиться с одним из аспектов поднятого вопроса. Содержательно гид выстроен логически и хронологически: логика раскрытия темы идет от более простых вопросов к глобальным, а хронологически в гид могут быть добавлены новые материалы спецпроекта, если он еще не окончен. В данном ответвлении сайта материалы могут быть представлены как в текстовом формате, так и в формате видео или сочетать оба, что дает возможность читателю самостоятельно выбирать формат или знакомиться с новым.

Материал-подборка «Чем заняться на выходных: книги, выставки и сериалы» рассказывает о новинках в обозначенных сферах просвещения и развлечений.

Глубокое изучение содержательной стороны материалов проекта «ПостНаука» дал представление об идейных и целевых установках автора. Они ориентированы на то, чтобы дать читателю представление об основных понятиях в конкретной области, последних открытиях и исследованиях, а также конкретных ученых, которые их проводят. Так, кликнув на раздел «Биология» можно увидеть подборку материалов в разных жанрах и с разными акцентами, которые при этом раскрывают актуальные проблемы внутри этой тематики: «Почему трава зеленая?», «Современная теория эволюции: интервью с биоинформатиком Михаилом Гельфандом», «Одинокие сердца: 6 историй о спасении вымирающих видов». Из этих задач следует и функциональная особенность текстов: главенство фактической информации и просветительской функции (дать представление о состоянии научной сферы), а также организаторской функции, из которой следует идеологическая (сформировать отношение к научной сфере и ученым, составить мнение о состоянии научного сообщества).

Рассуждая о стилистических аспектах текстов портала «ПостНаука», следует отметить, что в них переплетаются научно-популярный стиль с его специфическими особенностями и публицистический стиль: «Рассмотрим практическую значимость квантовой суперпозиции. Это довольно сложно сделать, если справочник большой, поскольку в классическом случае это решается только методом перебора и требует в среднем $N/2$ обращений к справочнику, где N – число номеров. Однако в квантовом алгоритме Гровера она решается быстрее. Принцип квантовой суперпозиции означает, что в этом пространстве может существовать и когерентное квантовое состояние вида $(a + b + c + \dots)/\sqrt{N}$, где N – число номеров в справочнике».¹ С точки зрения стиля в текстах используется специфическая терминология и точные определения: «Квантовая когерентность – это одно из свойств, которым

¹Филиппов С. Что такое квантовая когерентность // ПостНаука. URL: <https://postnauka.ru/faq/92455> (дата обращения: 23.04.2019).

обладают квантовые частицы. Формально его можно ввести и для классических макроскопических объектов, но тогда возникнут парадоксы, такие как кот Шрёдингера»¹, – автор использует качественные прилагательные и точные наименования научных явлений, что формирует лаконичность и точность, а как следствие – объективность. Элементы публицистического стиля можно проследить в следующем фрагменте: «Всем известный кот Шрёдингера находится в суперпозиции двух состояний: он и живой, и мертвый. Быть живым или мертвым – это два взаимоисключающих состояния, однако в квантовой механике частицы могут находиться не только в одном из них, но и в нескольких сразу»², – автор активно использует разговорные конструкции, просторечные слова, и, крайне часто – элементы диалога: «Представьте себе наше удивление, когда первая открытая нами экзопланета, вращающаяся вокруг другой звезды, по размерам оказалась похожей на Юпитер, но находилась гораздо ближе к своей звезде»³, «Что же мы упускаем из виду? На самом деле много факторов»⁴.

Язык текстов материалов и тестов, выполняющих рекреативную функцию, близок к публицистическому. Часто встречаются отсылки к массовой литературе: «сенсорные системы» – отсылка к роману «Чувство и чувствительность» Джейн Остен, «Земля в иллюминаторе: тест об истории нашей планеты» – отсылка к песне «Трава у дома» группы «Земляне». Также встречаются отсылки к массовой культуре: «Просто космос: тест по истории вселенной» – отсылка к популярному мему «Просто космос».

Не характерным для научно-популярных медиа является акцент на видеолекциях и видеоинтервью, которые появляются, к примеру, в разделе «Курсы», где из них часто формируются лонгриды по конкретной тематике. Это объясняется ранее описанной особенностью медиапроекта (изначально

¹Там же. URL: <https://postnauka.ru/faq/92455> (дата обращения: 23.04.2019)

²Там же. URL: <https://postnauka.ru/faq/92455> (дата обращения: 23.04.2019)

³Кело Д. Как формируются экзопланеты // ПостНаука. URL: <https://postnauka.ru/faq/94280> (дата обращения: 23.04.2019).

⁴Там же. URL: <https://postnauka.ru/faq/94280> (дата обращения: 23.04.2019).

ресурс стартовал в качестве YouTube канала), а также одной из приоритетных задач, которую издание ставит перед собой при создании текста – популяризации научного знания в том числе и через приближение к читателю образа ученого и проводимых им исследований.

Анализ содержательных характеристик материалов, а также их языковое и стилистическое оформление, помогают вывести образ автора интернет-журнала «ПостНаука» – это «ученый-популяризатор, который старается дать пользователю представление об освещаемом вопросе (это видно из обилия специальных терминов и не меньшего обилия пояснений и примеров к ним, даваемых популярным, понятным языком), быть ближе к своему читателю (это можно заключить по обилию разговорных оборотов и личных местоимений, которые так часто используются в научно-популярных текстах: «Но это еще не все. Мы знаем, что планеты рождаются не поодиночке, а целыми системами, все они общаются между собой посредством гравитации¹»), и объяснить затрагиваемую проблему максимально понятно: «Допустим, существует задача поиска какой-то информации в неструктурированной базе данных. Если у вас есть телефонный справочник, то по фамилии человека легко найти его телефон. Другое дело – обратная задача, когда необходимо найти фамилию человека в телефонном справочнике, зная его номер. Это довольно сложно сделать, если справочник большой...»², – автор объясняет сложный процесс квантовой когерентности на понятном примере. Интересной характеристикой издания «ПостНаука» является приближенность автора к читателю через личное объяснение собственного исследования: «Формирование планет можно сравнить с прогнозом погоды: в целом мы имеем представление, что зимой будет холодно, а летом жарко, но очень трудно точно сказать, какой будет

¹ Кело Д. Как формируются экзопланеты // ПостНаука. URL: <https://postnauka.ru/faq/94280> (дата обращения: 23.04.2019).

² Филиппов С. Что такое квантовая когерентность // ПостНаука. URL: <https://postnauka.ru/faq/92455> (дата обращения: 23.04.2019).

погода завтра, или через неделю, или через любой другой промежуток времени, поскольку на это влияет множество параметров. Это основной урок, который мы усвоили: во Вселенной не только множество планет, но и множество способов их образования»¹. Авторы часто объясняют проблему, затронутую в тексте на примере собственных разработок, что коррелируется с такой задачей проекта как сделать ученого ближе к пользователю при помощи рассказа о научных разработках, проводимых автором.

Таким образом, образовательный проект «ПостНаука» реализует характерные для научно-популярного издания функции: просветительскую, организационную, идеологическую, рекреативную, что хорошо видно в просветительских и практико-ориентированных публикациях, синтезирует признаки научно-популярного и публицистического подстиля с элементами диалога и разговорного стиля в целом. Авторы часто используют разговорные конструкции и элементы диалога (вопросы, вводные конструкции), что также является ключевой особенностью издания (это подтверждается важной ролью ученого-автора и ученого-эксперта в миссии издания).

Язык текстов прост и ориентирован одновременно на читателя, который не знаком с научными событиями, теориями и терминами, и на продвинутого в области научного знания пользователя или исследователя. Авторы-ученые сами популяризируют свои открытия и разработки, используя для этого отсылки к массовой культуре и литературе. Интересным становится использование проектом «Постнаука» видеоматериалов, которые существуют как в формате отдельных лекций-интервью, так и в виде анимационных роликов и спецпроектов, которые обладают чертами лонгрида и мультимедийного текста. Используя различные мультимедийные приемы,

¹Там же. URL: <https://postnauka.ru/faq/92455> (дата обращения: 23.04.2019).

авторы получают новые форматные и жанровые гибриды, а также продвигают визуальные способы восприятия информации.

В сравнении с аналогами, анализ которых приведен в первой главе, уникальность «ПостНауки» проявляется в авторском составе, тематике, спецпроектах и использовании видеоконтента. В отличие от аналогичных новых медиа редакторы «ПостНауки» сформировали собственную идейно-тематическую структуру, заключающуюся в строгом делении публикаций на определенные категории, часть из которых обособливается не тематически, а жанрово. Редакторы портала привлекли в проект ученых-специалистов в качестве пишущих авторов, компетентных в своей сфере, что способствует сближению научного сообщества и массовой аудитории. Тематически «ПостНаука» претендует на всестороннее освещение научной сферы и на формирование научного знания у массовой аудитории. Спецпроекты «ПостНауки» представляют собой уникальные материалы, не имеющие аналогов в других медиа. Вдохновленные проектом «TED», авторы видеолекций для «ПостНауки» сумели выработать собственный формат лекций: они отказались от стендапов и выбрали жанр интервью.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Типологическая характеристика и анализ контента сайта «ПостНаука» позволяет сделать вывод о том, что это новое медиа научно-популярного и образовательного типа. Основная цель проекта – распространение научного знания среди широкой аудитории с помощью образов ученых, приближенных к читателю за счет использования нарраторских технологий представления собственных разработок разработках.

Анализ специфики образовательного проекта «ПостНаука» позволил говорить о его полифункциональной направленности: проект реализует просветительскую, организационную, рекреативную и идеологическую функции.

Кураторы проекта активно используют последние тенденции в функционировании современных интернет-СМИ: внедряют новые форматы и рубрики с курсами, лонгриды, фото- и видеоконтент, используют геймификацию. Также активно применяются гипертекстовые способы организации информации: внутри материалов можно перейти на сторонний англоязычный проект, смежный по тематике материал, конкретное исследование или дополнительную литературу. На ресурсе развита интерактивность: читатели могут оставлять комментарии, ставить лайки под материалами, делиться материалами в социальных сетях.

Характерной чертой «ПостНауки» является активное использование мультимедийного формата.

В просветительских и практико-ориентированных материалах используются научно-популярный, публицистический и разговорный стили, задействованы ресурсы диалога. Через усиление роли автора в тексте формируется более тесная связь с читателем, который получает информацию напрямую от источника. Эта особенность позволяет говорить о большей осмысленности в подаче научной информации: на научные темы говорят

специалисты, делая информацию более проверенной и авторитетной. Авторы-ученые для популяризации научных знаний нередко прибегают к интертекстуальности, используют отсылки к массовой культуре и литературе.

Активно задействуется на платформе «ПостНауки» визуальный канал передачи информации. В формате видео существуют лекции-интервью, анимационные ролики-эксплейнеры и спецпроекты, которые обладают чертами лонгрида и мультимедийного текста.

Таким образом, специфическими чертами образовательного проекта «ПостНаука» можно считать максимально тесную научно-популярную коммуникацию ученых и обычных людей, организуемую с помощью всех возможных интернет-ресурсов, обеспечивающую передачу информации, необходимую для создания целостной и понятной картины научного знания.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовая база:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая [Электронный ресурс] : офиц. текст от 18.12.2006 N 230-ФЗ 1 (последняя редакция) // Консультант Плюс : справочно-правовая система. – Режим доступа ступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629

2. О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : федер. закон от 27.12.1991 N 2124-1 (последняя редакция) // Консультант Плюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511

3. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 27.06.2006 г. N 149-ФЗ 1 (последняя редакция) // Консультант Плюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798

4. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс] : указ Президента Российской Федерации от 7.05.2018 № 204 // Консультант Плюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102468157>

Научная и учебно-методическая литература

5. Акопов, А.И. Типологические признаки сетевых изданий [Текст] / А.И. Акопов // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2000. – № 1. – С. 42-44.

6. Андриевская, А.А. Тренды: научно-популярная журналистика в России [Электронный ресурс] / А.А. Андриевская // European Journalism

Observatory. – 2019. – Режим доступа: <https://ru.ejo.ch/nashi-novie-statyi/nauchno-popularnaya-zhurnalistsika>

7. Астахова, А. С. Публичная репрезентация профессионального сообщества: популяризация науки и общественные [Электронный ресурс] / А.С. Астахова // *Epistemology & Philosophy of Science*. – 2013. – №3. – С. 179-189. – Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/1354106/>

8. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики [Текст] : учебное пособие / Е.В. Ахмадулина. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2006. – 272 с.

9. Баканов, Р.П. Актуальные проблемы современной науки и журналистика [Текст] : учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Р. П. Баканов. – Казань: Казанский ун-т, 2010. – 283 с.

10. Беззубов, А.Н. Жанрово-стилистическая типология [Электронный ресурс] : статья / А.Н. Беззубов // *Современная газетная публицистика. Проблемы стиля*. – 1987. – С. 5-10. – Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001383139>

11. Ваганов, А.Г. Ученые и журналисты: проблемы коммуникации [Текст] : статья / А.Г. Ваганов // *Наука. Инновации. Образование. Российский научно- исследовательский институт экономики, политики и права в научно-технической сфере*. – 2016. – №2(20). – С. 48-60.

12. Вартанова, Е.Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ [Электронный ресурс]: статья / Е.Л. Вартанова // *Информационное общество*. – 2008. – № 5. – С. 37-39. – Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/ВРА/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c>

13. Горская, М.Д. Лексическая репрезентация образа ученого в русскоязычных и англоязычных СМИ (на материале интернет-изданий ИТАР-Тасс и ВВС) [Электронный ресурс]: статья / М.Д. Горская // *Материалы Международной научной конференции под ред. А.П. Чудинова*. – 2015. – С. 60-67. – Режим доступа: <http://politlinguist.ru/materials/conf/2015.pdf>

14. Дзялошинский, И.М. Концепция современного периодического издания [Текст]: учебно-методическое пособие / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. – М.: МедиаМир, 2012. – 343 с.

15. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: состояние и тенденции развития [Электронный ресурс] / И. М. Дзялошинский, В. Панков // Т. 12. М.: Центр стратегического партнерства. – 2013. – Режим доступа: <http://federalbook.ru/files/SVAYZ/saderzhanie/Tom%2012/III/Dzyaloshinskiy.pdf>

16. Емельянова, Н.Н. Российская наука в медийном контексте [Электронный ресурс] / Н.Н. Емельянова, В.В. Омалаенко // Философия науки и техники. – 2015. Т. 20. – №2. – С. 142-163. – Режим доступа: https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/ps/ps20_2/142%E2%80%93163.pdf

17. Зеленина, Е.В. Философская публицистика: ценностно-смысловые аспекты [Текст] / Е.В. Зеленина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – № 1. – С. 100–110.

18. Зубанова, Л.Б. Медиаобраз действительности: ценностное пространство современных средств массовой информации / Л.Б. Зубанова. – Челябинск: Челябинская гос. акад. культуры и искусств, 2007. – 242с.

19. Иванова, Л.В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения [Текст] : учеб.-метод. пособие / Л.В. Иванова. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2012. – 130 с.

20. Карякина, К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента [Электронный ресурс] / К.А. Карякина // Медиаскоп. – 2010. – № 1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/524>

21. Ким, Н.М. Жанры современной журналистики [Текст]: учебное пособие / Н.М. Ким. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 336 с.

22. Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения [Текст] : учебное пособие / М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 312 с.

23. Коньков, В.И. Речевая структура газетных жанров [Текст]: учебное пособие / В.И. Коньков. – СПб. : Роза мира, 2004. – 219 с.
24. Красноярова, О.В. Структура журналистского текста [Текст]: учеб. пособие / О.В. Красноярова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2002. – 205 с.
25. Культурология. XX век: энциклопедия [Текст] / под. ред. С.Я. Левит. – СПб.: Университетская книга, 1998. – 250 с.
26. Кульчицкая, Д.Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания [Текст] / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян. – М.: Аспект пресс, 2016. – 78с.
27. Лазутина, Г.В. Жанры журналистского творчества [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
28. Лазутина, Г.В. Профессиональный анализ журналистского текста как метод научного исследования [Текст] / Г.В. Лазутина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 6. – С. 14-25.
29. Локтев, С.П. Научная журналистика в контексте цивилизации: [Электронный ресурс] / С. П. Локтев. // Пятигорский государственный университет. Пятигорск: Издания ПГУ. – 2008. – № 14. – Режим доступа: <http://pglu.ru/upload/iblock/a55/uch>
30. Ляпун, С.В. Новые подходы к классификации газетных жанров в теории и практике журналистики [Текст] / С.В. Ляпун // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2011. – №4. – С.72-76.
31. Мажоров, Д. М. Профессиональные PR-сообщества: формирование имиджа средствами массовой информации [Текст]: автореферат дис. кандидата филологических наук: 10.01.10 / Мажоров Дмитрий Андреевич; Санкт-Петербургский гос. ун-т. – Санкт-Петербург, 2008. – 18 с.

32. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка [Текст] / Н. Ю. Шведова. – 2 изд. – М.: АЗЪ, 1995. – 887 с.
33. Самарцев, О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики [Текст]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / О. Р. Самарцев – 3-е изд. – М.: Акад. Проект, 2013. – 526 с.
34. Сергеев, А. Г. Стратегии научной популяризации в России: [Электронный ресурс] / А. Г. Сергеев // Научно- исследовательский центр. Байкальский регион. – 2007. – №3 (44). – С. 2–3. – Режим доступа: http://artifact.isu.ru/?page_id=4758
35. Соболевская, О.В. Наука и СМИ общаются с трудом: [Электронный ресурс] / О.В. Соболевская // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – 2014. – Режим доступа: <https://iq.hse.ru/news/177666745.html>
36. Соловьев, Г.М. Жанрообразующие факторы современного медиатекста: проблема верификации [Электронный ресурс] / Г.М. Соловьев // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение. – 2010. – № 3. – С. 106-109. – Режим доступа: http://vestnik.adygnet.ru/files/2010.4/1010/solovyev2010_4.pdf
37. Тертычный, А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? [Электронный ресурс] / А.А. Тертычный // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – №2. – С. 212-220. – Режим доступа: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phyllolog/2013/02/2013-02-49.pdf>
38. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати [Текст] : учебное пособие / А.А. Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2006. – 312 с.
39. Тертычный, А.А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати [Текст] / А.А. Тертычный // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 2. – С. 54-83.
40. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 4-е изд.– М.: ЛД ИНВЕСТ: Азбуковник, 2003. – 939 с.

41. Ученова В.В. Современные тенденции развития журналистских жанров // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 1976. – № 4. – С. 17-26.
42. Философия: Энциклопедический словарь / под ред. А.А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – 1072 с.
43. Черевко, Т.С. Образ, стереотип, имидж – границы применения и модель взаимодействия [Электронный ресурс] / Т.С. Черевко // Медиаальманах. – 2011. – № 6 (47). – С. 51-63. – Режим доступа: <http://mediaalmanah.ru/files/47/68.php>
44. Суворова, С.П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач [Электронный ресурс] / С.П. Суворова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2009. – № 6. – С. 14-23. – Режим доступа: http://www.journ.msu.ru/downloads/ARCHIVE_Vestnik/2009-6.pdf
45. Global Science Journalism Report. L., January 2013. P. 5, 26.
46. Trench B. Internet – Turning Science Communication Inside-Out? URL: http://doras.dcu.ie/14807/1/internet_science_communication.pdf
47. Allum N., Bauer M. What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda // Public Understanding of Science. 2007. Vol. 16. № 1. P. 79–95.
48. Durant J. What is scientific literacy? // European Review. 1994. Vol. 2. № 1. P. 83–89.