

На правах рукописи



Панюкова Светлана Александровна

**ТРАНСФОРМАЦИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ
В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Челябинск – 2024

Работа выполнена на кафедре медиапроизводства ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

Научный руководитель: **Симакова Светлана Ивановна**, доктор филологических наук, доцент

Официальные оппоненты **Тулупов Владимир Васильевич**, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», декан факультета журналистики, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна

Выровцева Екатерина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», доцент кафедры медиалингвистики

Ведущая организация ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский государственный университет»

Защита состоится «19» июня 2024 года в 13:00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.431.03 при ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» https://www.csu.ru/Shared%20Documents/Dissovet24243103/Dissertatsia_Panyukova.pdf

Автореферат разослан «_____» _____ 2024 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук



И.В. Топчий

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования связана с непрерывным развитием информационного пространства, заключающимся в быстро меняющихся практиках медиапотребления и информационного обмена: технологическое развитие в производстве, «упаковке» и доставке контента; распространение новых сетевых форм коммуникации, в том числе интерактивных; популярность интернет-медиа как современной формы журналистики и различной информации. В условиях активно развивающейся медиасреды трансформируются все направления журналистики, в том числе научно-популярная журналистика, существующая в России не одно столетие. В связи с этим изучение тенденций развития и трансформации научно-популярной журналистики в современных условиях функционирования медиарынка на примере успешных сетевых изданий позволит определить актуальные способы трансляции научного знания массовой аудитории. Такое исследование способствует, во-первых, обобщению современного практического журналистского опыта, требующего постоянного внимания исследователей в связи с изменчивостью медиaprостранства, во-вторых, определению актуальных практик в производстве медиаконтента, в том числе с учетом медиаэстетических категорий текста.

Степень разработанности проблемы. Для проведения диссертационного исследования потребовалось обращение к нескольким научным направлениям, касающимся изучаемой темы.

Прежде всего были проанализированы труды, характеризующие современное информационное пространство. Среди исследователей, обращавшихся к этому вопросу, можно выделить Е. Н. Ветрову и И. А. Добровольскую, обозначивших причины появления термина «информационное пространство» и связавших актуальные процессы в информационном пространстве с цифровизацией¹; Р. Ф. Абдеева, И. М. Дзялошинского, М. А. Пильгун, Я. Н. Засурского, изучающих изменения в российском информационном пространстве².

Анализ научных работ показал, что современные медиаисследователи трактуют термин «информационное пространство» с различных позиций. Наше понимание термина «информационное пространство» определяется рамками гуманитарного подхода, которого придерживались А. И. Каптерев, А. В. Манойло, Т. А. Меркулова, Д. В. Чайковский³ и другие, интерес представляет

¹ Ветрова Е. Н. Реализация государственной информационной политики через формирование и развитие единого информационного пространства: современные проблемы и перспективы // Стратегия устойчивого развития регионов России. – 2010. – № 4. – С. 139–147; Добровольская И. А. Понятие «Информационное пространство»: различные подходы к его изучению и особенности // Вест. Российского ун-та дружбы народов. Сер. Литературоведение, Журналистика. – 2014. – № 4. – С. 140–147.

² Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации. – М.: ВЛАДОС, 1994; Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. Медиатекст: особенности создания и функционирования. – М.: НИУ-ВШЭ, 2011; Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2004. – М.: Изд-во МГУ, 2004.

³ Каптерев А. И. Информатизация социокультурного пространства. – М.: Фаир-пресс, 2004.; Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях: монограф.. – М.: МИФИ, 2003; Меркулова Т. А. Социально-информационное пространство современной России: специфика и тенденции развития: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. – МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, 2005; Чайковский Д. В. Информационное пространство: анализ определений // Вест. Бурят. гос. ун-та. Философия. – № 14. – 2010. – С. 269–274.

информационное пространство, где накапливаются и распространяются научные знания, стимулирующие дискуссии и полемику в массмедиа.

Также был определен компонент информационного пространства, ставший ключевым в контексте темы исследования, – медиапространство, включающее сообщения, тиражируемые СМИ. Медиапространство как составная часть информационного пространства, а также его свойства описаны в работах О. В. Монастыревой, Н. Ф. Пономарева и Н. А. Хлопаевой⁴.

Второй важный блок исследовательских работ составили труды, рассматривающие научно-популярную журналистику как особое и уже сформировавшееся направление. В этих исследованиях нет единого подхода к трактовке основополагающего для диссертационной работы понятия «научно-популярная журналистика», что обусловлено функционированием в них разных понятий: «научная журналистика» (С. П. Локтев, Т. И. Фролова⁵) и «научно-познавательная журналистика» (Г. В. Чевозерова⁶). Также было отмечено использование в научных трудах термина «популяризация науки» (В. Н. Азарова, Е. Е. Медведева, Е. Е. Макарова и Е. Н. Сухенко⁷). В данном исследовании под термином «научно-популярная журналистика» понимается медиатеатральность по созданию материалов на научные темы для широкой аудитории: такой подход обоснован в работах А. Г. Ваганова, Е. В. Выровцевой, Л. Р. Дускаевой, М. В. Петровой, А. И. Рогачева, С. П. Суворовой, А. А. Тертычного⁸ и других.

Поскольку при анализе эмпирической базы внимание сосредоточилось на практиках создания научно-популярного контента, то был принципиально важен ряд исследователей, обративших свое внимание на различные аспекты подготовки научно-популярных материалов российскими журналистами:

⁴ Монастырева О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов // Вест. Амур. гос. ун-та. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 50. – С. 56–62; Пономарев Н. Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2008; Хлопаева Н. А. Социологические медиаисследования в информационном обеспечении управленческой деятельности: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. – МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, 2007.

⁵ Локтев С. П. Научная журналистика в контексте цивилизации // Вест. Томск. гос. ун-та. Филология. – Вып. 1. – 2012. – С. 43–48.; Фролова Т. И. Наука, СМИ, общество: как достичь взаимопонимания // Научный журналист: миссия, задачи и компетенции: методич. пособие для журналистов по выявлению признаков лженауки / под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. – С. 9–15.

⁶ Чевозерова Г. В. Проблемы познания в журналистике. Достоверность журналистской информации // Медиаскоп. – № 1. – 2016. – URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2090>, свободный (дата обращения: 02.02.2023).

⁷ Азарова В. Н., Медведева Е. Е. Популяризация науки на сайтах российских вузов: модели и форматы // Вопросы журналистики. – 2021. – № 10. – С. 107–127; Макарова Е. Е. Популяризация науки и новые информационные технологии // Медиаскоп. – 2011. – № 4. – URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2090>, свободный (дата обращения: 20.02.2023); Сухенко Н. В. Специфика популяризации науки в России // Вест. НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». – 2016. – № 4. – С. 18–22.

⁸ Ваганов А. Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании // Росс. химический журнал (ЖРХО им. Д. И. Менделеева). – 2007. – Т. 51., № 3. – С. 86–90; Предъявление научного знания в диалоге медиа: контексты, технологии и языковые техники: коллективная монограф. / под науч. ред. Л. Р. Дускаевой; отв. ред. Е. В. Выровцева. – СПб.: Медиапир – 2023; Петрова М. В. Научно-популярная журналистика: традиции и современные реалии // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. – № 4. – С. 78–82; Рогачева А. И. Популяризация науки в современной российской журналистике: дис. ... канд. филолог. наук: 10.01.10. – Росс. ун-т. дружбы народов, Москва, 2023; Суворова С. П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вест. Москов. ун-та. Серия 10: Журналистика. – 2009. – № 6. – С. 17–22; Тертычный А. А. Быть ли научно-популярной журналистике // Вест. Воронеж. гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 212–217.

С. И. Симакова⁹, анализирующая визуальный контент; М. В. Литке¹⁰, рассматривающая текстовые публикации в периодических изданиях; Е. Н. Басовская и Т. А. Воронцова¹¹, исследующие аудиальный контент; Е. Е. Макарова¹² и Л. К. Лободенко, Е. В. Давлетшина¹³, описывающие материалы для интернет-среды; А. Р. Мельникова¹⁴, анализирующая особенности аудиовизуального контента. Перечисленные авторы рассматривают актуальные подходы к массовой трансляции научного знания, а также специфику функционирования научно-популярных массмедиа на разных платформах.

Важными категориями исследования являются автор и адресат. Категория автора в журналистском тексте активно изучается¹⁵ до сих пор, что указывает на дискуссионность проблемы. В контексте обозначенной темы «Трансформация научно-популярной журналистики в современном информационном пространстве» целесообразно определиться с пониманием категории автора журналистского материала: он представляет собой комплексную конструкцию, состоящую из общественного или социального и индивидуального, то есть личных мировоззренческих и психических особенностей и склонностей¹⁶. Таким образом, при определении типа автора мы будем уделять внимание его социальным, профессиональным и индивидуальным характеристикам. Тип адресата вслед за Н. А. Пром понимается как статус субъекта, конструирующего медиареальность, и один из основных параметров сегментации адресатного поля¹⁷. При определении типологической модели массмедиа его учредители и создатели учитывают важные типоформирующие компоненты: характер аудитории, декларируемую цель издания, характер публикуемой информации¹⁸, то есть хорошо представляют себе именно тип адресата.

Анализ исследовательского поля демонстрирует, что ученые уделяют достаточное внимание как особенностям современного информационного пространства, так и феномену научно-популярной журналистики, подтверждая значимость и актуальность изучаемых в диссертации проблем. Однако

⁹ Симакова С. И. Визуализация информации в научно-популярных изданиях как способ привлечения аудитории // *Журналистика*–2016. – 2016. – С. 108–111.

¹⁰ Литке М. В. Гносеологические и коммуникативные установки авторов журнала «Вокруг света» // *Вест. Том. гос. ун-та. Филология*. – 2013. – № 5. – С. 116–126.

¹¹ Басовская Е. Н., Воронцова Т. А. Современный научно-популярный радиодискурс: принцип диалогичности // *Медиалингвистика*. – 2022. – № 9 (4). – С. 431–445.

¹² Макарова Е. Е. Популяризация науки в Интернете: содержание, формы, тенденции развития // *Вест. Москов. ун-та*. – 2013. – № 2. – С. 98–104.

¹³ Лободенко Л. К., Давлетшина Е. В. Развитие научно-популярной журналистики в условиях кросс-медиа // *Вест. Росс. ун-та дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика*. – 2021. – Т. 26., № 2. – С. 262–275.

¹⁴ Мельникова А. Р. Принцип универсализма в научно-популярной передаче «Очевидное – невероятное» С. П. Капицы // *Филология, иностранные языки и медиакommunikации*. – 2021. – Выпуск 22. – С. 116–119.

¹⁵ См., например, в работах: Валгина Н. С. *Теория текста* : учеб. пособие. – М. : Логос, 2003 ; Распопова С. С. Автор медиатекста в условиях новой реальности // *Современная пресса: теория и опыт исследования*. – 2012. – С. 169–176; Сметанина С. И. *Медиа-текст в контексте современной культуры: динамические процессы в языке и стиле*. – СПб., 2002; Солганик Г. Я. Автор как стилиобразующая категория публицистического текста // *Вест. Москов. ун-та. Серия 10*. – 2001. – Т. 10., № 3. – С. 74–83. и др.

¹⁶ Распопова С. С. Автор как реальный человек и образ автора в медиатексте // *Вопросы теории и практики журналистики*. – 2015. – Т. 4., № 2. – С. 152.

¹⁷ Пром Н. А. Типы адресата в медиадискурсе // *Медиалингвистика*. – 2020. – № 7 (1). – С. 97.

¹⁸ Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. – М., 2002. – С. 124.

наблюдается дефицит исследований, в которых бы рассматривались изменения научно-популярного контента в российском информационном пространстве, вызванные его переходом в цифровую среду, и связанная с этим трансформация научно-популярных массмедиа. Системное изучение научно-популярных массмедиа в интернет-пространстве также ведется неактивно. Именно недостаточностью изученности процесса трансформации научно-популярной журналистики в условиях постоянно меняющегося медиапространства, а также конкретной ниши – российских научно-популярных интернет-изданий – обусловлены важность и востребованность предпринятого в настоящей диссертации исследования.

Объект исследования – научно-популярная журналистика как тематический сегмент современного медиапространства. *Предмет* исследования – процесс трансформации научно-популярной журналистики.

Цель диссертационного исследования – охарактеризовать особенности трансформации научно-популярной журналистики в российских интернет-изданиях. Цель определяет следующие *задачи*:

- систематизировать научные представления о становлении и развитии научно-популярной журналистики в России и ее изменениях в связи с развитием интернет-технологий и цифровых форм распространения контента;
- выявить специфику функционирования научно-популярных массмедиа в современном российском информационном пространстве;
- определить составляющие типологической модели научно-популярного интернет-издания и выработать критерии анализа эмпирического материала;
- охарактеризовать трансформацию типа адресата научно-популярного интернет-издания;
- выявить изменения типа автора научно-популярного интернет-издания.

Материалом работы послужили 1 800 публикаций, размещенных в российских научно-популярных интернет-изданиях «Постнаука», Naked Science и N+1 в периоды с 1 января 2015 г. по 31 декабря 2015 г., с 1 января 2018 г. по 31 декабря 2018 г. и с 1 января 2021 г. по 31 декабря 2021 г. Основными принципами отбора при формировании эмпирической базы были следующие:

- 1) медиа должны функционировать и до 2015 года, и в настоящее время;
- 2) высокий индекс цитируемости по рейтингу Медиалогии, указывающий на значимость массмедиа в информационном пространстве определенного периода;
- 3) исторический контекст функционирования массмедиа: 2015 год как первый стабильный год после политически турбулентного 2014-го; 2021 год как последний стабильный год в медиапространстве (в 2022 году отечественный медиаландшафт претерпевает значительные изменения);
- 4) условие системного подхода: обращение к промежуточному 2018 году было продиктовано сопоставлением трех исторических периодов;
- 5) единые критерии подхода к изучаемым изданиям, чтобы все они были в схожих условиях: одна и та же аудитория, одни и те же запросы и т. п.

Интервал в три года был выбран в силу нехватности материала: принцип зондажа¹⁹ применен к соразмерным интервалам, чтобы каждое интернет-издание рассматривалось в одинаковых экономических, социальных и политических условиях. Для анализа выбраны 2015, 2018 и 2021 годы из зафиксированного интервала 2015–2021 годы, наблюдения проводились точечными интервенциями.

В эмпирическую базу включены публикации сообществ научно-популярных массмедиа «Постнаука» (12 423 публикации), Naked Science (10 793 публикации) и N+1 (12 945 публикаций) в социальной сети «ВКонтакте» за выбранные периоды: с 1 января 2015 г. по 31 декабря 2015 г., с 1 января 2018 г. по 31 декабря 2018 г. и с 1 января 2021 г. по 31 декабря 2021 г.

Отметим, что в данном исследовании рассматривается трансформация научно-популярной журналистики на примере научно-популярных интернет-изданий. После обоснования значимой роли автора и адресата в функционировании массмедиа данные категории выбраны как ключевые, посредством которых и будут отслеживаться изменения в научно-популярном дискурсе. Из типологической модели научно-популярного издания отобраны и описаны далее в работе те составляющие, через которые было бы возможно наглядно и последовательно проследить изменения типа автора и типа адресата научно-популярного интернет-издания, используя их как критерии анализа.

Научная новизна работы обусловлена дефицитом исследований, посвященных изучению трансформации научно-популярной журналистики, и заключается в следующем:

- определены место и роль научно-популярной журналистики в современной медиасистеме, конкретизирован терминологический аппарат данного направления журналистики;

- обобщены научные представления о специфических свойствах научно-популярной журналистики, в том числе в аспекте медиаэстетического подхода;

- разработана методика исследования научно-популярного интернет-издания на основе анализа критериев, определяющих тип автора и тип адресата научно-популярного контента;

- на основе комплексной методики, включающей контент-анализ, интент-анализ, функциональный и типологический анализ, а также медиаэстетический подход, проведено исследование 1 800 научно-популярных публикаций в интернет-изданиях и 36 161 поста в аккаунтах социальной сети «ВКонтакте», которое позволило выявить характерные черты трансформации научно-популярных массмедиа в современном информационном пространстве, что актуально для всего процесса цифровизации контента;

- предложена жанровая модель научно-популярного интернет-издания.

Теоретико-методологическая база исследования. Основные исследовательские положения базируются на теории профессиональной журналистской деятельности (как раздел общей теории журналистики) в части исследования журналистских практик конкретного типа издания (научно-

¹⁹ Ядов В. А. Стратегии и методы качественного анализа данных // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). – 1991. – № 1. – С. 14–31.

популярного интернет-издания). Это кажется целесообразным в связи с тем, что в центре внимания – исследование факторов, особенностей, характеристик создания научно-популярных журналистских публикаций, содержательно-тематической модели издания и медиаэстетических характеристик таких текстов, что позволяет проследить трансформацию в цифровой среде конкретного тематического медиа.

Общеметодологическим основанием исследования является структурно-типологический подход к изучению и описанию актуальных журналистских практик. Данный подход предполагает рассмотрение объекта исследования (научно-популярной журналистики как тематического сегмента современного медиaprостранства) как структурной части информационного пространства. Структурно-функциональный анализ научно-популярной журналистики позволил выявить основные этапы ее развития и определить специфику изучаемого феномена.

Методы исследования. Теоретико-методологические обоснования исследования, цель и задачи работы определили выбор конкретных методов исследования. Наиболее релевантными оказались:

– интент-анализ, позволяющий систематизировать ключевые слова и на их основе определить намерения авторов научно-популярных текстов, проследив изменения в содержании контента;

– функциональный анализ позволил классифицировать доминирующие функции исследуемых элементов научно-популярного дискурса в разные периоды;

– типологический анализ, основанный на разработке модели издания для решения профессиональных коммуникативных задач и предполагающий минимизацию объема информации для выделения элементов модели;

– контент-анализ, объединяющий количественный и качественный подходы, обеспечивший поэтапный анализ трансформации типа автора и типа адресата научно-популярного интернет-издания.

Комплексный подход позволил рассмотреть трансформацию научно-популярных материалов разных форматов (аудиовизуальный, текстовый, аудиальный, визуальный и интерактивный контент) на протяжении длительного периода (шести лет) с высокой долей достоверности и точности полученных сведений. Для выявления современных тенденций создания научно-популярных медиатекстов для широкой аудитории в интернет-среде представляется целесообразным обращение к медиаэстетическому подходу, разработанному Гербертом Зеттлом²⁰, под которым традиционно понимается анализ произведений аудиовизуальных медиа как пятимерной модели (форма и цвет, пространство экрана, глубина кадра, движение, звук). Опираясь на исследование М. В. Загидуллиной²¹, характеризующее медиаэстетику как пространство, в котором происходит контакт человека со стимулами и производство суждений (не рационального высказывания, а недискурсивной оценки, отражающей степень

²⁰ Zettl H. Contextual Media Aesthetics as the Basis for Media Literacy // Journal of Communication. – 1998. – Vol. 48. – Iss. 1. – P. 81–95.

²¹ Загидуллина М. В. К вопросу о разделении «эстетического» и «медиаэстетического» // Челябинский гуманитарий. – 2022. – № 1 (58). – С. 37–45.

расположения субъекта к предмету-стимулу), мы обратимся к анализу материализации эмоций, эмоционального воздействия журналистских публикаций на аудиторию, практик визуализации, в том числе тесно связанных с семиотикой слова²².

Теоретическая значимость работы заключается в обобщении и упорядочивании знаний о современном состоянии феномена научно-популярных массмедиа; во внесении вклада в теорию журналистики в части типологизации медиасистемы и в изучение современной трансформации научно-популярных интернет-изданий; в выявлении специфики развития научно-популярного контента в условиях цифровизации; в определении особенностей формирования контента научно-популярных массмедиа с учетом коммуникативных позиций автора и адресата журналистского сообщения.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных результатов в сфере научно-популярной журналистики, а также в использовании полученных результатов в теоретической подготовке студентов в области журналистики и медиакommunikаций, в решении практических задач по подготовке научно-популярного контента для современной цифровой среды.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Термин «научно-популярная журналистика» обозначает профессиональную сферу журналистики, направленную на создание публикаций о науке для массовой аудитории, цель которых – организация обмена информацией между представителями научного мира и широкой общественностью, распространение нового научного знания, создание позитивного образа науки и ученого. Данный термин не тождественен понятиям «научная журналистика» и «научно-познавательная журналистика».

2. Исторически сформировался особый принцип представления научного знания, основанный на совмещении различных функций научно-популярной журналистики (информационно-аналитической, просветительской, культууроформирующей, развлекательной), определяющий методы и средства представления научного знания в массмедиа. Доминирование этого общего принципа не исключает трансформации научно-популярной журналистики.

3. Трансформация научно-популярного интернет-издания определяется изменением типа автора и типа адресата как важнейших составляющих типологической модели любого СМИ, которые могут быть охарактеризованы следующими критериями: тематическая структура интернет-издания и ранжирование тем по степени популярности, объем медиатекста, способы его представления в условиях цифровой среды, система аргументации в научно-популярном материале, жанровая характеристика интернет-издания и статус автора.

4. Научно-популярный дискурс не только трансформируется в условиях изменения медиасреды, но и сохраняет фундаментальные для этой тематической

²² Загидуллина М. В. Ключевые черты медиаэстетики: ментально-языковые трансформации // Челябинский гуманитарий. – 2016. – № 2 (35). – С. 46–54.

области журналистики традиции: устойчивое внимание к отечественной науке и роли научного знания в жизни российского общества; эмоциональную тональность журналистских текстов.

5. Изменение тематических предпочтений адресата обусловлено его стремлением встроить новое научное знание в социальный и повседневный опыт. Упрощение научно-популярного медиатекста как одна из очевидных тенденций объясняется запросом адресата на интересный, имеющий утилитарное значение, увлекательный контент.

6. Авторы научно-популярных текстов активно осваивают новые цифровые форматы, комбинируя их с элементами традиционных жанров. Тенденция деанонимизации текста обусловлена стремлением представить автора как авторитетного ученого-эксперта, опытного журналиста, специализирующегося на теме науки, интересную личность.

Достоверность полученных результатов обусловлена комплексным изучением заявленной проблематики с использованием современных и традиционных методов исследования; анализом широкого круга научных источников и статистических данных, которые соответствуют целям работы и поставленным задачам (библиографический список включает 260 наименований); репрезентативной эмпирической базой, включающей выборку публикаций трех российских научно-популярных интернет-изданий, входящих в список самых посещаемых и цитируемых научно-популярных СМИ России, а также их сообществ в социальной сети «ВКонтакте»; тщательной разработкой методики анализа и ее последовательным применением в анализе материала диссертации.

Содержание представленной диссертации «Трансформация научно-популярной журналистики в современном информационном пространстве» соответствует паспорту научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика и отрасли «Филологические науки» (5.9. Филология) номенклатуры ВАК по следующим направлениям исследований:

1. Теория журналистики, средств массовой информации, медиа. Парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли. Структура и типология СМИ и медиакоммуникационной среды.

2. История журналистики, средств массовой информации, медиакоммуникаций в контексте общественного развития.

3. Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакоммуникациях.

4. Творческий процесс в журналистике и медиакоммуникациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакоммуникаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакоммуникаций.

5. Конвергентно-интеграционные процессы в медиaprостранстве.

6. Медиасистема. Природа и архитектура медиасистемы в условиях цифровизации. Динамика медиасистемы и ее сегментов. Глобальная и национальные медиасистемы.

7. Типология журналистики, формирование и функционирование различных типов СМИ.

8. Журналистский текст. Семиотика журналистики и медиакommunikаций. Медиаатекст и медиаречь. Язык СМИ и социальных медиа.

10. Телевидение, радиовещание, периодическая печать в системе СМИ: структурные, функциональные и творческие характеристики. Визуальные средства журналистики и медиакommunikаций. Медиадизайн.

Апробация исследования. Научные результаты, полученные в ходе исследования и при подготовке к нему (в рамках работы над грантом, поддержанным Российским научным фондом № 18-18-00007 «Медиаэстетический компонент современной коммуникации»; грантом, поддержанным Российским фондом фундаментальных исследований № 20-412-740012 (р_а_Челябинск) «Археология и общество: феномен Аркаима в публичной сфере Челябинской области»; грантом, поддержанным Российским научным фондом № 23-18-20098 (региональный конкурс Челябинской области) «Материализованная идентичность: конструирование памяти в социально-экономической перспективе (на примере археологического памятника Аркаим)», а также в рамках гранта Фонда поддержки молодых ученых Челябинского государственного университета, полученного в 2023 году), были представлены в докладах на конференциях различного уровня:

Всероссийские и региональные: XXI научно-практическая конференция преподавателей факультета журналистики ЧелГУ, 23–24 января 2024 г., г. Чебаркуль, Россия, Челябинский государственный университет; XX научно-практическая конференция преподавателей факультета журналистики ЧелГУ, 25–26 января 2023 г., г. Чебаркуль, Россия, Челябинский государственный университет; XIX научно-практическая конференция преподавателей факультета журналистики ЧелГУ «Вопросы теории и практики журналистики и массовой коммуникации», 25–26 января 2022 г., г. Чебаркуль, Россия, Челябинский государственный университет; II Российский эстетический конгресс, 1–3 июля 2021 г., г. Екатеринбург, Россия, Российское эстетическое общество, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; Всероссийская научно-практическая конференция «Медиаасфера школы и вузы», 5 ноября 2020 г., г. Ростов-на-Дону, Россия, Ростовский государственный экономический университет; XVI научно-практическая конференция преподавателей факультета журналистики ЧелГУ, 24–25 октября 2019 г., г. Чебаркуль, Россия, Челябинский государственный университет; XVII научно-практическая конференция преподавателей факультета журналистики ЧелГУ, 22–23 января 2020 г., г. Чебаркуль, Россия, Челябинский государственный университет; XIV Всероссийская научно-практическая конференция «Вызов – XXI век», 10 сентября 2018 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет; Первый российский эстетический конгресс, 17–19 октября 2018 г., г. Санкт-Петербург, Россия, Санкт-Петербургский государственный университет.

Международные: Международная научно-практическая конференция факультета журналистики Уральского федерального университета «Медиа как фактор адаптации человека к социальным, экономическим и политическим

изменениям», 20–22 апреля 2023 г., г. Екатеринбург, Россия, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; IV научно-практическая конференция PMMIS «Медиатекст в новой технологической среде: достижения и проблемы», 14–15 марта 2023 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет; Международная научная конференция «Коммуникация в современном мире», 20–21 мая 2022 г., г. Воронеж, Россия, Воронежский государственный университет; Международная научная конференция «Эстетика в коммуникации и эстетическая коммуникация: функции, формы, контексты», 23–24 июня 2021 г., г. Ольштын, Польша, Centrum Badań Europy Wschodniej UWM w Olsztynie, Челябинский государственный университет, Johannes Gutenberg Universität Mainz, Комиссия по лингвистике дискурса при МКС, Стилистическая комиссия при МКС; I Международная научно-практическая конференция «Пользовательский контент в современной коммуникации», 22–23 апреля 2021 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет; IV Международная научная конференция «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» памяти академика А. И. Татаркина», 25–26 ноября 2020 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет; V Международная научная конференция «MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность», 24–25 ноября 2020 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет; X Международная научно-практическая конференция «Коммуникативная культура: история и современность», 30 октября 2020 г., г. Новосибирск, Россия, Новосибирский государственный университет; IV Международная научная конференция «MEDIAОбразование», 26 ноября 2019 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет; «Образ\имидж как категория теории коммуникации, антропологии культуры и семиотики текста», 26–28 июня 2019 г., г. Ольштын, Польша, Варминско-Мазурский университет в Ольштыне; III конференция PMMIS «Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы», 28–29 марта 2019 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет; III Международная научно-практическая конференция «Медиа чтения СКФУ», 23–25 апреля 2019 г., г. Ставрополь, Россия, Северо-Кавказский федеральный университет; «Megatrends and media» («Мегатренды и Медиа 2019»), 16–18 апреля 2019 г., г. Трнава, Словакия, Университет св. Кирилла и Мефодия в Трнаве; I Международная научно-практическая конференция «Визуальные медиакоммуникации и реклама: новые технологии и методология исследований», 26 апреля 2018 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет, The 6th International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM 2018), 24–26 октября 2018 г., г. Саламанка, Испания, Университет Саламанки; III Международная научно-практическая конференция «MEDIAОбразование», 27 ноября 2018 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет; Международная конференция «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике», 26–27 ноября 2018 г., г. Санкт-Петербург, Россия, Санкт-Петербургский государственный университет; II Международная научно-практическая конференция «MEDIAОбразование»,

28 ноября 2017 г., г. Челябинск, Россия, Челябинский государственный университет.

Результаты исследования используются в читаемых на факультете журналистики Челябинского государственного университета курсах «Основы конвергентной журналистской деятельности», «История и теория медиа», «Медиасистема Челябинской области», а также в процессе руководства курсовыми работами на кафедре медиапроизводства ЧелГУ.

По теме диссертации опубликовано 28 работ, из них 9 статей в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ; 4 – в журналах, индексируемых в международных базах данных Scopus (Q3) и Web of Science; 1 – в коллективной монографии.

Структура диссертационного исследования. Работа состоит из введения, двух глав, заключения. Первая глава состоит из двух параграфов и посвящена обзору теоретических вопросов, в которых раскрывается становление и развитие научно-популярной журналистики в российском медиaprостранстве. Во второй главе, включающей три параграфа, представлен анализ эмпирической базы исследования и сформулированы аспекты трансформации научно-популярного российского интернет-издания. Список литературы содержит 260 источников. Диссертация включает 3 рисунка, 31 таблицу и 333 постраничные ссылки. Приложения содержат описание эмпирической базы работы. Общий объем диссертации без приложений составляет 229 страниц, с приложениями – 238 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обоснована актуальность заявленной в диссертации темы исследования, приведен обзор основных научных работ российских и зарубежных авторов по заявленной проблематике, обозначены цель и задачи, объект и предмет диссертационного исследования, описана эмпирическая база и параметры ее отбора, сформулированы теоретические и методологические основания работы, раскрыта научная новизна, теоретическая и практическая значимость проведенного исследования, а также подробно описана апробация исследования и сформулированы научные положения, вынесенные на защиту.

Глава 1 «Научно-популярная журналистика в России: становление и тенденции развития» включает в себя два параграфа.

В *первом параграфе «Научно-популярное направление в российской журналистике: основные этапы развития»* систематизированы научные представления российских исследователей о становлении и развитии научно-популярной журналистики в России, что позволило выделить основные исторические периоды: 1) возникновение научно-популярных изданий при Петре I – большое количество переводных статей, отражение мировых тенденций и ценностей и только частичное раскрытие особенностей российского научного мира, ориентация на читающую элиту; 2) процесс становления типа издания в XVIII–XIX веках, когда наука воспринимается в тесной взаимосвязи с культурными, социальными, экономическими и политическими процессами,

определяются неразрывная связь научно-технического знания и его гуманистической составляющей, отсутствие строгого деления научной популяризации и просветительства в целом, продолжительное по времени формирование самостоятельного научно-популярного журнала как типа издания с постоянно возрастающей ролью редактора; 3) формирование целевой аудитории и авторов-специалистов в XIX столетии при оформлении особого медиаэстетического принципа представления научного знания и совмещении образовательно-просветительской и развлекательной функций; 4) в советский период научно-популярная журналистика представлена разными типами СМИ и форматами, которые используются как средство пропаганды и привлекают массовую аудиторию, активно освещают научные достижения страны, однако обсуждение некоторых тем цензурируются; 5) период перестройки характеризуется кризисом: аудитория теряет интерес к научно-популярному контенту, журналистика переживает финансовый кризис, возникает необходимость в освоении новых актуальных форматов и методов трансляции научного знания; б) послеперестроечный выход из кризиса и освоение новых платформ позволили научно-популярной журналистике вернуть популярность за счет цифровых форматов, где автором публикаций может быть не только журналист, но и блогер или ученый, обеспечивших высокое внимание аудитории.

Помимо этого, определены основные исторические тенденции развития российской научно-популярной журналистики:

1. Изначально научно-популярная публицистика в России появляется по инициативе государства с четкой ориентацией на западные традиции. Уже в первых печатных изданиях обнаруживаются просветительские материалы, объясняющие популярным языком явления из мира науки и технологий. В отечественной периодике складывается традиция: особенности функционирования и коммуникативные задачи научно-популярного издания определяются общегосударственной политикой и условиями развития – мировоззренческими и технологическими – общества в целом и культуры в частности.

2. На протяжении XVIII–XIX веков наука в сознании авторов и читателей не воспринималась как отдельный от других сфер институт, что А. Г. Ваганов называет «плохой генетикой жанра в России»²³. По этой причине в России не сразу формируется тип самостоятельного научно-популярного журнала, что обусловило и продолжительность формирования стилистики научно-популярных материалов. Равнозначное внимание точным, естественным и гуманитарным наукам, стремление встроить науку в социальный контекст – еще одна важная отличительная особенность и традиция российской научно-популярной журналистики. К основным принципам популяризации научного знания на данном этапе следует отнести распространение прежде всего естественнонаучного знания в удобном формате, использование терминологии и приемов, облегчающих усвоение информации и погружающих читателя в мировой научный контекст.

²³ Ваганов А. Г. Спираль жанра: от «народной науки» до развлекательного бизнеса. История и перспективы популяризации науки в России. – М. : ЛЕНАНД, 2014. – С. 38.

3. На протяжении столетий развитие журналистики, и научно-популярной журналистики, в частности, было обусловлено существованием в условиях цензурного контроля, что накладывало своего рода мораторий на освещение в публицистике определенных тем. С другой стороны, можно наблюдать, как политика государства и проводящиеся реформы определяли фокус внимания просветительских материалов на тех или иных областях научного знания в разные исторические периоды.

4. В XIX столетии начинается процесс формирования двух важных составляющих российской научно-популярной журналистики: специфической аудитории научно-популярных материалов, с уникальным кругом интересов и потребительских привычек, а также специализированных авторов научно-популярных публикаций (среди первых популяризаторов науки можно отметить исследователей, путешественников, профессоров). Далее образ автора и аудитории научно-популярной журналистики будет трансформироваться и дифференцироваться в разные периоды развития общества и журналистики. Параллельно происходит формирование особого принципа представления научного знания, основанного, с одной стороны, на отражении в способах и формах подачи информации разных функций – информационной, культурно-просветительской и развлекательной; а с другой стороны, на «погруженности науки в литературно-общественный контекст».

5. В советское время наука становится одной из главных областей, представляющих интересы государства, что приводит к использованию научно-популярной журналистики в целях пропаганды. Научно-популярная журналистика стала представлять собой систему, включающую разные типы СМИ и форматы, отвечающие интересам разной целевой аудитории. Все это не только позволило вывести научную область и ее освещение на качественно новый уровень, приобщить к процессу популяризации научного знания массовую аудиторию, но и заложило основу для использования науки в корыстных целях (пропаганды, рекламы и так далее). Кроме того, из-за повышенной опеки в советское время наука и научно-популярная журналистика не смогли оперативно адаптироваться к изменившимся реалиям в период перестройки.

6. Период перестройки отмечен кризисом научно-популярной журналистики, который становится причиной долгой стагнации этой сферы. Аудитория теряет интерес к новостям науки, меньше доверяет ученым, а журналисты не осваивают современные методы трансляции научной информации, инструменты создания интерактивных материалов из-за финансовой нестабильности в СМИ. Это приводит к тому, что авторы нового тысячелетия сталкиваются с непростыми задачами: 1) вновь вернуть интерес к сфере науки у широкой аудитории; 2) вписать научно-популярную журналистику в капиталистический медиарынок; 3) наверстать технологическое и содержательное отставание в сфере российской научно-популярной журналистики.

Во втором параграфе «Научно-популярная журналистика в цифровом информационном пространстве: российский опыт» последовательно рассмотрены ключевые научные термины исследования, а также описана

адаптация научно-популярной российской журналистики в цифровой среде, представлен краткий обзор научно-популярных интернет-массмедиа разных типов.

Установлено, что в современных российских научных исследованиях концепт «информационное пространство» трактуется с различных позиций. В связи с этим обозначено, что данное исследование основано на понимании термина «информационное пространство» в рамках гуманитарного подхода, то есть как совокупности информации, которая накапливается и передается в обществе посредством информационных технологий. Вслед за Н. А. Хлопаевой²⁴ и Н. Ф. Пономаревым²⁵, поддержано мнение, что медиапространство является частью информационного пространства, так как «сборщиками, обработчиками, производителями, распространителями, интерпретаторами информации в медиапространстве являются печатные и электронные СМИ, служащие источником социальной информации – центральной категории информационного пространства»²⁶. То есть сообщения, тиражируемые СМИ, наполняют медиапространство, которое, в свою очередь, является частью информационного пространства.

Обозначено, что информационное пространство и медиапространство России претерпевают значительные изменения, начиная с 90-х годов XX века. Этот процесс прежде всего был продиктован становлением новых экономической и политической систем государства, развитием цифровых технологий, формированием нового типа актора – потребителей и производителей контента, характеризующегося иным темпом и иной тональностью, как того потребовали цифровые медиаплатформы. Все эти процессы, безусловно, влияют на развитие научно-популярной журналистики, определяя ее тренды и особенности функционирования в информационном пространстве.

В рамках работы обосновано разграничение понятий «научная журналистика», «научно-познавательная» и «научно-популярная журналистика»: как минимум, на основании различия целевых аудиторий и объектов интересов. Среди главных теоретиков, внесших значительный вклад в изучение научно-популярной журналистики в России, выделены Г. В. Лазутина, С. С. Распопова, Р. Н. Абрамов и С. П. Суворова. В параграфе определено содержание базовых терминов научно-популярной медиатеатральности:

научно-популярная журналистика – область журналистики, в рамках которой создаются медиаматериалы на научные темы для широкой аудитории, цель которых – организация обмена информацией между представителями научного мира и общественностью, массовой аудиторией;

научно-популярный контент – материалы о научных фактах, явлениях и представителях науки, подготовленные специально для массового читателя, слушателя, зрителя, пользователя;

²⁴ Хлопаева Н. А. Социологические медиа-исследования в информационном обеспечении управленческой деятельности : дис. ...канд. социол. наук : 22.00.08. – МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, 2007.

²⁵ Пономарев Н. Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты : учеб. пособие. – СПб. : Питер, 2008.

²⁶ Хлопаева Н. А. Указ. соч. С. 12.

научно-популярное массмедиа – медиа для широкой аудитории, специализирующееся на научной тематике;

автор научно-популярного медиатекста – создатель материала о фактах, явлениях или представителях научного мира для широкой аудитории; он может быть персонифицирован или представлен «коллективным автором».

Среди основных причин актуализации научно-популярной тематики в современном российском информационном пространстве отмечены следующие: фундаментальная потребность каждого члена общества в знаниях о мире для саморегуляции и развития критического мышления; формирование интернет-среды и активное освоение популяризаторами научного знания новых форматов и медиаплощадок; кризис доверия аудитории к традиционным СМИ и ее желание самостоятельно разобраться в актуальных вопросах; популярность метода инфотейнмент, привлекательного и привычного для современного адресата; увеличение количества и качества современных научно-популярных проектов; государственная поддержка. На данный момент научно-популярная журналистика представлена во всех типах классических СМИ (печать, телевидение и радио) и в цифровых медиа (сайты, блоги, сообщества в социальных сетях и каналы в мессенджерах), ориентирована на доминирующий в медиапространстве блогерский стиль – интерактивность, визуализацию, упрощение информации.

Отмечено, что современная научно-популярная журналистика решила ряд проблем (шаблонность, сложность, неоригинальность и низкое технологическое качество) традиционной научно-популярной журналистики во многом благодаря методу инфотейнмента, органично совместив информирование и развлечение. Это позволило утверждать, что медиаэстетический компонент научно-популярных материалов является не дополнительной, а важнейшей характеристикой, основанной на принципиальной сопоставимости по значимости рационального и эмоционального. Среди медиаэстетических компонентов научно-популярного контента обозначены визуализация и использование образно-выразительных средств, субъективизация повествования, сторителлинг, ориентация на упрощение, или медиаэстетическая фасилитация.

Глава 2 «Функционирование научно-популярного интернет-издания в современном информационном пространстве» включает три параграфа. В первом параграфе («Составляющие типологической модели научно-популярного интернет-издания») подробно описана работа по отбору и анализу эмпирической базы, обоснованы критерии. Главным методом исследования выбран комплексный анализ, объединяющий типологический, функциональный и контент-анализ, примененный к базе из 1 800 публикаций научно-популярных интернет-изданий «Постнаука», Naked Science и N+1 и 12 423 публикаций сообществ указанных проектов в социальной сети «ВКонтакте». Отмечено, что научно-популярные массмедиа «Постнаука», Naked Science и N+1 были отобраны по следующим критериям: оригинальный российский (не по франшизе) интернет-проект о науке для массовой аудитории, специализирующийся на разных отраслях знаний, функционирующий до 2015 года и существующий по настоящее время, высокий индекс цитируемости среди СМИ научно-популярной тематики по данным «Медиалогии» на протяжении выбранного интервала.

Также обоснован выбранный интервал исследования: 2015 год – первый стабильный год после политически турбулентного 2014-го. 2021 год – последний стабильный год в медиапространстве, поскольку в 2022-м кардинально меняется медиаландшафт: под запретом в России оказывается часть социальных сетей, некоторые известные массмедиа и медиаперсоны попадают в список иностранных агентов и т. п., что заставляет все научно-популярные проекты испытать определенную «встряску». Обращение к соразмерным периодам в три года продиктовано неохватностью материала. Для анализа были взяты 2015, 2018 и 2021 годы из зафиксированного интервала 2015–2021 гг.

С опорой на описанную Д. С. Ильченко модель научно-популярного издания и медиаэстетический подход к анализу журналистских материалов систематизированы единицы анализа, позволяющие зафиксировать трансформацию научно-популярной журналистики с позиций автора и адресата научно-популярного интернет-издания. Обосновываются и описываются выбранные критерии анализа – тематическая характеристика интернет-издания и ранжирование популярности тем (в том числе с учетом мониторинга аккаунтов социальной сети «ВКонтакте»), способы представления текста в условиях цифровой среды, жанровая характеристика интернет-издания, объем материала, рубрикация, статус автора, теги, упоминание страны, цитирование научных источников, эмоциональная тональность. Также по результатам анализа эмпирической базы по некоторым критериям обнаруживается, что часть особенностей научно-популярного журналистского текста не претерпела значительных изменений – создатели научно-популярных материалов придерживаются позитивной или нейтральной эмоциональной тональности и уделяют особое внимание российской науке и ее достижениям на протяжении всего анализируемого периода. Определено, что особенностью научно-популярной журналистики является ее ориентация на совмещение двух одновременно значимых функций – образовательно-просветительской и рекреативной. Посредством этого реализуется коммуникационная цель данного тематического направления – популяризация науки и научного знания.

Второй параграф второй главы («Трансформация типа адресата научно-популярного интернет-издания») представлен анализом аудиторного аспекта (типа адресата) с учетом медиаэстетического подхода по ранее сформулированным и описанным критериям: тематической характеристике издания и ранжированию популярности тем издания (в том числе с учетом мониторинга аккаунтов в социальной сети «ВКонтакте»), объему медиатекста, способам его представления в условиях цифровой среды. Обращение к аудиторному аспекту продиктовано тем, что современный медиадискурс основан на запросе адресата, тип которого определяет типологическую модель издания и способы представления информации. Трансформация научно-популярной журналистики обусловлена в том числе изменением типа адресата.

Анализ научно-популярных публикаций в интернет-изданиях и сообществах в социальной сети «ВКонтакте» позволил выявить тематические предпочтения адресата, которые характеризуются нестабильностью и при сохранении традиций меняются под воздействием социальных, экономических и иных факторов.

Адресат современных научно-популярных интернет-изданий заинтересован не только и не столько в фундаментальных знаниях, сколько в их прагматической значимости. Очевидна тенденция постепенного снижения популярности публикаций о естественных науках, за исключением медицины и биологии, интерес к которым в определенный исторический период был обусловлен пандемией, и увеличения внимания к общественным и гуманитарным наукам.

При характеристике типа адресата в настоящее время невозможно точно и однозначно определить его предпочтения при выборе объема журналистского текста. Самые успешные и рейтинговые научно-популярные проекты придерживаются различных подходов к объему публикаций, что позволяет сохранить и удержать интерес аудитории. Способы подачи информации в научно-популярных медиатекстах модернизируются. Повышается запрос на использование упрощающих приемов: обращение к сторителлингу, объяснение посредством бытовых примеров, создание яркого публицистического образа на основе актуальных аналогий и прецедентных феноменов, включение дополнительной справочной информации, использование стилистически маркированной лексики и образно-выразительных средств (ирония, юмор, сленг и т. п.), геймификация контента, описание наглядного эксперимента.

Непрерывно увеличивается процент мультимедийных компонентов в публикациях научно-популярных интернет-изданий – фотографий, иллюстраций, инфографики, видео, анимации, тестов, так как адресат требует создания условий для быстрого и удобного освоения научной информации с обязательной развлекательной составляющей, он заинтересован в эмоционально насыщенной тональности и экспрессивном формате диалога.

В третьем параграфе второй главы («*Трансформация типа автора научно-популярного интернет-издания*») для исследования трансформации научно-популярной журналистики на основе анализа изменения типологической модели издания введено понятие «тип автора», которое позволяет рассматривать автора как определенную, продуманную, обусловленную информационной политикой издания и его типологическими особенностями, потому относительно устойчивую, систему функциональных действий, методов, приемов и средств создания научно-популярного текста. В качестве важнейших характеристик типа автора, которые и стали единицами анализа, были выбраны жанровая характеристика научно-популярного интернет-издания, статус автора публикации и аргументация научной информации в материале.

Сопоставительный анализ трех научно-популярных интернет-изданий «Постнаука», Naked Science, N+1 позволил выделить и классифицировать 13 жанров научно-популярных интернет-изданий. Их можно распределить на следующие группы:

1) *традиционные жанры журналистики*: интервью, комментарий, новостное сообщение (заметка), статья, фотофакт; 2) *жанры научной коммуникации*: анализ мифов, гипотеза, лекция, отрывок из книги; 3) *жанры цифровых массмедиа*: игра; образовательная анимация, подкаст, список.

Установлено, что авторы научно-популярных интернет-изданий чаще всего обращаются к статье и новости; к активно набирающим популярность жанрам

мы отнесли игру и подкаст. Это позволяет говорить о том, что авторы научно-популярных массмедиа создают тексты и с явно выраженной авторской позицией, и с намеренной минимизацией присутствия автора. Для типа автора в научно-популярной журналистике характерны свобода творчества в определении объема и жанра публикации, понимание типологических особенностей специализированного издания и необходимости поиска нового способа взаимодействия с аудиторией, который обусловлен развитием цифровых медиаформатов и других тенденций в медиасреде.

При анализе статуса автора публикаций научно-популярных массмедиа определено, что статус автора научно-популярных материалов определяется его профессиональными качествами: это может быть и ученый, и журналист, и даже пользователь. Научное знание может быть представлено как с позиции эксперта, авторитетного специалиста в научной среде, то есть члена научного сообщества, который обращается к аудитории без посредников и пользуется доверием и уважением, так и с позиции журналиста, который иногда прямо заявляет о своем «непрофессионализме», но понимает принципы распространения информации посредством текста и владеет навыками выстраивания эффективной коммуникации с адресатом. Характерной особенностью стала относительная популярность коллективного автора и автора без указания профессионального статуса. Выявлена ориентация дискурса на деанонимизацию текста: минимальное количество материалов подписывается коллективным автором или остается анонимным. Персонализация автора представлена указанием на его профессиональные и иные характеристики, дополняющие его имя и фамилию.

Каждое научно-популярное интернет-издание формирует уникальный стиль общения с аудиторией, *tone of voice*. В «Постнауке» доминирует строгий, официальный тон, указывающий на намеренное, принятое в научной коммуникации дистанцирование. Naked Science предпочитает более доступный для массового потребителя способ представления информации, подчеркивая свою открытость и стремление стать ближе к аудитории. N+1 характеризуется самой неформальной тональностью, часто с обращением к иронии и юмору, что указывает на стремление привлечь к теме науки представителей молодой аудитории. При этом все интернет-издания входят в топ самых читаемых российских научно-популярных массмедиа, что свидетельствует об эффективности выбора типа автора и понимании типа адресата.

Также как устойчивая тенденция обозначено желание авторов научно-популярных материалов как можно убедительнее аргументировать свою точку зрения. Независимо от жанра (развернутое объяснение в статье и лекции или лапидарная информация в новостном сообщении) аргумент является обязательным элементом научно-популярных публикаций. Особое внимание авторы уделяют источникам информации, ссылкам на дополнительные материалы, включая гиперссылки, которые позволяют адресату верифицировать информацию. Это свидетельствует о стремлении авторов сформировать доверительные отношения с адресатом, что относится к первостепенным задачам редакционного коллектива.

В Заключении подводятся итоги исследования и намечаются перспективы дальнейшего изучения научно-популярной журналистики в контексте непрерывного развития российского медиапространства. Отмечено, что работа позволила сделать вывод о роли научно-популярных массмедиа в современном российском информационном пространстве, обусловленной прежде всего многообразием их функций и потенциальными возможностями перманентно развивающихся цифровых форматов. Трансформация научно-популярной журналистики указывает на ее высокий потенциал, который отвечает запросам современной цифровой среды и аудитории, освоившей новые формы коммуникации.

Список публикаций автора по теме диссертационной работы

Публикации в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России:

1) Панюкова С. А. Научно-популярный сторителлинг на YouTube-канале / С. А. Панюкова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2018. – № 1 (27). – С. 122–128.

2) Панюкова С. А. Функциональность метода цифрового сторителлинга в научно-популярных материалах / С. А. Панюкова // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2020. – Т. 26, № 3 (199). – С. 105–111.

3) Панюкова С. А. Освещение пандемии коронавируса в контексте научно-популярной журналистики / С. А. Панюкова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 4 (38). – С. 151–157.

4) Панюкова С. А. Освещение феномена Аркаима в контексте научно-популярной журналистики / С. А. Панюкова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – № 4 (42). – С. 151–157.

5) Панюкова С. А. Репрезентация образа Аркаима в пользовательской среде (на примере ресурса «Яндекс Дзен») / С. А. Панюкова, Т. Б. Исакова // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2021. – Т. 1, № 4 (36). – С. 151–158. Авторский вклад соискателя составляет 70 %.

6) Панюкова С. А. Трансформация контента научно-популярного российского медиа «Постнаука» / С. А. Панюкова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2022. – № 4 (46). – С. 109–114.

7) Панюкова С. А. Трансформация контента научно-популярного российского медиа «Naked science» / С. А. Панюкова, Т. Б. Исакова // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2022. – Т. 1, № 4 (39). – С. 142–149. Авторский вклад соискателя составляет 70 %.

8) Панюкова С. А. Формирование образа Аркаима как научно-популярного феномена в пользовательской среде (на примере ресурса «Пикабу») / С. А. Панюкова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2022. – № 3. – С. 136–139.

9) Панюкова С. А. Конструирование медиаобраза археологического памятника Аркаим в пользовательском контенте / С. А. Панюкова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2023. – № 4 (50). – С. 96–101.

Публикации в журналах, индексируемых в международных базах данных Scopus (Q3) и Web of Science:

10) Panyukova S. A. Content analysis of visual elements in scientific journalism (on the example of the Website Postnauka) / S. A. Panyukova // TEEM'18 Proceedings of the Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality. – P. 558–562.

11) Paniukova S. Russian amateur and professional popular science channels on YouTube / S. Paniukova // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (III Post mass media in the modern informational society (PMMIS 2019). Journalistic text in a new technological environment: achievements and problems; Chelyabinsk State University, March 28–29, 2019). – Vol. 66. – P. 480-489.

12) Симакова С., Панюкова С., Топчий И. Автономия изображений: о месте авторских рисунков в современной коммуникации научно-популярной тематики / С. Симакова, С. Панюкова., И. Топчий // Przegląd wschodnioeuropejski. – 2019. – № X/1. – С. 337–345. Авторский вклад соискателя составляет 33 %.

13) Paniukova S. Storytelling method in popular science journalism / S. Paniukova // MEGATRENDS AND MEDIA Digital Universe (Conference Proceedings from the International Scientific Conference 16th – 17th April 2019 Congress Hall of the Slovak Academy of Sciences Smolenice, Slovakia). – 2019. – С. 112–118.

Главы в коллективных монографиях

14) Панюкова С. А. Медиаэстетика научно-популярного контента YouTube-каналов / С. А. Панюкова // Медиаэстетический компонент современной коммуникации: коллективная монография. – Челябинск: Челябинский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2020. – С. 265–293.

Другие публикации:

15) Панюкова С. А. Научно-популярная журналистика и ее визуализация в Интернете: обзор исследований по теме / С. А. Панюкова // Медиасреда. – 2018. – № 13. – С. 139–143.

16) Fedorov V., Panyukova S. Role of visualization in construction of narrative (by the example of portal «postnauka» materials) / V. Fedorov, S Panyukova // 5th international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts SGEM 2018 : Conference proceedings, Albena, Bulgaria, 26 августа 2018 года. – Vol. 5. Issue 3.6. – Albena, Bulgaria: Общество с ограниченной ответственностью СТЕФ92 Технолоджи, 2018. – P. 121–128. Авторский вклад соискателя составляет 50 %.

17) Панюкова С. А. Ролевые модели ведущих научно-популярных шоу (на примере YouTube-каналов) / С. А. Панюкова // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство : Материалы IV международной научной конференции, Челябинск, 26–27 ноября 2019 года / Составитель А. А. Морозова. – Челябинск : Челябинский государственный университет, 2019. – С. 47–52.

18) Панюкова С. А. Особенности использования прецедентных текстов в научно-популярных видеоблогах (на примере платформы YouTube) / С. А. Панюкова // Медиачтения СКФУ : Материалы Третьей Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 23–25 мая 2019 года / Ответственные редакторы О. И. Лепилкина, А. М. Горбачев, Н. Н. Борисенко, Д. А. Шевцова. – Ставрополь : Сервисшкола, 2019. – С. 299–301.

19) Панюкова С. А. Подходы профессиональных журналистов и блогеров к освещению научно-популярной тематики: разум против эмоций / С. А. Панюкова // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы : Сборник материалов III конференции РММИС (Post massmedia in the modern informational society), Челябинск, 28–29 марта 2019 года / Под общей редакцией М. В. Загидуллиной. – Челябинск : Челябинский государственный университет, 2019. – С. 250–253.

20) Панюкова С. А. Аудиторные предпочтения в сфере научно-популярного видеоконтента / С. А. Панюкова // MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность : Материалы V Международной научной конференции, Челябинск, 24–25 ноября 2020 года / Под редакцией А. А. Морозовой. Том Часть 2. – Челябинск : Челябинский государственный университет, 2020. – С. 354–358.

21) Панюкова С. А. Освещение пандемии коронавируса в контексте научно-популярной журналистики как метод стабилизации настроений социума / С. А. Панюкова // Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем: Сборник аннотаций докладов IV Международной научной конференции памяти академика А. И. Татаркина, Челябинск, 25–26 ноября 2020 года / Под редакцией В. И. Бархатова, Д. А. Плетнева, О. В. Брижак, Г. П. Журавлевой. – Челябинск : Челябинский государственный университет, 2020. – С. 267–268.

22) Панюкова С. А. Противодействие фейковой информации посредством научно-популярного контента (на платформе YouTube) / С. А. Панюкова // Рекламное и PR-образование в условиях информационно-технологических перемен: актуальные вопросы и тренды : Сборник материалов II Международной научно-практической конференции, Челябинск, 17–18 апреля 2020 года / Под общей редакцией К. В. Киуру. – Челябинск : Челябинский государственный университет, 2020. – С. 266–270.

23) Панюкова С. А. Роль визуальных элементов в выстраивании нарратива (на примере материалов сайта «Постнаука») / С. А. Панюкова // Медиапространство Российской Федерации: глобальный и национальный аспекты : сборник конференции с международным участием, посвященной 95-летию со дня рождения выдающегося ученого, писателя, Заслуженного деятеля науки БАССР, Заслуженного деятеля науки РСФСР, доктора филологических наук, профессора Мидхата Фазлыевича Гайнуллина и 75-летию Великой Победы, Уфа, 18 ноября 2020 года. – Уфа : Башкирский государственный университет, 2020. – С. 223–230.

24) Панюкова С. А. Борьба с фейковой информацией в условиях инфодемии посредством научно-популярного контента / С. А. Панюкова // Коммуникативная культура: история и современность : Материалы X Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 30 октября

2020 года. – Новосибирск : Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, 2020. – С. 164–167.

25) Панюкова С. А. «Сказочность» и эстетика игры как элементы научно-популярного дискурса (на примере видеохостинга YouTube) / С. А. Панюкова // Второй российский эстетический конгресс : Тезисы докладов участников, Екатеринбург, 01–03 июля 2021 года / Составители и научные редакторы Т. А. Круглова, А. Е. Радеев. – Екатеринбург : Автономная некоммерческая организация высшего образования «Гуманитарный университет», 2021. – С. 415–417.

26) Панюкова С. А. Форматы репрезентации научно-популярного феномена в пользовательской среде / С. А. Панюкова // Коммуникация в современном мире : Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью, Воронеж, 20–21 мая 2022 года. Часть I. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2022. – С. 83–85.

27) Панюкова С. А. Интеграция научно-популярного феномена в культурный контекст в сетевых медиа / С. А. Панюкова // Диалог культур в медиaprостранстве : Материалы международного научного онлайн-форума, Ставрополь, 22 апреля 2022 года. – Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2022. – С. 120–122.

28) Панюкова С. А. Трансформация контента научно-популярного российского портала «N+1» / С. А. Панюкова // Динамика медиасистем. – 2023. – Т. 3, № 1. – С. 242–247.