

## Особенности научно-популярной журналистики в социальных сетях Рунета

Научный руководитель – Морозова Анна Анатольевна

*Сынбулатова Алиса Рамилевна*

*Студент (магистр)*

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

*E-mail: alice\_s94@mail.ru*

Сегодня социальные сети являются, пожалуй, важнейшим источником коммуникации внутри общества. В последнее время можно заметить все больше и больше сообществ и пабликов, предоставляющих сведения о фактах и явлениях окружающего мира для широкого круга подписчиков. Добавление видео, аудио, фотоматериалов, креолизация текста - все это позволяет сделать сложную научную информацию максимально понятной и наглядной. Преподносить подобные знания массовой аудитории видится нам одной из важнейших задач современного информационного пространства, так как наука является одним из самых значимых социальных институтов и важным средством укрепления картины мира. Распространять научные знания среди населения призвана научно-популярная журналистика (или же познавательная, также уместен термин «журналистика знаний») - она является весьма важным элементом в регулировании интеллектуального уровня современного общества. Научно-популярная журналистика призвана обеспечивать связь социума с ученым сообществом, сообщать об исследованиях и разработках, представлять современную научную картину мира в целом [3]. Исследователь Мукашева отмечает, что человечество активно использует и потребляет все больше информации, которая носит научный характер [4].

Главной проблемой при работе с информацией из ученого сообщества нам представляется трудность в ее понимании для людей, не обладающих специальными знаниями. Для наиболее полного восприятия такой информации аудиторией журналист вынужден максимально упростить ее и сделать более наглядной. Пояснение терминов, приведение аналогий из бытовой жизни, добавление графической информации - все это признаки успешного и понятного для массового читателя научно-популярного материала. По вышеприведенным причинам мы полагаем, что наиболее удобной площадкой для создания и распространения мультимедийно насыщенного контента становятся социальные сети. Они позволяют мгновенно распространять и множить контент, предоставляют пользователям возможность быстрой и удобной обратной связи, находить интересующие материалы по тегам и вступать в сообщества и группы по интересам.

Среди важных качеств, присущих социальным сетям исследователи выделяют следующее: контент может добавляться самими пользователями; пользователи могут видеть в режиме реального времени данные об объектах социальной сети (количество подписчиков, «лайков» и т.д.); пользователям доступны функции обмена информацией между собой; коллективность и увлеченность общими темами среди подписчиков сообществ; двусторонняя направленность коммуникации [1]. Также дополнительной особенностью соцсетей является возможность добавления виджетов - игр, приложений, флэш-презентаций, что позволяет расширить интерактивные и презентационные формы представления информации [2].

Все это позволяет рассматривать социальные медиа как пространство для активного развития процессов популяризации научных знаний. В нашем исследовании мы анализируем характерные особенности материалов, публикуемых в тематических сообществах

социальной сети «ВКонтакте». Критериями для анализа стали как количественные (число репостов и «лайков»), так и качественные показатели. К последним относятся анализ материалов с точки зрения доступности, понятности, насыщенности мультимедийными компонентами, а также логичность, достоверность, актуальность для читателей и стиль написания. Для анализа мы выбрали контент следующих сообществ «ВКонтакте»: «В космосе», «Наука и Факты», «Замедленная съемка» - в каждом было просмотрено и проанализировано около 50 постов. В ходе исследования мы установили что наиболее популярные материалы обладают следующими качествами: они в большей степени снабжены фото- и видеоконтентом; инфоповодом для них, как правило, служат новости об интересных научных открытиях; в данных материалах сложные термины используются по минимуму. Важной особенностью контента социальных сетей является заимствование приемов и жанров из других видов СМИ. К примеру, мы установили, что большой популярностью пользуется контент, позволяющий увидеть объекты и явления не доступные человеческому глазу (например, замедленная съемка различных процессов). Данный прием довольно часто используется в телевизионных программах; в Интернет-материалах он приводится как в видеоформате, так и в качестве gif-изображений. При анализе некоторых сообществ было установлено, что пользователи часто предпочитают такой формат восприятия информации: графическое изображение с добавлением нескольких строк описания. Это на наш взгляд можно сравнить с жанром фотогалереи на сайтах и журналах (например, он активно используется изданием National Geographic). В результате проведенного нами анализа мы видим социальные сети как весьма перспективное и удобное медиапространство для развития научно-популярной журналистики.

#### Источники и литература

- 1) Винник, В. Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. – 2012. – №4 (55).
- 2) Воронкин, А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество. – 2014. – №1.– С.650–675.
- 3) Литке, М. В. Гносеологические и коммуникативные установки авторов журнала «Вокруг света» // Вестн. Томского гос. ун-та. Сер. Филология. – 2013. – №5 (25). – С. 116–126.
- 4) Мукашева, М. Научно-познавательная журналистика – URL: <http://www.enu.kz/repository/repository2014/razvitie-nauchnoi.pdf>