
КУЛЬТУРОЛОГИЯ МЕДИА CULTURAL MEDIA

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4 (46). С. 109–114.

eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2022;4(46): 109–114.

eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья

УДК 070

DOI 10.47475/2070-0695-2022-10414

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНТЕНТА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО РОССИЙСКОГО МЕДИА «ПОСТНАУКА»

Светлана Александровна Панюкова

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, s.panukowa@mail.ru

Аннотация. В данной работе рассматривается направление научно-популярной журналистики: приводится комплексное определение данной медиаобласти с обзором подходов различных российских исследователей к ее трактовке. Также анализируются содержательные, жанровые и форматные особенности контента российского научно-популярного портала «Постнаука». В качестве материала исследования отобрана база публикаций названного медиа за 2015, 2018 и 2021 годы, включающая 600 единиц контента. Цель исследования – рассмотреть, каким образом на протяжении шести лет трансформировался контент научно-популярного портала, отметить ключевые тенденции данного процесса и зафиксировать современные особенности научно-популярных материалов. Ключевыми методами исследования становятся ручной и машинный контент-анализ и дискурс-анализ. В ходе исследования были выявлены следующие значимые тенденции, характерные для научно-популярного контента портала «Постнаука»: смещение от аудиовизуального контента к текстовому, увеличение количества материалов в современных цифровых жанрах и форматах и мультимедийных элементов в публикациях, нарастание частоты обращения к упрощающим приемам подачи научного контента и к использованию ссылок на научные источники и дополнительные материалы по теме, отражение в контенте актуальных интересов аудитории, постепенная концентрация интереса на достижениях и явлениях российской, а не мировой науки.

Ключевые слова: медиа, научно-популярная журналистика, Постнаука, научно-популярное СМИ, российская журналистика.

Для цитирования: Панюкова С. А. Трансформация контента научно-популярного российского медиа «Постнаука» // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4 (46). С. 109-114. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10414>.

Original article

TRANSFORMATION OF THE CONTENT OF POPULAR SCIENTIFIC RUSSIAN MEDIA “POSTNAUKA”

Svetlana A. Paniukova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, s.panukowa@mail.ru

Abstract. This article discusses the direction of popular science journalism: a comprehensive definition of this media area is given with an overview of the approaches of various Russian researchers to its interpretation. The content, genre and format features of the content of the Russian popular science portal “Postnauka” are also analyzed. The database of publications of the named media for 2015, 2018 and 2021, including 600 pieces of content, was selected as the research material. The purpose of the study is to consider how the content of the popular science portal has been transformed over the course of six years, to note the key trends in this process and to fix the modern features of popular science materials. The key research methods are manual and machine content analysis and discourse analysis. The study revealed the following significant trends that are typical for the popular science content of the Postnauka portal: a shift from audiovisual content to text content, an increase in the number of materials in modern digital genres and formats and multimedia elements in publications, an increase in the frequency of referring to simplifying methods of presenting scientific content

© Панюкова С. А., 2022

and the use of links to scientific sources and additional materials on the topic, the reflection in the content of the current interests of the audience, the gradual concentration of interest on the achievements and phenomena of Russian rather than world science.

Key words: media, popular science journalism, Postnauka, popular science media, Russian journalism.

For citation: Paniukova S. A. Transformation of the content of popular scientific russian media “Postnauka”. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2022; 4(46): 109-114. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10414>. (In Russ.).

В настоящее время в российском исследовательском медиаполе не присутствует сформированной единой признанной терминологии вокруг ключевого для данной статьи понятия «научно-популярная журналистика». Часть исследователей используют в своих работах термин «научная журналистика», и это приводит к тому, что категории «научная» и «научно-популярная журналистика» приравниваются. Например, подобные взгляды в своих исследованиях разделяет доцент Клаус Х. Грабовски, считающий, что задача научной журналистики – упрощение научной информации для доступного понимания людей, не относящихся к категории ученых [2]. Этому мнению придерживается и С. П. Локтев, который отмечает, что медиадеятельность, направленная на массовое распространение научной информации, относится к сфере «научной журналистики» [6]. Т. И. Фролова в своем пособии упоминает, что миссией научной журналистики является формирование взаимодействия науки и общества и противодействие тиражированию лженаучной информации [11. С. 8]. Далее автор обращается к описанию «компетенции журналистов научно-популярной тематики», что приводит к приравниванию терминов «научная» и «научно-популярная» журналистика в рамках указанной работы.

С. П. Суворова посвящает свое исследование данной проблеме и предпринимает попытку развести в научном российском медиаполе термины «научная журналистика» и «научно-популярная журналистика» [10]. Автор описывает различные функции и задачи, стилистические и содержательные характеристики данных направлений журналистики, обращая внимание на удовлетворение ими запросов различных целевых аудиторий. По ее мнению, научная журналистика направлена не на массовую аудиторию, а на узкую профессиональную группу – то есть она сконцентрирована на организации коммуникации в исследовательской среде, формировании целостного научного сегмента и его постепенное совершенствование. При этом материалы, относящиеся к научно-популярной журналистике, выполняют просветительскую функцию и предназначены для неограниченного круга лиц, они понятны широкой общественности и рассказывают о достижениях, актуальных событиях и представителях науки.

Мы придерживаемся позиции С. П. Суворовой и для дальнейшего исследования российского научно-популярного медиасегмента формулируем ключевые определения, поскольку на данный момент эта область не получила общепринятого терминологического аппарата. Научно-популярная журналистика – область журналистики, в рамках которой создаются медиаматериалы на научные темы для широкой аудитории и осуществляется коммуникация научного мира с широкой общественностью. Научно-популярное медиа – средство массовой коммуникации для широкой аудитории, специализирующееся на материалах научной тематики. Можно сказать, что подобные медиа сконцентрированы на популяризации науки и передаче научного знания общественности посредством замены сложного научного специализированного языка обыденным без искажения смысла. Стоит отметить, что научно-популярная журналистика активно изучается в российской исследовательской среде: можно отметить работы М. В. Загидуллиной [4], Р. Н. Абрамов [1], С. И. Симаковой [9] и так далее.

В данный момент научно-популярная журналистика является актуальной областью, поскольку постиндустриальное общество пребывает в стадии развития, когда каждый индивид должен обладать минимумом знаний, позволяющим обеспечивать функционирование социума и поддерживать качество жизни [3]. При этом данным задачам препятствует массовое мифологическое обыденное сознание [5. С. 105]. Необходимо формирование массовой научной культуры, которое должно начинаться с популяризации науки в среде молодежи. Об этом в своем исследовании пишет А. А. Пушкарев [8. С. 93], отмечая, что к 30 годам у большей части людей оказывается сформирован круг интересов, относящийся к практическим и профессиональным областям. Из этого следует, что научно-популярная журналистика должна сосредоточиться на освоении интернет-платформ как основного источника информации для молодежи (специфические черты молодой аудитории исследуют в том числе В. Ф. Олешко и О. С. Мухина [7]). Ключевыми форматами репрезентации научной информации в сети можно назвать: специализированные порталы, тематические разделы в интернет-СМИ, личные блоги и новостные агрегаторы.

В данной работе мы рассмотрим специализированный научно-популярный российский портал «Постнаука», являющийся одним из самых популярных российских медиа о науке. Это уникальный проект, в основе которого лежит оригинальная идея российских авторов: передача знаний напрямую от ученых, специалистов или экспертов в описываемой научной теме. Проект был запущен 24 мая 2012 года, его основателем и издателем выступили Ивар Максудов и Елена Верёвкина. Он рассказывает о современной

фундаментальной науке: точных, естественных, технических, общественных и гуманитарных отраслях знания. Посещаемость сайта – 93179 пользователей в сутки (по данным ресурса Alexa), более 20 000 человек в сутки (по версии редакции сайта «Постнаука»).

Собранная база контента сайта «Постнаука» включает 600 материалов: по 200 материалов, опубликованных в 2015, 2018 и 2021 годах. Мы сознательно отошли от ранжирования и отбора материалов по популярности у пользователей, объему или типу публикаций и остановились на методе случайной выборки. Это соотносится с целью исследования, которая заключалась в составлении комплексного представления о портале посредством изучения «типичного» контента проекта, включающего разноплановые по содержанию, стилю и иным характеристикам записи. В каждую подборку соразмерно вошли публикации с января по декабрь каждого года. Выбранные временные координаты (2015 год – год, отражающий состояние контента после политических и экономических изменений в России, произошедших в 2014 году; 2018 год – год до начала пандемии COVID-19, значительно повлиявшей и на научный контент; 2021 год – актуальное состояние контента) позволяют зафиксировать изменения научно-популярного контента на интересующем портале и его развитие на протяжении шести лет.

К отобранной базе материалов применяются различные методы анализа, среди которых ведущими стали ручной контент-анализ, дискурс-анализ и машинный семантический анализ, отмечающие и фиксирующие общие значимые тенденции при обработке значительного объема публикаций.

Критерии анализа и выводы по анализу блоков материалов по годам представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Анализ контента издания «Постнаука»

Критерий	2015	2018	2021
Основные жанры	Текстовая статья, видеолекция, отрывок из книги, интервью, подборка фактов, разбор, рекомендация или список. Видеоконтент – 57,5 %. Новые интернет-жанры – 7,5 %	Текстовая статья, видеолекция, лонгрид, тест, анимация, отрывок, из книги, интервью, авторский комментарий, подборка фактов (топ). Текстовый контент – 57,5 %. Новые интернет-жанры – 21 %.	Текстовая статья, видеолекция, лонгрид, интервью, подкаст, тест, отрывок из книги, анимация, рекомендация или список, анонс, прямой эфир. Текстовый контент – 75 %. Новые интернет-жанры – 40 %.
Основные рубрики (по данным сайта)	Видео, faq, журнал, книги, talk, лекция, TV.	Видео, faq, журнал, от редакции, игра, talk, книги.	Журнал, видео, faq, wtf ,talk, вопрос ученому, от редакции, книги, игра, главы.
Объем публикаций	Большой – 50,5 %; короткий – 29,5 %; средний – 20 %.	Короткий – 39 %; средний – 31,5 %; большой – 29,5 %.	Большой – 48,5 %; короткий – 30,5 %; средний – 21 %.
Мультимедийные форматы	146 иллюстраций, 123 видео, 5 инфографик, 2 формулы, 1 скриншот и 1 гифка. Отсутствуют интерактивные и аудиальные форматы.	439 иллюстраций, 96 видео, 41 гифка, 20 инфографик, 13 анимированных видео, 9 тестов и 1 скриншот. Отсутствуют аудиальные форматы.	354 иллюстрации, 96 видео, 95 инфографик, 47 справок, 2 анимированных видео, 2 схемы и 4 теста. Отсутствуют аудиальные форматы.
Деление на блоки	В 14 % текстов.	В 23 % текстов.	В 37,5 % текстов.
Наличие упрощающих приемов	Сторителлинг – 49 (24,5 %); объяснение посредством бытовых примеров – 21 (10,5 %); цитирование	Сторителлинг – 62 (31 %); объяснение посредством бытовых примеров – 58 (29 %); цитирование произведений художественной культуры – 17 (8,5 %).	Сторителлинг – 74 (37 %); объяснение посредством бытовых примеров – 70 (35 %); цитирование

	произведений художественной культуры – 8 (4 %). Наличие в 31 % публикаций.		произведений художественной культуры – 34 (17 %). Наличие в 64 % публикаций.
Основные темы публикаций	История, физика, философия, психология, биология, социология, астрономия, лингвистика, культура, политология. Популярны общественные и гуманитарные науки.	Биология, технологии, психология, физика, история, культурология, социология, анатомия, медиа, астрономия, математика. Популярны точные, естественные науки и технологии.	Биология, медицина, культурология, социология, психология, история, технологии, анатомия, физика. Популярны естественные, гуманитарные и социальные науки.
Основные редакционные теги	Гуманитарные науки, журнал, история, философия, точные науки, физика, психология, естественные науки, биология, социология. Популярны общественные и гуманитарные науки, представлены точные науки.	Журнал, точные науки, естественные науки, гуманитарные науки, биология, психология, технологии, когнитивные науки, физика, мозг. Популярны точные и естественные науки, представлены гуманитарные науки и технологии.	Журнал, естественные науки, гуманитарные науки, социальные науки, медицина, биология, психология, социология, точные науки, история, когнитивные науки, физика. Популярны естественные, гуманитарные и социальные науки, представлены точные и когнитивные науки.
Часто употребляемые в заголовках слова	Философия, глава, язык, теория, книга, революция, история, миф, политический.	мозг, тест, глава, данные, история, исследование, клещи, обучение.	человек, язык, жизнь, спорт, история, Китай, Постнаука, организм, цифровой.
Эмоциональная predisposition в материалах	Положительная – 114 текстов (57 %); нейтральная – 59 (29,5 %); негативная – 27 (13,5 %).	Положительная – 140 текстов (70 %); нейтральная – 46 (23 %); негативная – 14 (7 %).	Положительная – 123 текста (61,5 %); нейтральная – 40 (20 %); негативная – 37 (18,5 %).
Упоминание стран	Привязка к России – 41,5 %; привязка к другим странам – 30,5 %; без упоминания стран – 28 %.	Привязка к России – 35,5 %; привязка к другим странам – 27 %; без упоминания стран – 37,5 %.	Привязка к России – 54 %; привязка к другим странам – 21 %; без упоминания стран – 25 %.
Экспертность и аргументированность	Эксперт в качестве автора – 100 %. Ссылки на источники – 3,5 %.	Эксперт в качестве автора – 75 %. Ссылки на источники – 1,5 %.	Эксперт в качестве автора – 82 %. Ссылки на источники – 53 %. Дополнительные источники по теме – 35,5 %.

Данная таблица демонстрирует, что видеоконтент, доминирующий на сайте «Постнаука» в 2015 году, постепенно сменяется текстовыми материалами. Авторы в каждом из анализируемых периодов чаще обращаются к традиционным журналистским жанрам, однако мы видим, что присутствие новых цифровых жанров постепенно увеличивается (до 40 % в 2021 году). На сайте появляются современные жанры и форматы (лонгрид, игра, подкаст) и рубрики (от редакции, игра, wtf, вопрос ученому), отражающие переход к интерактивным форматам и появление материалов, написанных в развлекательной манере без обращения к экспертам.

Все анализируемые материалы мы отнесли к одной из категорий, исходя из объема публикации (продолжительности видео или длины текста): «короткий объем» – до 7 000 символов или 7 минут; «средний объем» – от 7 000 символов или 7 минут до 13 000 символов или 13 минут; «большой объем» – от 13 000 символов или 13 минут. Можно заметить, что авторы экспериментировали с объемом публикаций, сокращая количество «больших» материалов в 2018 году. Однако к настоящему времени около половины публикаций на сайте составляют объемные материалы, требующие вдумчивого чтения и времени от аудитории.

Мы видим, как постепенно увеличивалось количество мультимедийных элементов и их разнообразие на портале «Постнаука». Чаще всего на протяжении шести лет использовались иллюстрации (фотографии и цифровые изображения), однако возрастало количество и мультимедийных элементов, характерных для научно-популярной журналистики, – инфографики и справок. Также ранее мы упоминали о наличии подкастов на портале «Постнаука», однако на платформе это представлено аудиовизуальным форматом (видео), поэтому мы фиксируем отсутствие сугубо аудиальных форматов на портале.

Постепенно увеличивалось количество материалов, разделенных на отдельные блоки со своими подзаголовками. Данный прием упрощает для аудитории знакомство с представленной информацией, особенно если материал соответствует большому объему.

Также мы наблюдаем увеличение количества обращений к упрощающим приемам (сторителлинг, объяснение посредством бытовых примеров, цитирование произведений художественной культуры) – с 31 % в 2015 году до 64 % в 2021 году. Все это позволяет судить о том, что авторы портала стараются активно внедрять в свои материалы различные методы упрощения научного содержания и удержания внимания аудитории.

При этом авторы уменьшают количество контента, созданного в соавторстве с приглашенными экспертами (от 100 % в 2015 году до 82 % в 2021 году), однако чаще публикуют материалы со ссылками на источники и дополнительные источники по теме. Это дает возможность читателям самостоятельно убедиться в корректности информации, представленной в публикации, а также расширить свои познания в описываемой области.

Анализ тем публикаций, редакционных тегов и часто употребляемых в заголовках слов позволил зафиксировать, как менялось внимание авторов к различным областям научного знания. На наш взгляд, данные изменения сопоставляются с важными событиями и интересами аудитории в разные периоды времени, что позволяет судить о том, что портал «Постнаука» старается поднимать в своих публикациях актуальные проблемы и вопросы.

При этом эмоциональная предрасположенность в материалах практически не меняется (среди тенденции можно отметить медленное сокращение количества «нейтральных» публикаций). Хотя можно было бы предположить значительное увеличение негативных публикаций после начала пандемии. Однако эта гипотеза не подтвердилась: соотношение «позитивных» и «негативных» материалов в 2015 и 2021 годах изменилось не более чем на 5 %.

Среди заключительных тенденций, свойственных portalу «Постнаука», мы отметим постепенное снижение внимания к достижениям и явлениям мировой науки и концентрацию на описании сегмента российской науки. Лишь четверть контента в 2021 году носит универсальный характер без привязки к каким-либо странам.

Итак, данный анализ позволил зафиксировать трансформацию научно-популярного контента российского портала «Постнаука» и отметить некоторые значимые тенденции. Авторы стараются использовать современные форматы и способы привлечения и удержания внимания аудитории, находят и внедряют способы упрощения изложенного материала, что сопоставляется с главной задачей научно-популярного контента, обращаются к актуальным событиям и темам, интересным массовой аудитории.

Список источников

1. Абрамов Р. Н. Профессионализация научной журналистики в России: сообщество, знание, медиа // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2014. № 1. С. 111–123.
2. Грабовский К. Научная журналистика для журналистов // Полит.ру. URL: <http://polit.ru/article/2012/03/30/grabovsky/> (дата обращения: 18.09.2022).
3. Егорова В. М. Научная журналистика в Европе // Стенограмма мастер-класса «Наука в СМИ сегодня: опыт российской и британской журналистики» в рамках Недели науки. URL: http://csr-nw.ru/files/csr/file_category_1105.pdf (дата обращения: 18.09.2022).

4. Загидуллина М. В. Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста // Современная журналистика : сборник статей и материалов. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, Издательский дом «Филантроп», 2005. С. 218–226
5. Лебедев С. А. Философия науки. – М. : Академический проект, 2011. 731 с.
6. Локтев С. П. Научная журналистика в контексте цивилизации. URL: https://pglu.ru/upload/iblock/a55/uch_2008_xiv_00015.pdf (дата обращения: 17.09.2022).
7. Олешко В. Ф., Мухина О. С. Психологические особенности молодежной аудитории медиа в контексте исследования пользовательских реакций // Пользовательский контент в современной коммуникации : сборник материалов конференции. Челябинск : Челябинский государственный университет, 2021. С. 410–413.
8. Пушкарев А. А. Научно-популярная журналистика в Интернете как инструмент развития научно-технического прогресса Российской Федерации // Идеи и новации. 2016. № 3 (6). С. 91–97.
9. Симакова С. И. Визуализация информации в научно-популярных изданиях как способ привлечения аудитории // Журналистика–2016. 2016. С. 108–111.
10. Суворова С. П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2009. № 6. С. 14–23.
11. Фролова Т. И. Наука, СМИ, общество: как достичь взаимопонимания. М. : Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2015. 24 с.

References

1. Abramov, R. N. (2014). Professionalizacija nauchnoj zhurnalistiki v Rossii: soobshhestvo, znanie, media [Professionalization of scientific journalism in Russia: community, knowledge, media]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofija. Sociologija. Politologija* [Tomsk State University Bulletin. Philosophy. Sociology. Political science], 1, pp. 111–123. (In Russ.).
2. Grabovskij K. (2012). Nauchnaja zhurnalistika dlja zhurnalistov [Scientific journalism for journalists]. *Polit.ru* [Polit.ru], available at: <http://polit.ru/article/2012/03/30/grabovsky/> (accessed: 18.09.2022). (In Russ.).
3. Egikova V. M. (2013). Nauchnaja zhurnalistika v Evrope [Science journalism in Europe]. Stenogramma master-klassa «Nauka v SMI segodnja: opyt rossijskoj i britanskoj zhurnalistiki» v ramkah Nedeli nauki. [Transcript of the master class “Science in the media today: the experience of Russian and British journalism” as part of the Science Week], available at: https://www.csr-nw.ru/files/csr/file_category_1105.pdf (accessed: 18.09.2022). (In Russ.).
4. Zagidullina M. V. (2005.) Masterstvo populjarizacii nauki kak jelement professional'noj kul'tury sovremennogo zhurnalista [Mastery of popularization of science as an element of the professional culture of a modern journalist]. *Sovremennaja zhurnalistika : sbornik statej i materialov* [Modern journalism: a collection of articles and materials]. Yekaterinburg: Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta, Izdatel'skij dom «Filantrop», pp. 218–226. (In Russ.).
5. Lebedev S. A. (2011). *Filosofija nauki* [Philosophy of science]. Moscow: Akademicheskij proekt. 731 p. (In Russ.).
6. Loktev S. P. Nauchnaja zhurnalistika v kontekste civilizacii [Science journalism in the context of civilization], available at: https://upload.pglu.ru/iblock/a55/uch_2008_xiv_00015.pdf (accessed: 17.09.2022). (In Russ.).
7. Oleshko V. F., Muhina O. S. (2021) Psihologicheskie osobennosti molodezhnoj auditorii media v kontekste issledovanija pol'zovatel'skikh reakcij [Psychological features of the youth media audience in the context of the study of user reactions]. *Pol'zovatel'skij kontent v sovremennoj kommunikacii : sbornik materialov konferencii* [User content in modern communication : a collection of conference materials]. Chelyabinsk: Cheljabinskij gosudarstvennyj universitet, pp. 410–413.
8. Pushkarev A. A. (2016) Nauchno-populjarnaja zhurnalistika v Internete kak instrument razvitiija nauchno-tehnicheskogo progressa Rossijskoj Federacii [Popular science journalism on the Internet as a tool for the development of scientific and technological progress in the Russian Federation]. *Ideji i novacii* [Ideas and Innovations], № 3 (6), pp. 91–97. (In Russ.).
9. Simakova S. I. (2016) Vizualizacija informacii v nauchno-populjarnyh izdaniyah kak sposob privlechenija auditorii [Visualization of information in popular science publications as a way to attract an audience]. *Zhurnalistyka–2016* [Journalistic–2016], pp. 108–111. (In Russ.).
10. Suvorova S. P. (2009) Zhurnalistika nauchnaja i nauchno-populjarnaja: osobennosti predmetnoj oblasti, funkcij, zadach [Journalism scientific and popular science: features of the subject area, functions, tasks]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 10: Zhurnalistika* [Bulletin of the Moscow University. Episode 10: Journalism], 6, pp. 14–23. (In Russ.).
11. Frolova T. I. (2015) *Nauka, SMI, obshhestvo: kak dostich' vzaimoponimaniya* [Science, media, society: how to achieve mutual understanding]. Moscow: Fakul'tet zhurnalistiki MGU imeni M. V. Lomonosova. 24 p. (In Russ.).

Информация об авторе

С.А. Панюкова – старший преподаватель кафедры медиапроизводства.

Information about the author

Svetlana A. Paniukova – Senior Lecturer, Department of Media Production.

Статья поступила в редакцию 04.07.2022; одобрена после рецензирования 14.08.2022;
принята к публикации 20.08.2022.

The article was submitted 04.07.2022; approved after reviewing 14.08.2022;
accepted for publication 20.08.2022.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.