

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения  
и журналистики

**Феномен просветительских медиа (на примере проектов  
«Arzamas» и «Горький»)**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

студента 4 курса 432 группы

направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»

Института филологии и журналистики

Алиференко Игоря Владимировича

Научный руководитель:  
д.филол.н., профессор

\_\_\_\_\_

Е.Г. Елина

Научный консультант:  
к.филол.н., доцент

\_\_\_\_\_

И.В. Бибина

Заведующий кафедрой:  
д. филол. н., профессор

\_\_\_\_\_

В. В. Прозоров

Саратов  
2018

Пройдя путь от первых отраслевых и научных журналов до современных трансмедийных проектов, просветительские медиа в мире и России постепенно стали важным и влиятельным общественным явлением. С появлением Интернета и доступа к огромному количеству информации их появилось ещё больше, поэтому сейчас можно говорить о большом скачке в их развитии. Переход медиaprостранства в международную виртуальную сеть стал новым витком в развитии информационных технологий. Согласно диссертационной работе В.А. Парафоновой, «в России возрождается индустрия, которая немыслима без развития науки, а значит, научно-технической информации. На науку обращает внимание молодежь, а это значит, что рано или поздно возникнет и насущная потребность популяризации научных знаний в самой доступной журнальной периодике»<sup>1</sup>.

Просвещение становится в каком-то смысле модным: в последнее время появляется большое количество онлайн и оффлайн лекториев, на которых ученые понятным языком рассказывают о научных теориях, на полках книжных магазинов появляются написанные учеными книги в жанре «нон-фикшн», в кинотеатрах идет документальное кино, создаётся все больше просветительских СМИ. Профессия журналиста и медиаработника становится интереснее, причём интерес перемещается с технической составляющей на этическую. В исследовании проекта MediaToolBox «10 трендов новых медиа в 2016 году»<sup>2</sup> было выявлено, что решение заниматься журналистикой становится личным моральным выбором – равнодушие и нежелание просто молчать становятся важнее навыков и технологий, эмпатия выходит на первое место. Именно поэтому можно наблюдать такой всплеск создания платформ, направленных на распространение культурно-

---

<sup>1</sup> Парафонова, В.А. Научно-популярные журналы в структуре современных СМИ: типологические и профильные особенности: дис. ... канд. филол. н. / В.А. Парафонова. – Тверь, 2016. – С. 54.

<sup>2</sup> 10 трендов новых медиа в 2016 году [Электронный ресурс] // Media Toolbox [Электронный ресурс] URL: <http://mediatoolbox.ru/trends2016/> (дата обращения 10.06.2017). Загл. с экрана. Яз. рус.

просветительских ценностей: ПостНаука, N+1, Такие Дела, Арзамас и многие другие.

Однако современные образовательные медиа-проекты и просветительская журналистика нуждаются в систематизации, классификации по жанрам, в выявлении их характеристик и особенностей. СМИ в Интернете постоянно развиваются, а это неизбежно ведет к появлению новых жанров и форматов, изменению старых, а также их смешению. Просветительская, культурно-просветительская, научная, научно-популярная журналистика – чем отличаются все эти понятия друг от друга? Что действительно является частью этой категории СМИ, а что представляет собой отдельное явление? Именно в этом мы и собираемся разобраться в данной работе.

**Целью** нашей работы является рассмотрение главных принципов работы просветительских медиа, а также характеристика и разбор двух российских проектов.

**В наши задачи** входит:

- дать определение понятиям «просветительская журналистика» и «просветительские медиа»;
- показать, как в течение времени менялась просветительская журналистика и как появились медиа-проекты;
- выяснить, от чего именно зависит контент образовательных ресурсов и способы представления информации в проекте;
- выявить принципы, инструменты и технологии, которые сегодня применяют медиа для реализации своей просветительской функции;
- выявить специфику просветительских интернет-медиа, охарактеризовать их жанры, форматы, тематику материалов;
- проанализировать содержимое сайтов проектов «Горький» и «Арзамас» и дать характеристику каждому медиа;

- сравнить два указанных ресурса, определить их различия и найти общие тенденции в их развитии.

**Актуальность.** Данная тема является достаточно актуальной, так как сегодня одна из важнейших ролей в развитии культуры принадлежит СМИ. В современном обществе масс-медиа являются важным и эффективным инструментом распространения культурных ценностей и проводником культурно-просветительского контента, способствующего сохранению ценностей и традиций национальной культуры и русского языка. Важно и то, что современные просветительские СМИ сейчас привлекают к себе значительное внимание – они собирают большую аудиторию, их читает все больше и больше людей, появляется уже упомянутая мода на просвещение. Однако вместе с этим и трансформируется контент – сегодняшние просветительские СМИ очень сильно отличаются от вчерашних, порой может сложиться впечатление, что сам контент больше ориентирован на развлечение, нежели на выполнение просветительских задач.

**Новизна** работы связана с тем, что на данный момент современные просветительские медиа очень слабо изучены, границы их жанров размыты, а понимание того, что можно отнести к этой области, а что нет, пока нечёткое.

**Объектом исследования** является специфика функционирования и контента современных просветительских медиа-проектов.

**Предметом исследования** являются просветительские медиа-проекты «Горький» и «Арзамас».

### **Структура работы**

Наша работа состоит из:

- введения
- двух глав, которые делятся на два и три параграфа
- заключения
- библиографии исследования, включающей в себя 45 источников

## **Основное содержание работы.**

**В первой главе «История просветительской журналистики и формирование типологии просветительских медиа»** мы отслеживаем как в России впервые появилась просветительская журналистика, какие предпосылки были заложены к её появлению, а также что тогда считалось просветительской журналистикой вообще. Мы рассматриваем, как в течение времени менялась просветительская журналистика, а также, как появились просветительские медиа. Помимо их истории мы рассказываем и про то, как со временем исследователи определяли типологию просветительской журналистики, что вкладывали в понятия «научный» и научно-популярный» по отношению к медиа. Также делаем небольшой обзор инструментария современных медиа и разбираемся, какие свойства им присущи и какими принципами и технологиями они пользуются.

**В первом параграфе «История просветительской журналистики»** мы делаем краткий обзор истории российской просветительской журналистики и медиа, параллельно приводя исследования их видов и типологии. Период исследования охватывает около 200 лет: от первых просветительских статей в «Ведомостях» до современных медиа типа «Постнауки». В параграфе также рассказывается о том, как исследователи журналистики со временем классифицировали просветительские проекты и разделяли их по видам.

**Во втором параграфе «Типология просветительской журналистики»** мы разбираем современную типологию просветительской журналистики, а также пытаемся понять, какие её элементы используют просветительские медиа. В параграфе мы берем за основу систему разделения просветительских медиа А.С. Колоева и согласно ей даем определение культурно-просветительским, литературно-художественным, научно-популярным и другим видам медиа. Также мы рассматриваем жанровую характеристику просветительской журналистики Г.В. Лазутиной и

С.С. Распоповой, приведя таблицу со списком жанров просветительской журналистики.

**Третий параграф «Функции и свойства просветительских медиа»** посвящен обзору самых популярных и актуальных технологий и инструментов, которые медиа используют в своей работе. В параграфе мы даем определяем уникальность и отличие просветительских медиа от остальных, даем определение просветительской функции медиа, а также выясняем, при помощи чего она осуществляется. Далее мы определяем основные отличия в понятиях «научная» и «научно-популярная» журналистика, дабы избежать путаницы при разборе научно-популярных медиа. Также мы выделяем основные инструменты новых медиа, которые привел в своей работе медиаисследователь Лев Манович, а затем дополняем их другими характеристиками, которые сейчас активно используются в работе большинства медиа.

**Во второй главе «Анализ и характеристика «Arzamas» и «Горький»** мы делаем развернутый обзор двух популярных сейчас новых просветительских медиа. Мы приводим короткую историю развития медиа, рассматриваем его структуру, взаимодействие медиа с аудиторией, а также на конкретных примерах разбираем материалы, которые появляются на сайте и показываем специфику форматов, которые проявляются конкретно в этих медиа. В этом параграфе мы проводим параллели с уже определенными нами видами медиа, их инструментами, принципами и свойствами и пытаемся найти их применение в этих двух просветительских проектах. Также мы пытаемся понять, как именно данные просветительские медиа реализуют свою просветительскую функцию и как новые медиаформаты могут повлиять на аудиторию.

**В первом параграфе мы рассматриваем культурно-просветительский проект «Arzamas».** Мы приводим краткую историю развития проекта, прослеживаем, каким медиа было в начале и каким стало

сейчас, а также выясняем, как характеризуют проект его же создатели. Затем мы переходим к описанию структуры сайта, разбираемся, что содержат в себе разделы «Курсы», «Журнал», «События», «Онлайн-университет Arzamas» и «Радио Arzamas». Рассматривая каждый раздел, мы выясняем, какие форматы используются в каждом из них, а также определяем специфику каждого из них. Далее мы разбираем курс лекций «Русское военное искусство», который ведет Борис Кипнис, а также сопутствующие материалы к нему — материалы «Что можно и чего нельзя на войне», «Как подготовить боевого слона» и «Раны полководцев». На данных примерах мы рассматриваем, из чего в «Arzamas» состоят материалы, определяем специфику основных форматов проекта, выясняем, какую именно функцию несут материалы и какую ценность из них может вынести для себя читатель. Затем на других примерах мы разбираем специфику заголовков и лидов материалов сайта, проводя параллель между похожей подачей информации в массовых медиа, а потом выясняем, как именно в Arzamas выбирают приглашенных экспертов для видеолекций или написания материалов.

**Второй параграф посвящен литературно-художественному проекту «Горький».** Здесь мы также вначале показываем краткую историю создания проекта, а также приводим короткие высказывания из интервью с создателями «Горького», в которых они рассказывают о задачах и деятельности проекта, его отличии от других просветительских медиа и его потенциальной аудитории. После этого мы рассматриваем основные разделы сайта: «Рецензии», «Фрагменты», «Контекст» и «Книжную полку», а также анализируем их содержание. Мы подробно останавливаемся и разбираем все основные форматы каждого раздела, сравниваем их с выявленной типологией и принципами медиа первой главы, выясняем, какую роль они выполняют в реализации просветительской функции и какое воздействие оказывают на читателя. Также мы оцениваем текстовые особенности

написания материалов «Горького», подробно разбирая их структуру и художественные средства, используемые автором.

## **Заключение**

В заключение выпускной квалификационной работы подводятся итоги исследования и намечается перспектива дальнейшего изучения темы.

Мы понимаем, что выбранные нами проекты – это своеобразная реакция на трансформацию потребностей читателей, изменения в сфере медиа и появление новых технологий. Также мы приходим к выводу, что в течение нескольких столетий средства массовой информации постоянно трансформируются, используют новые платформы для распространения контента и постоянно находят новые инструменты для реализации просвещения. Проанализировав два проекта мы видим, что просветительские медиа не пытаются претендовать на научность и окончательное знание, а скорее пытаются мотивировать аудиторию к подробному изучению науки. Медиа пытаются сделать научные знания понятными массовой аудитории, стараются говорить с аудиторией на общем языке, привлекают её новыми форматами и изо всех сил пытаются задержать на себе её внимание.

Продолжение исследования мы видим в более подробном анализе жанровой структуры современных просветительских проектов, исследование влияния просветительских медиа на аудиторию, а также возможности их дальнейшего развития.