

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

**Популяризация науки в современной российской журналистике (на
примере журнала «Кот Шрёдингера»)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 255 группы

направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» (профиль «Системы
управления средствами массовой информации и коммуникации»)

Института филологии и журналистики

Кильдяковой Оксаны Александровны

Научный руководитель

д-р филол. наук, проф. В.В. Прозоров _____

подпись, дата

инициалы, фамилия

Научный консультант

канд. филол. наук С.В. Артёменко _____

подпись, дата

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор _____

В.В. Прозоров

Саратов
2018

Введение

С момента совершения первого научного открытия появилась необходимость в том, чтобы рассказать об этом людям, которые не разбираются в науке. Распространение научных знаний в доступном для понимания широкой аудиторией виде стало целью научно-популярной журналистики.

«Мост» между наукой и широкой аудиторией прокладывают научные журналисты, переводя научный язык на понятный всем. Они играют роль не только просветителей, но и популяризаторов, так как именно популяризация является основным инструментом просветительства в СМИ. В целом научная популяризация представляет собой вид деятельности, направленной на то, чтобы сделать научное знание, научный факт общедоступным, изложив его в понятной для широкого читателя (слушателя, зрителя) форме¹.

В нашей работе мы рассматриваем популяризацию науки в современной российской журналистике на примере журнала «Кот Шрёдингера» (далее – «КШ») – ежемесячного политематического научно-популярного журнала о науке и научных открытиях. Первый номер журнала вышел в октябре 2014 года. Тираж издания составляет 50 000 экземпляров. На официальном сайте четко обозначена цель создания «КШ»: «Задача наша – приспособить знания к жизни», то есть журнал выступает в роли просветителя и популяризатора науки.

Сразу обозначим, что Кот Шрёдингера – участник мысленного эксперимента австрийского физика-теоретика Эрвина Шрёдингера. Суть эксперимента состоит в том, что есть ящик и кот. В ящике имеется механизм, содержащий радиоактивное атомное ядро и ёмкость с ядовитым газом. Вероятность распада ядра за 1 час составляет 50%. Если оно распадается,

¹ Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М., 1999.

открывается ёмкость с газом, и кот погибает. Если распада ядра не происходит – он остается жив-здоров. То есть кот одновременно и жив, и мёртв.

Актуальность темы нашей работы обусловлена тем, что сейчас формируются благоприятные условия для развития нового витка отношений между наукой и обществом. Так, наблюдается положительная тенденция в развитии научно-популярной журналистики в России: в последние годы государство провозгласило курс, направленный на модернизацию российского общества и на совершение прорыва в области технологий².

Журнал «Кот Шрёдингера» как средство популяризации науки еще не становился объектом отдельного всестороннего исследования, не рассматривался такой широкий спектр методов, которые используют современные научные журналисты при создании научно-популярных материалов. С этим связана **новизна** нашего исследования.

Итак, **объектом исследования** служит научно-популярный журнал «Кот Шрёдингера». **Предметом исследования** являются характерные особенности «КШ», способствующие популяризации науки.

Цель нашей работы – на примере современного научно-популярного журнала «КШ» выявить наиболее интересные и эффективные способы популяризации научного знания в печатном издании, удовлетворяющие запросам читателя XXI века.

Задачами исследования являются:

- 1) изучить номера «КШ», вышедшие за три года его существования, с целью выявления основного круга тем, представленных в журнале;
- 2) проанализировать художественное оформление издания и способы подачи научной информации;
- 3) охарактеризовать языковые особенности и жанровое своеобразие журналистских материалов «КШ»;

² Макарова, Е.Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности: автореф. дисс. к филол. н. М., 2013, С. 3.

4) изучить целевую аудиторию журнала и составить обобщённый портрет читателя «КШ», чтобы понять, чем обусловлены и насколько эффективны выбранные редакцией способы популяризации науки;

5) посредством анализа реальной аудитории (подписчиков сообщества «Кот Шрёдингера» в социальной сети «ВКонтакте», покупателей журнала в магазине печатной продукции «Волга пресса», знакомых читателей «КШ») оценить степень «попадания» в своего читателя и востребованность журнала.

Структура данной работы обусловлена её предметом, целями и задачами. Она состоит из введения, первой главы (в ней мы даём характеристику «КШ» как популяризатору науки), второй главы (в которой исследуем целевую и реальную аудиторию журнала), заключения и списка литературы.

Основное содержание работы

Журнал «Кот Шрёдингера» – научно-популярное издание, следовательно, оно рассчитано на массы. Задачей сотрудников «КШ» было создать продукт, который будет интересен широкому кругу читателей и, следовательно, за счёт этого выполнит одну из своих главных целей – будет популяризатором науки. В первой главе мы выясняем, какими именно способами научные журналисты воспользовались для выполнения такой задачи, путём изучения характерных особенностей журнала.

Оказывается, в издании раскрывается много разнообразных увлекательных тем. Один из курсов, которые решили взять сотрудники «КШ» в журнале, – это ориентация на будущее. Именно поэтому в журнале активно публикуются материалы про роботов и искусственный интеллект, нейросети и исследования мозга, дальний космос. Мы заметили, что большее количество материалов «КШ» посвящено естественно-научным темам. По нашему мнению, это может быть обусловлено несколькими причинами. Во-первых, непосредственной связью естественных наук с окружающей средой, от которой человек так зависим. Люди по своей природе отличаются любопытством: им интересно узнать, как устроен мир. Так, человеку любопытно, «Почему гремит гром?», «Почему больно?», также ему интересен, например, состав потребляемой еды и прогноз погоды на завтрашний день. Ответы на вопросы подобного рода дают именно естественные науки, позволяя познавать Вселенную и познавать себя. Во-вторых, когда люди слышат слово «наука», многим из них сразу представляется образ безумного ученого в белом халате и пробирками в руках, проводящего эксперименты. А этот как раз по части естественных наук, в частности, химии, биологии, физики. Возможно, уделяя внимание естественным наукам, научные журналисты «КШ» пытаются предугадать запросы широкого круга читателей и хотят быть интересными им. Однако некоторые люди испытывают потребность и в познании чего-то нового из области гуманитарных, технических и точных наук, про что сотрудники «КШ» также помнят. При этом редакторы журнала придерживаются

патриотичной политики – читателя в основном знакомят с достижениями российской науки и рассказывают о российских ученых.

Такой широкий спектр знаний, который пытаются охватить сотрудники журнала, позволяет аудитории всесторонне развиваться. Читатели не только *своевременно узнают* о научных открытиях и изобретениях, сделанных в России и по всему миру, о последних сенсациях в разных областях науки и жизни, но и *получают больше информации* об окружающем мире и самих себе. Тематическое разнообразие, безусловно, важно для «КШ» как для научно-популярного журнала, так как он способен занять досуг широкого круга людей с разными интересами, что может способствовать его популярности среди массовой аудитории. Это, в свою очередь, способствует популяризации.

Для привлечения внимания к журналу важную роль играет его визуальная составляющая. Первое, что видит читатель, – обложка издания. Сотрудники журнала дали интересный эпитет своему журналу – «шершавый». Мы считаем, что «шершавый» – антоним к слову «глянцевый». Нам кажется, «шершавость» в данном случае – не только чисто физическая характеристика (бумага, на которой печатается «КШ», действительно шершавая), но ещё и определение качества и репутации издания. Именно «шершавость» выделяет «КШ» на фоне других научно-популярных изданий.

Оригинальная концепция издания «Кот Шрёдингера» включает в себя яркое иллюстративное сопровождение. Порой именно иллюстрации, а не заголовок материала, завораживают и побуждают прочитать текст. Иногда картинки носят весёлый характер. Например, на страницах издания можно увидеть изображение вируса, похожего на злобно улыбающийся смайлик, спящую статую свободы. Это говорит о том, что журнал не только просвещает, но и развлекает, что особенно привлекает массовую аудиторию. Мы считаем, что сотрудники «КШ», использующие картинки с толикой юмора, точно угадали потребность современной аудитории в информировании путем развлечения.

Научные журналисты «КШ» также обращаются к массовой культуре. Таких персонажей, как магистр Йода, Дейенерис Таргариен, можно встретить на страницах исследуемого нами издания. Как показывает практика, использование узнаваемых персонажей добавляет успеха материалу. Если эти персонажи – герои популярных кинопроизведений, то текст, несомненно, должен привлечь внимание широкой аудитории.

Разнообразны в журнале не только изображения, но и шрифты, и цвета. Визуальное выделение текста благодаря использованию разных шрифтов и цветовой заливки положительно влияет на восприятие материала. В связи с этим находящиеся по соседству текстовые материалы не похожи друг на друга, а внимание читателя концентрируется точно на основных моментах. Яркость не может не привлекать внимание широкого круга читателей. Сотрудники «КШ» смело экспериментируют с полями, периодически придумывая собственные дизайны. Возможно, они учитывают тот факт, что оформление интернет-страниц периодически меняется, поэтому решили идти в ногу со временем и следовать такой тенденции в своём издании. Такого же принципа создатели «КШ» придерживаются, печатая текст то на белом фоне, то на чёрном, то на фоне других цветов. Подобного рода изменения пробуждают интерес к журналу у читателей, которых в наше время сложно чем-то удивить, ведь становится любопытно, что сотрудники «КШ» придумают в следующий раз. Сам журнал выглядит от этого более современным.

Самое важное – в «КШ» язык изложения понятен для широкой аудитории, что и является главной задачей научных журналистов «КШ», ведь без этого популяризация науки невозможна. Они переводят научный язык на доступный для понимания массовой аудиторией с помощью метафор (вакцина – двойной агент, устойчивые к антибиотикам бактерии – бронированная пехота), аналогий и сравнений с явлениями, которые известны широкой аудитории. Языковая игра, которую используют журналисты «КШ», отражается и в заголовках материалов. В них часто обыгрывается элемент прецедентности («Кручу-верчу, позвонить хочу»). Сотрудники журнала

уверены: «Скучна научная статья без примеси фантастики», поэтому иногда заголовки в журнале «КШ» неожиданны и провокативны («О пользе падения головой в болото», «Чем крокодилы лучше мужчин»). Радует, что они оправдывают ожидания читателей и отвечают не только принципу эффектности, но и принципу эффективности. Зачастую материалы в «КШ» разбавлены шутками: «Будь у белки наша память, она бы умерла с голода, прежде чем вспомнила, куда спрятала орешки».

Сквозным персонажем всех номеров журнала является Кот, от лица которого ведётся диалог с читателем. Кота можно и видеть, и «слышать» на страницах издания, он постоянно напоминает о себе на полях и в иллюстрациях к материалам, а также периодически комментирует написанное журналистами. Тот факт, что один глаз Кота открыт, а второй закрыт, может быть связан с экспериментом Эрвина Шрёдингера, в котором кот одновременно и жив, и мёртв. По нашему мнению, это может означать и состояние современной науки в России. Присутствие Кота на страницах издания выделяет журнал на рынке научно-популярных изданий.

Журнал «КШ» отличается и необычными для научно-популярного журнала способами подачи информации – используется сайнстэймент/sciencetainment – информирование на научные темы посредством развлечения. В «КШ» часть научных сведений подается читателю, так, как принято в Интернете – кратко, ёмко, красочно. Примером может служить рубрика «Новости», похожая на новостную ленту в какой-нибудь социальной сети. Журнал «КШ» выделяется также повышенным градусом интерактивности. Так, в рубриках «Вопросы по номеру» (тесты по материалам издания), «Своими мозгами», «Своими глазами», «Своими руками», «Своими ногами», «Молекулярная кухня» и «Настольные игры» научные журналисты «КШ» активно взаимодействуют с читателем – побуждают его к тому или иному действию.

В журнале для изложения научного материала используются как традиционные жанры (новостные заметки, информационные и аналитические

статьи, интервью, репортаж), так и специфические, несвойственные для научно-популярных журналов жанры: комиксы, анекдоты, синтетические жанры. Например, материалы рубрики «Простые вещи» являются по сути информационными, но подчас облекаются в художественно-публицистическую форму. Они предлагают взгляд с непривычной стороны на предметы повседневного обихода. В рубрике всеобъемлюще рассказывается о какой-либо вещи с точки зрения разных наук. При этом сотрудники издания придумывают разные жизненные истории.

По нашему мнению, прибегая к «разноформатности», научные журналисты «КШ» «преображают действительность», превращая «сухие» статьи научного характера в продукт журналистского творчества. Таким образом они решают проблему привлечения внимания к журналу и справляются со своей основной задачей – донесением «переведённой» с языка ученых информации до аудитории, выступая в роли популяризаторов.

Вторую главу мы посвятили исследованию целевой и реальной аудитории журнала «Кот Шрёдингера». Будем понимать под целевой аудиторией издания тех читателей, для которых оно предназначено по замыслу создателей. Реальная аудитория – это аудитория, которая на самом деле читает журнал. Создатели журнала относят к своей целевой аудитории старшеклассников, студентов, молодых учёных, а также семьи, в которых уделяется значительное внимание образованию и науке. При этом по гендерной принадлежности число читателей практически одинаковое. Главный редактор «КШ» Григорий Тарасевич объяснил это сбалансированностью журнала – «мужских» и «женских» материалов, гуманитарных и естественно-научных тем. Отталкиваясь от этого, мы проанализировали образ читателя, который складывается при внимательном изучении журнала. Мы пришли к выводу, что журнал «КШ» рассчитан на активных, интересующихся наукой людей, которых привлекает тандем «наука+юмор» и которые с энтузиазмом относятся ко всему новому, ведь «КШ» отличается динамичностью и новаторскими способами подачи научной информации. При этом не важны ни пол, ни возраст, ни сфера

деятельности читателя, ни его образование.

Что касается исследования реальной аудитории «КШ», претендовать на высокую степень достоверности результатов нельзя: мы никогда не получим сведений обо всех прочитавших тот или иной номер журнала людях. Но попытаться составить примерный портрет читателя «КШ» мы можем, опираясь на некоторые косвенные данные. Проанализировав подписчиков сообщества «Кот Шрёдингера» в социальной сети «ВКонтакте», мы выявили небольшую разницу между подписчиками мужского и женского пола (61,1% женщин против 38,9% мужчин). Их возраст широко колеблется (от 14 до 77 лет), но подавляющему большинству читателей-подписчиков от 19 до 35 лет (71,19%). Большинство читателей «КШ» (70,8%) имеют высшее профессиональное образование (из них у 73,5% – техническая специальность). Отметим, что именно на этих людей и ориентировались сотрудники журнала при его создании. Нами был проведен опрос среди продавцов магазина печатной продукции «Волга пресса» в Саратове с целью выяснить возрастной контингент читателей «Кота Шрёдингера». Как оказалось, журнал на самом деле покупают люди разных возрастов, начиная от подростков и заканчивая людьми старшего возраста.

В рамках нашей работы мы взяли интервью у члена-корреспондента РАН, доктора физико-математических наук Д.И.Трубецкова, так как он является читателем исследуемого нами журнала «Кот Шрёдингера». По его мнению, у издания удачное название, также оно отличается разнообразием тем и их современностью. Как считает Д.И. Трубецков, журнал предназначен для поколения Z - центелиалов или цифрового поколения, растущего с гаджетами в руках и способного быстро получать необходимую точную информацию в любой момент, когда в этом появляется необходимость.

Заключение

Исследование журнала «Кот Шрёдингера» показало, что он отлично подходит на роль популяризатора науки. Издание сочетает в себе всё необходимое, чтобы способствовать популяризации науки среди массовой аудитории: актуальные темы; качественный и конкурентноспособный контент; доступный для понимания язык изложения; удобный для восприятия способ подачи материала. По нашему мнению, применение сотрудниками «КШ» такого способа подачи информации, как «сайнстэйнмент», – отличный способ, чтобы выделить журнал на рынке научно-популярных изданий и заинтересовать самую широкую аудиторию научной информацией. В связи с этим журнал обладает высоким стимулирующим, образовательным и интерактивным потенциалом. Несомненным достоинством «КШ» является его непрерывное развитие – модель журнала не статична, она всё время меняется.

В работе было выяснено, что к целевой аудитории журнала относятся центелиалы – представители поколения Z. Реальная же аудитория «КШ» оказалась гораздо шире целевой. Возможно, это случилось за счет обретающей популярность концепции «обучение в течение всей жизни». По нашему мнению, это связано и с тем, что «КШ» продвигается с опорой на аудиторию «Российской газеты», на официальном сайте которой публикуется каждый новый выпуск научно-популярного журнала. В любом случае тот факт, что реальная аудитория шире целевой, свидетельствует об эффективности выбранных редакцией методов популяризации науки. Как мы считаем, потенциальная аудитория «Кота Шрёдингера» безгранична. Читатель этого журнала должен лишь иметь желание познавать мир вокруг себя и с энтузиазмом относиться ко всему новому, ведь «КШ» – действительно «новый живой научно-популярный журнал».

Популяризация науки в современном печатном издании – тема актуальная и перспективная. Осталось ещё много вопросов, к которым хотелось обратиться в ходе исследования, но объём квалификационной работы не позволил этого сделать. Например, неосвещённым остался факт выхода «КШ»

на другой уровень общения с аудиторией. «КШ» принимает активное участие в различных просветительских акциях и проектах. Так, в рамках проекта «Летняя школа» журнал проводит образовательный лагерь «Лаборатория им. Кота Шрёдингера», предназначенный для учеников старших классов, которых «интересует нечто интеллектуальное, но при этом они ещё точно не определились с будущим направлением»³. То есть создатели «КШ» предоставляют возможность читателям-школьникам лично познакомиться с «кухней» журнала, а также помочь им с профориентацией. Создатели «КШ» очень активно проводят семинары и мастер-классы по научно-популярной журналистике для своих молодых коллег. То есть современное научно-популярное издание не замыкается на своей печатной версии, в деле популяризации науки очень важное значение имеет проектная деятельность, живое общение со своей аудиторией. Именно этого не хватает сегодня конкурентам «КШ».

Было бы интересно сравнить «Кот Шрёдингера» с другими научно-популярными российскими изданиями, прежде всего такими как «Наука и жизнь», «Популярная механика». «Наука и жизнь» имеет давнюю историю и прочно занимает свою нишу среди аналогов. Она отличается глубиной раскрытия тем и академичностью. «Популярная механика», напротив, пытается экспериментировать, идти в ногу со временем, придумывать какие-то «фишки» для привлечения современного читателя. Например, иногда можно встретить номера с дополнительной комплектацией. В 2006 году вышел «объёмный» журнал с 3D очками, в 2008 году – с УФ-фонариком, так как страницы были напечатаны невидимой невооруженным глазом краской.

В общем, можно видеть, что научно-популярные издания сегодня – это не «вещь в себе», а динамично развивающийся сегмент печатной журналистики, востребованный и заинтересованными читателями, и представителями науки, и государством.

³ Сайт «Летней школы» [Электронный ресурс]. URL: <http://letnyayashkola.org/sci-pub/> (дата обращения 10.03.2018)