

DOI 10.26105/SSPU.2023.83.2.012

УДК 316.74:070

ББК 60.524.224.021

К.П. ТРЕФИЛОВ

**ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ КОММУНИКАЦИИ
НАУЧНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ
ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ**

K.P. TREFILOV

**PRINCIPLES AND METHODS
OF COMMUNICATION OF SCIENTIFIC
AND EDUCATIONAL ONLINE EDITIONS**

Статья посвящена анализу основных принципов и методов коммуникации просветительских интернет-изданий в рамках концепции общественных научных коммуникаций (ОНК). Широкое развитие цифровых технологий и средств массовой информации способствует формированию новой среды научных коммуникаций, реализующих просветительские задачи. Данное обстоятельство помимо позитивных тенденций также включает в себе определенные вызовы для научного сообщества и его дальнейшего взаимодействия с социумом.

Цель: характеристика особенностей деятельности отечественных научно-просветительских интернет-изданий.

Материалы и методы: Статья базируется на результатах исследования, осуществленного в 2023 г. с помощью метода систематического анализа научной литературы, посвященной общественным научным коммуникациям. В статье также использованы данные анализа кейсов отечественных просветительских интернет-изданий.

Результаты и научная новизна: В статье дана социологическая характеристика понятий «медиапространство», «популяризация научного знания». На основании результатов исследования осуществлена систематизация основных принципов и классификация методов коммуникации, реализуемой просветительскими интернет-изданиями. Впервые на основе предложенной теоретической рамки рассмотрены кейсы таких популярных отечественных интернет-изданий, как Arzamas, Постнаука, электронный журнал «Нож».

The article is devoted to the analysis of the basic principles and methods of communication of scientific and educational editions within the framework of the conception of public scientific communications (PSC). The wide development of digital technologies and mass media contributes to the formation of a new environment for scientific communications implementing the enlightenment tasks. This circumstance, in addition to positive trends, also contains certain challenges for the scientific community and its further interaction with society.

Scientific purpose: characteristic of the features of the activities of Russian scientific and educational editions.

Materials and methods: The article is based on the results of the study carried out in 2023 using the method of systematic analysis of scientific literature devoted to public scientific communications. The article also uses the data from the analysis of cases of domestic educational online publications.

Results, scientific novelty: The article gives a sociological description of the concepts «media space» and «popularization of scientific knowledge». Based on the results of the study, the systematization of the basic principles and classification of communication methods implemented by educational online publications was carried out. For the first time, on the basis of the proposed

theoretical framework, the cases of such popular Russian online editions as Arzamas, Postnauka, the electronic journal «Knife-media» are discussed.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: коммуникации, общественные научные коммуникации, научное знание, популяризация научного знания, медиапространство, интернет-издания.

KEY WORDS: communications, public scientific communications, scientific knowledge, popularization of scientific knowledge, media space, online editions.

ВВЕДЕНИЕ. В современном мире благодаря синтезу средств массовой информации и цифровых технологий стало возможным формирование медиапространства. Развитие данной сферы привело к тому, что законы медиапространства стали, в свою очередь, влиять на современные СМИ, которые претерпевают существенные технологические и социокультурные изменения. По мнению И.М. Дзялошинского, к их числу можно отнести упрощение манипуляций данными, а также постоянное образование сетей взаимодействий между различными интернет-ресурсами [2, с. 98]. К ключевым особенностям современных масс-медиа исследователь также отнес интерактивность, механизм гиперссылок, виртуальность, симуляцию реальности.

Научные исследования и обыденные наблюдения свидетельствуют о том, что сформировалась принципиально новая среда общественных коммуникаций. Так, например, А.Д. Кривоносов в своей работе «Публичная среда и публичные коммуникации в эпоху Интернета» пишет, что публичные информационно-коммуникативные практики происходят в совершенно иной публичной сфере. Автор, вслед за Ю. Хабермасом, отмечает то обстоятельство, что современные средства массовой информации, или массмедиа, «стали главным институтом публичной сферы» [6, с. 4].

С одной стороны, возникновение новой коммуникативной среды является достижением коммуникативистики, поскольку способствует распространению в обществе знания в целом, научного знания, в частности. С другой стороны, она несет в себе серьезные вызовы научному сообществу, его взаимодействию с социумом. Одним из таких вызовов является безудержный количественный рост информации, напрямую связанный с развитием агентов и технологических средств коммуникации. В условиях многообразия источников и ресурсов информации далеко не всё знание оказывается полезным. Указанные выше обстоятельства актуализируют необходимость поиска качественной и достоверной информации, служащей источником развития общества и конкретных социальных групп и общностей.

Современная научно-просветительская деятельность тесно связана с медиапространством. Ее также затрагивает проблема многообразия информационных источников и ресурсов, их качества. Сегодня любой заинтересованный человек может получить доступ к многообразным научным материалам, подготовленным квалифицированными специалистами. Однако существуют и «псевдоэксперты», деятельность которых носит антинаучный характер. Созданный ими медиаконтент может ввести в заблуждение не только отдельного человека, но массовые социальные группы.

Данное обстоятельство иллюстрируется в недавних исследованиях ученых из Иллинойского университета в Урбан-Шампейн. Исследователи Томас О'Брайан и Райан Палмерс провели ряд психологических тестов, посвященных проблеме общественного доверия к науке. Итогом исследований стало дополнительное подтверждение их гипотезы о том, что распространённость лженауки в современном обществе — плата за высокий авторитет науки [10, с. 10]. Иными словами, сфера научных разработок, имея высокий авторитет в глазах широкой общественности, неизбежно привлекает разного рода популяризаторов, желающих выдать себя за первоклассных специалистов из области науки, хотя на самом деле они являются шарлатанами-паразитами, желающими прославиться за чужой счет. Все

это пагубно сказывается на общественном доверии к науке и ведет к трудностям распространения в обществе истинного научного знания.

Высокий уровень научной культуры позволяет человеку осуществлять осознанный выбор источников научной и научно-популярной информации, снижает (хотя и не сводит к нулю) риск попадания в ловушку псевдонаучного знания. При низком уровне научной культуры риск получения потенциально вредной информации оказывается выше.

В связи с обозначенной проблемой актуализируется вопрос о деятельности таких профессиональных агентов научно-просветительской деятельности, как интернет-издания, которые не просто популяризируют науку, но и формируют определенный уровень научной культуры в обществе.

ЦЕЛЬ статьи заключается в характеристике особенностей деятельности отечественных научно-просветительских интернет-изданий. В ней рассматриваются следующие исследовательские вопросы: 1) выявление принципов популяризации научного знания как особого вида коммуникации; 2) определение приемов, используемых интернет-изданиями для повышения интереса к ним. Практическое значение нашего исследования заключается в возможности использовать его результаты для идентификации надежности просветительских интернет-изданий и определения перспектив их развития.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ. Эмпирической базой статьи являются материалы, собранные с помощью двух методов: 1) систематического анализа научной литературы; 2) анализа кейсов просветительских интернет-изданий. С помощью первого метода в электронной библиотеке E-Library были отобраны научные статьи, посвященные деятельности по популяризации науки (по ключевым словам, «научно-популярное знание», «популяризация научного знания»). Обобщение материалов отобранных статей позволило выделить принципы, на которых строится деятельность любых субъектов общественных научных коммуникаций (журналистов, просветительских интернет-изданий и оффлайн-организаций). Общее количество статей, отобранных по заданным параметрам, составило 1581 источник.

Второй метод позволил проанализировать и обобщить деятельность конкретных отечественных интернет-изданий, сфокусировав внимание на веб-контенте, создаваемом ими. Цель такого анализа заключалась в выделении приемов презентации научно-популярного контента, повышающих интерес к нему со стороны целевой аудитории. Для анализа было отобрано три современных интернет-издания — «Постнаука», «Arzamas», «Нож». Отбор проводился по критерию популярности интернет-изданий среди широкой общественности. Популярность определялась исходя из количественного охвата аудитории, согласно статистическим показателям из открытых источников. Материалы выбранных изданий анализировались в соответствии с выделенными в статье принципами популяризации научного знания.

В рамках отобранных кейсов объектом для анализа стал веб-контент, создаваемый организациями, осуществляющими научно-просветительскую деятельность. В широком смысле контент — информация либо иной материал, имеющий содержательный характер, создающий основное наполнение информационных блоков для различных источников, ресурсов, порталов, зачастую представленных в виде веб-сайтов [2, с. 25]. В рамках данной статьи под контентом организаций, осуществляющих научно-просветительскую деятельность, мы понимали такие продукты деятельности, как текстовые и видеоматериалы (статьи, лекции), интервью, размещенные в общем или ограниченном доступе.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ключевые понятия исследования

Поскольку просветительские интернет-издания функционируют в медиасреде и подчиняются ее законам, прежде всего уточним содержание двух ключевых понятий — «медиапространство» и «популяризация научного знания».

Самой распространенной интерпретацией понятия медиапространства является его понимание как пространства, созданного при помощи преимущественно электронных средств коммуникации [2, с. 8]. Это полноценная среда, в которой индивиды или социальные группы и общности могут взаимодействовать друг к другу. Отличительной особенностью медиапространства является то, что в нем с помощью технологий создается среда визуальная (телекоммуникация) и звуковая (аудиокоммуникация). Эти виды сред, в свою очередь, влияют на повседневную реальность при помощи трансляции знания в широкие слои общественности.

Популяризация науки представляет собой разновидность научной коммуникации. В отличие от профессиональной научной коммуникации популяризация научного знания является его трансфером в неакадемическую среду, в которой научные достижения применяются не с научными профессиональными целями, а в интересах повседневной жизнедеятельности людей [8, с. 2]. Иначе говоря, суть процесса популяризации научного знания заключается в том, чтобы сделать возможным его использование не экспертами-профессионалами, а обычными гражданами, для которых сфера исследований и научных разработок не является объектом профессиональной деятельности.

Основные принципы популяризации научного знания

На основании анализа содержания научных статей, посвященных популяризации научного знания и деятельности просветительских организаций, в рамках данной работы нами были выделены следующие принципы популяризации научного знания как особого вида коммуникации:

- 1) опора на научное знание, представленное в авторитетных научных изданиях;
- 2) доступность языка (лексики), используемого для изложения научных материалов;
- 3) «принцип сравнения»;
- 4) привлекательность (иллюстративность) изложения научного материала;
- 5) создание эффекта непосредственного общения ученого и потребителя научного знания.

Рассмотрим каждый из вышеперечисленных принципов подробнее.

Принцип опоры на научное знание можно обозначить как главный среди пяти перечисленных. Сущность данного принципа заключается в том, что научно-просветительская деятельность должна основываться на достоверных академических первоисточниках. Научно-популярный контент, создаваемый добросовестным интернет-изданием, должен сохранять изначальный смысл фактов, аргументов, теоретических положений и эмпирических выводов, изложенных в научных статьях, монографиях, докладах. При этом допускается и даже необходим «перевод» со сложного дисциплинарного языка на язык научно-образовательного (но не повседневного житейского) знания, отличающегося стилистикой. Соблюдение обозначенного принципа, на наш взгляд, можно рассматривать в качестве одного из критериев оценки качества веб-контента интернет-изданий, действующих в научно-просветительской сфере.

Второй принцип, на котором базируется коммуникация, имеющая своей целью популяризацию научного знания, — доступность языка изложения, обеспечивающая понимание контента целевой аудиторией. Это означает, что языковой «код» освещаемого научного материала должен быть ориентирован на конкретную аудиторию. Тогда он позволяет излагать контент на «языке» коммуникантов-реципиентов без использования характерного для академической среды сложного тезауруса и обилия специальных терминов. На практике доступность изложения достигается благодаря двум моментам — знанию и учету культурных и образовательных особенностей целевой аудитории, а также последовательности и конкретности изложения материала.

Первые два принципа являются основополагающими для процесса популяризации научного знания, поскольку именно они делают возможным сам процесс коммуникации, при котором, во-первых, научная информация «доставляется» адресату практически в исходном виде (без потери и искажения ее смысла), а во-вторых, возможно ее понимание (декодирование) неспециалистом.

Популяризация науки не ограничивается лишь подготовкой и трансляцией научной информации. Она также требует завоевание внимания и приверженности своего «потребителя». Вместе с развитием маркетинговых технологий популяризаторам науки стали доступны инструменты привлечения потенциальной аудитории и ее удержания. По этой причине особенно актуальным для современной научно-просветительской деятельности как особого вида коммуникации становится «принцип сравнения» направленный на повышение привлекательности изложения.

Сравнение — достаточно распространенный принцип образовательной и пропагандистской коммуникации. Если научный коммуникатор использует повседневные образы, факты, знания, явления, уже известные аудитории, соотносит с ними транслируемое научное знание, он обеспечивает не только более быструю передачу и понимание научно-популярного контента, но и «радость узнавания». Кроме того, согласно современным достижениям в области психологии, маркетинга и когнитивистики, восприятие новых знаний становится гораздо легче, когда читатель/слушатель идет так называемым «путем исследователя». Наиболее близким по смыслу аналогом понятия «читателя, идущего путем исследователя», будет являться понятие образцового читателя второго порядка в концепции У. Эко [9].

Для соблюдения данного принципа является крайне важным создание таких условий, при которых потребитель научного знания вовлекается в процесс научного поиска, чувствует себя сопричастным к нему. У него существенно повышается мотивация к саморазвитию и дальнейшему углублению полученных знаний. Обилие сравнений и иллюстративность подаваемого материала определяют такое важное условие вовлечения в научно-исследовательскую деятельность, как мотивация.

Четвертый принцип коммуникации по популяризации научного знания — привлекательность изложения контента — на практике реализуется за счет инструментов дизайна, а также творческого потенциала авторского состава интернет-изданий. Нередко текстовый формат материала расширяется и дополняется также фото— и видеоматериалами.

Данный принцип является весьма важным, поскольку направлен на удержание внимания и еще большее вовлечение аудитории в процесс познания. Иными словами, подаваемый материал должен быть привлекательно оформлен с точки зрения, как текстовой стилистики, элементов выразительности, так и возможностей создания формата полезного или «серьезного» досуга. Более подробно понятие «серьезного досуга» излагается в работе канадского ученого Р. Стеббинса [11].

Наконец, пятый принцип — это создание эффекта непосредственного общения между ученым и профаном — потребителем научного знания. Реализация данного принципа возможна за счет внедрения элементов интерактива и доверительных отношений с аудиторией. Наиболее часто на практике это проявляется в использовании местоимений «вы», «мы», а также обилии риторических вопросов, восклицаний. Все это в совокупности способствует так называемой диалогизации процесса коммуникации, при которой автор научно-популярного материала выстраивает вполне реальный для читателя/слушателя диалог. Это положительно влияет на степень его вовлечения в процесс погружения в научное знание и закрепляет фокус внимания.

После рассмотрения основных принципов коммуникации, посредством которой осуществляется процесс популяризации науки, перейдем к анализу практик, реализуемых отечественными просветительскими интернет-изданиями.

Практики отечественных интернет-изданий в сфере научно-просветительской деятельности

В качестве объекта нашего исследования мы выбрали деятельность интернет-изданий в российском сегменте Интернета, занимающихся научно-просветительской деятельностью. Среди таких изданий — собственно электронные журналы, веб-порталы, интернет-ресурсы, активность которых направлена на создание медиапространства для распространения научного знания вне академической среды в форме, доступной для массовой аудитории.

Интернет-издание — это одна из форм современных средств массовой информации. Оно размещает свой контент на веб-сайте и действует в целом в той же системе координат, что печатные издания, включая профессиональные этические принципы научной журналистики [12]. Например, у каждого интернет-издания имеются такие непреложные атрибуты, как редколлегия, авторский состав, график выпуска, подписка. Стоит дополнительно подчеркнуть, что в России, в связи с особенностями нормативно-правовой системы, далеко не каждый веб-сайт может считаться полноценным интернет-изданием [7]. Владельцы интернет-ресурсов должны направить соответствующее заявление в Роскомнадзор и соблюдать все требования, указанные в Законе РФ № 2124-1 от 27.12.1991 «О средствах массовой информации» [3].

Рассмотренные в данной статье интернет-издания были отобраны по принципу их популярности. В выборку вошли проекты «Arzamas»¹ и «Постнаука»², а также «Интеллектуальный журнал о культуре и обществе — Нож»³. Их популярность определялась данными о количественном охвате аудитории, согласно статистическим показателям из открытых источников. В частности, нами учитывалось количество уникальных пользователей, посетивших данные ресурсы за январь 2023 г. Так, Постнауку посетило 4.6 млн чел., Arzamas — 1.7 млн чел., Нож — 1.5 млн чел.

Говоря о практиках современных отечественных научно-просветительских интернет-изданий, можно отметить, что все они так или иначе схожи между собой во всем, что касается методологии или принципов организации коммуникации с аудиторией. Различия же зависят от авторского состава конкретного издания и в большей степени проявляются либо при использовании инструментов продвижения (например, при выборе площадки, на которой публикуются материалы), либо в дизайне как самого сайта, так и его текстовой составляющей.

Анализ контента сайтов вышеобозначенных интернет-изданий позволил выделить следующие практики: «краткая выжимка», обилие ссылок на авторитетные источники, использование FAQ-формата, «технологизация», провокация интереса к дополнительным исследованиям, «мультиформатность». Некоторые из перечисленных выше практик можно обозначить как результат современных трендов научно-просветительской деятельности. Рассмотрим их последовательно и детально.

Суть практики «краткой выжимки» заключается в «сжатии» или аннотировании крупного научного материала, заимствованного из авторитетного первоисточника. В качестве примера можно привести реализуемую проектом «Постнаука» особую рубрику «Лекции», в которой в очень сжатом формате представляются лекции авторитетных деятелей из академической среды — профессоров, докторов наук.

Данный подход является эффективным как для аудитории, так и для интернет-издательства. Адресант может не тратить много времени для изучения сложного и объемного научного материала. Благодаря «выжимке» или аннотации он быстро поймет, будет ли

¹ <https://arzamas.academy>

² <https://postnauka.ru>

³ <https://knife.media>

ему интересна и далее данная тема. В случае положительного ответа он может реализовать свой интерес и углубить свое знание, перейдя к полной версии научно-популярной лекции по ссылке, указанной администрацией сайта и редколлегией.

Для интернет-издания подобная практика выгодна по нескольким причинам. Во-первых, создание подобного контента сопряжено с минимумом издержек (интеллектуальных затрат, человеко-часов). Во-вторых, функция популяризации научного знания при использовании такого метода оказывается выполненной, поскольку соблюдаются принципы опоры на научное знание и доступность изложения, вовлечения аудитории в процесс познания.

Однако у практики «краткой выжимки» есть риск — как для популяризаторов науки, так и для его аудитории. Он заключается в возможном искажении материала или его вульгаризации при «сжатии» материала. К этой проблеме мы еще вернемся чуть позже в рамках данной статьи.

С рассмотренной практикой связана еще одна — использование обилия ссылок на авторитетные источники, где зачастую и содержится более подробная информация. Данная практика в первую очередь направлена на соблюдение норм научной этики, поскольку исключает плагиат, воровство интеллектуальной собственности. Помимо этого, данная практика нередко используется в рамках стратегий продвижения как интернет-издательства, так и видных деятелей науки, работающих в партнерстве с ним.

Следующей практикой, активно используемой изданиями-популяризаторами науки, является использование «FAQ-формата». Термин «FAQ-формат» (от англ. Frequently asked questions) расшифровывается как наиболее часто задаваемые вопросы. Редакция собирает с помощью онлайн-анкетирования или электронных писем различные вопросы от своей аудитории, после чего тщательно структурирует их и подает ответы на них в виде интервью с собственным или приглашенным ученым-экспертом. Результатом данной практики становится внедрение соответствующей рубрики как специального раздела на сайте интернет-издания.

Названная практика, с одной стороны, активно работает на вовлечение аудитории в научно-исследовательскую сферу, а с другой — способствует продвижению интернет-издания как открытого публике, интерактивного. Выгода для интернет-издания заключается в том, что при активном использовании подобного формата практически исчезают издержки, связанные с поиском новых тем для выпуска. Кроме того, минимизируются риски игнорирования тем, интересующих целевую аудиторию, поскольку она сама формирует конкретный запрос.

Практику «технологизации» можно обозначить как особую, поскольку она связана с широким применением современных технологий по оформлению, распространению и продвижению научно-популярного материала. Данная практика реализуется в виде создания удобной навигации по сайту, оформлении ссылок в единой цветовой гамме, дизайне самого сайта. Важным аспектом данной практики является возможность поделиться материалом «в один клик», что означает возможность отправки ссылки на интернет-ресурс через интеграцию в адрес большинства популярных социальных сетей или мессенджеров (Вконтакте, Одноклассники, Telegram). Данная практика во много раз упрощает и усиливает эффект срабатывания так называемого «сарафанного радио».

Провокация на дополнительные исследования как практика реализуется в виде изложения в открытом доступе лишь части информации, сопровождающейся приглашением самостоятельно познакомиться с остальным научным материалом. Это выражается в словах: «почитайте», «посмотрите», «ознакомьтесь», после чего нарратив продолжается. Прежде всего данная практика направлена на то, чтобы пробудить в читателе, любопытство и жажду знаний.

Наконец последняя практика, реализация которой больше всех подходит на роль тренда в современной научно-просветительской деятельности, — направленность на мультифор-

матность [4]. Суть данной практики заключается в том, что интернет-издания стремятся использовать для передачи научно-популярного контента не только текстовый формат, но и подкасты (аудио-формат), видео-лекции (видео-формат).

Данная практика направлена на увеличение охвата целевой аудитории, что соответствует основной функции научно-просветительской деятельности, а именно — стремлению распространять научное знание в максимально широких социальных общностях. На перспективах использования данного метода мы остановимся в следующей части нашей статьи.

Подводя итог анализу способов передачи научно-популярного знания интернет-изданиями, подчеркнем, что рассмотренные практики соответствуют основным принципам популяризации научного знания, обозначенным в начале статьи.

Ранее мы упоминали о том, что для популяризаторов науки и их аудитории существуют определенные коммуникативные риски. В качестве основного мы можем назвать вульгаризацию научного знания. Вульгаризация — это явление, при котором серьезный научный материал излишне упрощается и искажается для обеспечения доступности, увлекательности изложения, вовлечения читателя. Данный риск дополнительно актуализируется в случае, когда авторы интернет-издания обладают уже сформированным индивидуальным стилем изложения, обусловленным, например, их карьерными или социокультурными особенностями.

С целью привлечения внимания потенциальной аудитории автор может несколько сместить акцент на доступность изложения, приводя неуместные неологизмы, упрощения, жаргонизмы. Опасность же заключается в том, что в таком случае научная ценность материала существенно снижается. Таким образом, действия автора находятся на тонкой грани между увлекательностью нарратива и искажением научных фактов.

В качестве примера приведем статью «Бандиты и закон», размещенную на веб-сайте Arzamas [1]. Она представляет собой краткую выжимку из интервью с доктором социологических наук Вадимом Волковым. На первый взгляд, представленный текст — хорошая научно-популярная статья. Но это впечатление сохраняется до тех пор, пока читатель не встречает в тексте на сниженные жаргонизмы, из-за чего статус жанра интеллектуальной беседы снижается.

В частности, в тексте есть абзац, посвященный методикам интервьюирования в так называемом «проблемном поле», которые Вадим Волков сам разработал. Один из пунктов методики обозначен следующим образом: «...не притворяйся тем, кем ты не являешься. Например, не надо делать вид, что ты тоже прибалтанный. Говоришь, что ты ученый, и спокойно ведешь себя, как ученый» [1]. На наш взгляд, здесь особенно интересно слово «прибалтанный», которое представляет собой пример излишнего жаргонизма, поскольку сам тезис в статье весьма доходчиво и исчерпывающе объясняет, что «быть собой и быть честным с тем, кого ты интервьюируешь».

Это лишь частный случай неудачного использования жаргонизмов как средства выразительности. В рассматриваемом кейс он, скорее всего, не так негативно влияет на общую научную ценность материала. В качестве другого примера, более наглядно отражающего риски современной научно-просветительской деятельности, приведем статью, размещенную на том же сайте Arzamas, под названием «Компьютерные игры: взгляд социолога (18+)» [5].

Главной фигурой статьи является известный социолог Виктор Вахштайн, который беседует с редакцией интернет-издания о влиянии компьютерных игр на общество и конструировании данными играми принципиально новой социальной реальности, в связи с чем в статье упоминается концепция Альфреда Шюца.

Во-первых, стоит отметить, что в тексте интервью много противоречий, поскольку отсутствует четкое обозначение области дискурса. Во-вторых, нет центрального для данной статьи определения того, что есть компьютерная игра, что и делает невозможным опреде-

ление дискурса. После названия статьи в качестве превью вынесено изображение популярной игры World of Warcraft с заманчивой подписью «Чем World of Warcraft похожа на сон или безумие». Однако в тексте статьи игра World of Warcraft упоминается один или два раза.

Это является примером кликбейтных названий (от англ. Click bait) — еще одной практики, к которой активно прибегают в сфере массовых коммуникаций. Суть данного инструмента сводится к созданию «кричащего» названия и «украшению» его не менее яркими изображениями или иными средствами выразительности с целью привлечения внимания как можно большего количества людей.

Проблема использования данной практики заключается в том, что у читателя рано или поздно возникает эффект обманутых ожиданий, снижается доверие к интернет-изданию и мотивация к получению научного знания. Для самого интернет-издания негативный эффект проявляется в потере и сложностях удержания аудитории. В перспективе такие «уловки» приводят к снижению доверия граждан к научному сообществу и науке в целом.

Возвращаясь к упомянутой статье об идеях В. Вахштайна, отметим, что читатель, увидев яркий заголовок настраивается на интеллектуальный разговор о популярной игре World of Warcraft в контексте социальной проблематики. В итоге он получает обсуждение ученым и редакцией интернет-издания иных тем, практически без упоминания игры.

ВЫВОДЫ. В заключение важно отметить не только риски, но и перспективы развития сферы научно-просветительской деятельности. На наш взгляд, в современном социальном контексте становится особенно востребованной направленность на мультимедийность передачи научно-популярного знания. Эффективность деятельности интернет-издательства повышается, если оно транслирует свой контент во всех трех основных форматах — текстовом, аудио и видео. В числе перспектив развития практик просветительских интернет-изданий стоит отметить нарастающую интерактивность веб-контента. Данный процесс характеризуется тем, что конечный потребитель научно-популярного знания становится соучастником процесса его производства, что находит свое отражение в практике «FAQ-формата». Помимо перечисленных перспектив развития современных интернет-изданий стоит подчеркнуть и технологический аспект их деятельности, а именно — нарастающие универсальность и возможность тонкой настройки дизайна под запросы и особенности отдельно взятого пользователя, а также алгоритмов современных площадок, на которых размещается научно-популярный контент.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бандиты и закон: взгляд социолога // Arzamas. URL: <https://arzamas.academy/materials/969> (дата обращения: 04.05.2023).
2. Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России. М.: Аспект Пресс, 2015. 312 с.
3. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) // Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 04.05.2023).
4. Кирилин К. А. Формы и методы популяризации науки в российских СМИ // Мир науки культуры и образования. 2018. № 4. С. 439–441.
5. Компьютерные игры: взгляд социолога // Arzamas. URL: <https://arzamas.academy/materials/947> (дата обращения: 04.05.2023).
6. Кривонос А. Д. Публичная среда и публичные коммуникации в эпоху интернета // Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 1. С. 68–74.
7. Петрушин Е. В. Является ли интернет средством массовой информации. URL: <https://www.rg.ru/2008/08/25/internet.html> (дата обращения: 27.04.2023).
8. Сухенко Н. В. Специфика популяризации науки в России // Вестник НГТУ им. П. Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». 2016. № 4. С. 18–22.

9. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста. СПб.: Симпозиум, 2007. 502 с.
10. O'Brien T.C., Palmer R., Albarracin D. Misplaced trust: When trust in science fosters belief in pseudoscience and the benefits of critical evaluation // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2021. Vol. 96. Article no. 104184.
11. Stebbins R.A. *Leisure Activities in Context: A Micro-Macro/Agency-Structure Interpretation of Leisure*. New York: Routledge, 2017. 198 p.
12. Tenopir C., King D. *Towards electronic journals: realities for scientists, librarians, and publishers*. Washington, DC: Special Libraries Association, 2000. 488 p.

REFERENCES

1. *Bandity i zakon: vzglyad sociologa* [Bandits and the law: the view of a sociologist] // Arzamas. URL: <https://arzamas.academy/materials/969> (data obrashcheniya: 04.05.2023). (In Russian).
2. Dzyaloshinskij I.M. *Sovremennoe mediaprostranstvo Rossii* [Modern media space of Russia]. M.: Aspekt Press, 2015. 312 s. (In Russian)
3. *Zakon Rossijskoj Federacii «O sredstvakh massovoj informacii» ot 27.12.1991 N 2124-1* [Law of the Russian Federation of December 27, 1991 N 2124-1 «About Mass Media»] (red. ot 29.12.2022) // Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (data obrashcheniya: 04.05.2023). (In Russian).
4. Kirilin K.A. *Formy i metody populyarizacii nauki v rossijskikh SMI* [Forms and methods of popularization of science in the Russian media] // *Mir nauki kul'tury i obrazovaniya*. 2018. № 4. S. 439-441. (In Russian).
5. *Komp'yuternye igry: vzglyad sociologa* [Computer games: the view of a sociologist] // Arzamas. URL: <https://arzamas.academy/materials/947> (data obrashcheniya: 04.05.2023). (In Russian).
6. Krivososov A.D. *Publichnaya sreda i publichnye kommunikacii v epohu internet* [Public Environment and Public Communications in the Age of the Internet] // *Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik*. 2016. № 1. S. 68-74. (In Russian).
7. Petrushin E.V. *Yavlyaetsya li internet sredstvom massovoj informacii* [Is the Internet a Mass Media]. URL: <https://www.rg.ru/2008/08/25/internet.html> (data obrashcheniya: 27.04.2023). (In Russian).
8. Suhenko N.V. *Specifika populyarizacii nauki v Rossii* [The specifics of the popularization of science in Russia] // *Vestnik NGTU im. R.E. Alekseeva. Seriya «Upravlenie v social'nyh sistemah. Kommunikativnye tekhnologii»*. 2016. № 4. S. 18-22. (In Russian).
9. Эко У. *Rol' chitatelya. Issledovaniya po semiotike teksta* [The role of the reader. Studies in the semiotics of the text]. SPb.: Simpozium, 2007. 502 s. (In Russian).
10. O'Brien T.C., Palmer R., Albarracin D. *Misplaced trust: When trust in science fosters belief in pseudoscience and the benefits of critical evaluation* // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2021. Vol. 96. Article no. 104184. (In English).
11. Stebbins R.A. *Leisure Activities in Context: A Micro-Macro/Agency-Structure Interpretation of Leisure*. New York: Routledge, 2017. 198 p. (In English).
12. Tenopir C., King D. *Towards electronic journals: realities for scientists, librarians, and publishers*. Washington, DC: Special Libraries Association, 2000. 488 p. (In English).