

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Гуманитарный институт  
Кафедра культурологии

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Копцева Н. П.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ  
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК И ИСКУССТВА  
НА ПРИМЕРЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ САЙТОВ

50.04.03 История искусств

Научный руководитель \_\_\_\_\_ проф., канд. филол. н. В. А. Разумовская

Выпускник \_\_\_\_\_ К. И. Шиманская

Рецензент \_\_\_\_\_ доц., канд. филол. н. Т. В. Тарасенко

Красноярск 2018

Продолжение титульного листа ВКР по теме «Современные способы популяризации гуманитарных наук и искусства на примере научно-популярных сайтов».

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_

А. Е.

Худоногова

## РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация по теме «Современные способы популяризации гуманитарных наук и искусства на примере научно-популярных сайтов» содержит 83 страницы текстового документа, 83 использованных источника, 1 приложение.

«ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ», «ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК И ИСКУССТВА», «ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ НАУКИ», «НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ САЙТ», «ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ».

Объект исследования: популяризация гуманитарных наук и искусства, представляющая историко-художественные процессы и явления в научно-популярных медиа глобальной сети.

Цель исследования: определение специфики популяризации гуманитарных наук и искусства в сети Интернет.

В ходе исследования популяризация гуманитарных наук и искусства была рассмотрена в качестве самостоятельного типа научной популяризации, критерием для определения которого послужил ее предмет, обуславливающий своеобразие типологических характеристик; была описана специфика популяризации гуманитарных наук и искусства в сети Интернет и проведен анализ научно-популярных сайтов сети Интернет как современных форм популяризации гуманитарного знания.

По результатам исследования научно-популярный сайт был признан перспективным средством популяризации гуманитарных наук и искусства, что обуславливается сочетанием научной глубины и современной, привлекательной формы, что стало возможно благодаря новым информационным технологиям.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	3
1 Гуманитарные науки и искусство как предмет научной популяризации . . .	10
1.1 Популяризация гуманитарных наук и искусства: типологическая характеристика явления .....	10
1.2. Популяризация гуманитарных наук и искусства: история вопроса .....	21
1.3. Принципы популяризации гуманитарных наук и искусства . . . . .	25
1.4. Каналы распространения научно-популярной информации в сфере гуманитарных наук и искусства .....	30
2 Популяризация гуманитарных наук и новые информационные технологии .....	35
2.1 Специфика популяризаторской деятельности в сети Интернет . . . . .	35
2.2 Научно-популярный сайт как форма популяризации гуманитарных наук и искусства .....	41
3 Популяризация гуманитарных наук и искусства в сети Интернет .....	48
3.1 Сайты традиционных научно-популярных средств массовой информации как форма популяризации гуманитарных наук и искусства . . .	48

3.2 Сайты сетевых научно-популярных средств массовой информации как форма популяризации гуманитарных наук и искусства . . . . .	56
3.3 Сайты образовательных проектов как форма популяризации гуманитарных наук и искусства . . . . .	60
Заключение . . . . .	68
Список использованных источников . . . . .	71
Приложение А. Проанализированные в ходе исследования научно-популярные сайты . . . . .	80

## **ВВЕДЕНИЕ**

Научная популяризация в России имеет давнюю традицию – на протяжении вот уже почти трехсот лет она знакомит неспециалистов с новейшими достижениями в области науки, культуры, техники, искусства.

Своего расцвета популяризаторская деятельность достигла в XX веке [77], во многом определившим ее сегодняшний облик, однако на протяжении всех этапов своего развития, связанного с множеством драматичных перипетий, ей была свойственна одна и та же черта – исключительное внимание к естественнонаучным дисциплинам.

В 1959 году английский писатель, физик по образованию, Ч. П. Сноу прочел в американском Кембридже лекцию «Две культуры и научная революция», во всеуслышание заявив о назревшей проблеме двух культур: «научной» и «художественной». Вскоре она приобрела общекультурный

характер, обозначив независимое существование, разобщенность, противостояние двух систем познания. Искусства и гуманитарные науки, с одной стороны, и естественные и точные науки, с другой рассматривались как два совершенно разных языка и полемически заостренные друг против друга мировоззрения, которых «разделяет стена непонимания, а иногда ... даже антипатии и вражды» [73].

Практически сразу же Советский Союз откликнулся на проблему «двух культур» знаменитым спором «физиков» и «лириков». Начавший дискуссию И. Г. Эренбург писал: «Все понимают, что наука помогает понять мир; куда менее известно то познание, которое несет искусство... Наука помогает узнать известные законы, но искусство заглядывает в душевные глубины, куда не проникают никакие рентгеновские лучи...» [86]. Однако физики, как известно, одерживали верх, о чем в знаменитых строках сожалел известный поэт

Б. А. Слуцкий: «что-то физики в почете, что-то лирики в загоне».

Можно сказать, что победу «физики» одержали и в деле научной популяризации, что остается актуальным и сегодня: в первую очередь популяризация науки обращает внимание на жизненно важные дисциплины, способные когда-нибудь проложить для людей пусть сквозь звезды и излечить от всех болезней. Официальное руководство Национальной ассоциации научных журналистов не содержит ни слова о гуманитарных науках, рассматривая как сферу своей деятельности физическое и психическое здоровье человека, генетику, космос, климат и защиту окружающей среды [7].

Характерно, что проблема отражается даже на лексическом уровне. Так, английскому science – «наука» отвечает «popular science», в то время как для гуманитарных наук – humanities соответствующего термина просто нет.

Между тем Д. С. Лихачев полагал, что всестороннее развитие общества невозможно без гуманитарных наук, питающих духовную жизнь человека, являются вкладом в общее состояние духовной жизни народа, делают

общество морально здоровым. Во всех сферах деятельности людей культура придает упорядоченность и самоорганизацию, снижает процессы, ведущие к беспорядку, поднимает уровень духовной и экономической жизни [68].

Как справедливо заметил Сноу, научной культуре, игнорирующей художественные ценности, грозит эмоциональный голод и антигуманность. Подтверждением тому может послужить даже функциональная асимметрия головного мозга человека – как пишут М. П. Игнатова и А. В. Волошинов, «таким образом сама природа позаботилась о существовании и «физиков», и «лириков» в одной культуре и им правильнее не конфликтовать, а сосуществовать, дополняя друг друга» [9].

То же самое мы можем сказать и о научной популяризации, обозначив тем самым необходимость популяризации не только естественнонаучных и точных знаний, но также гуманитарных наук и искусства, отражающих историко-художественные процессы и явления в их различных измерениях.

Популяризация результатов собственных «научных исследований в устной, письменной, виртуальной формах», а также «участие в разработке образовательных и культурно-просветительских аспектов государственной политики в сфере освоения и популяризации всемирного и отечественного художественного наследия» сегодня являются профессиональными задачами, прописанными в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования по направлению подготовки «История искусств» [56].

Однако время сопора «физиков» и «лириков» отделено от сегодняшнего дня кризисом научной популяризации, вынудившим ее определить для себя дальнейшие пути развития, найти новые формы, которые позволили бы сохранить уникальное и ценное содержание. Перед ней встали вопросы, как вернуть свою когда-то многочисленную аудиторию, как сделать свой контент интересным и конкурентоспособным, как сохранить свой неповторимый облик и обрести необходимые для жизни в современном мире черты, – одним словом, как эволюционировать и избежать вымирания.

В этих условиях отечественные научно-популярные медиа обратились к возможностям новых (компьютерных) информационных технологий – их использование привело к стремительной трансформации научной популяризации, обусловившей тем самым ее «второе рождение» [18].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что обращение научно-популярных медиа к сети Интернет знаменовало собой новый этап в развитии научной популяризации, в результате чего одной из качественно новых форм ее существования стали научно-популярные сайты.

Актуальность исследования современных средств популяризации гуманитарных наук и искусства заключается в том, что именно сегодня, впервые за все постсоветское время, мы можем наблюдать формирование благоприятных условий для налаживания отношений науки (в том числе гуманитарных дисциплин) и общества.

Приобретение все большей значимости научно-популярными медиа подтверждается интересом как со стороны общественности, начинающей с любопытством относиться к научно-популярным проектам, так и со стороны самих медиа, уделяющих все больше внимания распространению научно-популярной информации. Правительство в последнее время также стремится стать учредителем новых научно-популярных средств массовой информации, традиционных и новых, организатором научно-популярных лекториев и фестивалей. Равным образом можно говорить и об изменении отношения научного сообщества к медиатизации науки, становящейся в современном мире необходимым условием ее выживания.

Нельзя также не отметить и увеличение числа научно-популярных интернет-сайтов, что, безусловно, свидетельствует о востребованности данной формы научной популяризации благодаря использованию возможностям глобальной сети.

Таким образом, научная популяризация сегодня из дела нескольких энтузиастов превращается в современное и мощное движение, у которого даже появилась своя критика. Во избежание эмоционального голода и



антигуманности особое внимание должно быть уделено развитию популяризации в сфере гуманитарного знания и искусства. Примечательно, что сегодня одной из важнейших задач, решаемых государственной культурной политикой РФ, является популяризация материального и нематериального культурного наследия, что бессмысленно без распространения знаний о нем.

Целью исследования является определение специфики популяризации гуманитарных наук и искусства в сети Интернет.

Цель исследования определяет ряд задач:

1. Рассмотреть популяризацию гуманитарных наук и искусства как тип научной популяризации, определив ее типологические характеристики;
2. Описать специфику популяризации гуманитарных наук и искусства в сети Интернет;
3. Проанализировать научно-популярные сайты сети Интернет в качестве современных форм популяризации гуманитарных наук и искусства.

Объектом исследования является популяризация гуманитарных наук и искусства, представляющая историко-художественные процессы и явления в научно-популярных медиа сети Интернет.

Предмет исследования – научно-популярный сайт как форма популяризации гуманитарных наук и искусства через новые медиа в сети Интернет.

Материал исследования представлен 50 научно-популярными сайтами российского интернета (данная совокупность включает в себя как сайты традиционных и электронных научно-популярных средств массовой информации, так и самостоятельные интернет-ресурсы), список которых представлен в таблице А.1.

Методология исследования основывается на индуктивных и дедуктивных методиках, позволивших в ходе осуществить как анализ, так и синтез выбранного материала, а также на методе типологии.

Основной круг проблем, которые затрагивает исследование, касается распространения и популяризации гуманитарного знания и искусства в частности и науки в целом, современного состояния популяризации, характеризующегося трансформацией ее традиционных форм и появлением новых под воздействием новых информационных технологий.

Несмотря на то, что специальных системных исследований по популяризации гуманитарных наук и искусства до настоящего времени не появлялось, некоторые аспекты данного феномена были освещены в отдельных работах. Одним из первых к этой тематике обратился Г. Р. Дрюбин, исследовавший научно-популярную литературу гуманитарного профиля. Особенности популяризации гуманитарных наук на примере печатных средств массовой информации были рассмотрены Б. П. Пастуховой, в сети Интернет – Н. Т. Тарумовой. Кроме того, популяризация гуманитарных наук и искусства активно обсуждалась практиками, о чем свидетельствует множество интервью: главного редактора научно-популярного портала Arzamas Ф. В. Дзядко, основатель проекта Magisteria.ru А. Борейко, научные журналисты В. В. Сонькин, О. В. Закутняя, историк Л. С. Клейн.

Что же касается корпуса исследований, посвященных изучению различных средств популяризации науки, то он весьма обширен. Первые попытки формулирования философского и теоретического взгляда на популяризацию можно найти в работах И. А. Герцена, В. Г. Белинского и Д. И. Писарева. Уже в XX веке специфика научно-популярной периодической печати была подробно изучена Э. А. Лазаревич, к которой впоследствии присоединились В. А. Парафонова, А. И. Акопов, М. И. Хаскина, А. В. Панков, С. П. Суворова, А. С. Колоев. Что же касается популяризации науки в сети Интернет, то этому свои работы посвятили Н. В. Дивеева, Е. Е. Макарова, М. М. Горбунов-Посадов, И. С. Соколова. Предпринятые ими изыскания внесли большой вклад в создание типологии как научно-

популярных средств массовой информации, так и форм научной популяризации.

Особое внимание исследователей привлекает вопрос о том, какое будущее ожидает научную популяризацию в России, в связи с чем они обращаются к анализу проблем, стоящих на пути ее развития. Такие авторы, как А. А. Тертычный, В. И. Михалевич, Д. И. Раскин, Ю. З. Кантор, А. Г. Ваганов, Д. Г. Серебренникова, сообщают, к примеру, обо все еще недостаточной степени общественного интереса к научному прогрессу, усугубляемой общим падением культурного уровня, о коммерциализации средств популяризации науки, открывающей путь псевдонауке.

Новизна данной работы заключается в том, что, несмотря на активное обсуждение в среде практиков и имеющиеся отдельные научные труды, освещающие отдельные аспекты интересующего нас феномена, системного исследования популяризации гуманитарных наук и искусства, затрагивавшего быв том числе особенности ее функционирования в сети, все еще не было предпринято.

Предлагаемая в работе гипотеза состоит в том, что научно-популярный сайт является перспективным средством популяризации гуманитарных наук и искусства, что обуславливается сочетанием научной глубины и современной, привлекательной формы, что стало возможно благодаря новым информационным технологиям.

Теоретическая значимость исследования состоит в определении популяризации гуманитарных наук и искусства как самостоятельного типа научной популяризации, а также определении специфики функционирования его форм в сети Интернет.

Практическая ценность работы заключается в возможности использования результатов анализа при создании новых научно-популярных интернет-ресурсов, посвященных гуманитарному знанию и искусству, с учетом специфических особенностей их функций, контента и структуры. Как отмечают исследователи, будущее популяризации науки во многом зависит

от деятельности самих ученых, в связи с чем результаты исследования способны предоставить необходимые сведения о механизмах популяризации гуманитарного знания, их принципах и формах, что поможет укрепить значимость и культурный авторитет гуманитарных наук.

Работа состоит из трех глав, введения, заключения, списка источников, насчитывающего 92 наименования, и приложения. В первой главе, теоретической, популяризации гуманитарных наук и искусства рассматривается как тип популяризации науки во всем разнообразии ее типологических признаков. Во второй главе, также теоретической, научно-популярный сайт рассматривается как форма популяризации гуманитарных наук и искусства через новые медиа: даются определения сайта и научно-популярного сайта, приводятся существующие типологии, а также предлагается собственная. В третьей главе, практической, научно-популярные сайты сети Интернет рассматриваются в соответствии с критериями предложенных типологий. В заключении делается вывод о необходимости использования научно-популярного сайта в качестве актуальной и эффективной формы популяризации гуманитарных наук и искусства.

## **1 ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ И ИСКУССТВО КАК ПРЕДМЕТ НАУЧНОЙ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ**

В научной литературе существуют исследования, посвященные популяризации дисциплинарных парадигм или отдельных дисциплин. Следовательно, основываясь на предметном критерии, мы можем выделить популяризацию естественных наук, инженерных наук и технологий, наук о жизни, медицины, социальных наук и гуманитарных наук и искусства. В связи с этим популяризация гуманитарных наук и искусства рассматривается

нами как самостоятельный тип научной популяризации, критерием для определения которого послужил ее предмет.

### **1.1 Популяризация гуманитарных наук и искусства: типологическая характеристика явления**

В самом широком смысле популяризация представляет собой распространение знания. Происхождение от лат. *popularis* – народный подчеркивает характер данного процесса: «популярное изложение есть изложение общедоступное» [48], адресованное в первую очередь неспециалисту в данной области знания. Согласно словарю «Культура русской речи», популяризация – это «процесс изложения научной мысли, глубокого учения, научного понятия и т. п. в форме ясного, простого и действенного описания» [33].

Казалось бы, упомянутые ясность и простота свойственны и интересующему нас понятию. Тем не менее в литературе существуют различные его определения, с анализа которых нам представляется целесообразным начать предлагаемое исследование.

Прежде всего обратимся к законодательным определениям «популярного». ГОСТ 7.60-2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» считает научно-популярным «издание, содержащее сведения о теоретических и (или) экспериментальных исследованиях в области науки, культуры и техники, изложенные в форме, доступной читателю неспециалисту» [14]. «Издательский словарь-справочник» дает более широкое определение, сообщая, что научно-популярным является «издание, социально-функциональное назначение которого – популяризировать научные знания, достижения науки, культуры, техники, искусства и т. д. среди неспециалистов или специалистов областей науки, культуры и т. д., смежных по сравнению с той областью, к которой оно относится» [46].

Научные источники также богаты определениями популяризации науки, каждое из которых освещает тот иной аспект исследуемого явления, указывая на его связь с различными сферами человеческой деятельности.

Для Н. В. Дивеевой научная популяризация представляет собой особый вид массово-коммуникационной деятельности. Непосредственная близость к науке позволяет исследователю рассматривать научную популяризацию как «массовые внешние научные коммуникации, направленные на распространение научных знаний и/или формирование образа науки в общественном сознании» [18].

Своеобразным проявлением коммуникативного аспекта популяризации науки, делающим акцент на ее сложности и предполагаемой ею необходимости специальных навыков, можно назвать и часто встречающееся сравнение популяризаторской и переводческой деятельности. «Популяризация науки, – пишет, к примеру, И. В. Ставров, – это перевод добытых в ходе научного поиска знаний на язык, доступный неспециалистам» [75]. «Перекодированием, переводом на язык массовой культуры» считает популяризацию и Г. Р. Дрюбин [20].

Между тем Н. И. Тарумова обращает внимание на связь научной популяризации и процесса образования, важным компонентом которого та является. Рассматривая термин «образование» в расширенном его толковании как «процесс формирования общественно-доступных каналов коммуникации между фундаментальными знаниями и рядовым потребителем», исследователь определяет популяризацию науки как «доступное, рассчитанное на широкую аудиторию, изложение фундаментальных научных знаний», отводя тем самым ей роль одного из таких каналов [76].

Наконец, Е. Е. Макарова в первую очередь видит в популяризации науки «творческую деятельность, нацеленную на распространение в аудитории адаптированной к уровню её восприятия научных знаний» [42].

Согласно этой точке зрения, популяризация – это «особый вид научной работы и художественного творчества» [38].

Данные определения позволят нам выделить несколько аспектов научной популяризации.

1. Популяризация как коммуникация, поиск общего языка, способного обеспечить взаимопонимание и плодотворное общение между наукой и обществом. Примечательно, что установление контакта необходимо не только аудитории научной популяризации, для которой он является условием ее духовного и культурного развития, – в нем так же заинтересована и наука как в средстве формирования своего образа в сознании масс, оправдания собственного существования.

2. Популяризация как образовательный процесс, возможный благодаря налаженному контакту науки и общества. Важно, что это образование «вольных слушателей», «добровольцев», раскрывающееся для его участников как распространение знаний с одной стороны и самообразование – с другой.

3. Популяризация как творчество – научное и художественное. Как говорил академик С. И. Вавилов, создать «популярную книгу – это не значит, прочитав две специальных книги, написать третью; надо непременно вложить что-то новое» [69]. Это новое должно органично соединять в себе понятийные и образные средства, присущие научному труду и художественному произведению.

Итак, популяризация науки предстает перед нами в единстве коммуникативного, образовательного и творческого аспектов.

Это позволяет нам, пользуясь терминологией теории изобразительного искусства В. И. Жуковского, высказать предположение о «майевтической» роли научной популяризации.

Термин «майевтика» известен с древности – он был предложен еще Сократом и дословно переводится с греческого как «родовспоможение».

Обратимся к источникам для анализа того, какое значение он приобретает в рамках искусствоведения.

В. И. Жуковский рассматривает науку искусствоведение в триединстве истории и теории искусства, а также художественной критики, которым он приписывает знаточескую, исследовательскую и майевтическую функции соответственно. Деятельность искусствоведа-профессионала таким образом не ограничивается «коллекционированием» знания и изучением художественных произведений в качестве объектов познания, чем занимаются историк и теоретик искусства (искусствовед-знаток и искусствовед-исследователь). Майевтика в ипостаси художественной критики отвечает за оказание помощи в «осуществлении полноценного процесса творческого диалога между человеком-зрителем и произведением-вещью с порождением и кристаллизацией качества художественного образа в игровом пространстве взаимодействия партнеров отношения» [23].

Майевтика, таким образом, «есть суть налаживание коммуникации». Она как «педагог», «наставник» или «друг» (и это только некоторые из аспектов) помогает «родиться новому, более гибкому, знанию человека о себе и мире» при содействии созданных специально для этого (в случае искусствоведения – критических) произведений [72].

Совпадение ключевых аспектов – коммуникативного, образовательного и творческого – разрешает нам расширить понятие майевтики и увидеть в популяризации науки помощницу в освоении (рождении) знания. Художественная критика обращена на произведение искусства, популяризация – на науку, ее метод и, конечно же, предмет, которым для гуманитарных дисциплин нередко является произведение искусства. Следовательно, если мы имеем возможность говорить о искусствовед-майевтике в ипостаси критик, то справедливым будет и утверждение об ученом-майевтике в ипостаси популяризатор.

Можно заключить, что так же, как искусствовед может быть посредником в отношении зрителя с произведением искусства,



популяризатор – посредник между неспециалистом и интересующим его научным знанием.

В этом проявляется «майевтическая» роль научной популяризации.

В нашем исследовании мы обращаемся к популяризации гуманитарных наук и искусства, которая рассматривается нами как самостоятельный тип популяризации науки, выделенный по ее предметному признаку.

Предметом гуманитарных наук является человек, они отличаются интересом и вниманием к «его деятельности, и в первую очередь – деятельности духовной» [4]. По Г. Ч. Гусейнову, «гуманитарий занят научным изучением результатов художественной деятельности человека» [16].

В связи с этим нам представляется целесообразным рассматривать популяризацию гуманитарных наук неотрывно от популяризации искусства. Как писал М. М. Бахтин в работе «К философским основам гуманитарных наук»: «Предмет гуманитарных наук – выразительное и говорящее бытие. Это бытие никогда не совпадает с самим собой и потому неисчерпаемо в своем смысле и значении» [5]. Искусство же – это процесс творческого осмысления этого бытия во всех его проявлениях [41].

В соответствии с данными THE WUR как предмет научной популяризации гуманитарных наук и искусства мы рассматриваем следующие дисциплины: искусствоведение (включая разделы, изучающие не только изобразительное, но также перформативное, экранное искусство, дизайн и архитектуру), культурология, филология, лингвистика, история, археология, философия, религиоведение [92].

Необходимость популяризаторской деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства обусловлена рядом причин – как внутренних, так и внешних, касающихся ее собственной специфики и исторически сложившихся условий ее функционирования.

1. Специальный характер научного знания. Как и любая другая дисциплинарная парадигма, гуманитарные науки характеризуются

неизбежной специализацией – и, как следствие, замкнутостью – научных сообществ. Коммуникация внутри осуществляется с помощью специальных языков (знаменитый «птичий язык» – крайнее их проявление), обслуживающих потребности в хранении и передаче информации. В результате научное знание оказывается недоступно неспециалисту, а своеобразный «банк научных идей» остается для него под замком. В качестве ключа к нему выступает научная популяризация. По образному высказыванию Н. Г. Чернышевского, она превращают в ходячую монету тот слиток золота, что выработала наука [82].

2. Высокая степень идеологизации гуманитарного знания в советский период. Вплоть до середины 1980-х годов популяризация гуманитарных наук и искусства в нашей стране подвергалась строгой идеологической цензуре. Среди ученых-гуманитариев звучали имена партийного руководства («Труды товарища Сталина по языкознанию ...»), пропаганда коммунистического строя в противовес «пагубным тенденциям» капитализма делала однобоким рассказ популяризаторов об истории и современных достижениях гуманитарных наук. В этих условиях обращение к естественнонаучному знанию нередко рассматривалось как попытка сознательного ухода от идеологизации знания гуманитарного. Вследствие этого потребность в нем оставалась неудовлетворенной, обуславливая необходимость восполнения средствами популяризации его нехватки в будущем.

3. Избыток информации при недостатке знания о культуре. В эпоху господства интернет-культуры, современного человека сложно представить вне того информационного пространства, которое, отнюдь не спрашивая о необходимости этого, окружает нас невероятным количеством текстов: новости, живущие один день, соседствуют с произведениями, насчитывающими уже не одно тысячелетие, доказанный наукой факт – с выдумкой. Как отмечают исследователи, сегодня «с одной стороны, идет активный процесс оцифровки самых различных текстов и памятников

культуры, с другой – невероятная информационная избыточность затрудняет процесс встраивания памятников наследия в систему ценностей человека и общества» [83]. Повсеместная доступность искусства отнюдь не означает адекватности его восприятия неподготовленной аудиторией – лишь глубокое понимание его видов и форм, по мнению Ф. Котлера и Дж. Шеффа, является условием восприятия искусства и любви к нему. «Ключом к тому, чтобы искусство стало значимой частью жизни человека», по мнению исследователей, является эстетическое воспитание и образование [32], которые, как мы увидим в дальнейшем, являются прямыми функциями популяризации гуманитарных наук и искусства.

Для дальнейшей характеристики явления обратимся к типологическим особенностям популяризации гуманитарных наук и искусства, среди которых рассмотрим прежде всего ее цели, функции и аудиторию.

Причины, обуславливающие потребность в популяризации гуманитарных наук и искусства, ставят перед ней следующие цели:

1. Распространение гуманитарного знания через разъяснение сути сложных явлений науки и искусства, представление научной информации в легкой, доступной форме.
2. Информирование широких кругов населения о состоянии гуманитарных наук и искусства, деятельности учреждений коллективов, отдельных ученых.
3. Создание живого и привлекательного образа гуманитарных наук и искусства как сферы деятельности, направленное на поддержание их воспроизводства, привлечение новых кадров, профориентацию.
4. Формирование научного мировоззрения.
5. Повышение культурного уровня общества за счет развития гуманитарной культуры личности, определяющей ее мировосприятие, ценностные ориентации, миропонимание.

Последнее положение является специфичным для популяризации гуманитарных наук и искусства, поэтому остановимся на нем чуть более подробно.

Гуманитарная культура не сводится к гуманитарным знаниям, но, безусловно, изначально базируется на них. Она складывается из функциональной грамотности в области литературы, живописи и других изобразительных искусств, архитектуры, музыки, театра и кино, прикладных видов искусств; в области философии, истории, религиоведения, страноведения; владения культурой родной речи и иностранными языками; знания этических норм поведения и практического владения ими [8]. Развитие гуманитарной культуры – важнейшей интегративной характеристикой личности, «меры истинно человеческого в человеке» – всецело соответствует высокой просветительской миссии популяризации и, можно сказать, является прерогативой популяризации гуманитарных наук и искусства.

Целям популяризации гуманитарных наук и искусства отвечают выполняемые ею функции. Э. А. Лазаревич, говоря о научной популяризации в целом, называет в числе ее функций информационную, мировоззренческую и практическую. Причем, как отмечает автор, в разные периоды (в зависимости от социально-экономических условий) они принимали своеобразное выражения, видоизменяясь по характеру и глубине, проявляясь в большей или меньшей степени [35]. М. Болховитинова также выделяет три функции, отчасти совпадающие с вышеназванными: просветительскую, информационную и пропагандистскую [31]. Мы же, основываясь на описании целей популяризации гуманитарных наук и искусства, можем выделить следующие ее функции:

1. Образовательная;
2. Информационная;
3. Идеологическая;
4. Мировоззренческая;

## 5. Культуроформирующая.

В последнее время исследователи начинают говорить также и о рекреативной функции популяризации науки. Установка на увлекательность и занимательность всегда была отличительной чертой научной популяризации, однако эти качества никогда не были ее самоцелью – лишь инструментом донесения до аудитории сути популяризируемых идей или концепций. Изменение основ экономической жизни общества, а также жесткая конкуренция с развлекательными формами досуга привели к усилению акцента на зрелищность и интерактивность подачи информации. В связи с этим сегодня «научно-популярная информация все чаще рассматривается как инструмент развлечения», не только просвещения [17].

Так или иначе, все функции научной популяризации направлены на достижение плодотворного общения с ее аудиторией. И если научная коммуникация может позволить себе ограничиться узкой аудиторией, то научная популяризация всегда призвана ориентироваться на самую широкую. Это обуславливает дополнительную необходимость учитывать различные ее особенности: пол, возраст, но в особенности уровень образования.

Данный критерий позволяет М. В. Загидуллиной выделить пять уровней популяризации научных результатов:

1. Популяризация внутри научного сообщества с целью разъяснения деталей узкой сферы специалистам смежных областей;
2. Популяризация для специалистов смежных дисциплин;
3. Популяризация среди представителей цикла дисциплин;
4. Популяризация, обращенная к представителям другого цикла дисциплин;
5. Популяризация, направленная на массовую аудиторию, то есть на людей, не связанных с научным знанием.

Эти уровни отражают степень переработки информации, к которой необходимо прибегнуть для удовлетворения потребности аудитории. Как

отмечает автор, в большинстве случаев популяризатору «приходится редуцировать научное явление максимально, до пятой степени, что и требует особого мастерства». Такая редукция тем не менее предполагает владение материалом не ниже первого уровня – «понимание сути явления на языке той науки, к которой оно относится [25].

Данные качества – обладание знанием и способностью его передать – являются ключевыми характеристиками популяризатора как субъекта той коммуникации, которой является научная популяризация.

Примечательно, как отмечают исследователи, что аудитория популяризации гуманитарных наук и искусства пересекается «с теми, кто поглощает естественнонаучный научпоп», причина тому – усиление популярности жанра нон-фикшн [66]. Однако мы обязаны отметить существующую неоднородность этой аудитории. Современные авторы говорят об особой группе «сайнстеров». Данный термин образован сочетанием английских слов science – наука и hipster – хипстер (от жаргонного to be hip – быть в теме). Как иронично выразился социолог В. С. Вахштейн, ее составляют те, кто «обрел истину научного миропонимания, не имея доступа к производству знания» [65]. Данная группа любителей науки, состоящая преимущественно из молодежи, является порождением массовой медийной научной популяризации, с каждым днем набирающей свои обороты.

Наконец, обратимся к особенностям популяризации гуманитарных наук и искусства, вызванным своеобразием ее предмета. Некоторыми авторами они рассматриваются как «слабости», трудности, препятствующие развитию популяризаторской деятельности в данной сфере и объясняющие ее отставание в сравнении, к примеру, с популяризацией естественнонаучного и технического знания.

Интересно, что, в отличие от остальных, данный вопрос получил весьма подробное осмысление, так как активно обсуждался в прессе. Однако заслуга в этом принадлежит не исследователям, но практикам научной

популяризации – научным журналистам-гуманитариям, что подчеркивает необходимость теоретического осмысления явления.

1. Необходимость обоснования научности гуманитарного знания. В отличие от естественных и точных наук, науки гуманитарные зачастую производят впечатление излишней доступности – по крайней мере, на первый взгляд. Как утверждает научный журналист В. В. Сонькин, «важно сломить предубеждение аудитории и показать, что гуманитарные науки – это область знаний, у которой есть свои подходы, свои методики, свои принципы» [66].

Как частный случай данной особенности можно рассмотреть, к примеру, то, что научные достижения ученых-гуманитариев не поддаются верификации и, строго говоря, не являются открытиями. Это позволяет О. В. Закутней говорить о популяризации гуманитарных наук как о «популяризации интерпретации», которая «не столько объясняет что-то новое, сколько способствует пониманию уже известного» [26]. Однако, как отмечают другие авторы-практики, «открытием» для любознательного читателя будет сама информация» [28].

Также отмечается то, что гуманитарные науки часто содержат много спорных вопросов – по множеству тем у ученых нет и на данный момент не может быть единого мнения. В связи с этим возникает следующая особенность: необходимость донесения до аудитории того, что наличие соревнующихся теорий, множества гипотез есть важная составляющая науки, причем не только гуманитарной, открывающая пусть к истине.

2. Кажущаяся бесполезность. Гуманитарные науки «не дают стране угля», но, как мы уже упоминали способствуют развитию научного мировоззрения и повышению общественной культуры.

3. Преодоление сложившихся стереотипов. Уже отмеченная нами ранее близость гуманитарных наук к жизни как следствие имеет то, что многим кажется, «они легко могут понять литературоведение или, скажем, историю. Более того, многие необоснованно считают, что они в этих

вопросах прекрасно разбираются» [66]. Это обуславливает следующую схему действий: «исходя из наличия имеющихся предрассудков и из уважения к убеждениям толпы, изменить мышление массы, показать необоснованность предрассудков, сравнить их с достижениями науки и добиться признания научных данных» [28].

Мы можем заключить, что популяризация гуманитарных наук и искусства представляет собой самостоятельный тип научной популяризации, выделенный нами на основе предметного критерия. Предмет популяризации гуманитарных наук и искусства обуславливает ее типологические характеристики (цели, функции, аудиторию), отвечающие «майевтической» роли, связывающей неспециалиста со специальным знанием.

## **1.2 Популяризация гуманитарных наук и искусства: история вопроса**

О популяризации науки в России мы можем говорить, начиная с первой трети XVIII века. Ровесница петровских реформ, она была важным инструментом социально-экономических и культурных преобразований. Это подтверждает тот факт, что основоположником популяризаторской деятельности в нашей стране считается не кто иной, как Петр Великий. Учредитель Академии наук и первого общедоступного музея Кунсткамеры, царь лично принимал участие в редактировании первых отечественных научно-популярных книг, боролся за их точность, ясность, доступность.

Однако причины, вызвавшие к жизни отечественную популяризацию науки, во многом определили и ее характер. То было время «промышленного просвещения», когда научные знания становились практическими, а значит, государству нужны были грамотные люди, специалисты, ученые для их использования и развития. На долгие годы естественные и инженерные науки стали магистральным направлением для научной популяризации, оставив гуманитарному знанию куда более скромную роль.



Первой формой популяризации науки следует считать научно-популярную литературу. В условиях преобладания книг натурфилософской тематики интересным представляется обращение к труду по философии, одной из первых гуманитарных научно-популярных книг – «Знаниям, касающимся вообще до философии для пользы тех, которые о сей материи чужестранных книг читать не могут» Г. Теплова 1751 г.

Автор четко определяет предназначение своего сочинения: «для тех, которые общие познания хотят иметь о науке философской, хотя при том никаких наук не учили и учиться не намерены». Философские положения в книге обосновываются не данными из наук, а примерами, «что в обыкновенном людском житии случаются». Так, автор умеет избежать абстрактности даже говоря о математическом познании мира, вспоминая фонтанных дел мастера, способного высчитать высоту воды или же инженера, который может «узнать сперва силу пороха и вес ядра, а от того вычислить может и определить точное расстояние, до которого лететь ядру должно» [77].

Из гуманитарных наук философия и история чаще всего встречаются на страницах научно-популярной печати того времени. Материалы по данным дисциплинам можно встретить в издаваемых Академией «Примечаниях к Ведомостям», а также в первом отечественном научно-популярном журнале – «Ежемесячных сочинениях, к пользе и увеселению служащих» (1755-1764). Отвечая выбранному девизу («Для всех»), авторы журнала «за правило себе приняли писать таким образом, чтоб всякий, какого бы кто звания или понятия ни был, мог разуметь предлагаемые материи». Наряду с материалами о высшей математике, «виде и величине» земли, полезными советами («как высиживать цыплят в печи»), в первом же номере издания были опубликованы «Краткая роспись великим князьям всероссийским от Рюрика до нашествия татар с показанием родословия», заметка «Об остатках города Пальмиры». Обращает на себя внимание использовавшаяся авторами форма диалога, предлагающего читателям

«вопросы или задачи о делах, любопытства и разыскания достойных» и касающихся не только уже упоминавшейся нами истории, но даже филологии: «Чего ради часть города Москвы Китаем называть?», «От чего происходит название города Углича?», «От чего происходит окончательный слог вич, прилагаемый для чести отеческому имени?»).

В XIX веке по-прежнему невысокая доля материалов гуманитарной направленности присутствовала уже практически во всех универсальных научно-популярных журналах. Стоит упомянуть такие издания, как «Вестник Европы» Н. М. Карамзина – по сути первого популяризатора русской истории, «Московский телеграф» и «Живописное обозрение» Н. А. Полевого, пытавшегося «сыскать дорожку, которая вьется между излишней ученостью и ничтожною легкостью» и публиковавшего материалы по истории, археологии, эстетике, а также «Отечественные записки», «Библиотека для чтения» и др.

Благодаря XIX веку научная популяризация стала элементом прогрессивной культуры, в качестве ее идеологов выступали А. И. Герцен, Д. И. Писарев, В. Г. Белинский, Н. А. Добролюбов, Н. Г. Чернышевский. Однако их внимание также было сконцентрировано на популяризации естественнонаучного знания. А. И. Герцен был убежден, что надо «втолкнуть» идеи «естествознания в общественное сознание, для этого их надо сделать доступными, придать им живую форму» [10].

Культурно исторический аспект тем не менее может быть представлен биографической серией «Жизнь замечательных людей» (1890-1917) Ф. Ф. Павленкова. Серия насчитывает 200 биографий, повествующих о жизни и творческой деятельности отечественных и зарубежных философов и богословов, писателей и поэтов, художников, композиторов, исторических деятелей общим тиражом более 1,5 миллиона экземпляров [12].

В XX веке осуществление «культурной революции» наконец стало такой же важной задачей молодого советского правительства, как индустриализация и коллективизация. Популяризация рассматривалась как

мировоззренческий проект, связанный с эмансипацией сознания [2]. Она стала важным инструментом ликвидации безграмотности, что на этот раз в полной мере затронуло и гуманитарные науки. А. В. Луначарский ставил одной из важнейших задач Главполитпросвета популяризацию истории искусства, которую считал «прекрасным методом исторического просвещения масс». «Мы имеем в русской литературе, музыке, живописи и скульптуре, а тем более в общечеловеческом искусстве, – продолжает он в одной из своих статей, – громадную сокровищницу высоких произведений, знакомство с которыми обогащает душу, поднимает настроение, углубляет общественное чувство». Однако при этом автор неизменно уточняет, что данное знакомство должно быть, «конечно, разъясненным с точки зрения механизма классовой борьбы» [40]. Так, с первых лет советской власти мы можем наблюдать идеологизацию популяризации гуманитарного знания.

В целом же, советский период считается временем расцвета научной популяризации [78]. В 1933 году М. Горький возобновляет серию «Жизнь замечательных людей» (правда без единого упоминания предыдущего ее издателя): в разные годы были выпущены книги замечательных авторов о замечательных людях: И. Э. Грабаря о Репине, Е. В. Тарле о Наполеоне, С. Я. Лурье о Демокрите, Л. П. Гроссмана о Пушкине, М. В. Алпатова об Иванове, М. А. Булгакова о Мольере и др.

Среди авторов научно-популярных книг – имена ведущих ученых-гуманитариев: филологи Д. С. Лихачев («Слово о полку Игореве») и Л. В. Успенский («По закону буквы», «Слово о словах», «Имя дома твоего»), историки В. О. Ключевский и Н. Я. Эйдельман («Ищу предка», «Лунин»), арабист И. Ю. Крачковский («Над арабскими рукописями») и др.

Эти же авторы были частыми гостями на радио и телевидении, где проводились трансляции лекций и записи бесед с выдающимися деятелями культуры.

Однако всеобщая увлеченность новой научно-технической революцией все равно оставляла в споре «физиков и лириков» гуманитарным наукам и искусства пусть уже и весьма уверенное, но все же второе место.

Начавшаяся в конце 1980-х перестройка, а затем и развал Советского союза привели к кризису сферы научной популяризации. Число научно-популярных книг, изданий, радио- и телепрограмм резко сократилось, значительно сократилась и аудитория, интерес которой к научно-популяризации вернется только в начале 2000-х. На фоне экономических трудностей и политических катаклизмов проблематика науки отошла на второй план. В тяжелом положении в середине 1990-х годов оказалась и сама отечественная наука.

Таким образом, популяризация гуманитарных наук и искусства заявила о себе еще в середине XVIII века, однако тогда же обозначилась тенденция ее отставания от популяризации естественнонаучного, инженерного знания.

### **1.3 Принципы популяризации гуманитарных наук и искусства**

В научной литературе можно встретить мнение, что впервые принципы научной популяризации были сформированы еще в середине XVIII века М. В. Ломоносовым. Действительно, его авторству принадлежит сочинение «Рассуждение об обязанностях журналистов», в котором ученый делится своими соображениями по поводу тех деонтологических установок, которыми должен пользоваться автор, обращающийся к научной ематике. Это добросовестность и объективность в освещении научных достижений и деятельности ученых, уважение к их авторитету, тактичность, умение ценить чужое мнение и не спешить с его осуждением.

Такие авторы, как Э. А. Лазаревич, В. С. Аллаярова, Л. Н. Коган находят первые попытки формулирования философского и теоретического взгляда на популяризацию у А. И. Герцена, В. Г. Белинского и Д. И. Писарева. Действительно, можно согласиться, что свое теоретическое

обоснование научная популяризация в России получает в середине XIX столетия во многом благодаря работам упомянутых публицистов. Как пишет Е. Е. Барина, «к 40-м годам XIX в. уже существовал корпус оригинальных популярных сочинений, некий эмпирический базис (теории). На его основе моно было выявить особенности нового типа текстов, в которых научное содержание излагалось в форме, интересной и доступной для понимания масс» [3].

Так, В. Г. Белинский проводит интересные параллели между беллетристикой и научно-популярной литературой. По его мнению, популярное изложение в книгах для неспециалистов представляет общественности результаты работы ученых так же, как беллетристика, выступая своеобразной посредницей, знакомит народ с классическим искусством [6].

Д. И. Писарев, последовательно давая характеристику как научной, так и популярной манерами изложения, формулирует собственный список требований к написанию научно-популярного текста, уделяя также внимание его форме и идейному содержанию. Он советует популяризаторам «действовать педагогически, т. е. приравнивать свое изложение к понятиям слушателя и не сходить с его точки зрения», говорит о необходимости «постоянной наблюдательности и осторожности как в выборе предмета, так и в процессе его изложения», которые должны определяться принципами последовательности и «сообразности условиям времени, личности и степени ее развития» [61].

Помимо этого, Д. И. Писарев останавливает свое внимание и на творческом аспекте популяризации, утверждая, что «популяризатор непременно должен быть художником слова» [62].

В советское время принципы популяризации науки были подробно изучены многими отечественными исследователями, среди них особое внимание привлекает описание принципов Э. А. Лазаревич. Согласно мнению исследователя, этих принципов всего четыре:

1. Научная глубина
2. Осмысление материала
3. Доступность изложения
4. Занимательность изложения

Каждое научно-популярное произведение должно соответствовать им, так как игнорирование любого из принципов выводит произведение из сферы популяризации как жанра [35]. Рассмотрим их применение в сфере популяризации гуманитарных наук и искусства.

### **Принцип научной глубины**

Принцип научной глубины популяризации предполагает распространение «информации о последних достижениях науки, рассмотрение ее основных понятий и законов, систематизацию данных, ведущую от явления к уяснению его сущности, к определению его взаимосвязи с другими явлениями, и, наконец, сообщение о методе исследования» [35].

Маркером, обозначающим данный принцип в действии, может служить и оформление научно-популярного произведения. Так, список литературы, приведенный после его основного текста, свидетельствует об опоре популяризатора на научные источники, ту же функцию выполняют и разнообразные ссылки на научные труды, указания на то, где читатель (зритель или слушатель), может более подробно ознакомиться с предметом популяризации.

Принцип научной глубины обуславливает научную ценность произведения, без которой оно не сможет выполнить свою образовательную функцию – быть средством распространения знания.

### **Принцип осмысления материала**

Принцип осмысления материала подразумевает такую подачу материала, которой были бы не свойственны как голая фактографичность, так и беспочвенная декларативность. Популярное изложение подразумевает описание метода исследования, проб и ошибок, встающих на пути

исследователя к ответу на заинтересовавший его вопрос. Соблюдение этого делает и адресата научно-популярной информации исследователем, полноправным участником процесса познания. Как писал М. Горький, нужно «вводить читателя в самый процесс исследовательской работы» [13].

### **Принцип доступность изложения**

«Просто о сложном» – таков девиз научной популяризации. Но так ли просто достичь этого «просто»? Принцип доступности подразумевает соответствие изложения особенностям аудитории – автор-популяризатор должен понять присущий ей язык, чтобы в полной мере воспользоваться двумя средствами: конкретностью и последовательностью.

Популярное изложение должно тщательно избегать всякой отвлеченности. Каждое общее положение должно быть подтверждено осязательными фактами и пояснено частными примерами [62]. Среди приемов, придающих конкретность произведению можно назвать объяснение научных явлений при помощи предмета, знакомого читателю, сопоставление неизвестных понятий с известными, осмысление цифрового материала.

Значение последовательности изложения в наилучшей мере иллюстрирует лозунг академика Павлова: «Последовательность, последовательность и последовательность!». Так об этом качестве научно-популярной литературы писал Д. И. Писарев: «популярное изложение не допускает в течении мыслей той быстроты, которая совершенно уместна в чисто научном труде... В популярном сочинении каждая отдельная мысль должна быть развита подробно, так, чтобы ум читателя успел прочно утвердиться в ней, прежде чем он пустится в дальнейший путь, к логическим следствиям, вытекающим из этой мысли. Если вы будете утомлять ум вашего читателя слишком быстрыми переходами, то получится тот же результат, который произвело бы отсутствие мостиков: читатель ошалеет и совершенно потеряет из виду общую связь ваших мыслей» [62]. Однако нарушение строгой последовательности (логическая инверсия) все же возможно – если его целью является соблюдение принципа занимательности изложения.

## **Принцип занимательности изложения**

Как отмечает Г. Р. Дрюбин, заинтересовать читателя – это обязанность писателя-популяризатора». Он должен «максимально расположить аудиторию к восприятию науки, позаботиться о том, чтобы «вдохновить» ее [20], потому как научная популяризация всегда обращена к «добровольцу», удержать которого и помогает принцип занимательности изложения.

Д. С. Лихачев в своей книге «Слово о полку Игореве» сетовал: «только бы не написать главы из учебника и не дать скучного назидания читателю» [37]. Для этого авторам-популяризаторам необходимо использовать понятийную и эмоциональную информацию одновременно, то есть уже отмеченную нами научную глубину украсить образными и художественными средствами. Среди них Э. Я. Лазаревич называет воспоминания автора и цитаты, эстетическую оценку предмета и полемику вокруг события, обращение к истории и взгляд в завтрашний день [35].

Интересен взгляд на приемы, придающие научно-популярному тексту занимательность, физика Я. И. Перельман, автора серии книг «Занимательная наука». Так, он предлагает иллюстрировать положения науки событиями современности, неожиданным образом использовать страницы художественной литературы, легенды и сказания, обострять интерес к предмету различными фантастическими опытами, обращать внимание на кажущиеся нелепости и озадачивающие вопросы, опровергать распространенные предрассудки, предлагать неожиданные сопоставления, рассматривать со всей пристальностью вопросы обиходной жизни, могущие служить примерами использования науки, делать интересные экскурсии в область ее истории [60].

Важную роль в придании изложению занимательности играет также прием «очеловечивания науки» [70], причем данное положение касается как самого автора, так и его героев. Автор, являющийся авторитетом для своей аудитории, становится таковым благодаря той атмосфере доверия, которую дают не только уверенность в его знаниях, но и его открытость, искренность,



эмоциональность. Они могут проявляться в эмоциональном отношении к предмету повествования, к его героям, в отсутствии попытки скрыть трудности, превратности поиска решения научной проблемы (ошибочные гипотезы, хождение по ложному пути). Что же касается живых персонажей научно-популярного произведения, их присутствие «придает динамизм, живость, естественность научному содержанию». Создание ярких портретов, воссоздание диалогов (жанра докудраны) придают «художественность» научно-популярной литературе, не посягая на ее научность.

Таким образом реализация принципа занимательности вызывает и поддерживает интерес к научно-популярному произведению.

### **Принцип иллюстративности**

В случае популяризации гуманитарных наук и искусства нам представляется необходимым добавить еще один принцип, содержание которого лишь вскользь упоминалось другими исследователями – принцип иллюстративности.

Само словесное изложение научно-популярного произведения нередко является уже достаточно удобной формой для усвоения научной информации. Однако это не снимает необходимости введения зрительной наглядности, а в ряде случаев просто требует ее» [31]. Этим случаем и является популяризация гуманитарных наук и искусства.

Популяризация истории искусства невозможна без ознакомления читателя, зрителя или слушателя с внешним видом тех произведений, о которых идет речь. В этом принцип иллюстративности дополняет принцип конкретности сложения.

## **1.4. Каналы распространения научно-популярной информации**

Как нами было установлено ранее, научная популяризация – это особый вид массово-коммуникационной деятельности, представляющей собой распространение научно-популярной информации по различным

каналам. Исследователи и практики популяризации отмечают, что данные каналы являются общими для гуманитарных и естественных наук, преследующих в данном случае схожие цели и использующих одни и те же средства. Для их анализа Н. В. Дивеева вводит понятие «форма популяризации науки».

Форма популяризации науки – это «любое устойчивое и воспроизводимое средство коммуникации с обществом, которое может использоваться для донесения научных знаний до широкой аудитории и/или для формирования образа науки в общественном сознании» [18]. В силу этого предлагаемая исследователем классификация форм популяризации включает разноуровневые явления: жанровые разновидности произведений, научно-популярные СМИ, посвященные науке мероприятия и формы организации совместной деятельности.

Наиболее существенными для описания форм научной популяризации являются следующие противопоставления их разновидностей:

1. По функциям: первичные, отвечающие основным функциям популяризации науки (распространение знания и информации, формирование образа науки в общественном сознании и т. д.), и вторичные, являющиеся результатом осмысления первичных форм (репортаж о событии, рецензия на книгу), а также способствующие их продвижению (презентация книги, мероприятия).

2. По форме подачи информации: медийные, представляющие собой любые тексты (как письменные, так и устные), изображения, аудио- и видеоинформацию, а также сложные произведения, состоящие из разнородных компонентов (фильмы, телепрограммы, научно-популярные сайты), и организационно-событийные – любые формы, вовлекающие человека в совместное действие (кружки, клубы, мастер-классы, мастерские, музеи, музейные экспозиции, фестивали науки).

3. По способу существования во времени: эпизодические, периодические и постоянные.

Рассмотрим, как используются перечисленные формы научной популяризации для распространения гуманитарных знаний.

Начнем с анализа медийных форм популяризации, представленных научно-популярной литературой и журналистикой.

Научно-популярная книга является наиболее традиционной формой научной популяризации, известной со времен ее зарождения. За последние десять лет премией «Просветитель», вручающейся за лучшую научно-популярную книгу на русском языке, было отмечено множество изданий – в том числе и гуманитарной тематики. Отметим, что соотношение книг в двух номинациях – «Гуманитарные науки» и «Естественные и точные науки» – год от года остается честным, то есть равным количественно. Так, за годы существования премии в ее короткий и длинный списки вошли книги по отечественной и зарубежной истории, теории и истории культуры (О. Б. Вайнштейн, «Денди: мода, литература, стиль жизни») и искусства (С. И. Кавтарадзе «Анатомия архитектуры», Г. Козлов «Покушение на искусство»), лингвистике (А. А. Зализняк «Из заметок о любительской лингвистике», А. Ч. Пиперски «Конструирование языков. От эсперанто до дотракийского»).

Научно-популярная журналистика также находится у самых основ научной популяризации, сопровождая практически от момента ее зарождения, оставаясь одним из ее важнейших инструментов.

Традиционно материалы гуманитарной направленности можно встретить на страницах универсальных научно-популярных журналов («Наука и жизнь», «Вокруг света», «GEO», «National Geographic»). Их контент-анализ был проведен Б. П. Пастухова в рамках исследования существующих практик популяризации гуманитарных наук в отечественной печати [59].

На сегодняшний день существуют специализированные журналы по гуманитарным наукам, о которых исследователи и практики начала 2010-х годов могли только мечтать. Ю. З. Кантор отмечал, что принципиальным

отличием научно-популярной журналистики постсоветского времени от таковой советского является интерес широкой аудитории к истории» [27], связывая с этим дальнейшее ее развитие. Сегодня проблемам истории посвящен ряд научно-популярных журналов, в частности журнал «Дилетант», публикующий не только материалы по отечественной и зарубежной истории, но, к примеру, и научно-популярные очерки Д. Л. Быкова о писателях.

Что же касается научно-популярного телевидения, лидером по числу научно-популярных телепередач, освящающих гуманитарные науки и искусства, является телеканал «Россия – Культура» – единственный эфирный телеканал на отечественном телевидении, на котором научно-популярная информация появляется регулярно. В сетке вещания каналы присутствуют программы, как полностью посвященные гуманитарному знанию: «Искусственный отбор», «Абсолютный слух», «Тем временем» (Александр Архангельский), «Игра в бисер» (Игорь Волгин), так и включающие в себя постоянные гуманитарные рубрики, как, например, передача «Правила жизни», гостями которой становятся искусствоведы (А. Д. Сарабьянов, И. А. Доронченков), культурологи, историки, лингвисты.

Научно-популярные сайты будут подробно рассмотрены в следующих главах нашего исследования, так что сейчас мы лишь отметим, что они являются далеко не единственной формой популяризации на просторах глобальной сети. Особую роль сегодня играют социальные сети, которые также становятся каналом распространения научной-популярной информации. Научно-популярные каналы на Youtube, паблики в сетях «ВКонтакте» и «Telegram» также посвящаются гуманитарным наукам и искусству, они могут отражать деятельность средства массовой информации или учреждения культуры, так и действовать от собственного имени.

Обратимся к организационно-событийным формам популяризации науки. Среди них наиболее традиционной может считаться научно-популярная лекция. Одним из примеров ее могла быть ежегодная лекция А.

А. Зализняка о расшифровке берестяных грамот, рассчитанная на широкую аудиторию. Научно-популярные лекции проводит сайт Arzamas, деятельность которого подробно будет рассмотрена нами далее, многие учреждения культуры (Третьяковская галерея, Эрмитаж).

В Красноярске как пример данной деятельности могут быть названы лекции, проводимые Гуманитарным лекториумом. Лекции также могут объединяться в курсы.

Менее традиционные формы популяризации науки, такие как научное кафе, научный кинопоказ, научные бои и чтения фестиваль науки на практике гораздо реже используются для распространения гуманитарного знания, хотя теоретически, этому ничего не препятствует.

Как видим, популяризация гуманитарных наук использует в целом те же формы научной популяризации, что естественные и точные науки. Однако нельзя не отметить характерную приверженность формам более традиционным.

## **2 ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК И ИСКУССТВА И НОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Популяризация гуманитарных наук и искусства сегодня невозможна вне пространства глобальной сети, обращение к которой является ведущей тенденцией популяризации научного знания в целом. В связи с этим научно-популярный сайт рассматривается нами как современная форма популяризации гуманитарных наук и искусства, вызванная к жизни развитием новых информационных технологий.

### **2.1 Специфика популяризаторской деятельности в сети Интернет**

На сегодняшний день ведущей тенденцией развития научной популяризации в России является ее уход в Интернет. Бегство это или, напротив, завоевание новых территорий – исследователи единодушны в оценке важности происходящей у нас на глазах трансформации, объясняемой воздействием сразу двух факторов.

Изменился социальный контекст функционирования научной популяризации. В условиях колоссальной информационной конкуренции – в первую очередь с вездесущей индустрией развлечений – популяризация науки была вытеснена на периферию медиaprостранства. По словам И. С. Соколовой, это объясняется тем, что «научное знание в эпоху постмодерна оказывается заслоненным многими другими типами знания (обыденным, религиозным, новыми мифологическими системами), а также мнениями, теряет свои лидирующие позиции в картине мира человека, не занимающегося наукой профессионально» [74]. Это подтолкнуло научно-

популярные медиа к поиску новых, более привлекательных для широкой аудитории (а значит, и более успешных коммерчески), разнообразных и эффективных способов подачи информации, а также привлечения и удержания внимания аудитории, поддержания с ней активного диалога.

В то же время динамичное развитие новых информационных технологий в целом и интернета в частности сделало возможным технически те преобразования, которые не только во многом изменили облик, но затронули также и содержание научной популяризации, открыв перед ней неожиданные возможности.

Таким образом, мы в праве заключить, что интернетизация общества действительно обусловила новый этап развития исследуемой нами научной популяризации.

Совершенствование информационных технологий привело к повышению доступности каналов распространения информации. Интернет позволил быстрым и удобным способом доставлять сведения научно-популярного характера самой широкой аудитории, что во многом упростило задачи как автора, так и читателя (часто являющегося в сети одновременно также зрителем и слушателем). Это стало возможным благодаря таким базовым характеристикам популяризации в режиме «онлайн», как глобальность и высокая оперативность распространения научно-популярной информации.

В то же время необходимо понимать, что открытость информационных каналов не избавила научную популяризацию от серьезной конкуренции за внимание аудитории, вызванной уплотнением информационных потоков. Кроме того, общедоступность открыла путь некачественной, а иногда даже недостоверной информации, создавая «питательную среду» для распространения лженаучных сведений. Как отмечают исследователи, сегодня «проблема качества текстов и в особенности обеспечения достоверности, стоит достаточно серьезно» [81]. Это, бесспорно, способно

нанести вред как научной популяризации, так и науке в целом, подрывая доверие общества к ним обеим.

Из этого следует, что необходимо учитывать обе – и положительную, и отрицательную – стороны всеобщей доступности глобальной сети.

Как нами было уже отмечено, новые информационные технологии изменили «внешний вид» научно-популярных публикаций в сети интернет, сделав уже практически неотъемлемыми их составляющими графику, аудио- и видеоматериалы. Все это является следствием мультимедийности – сочетания когда-то, казалось бы, несочетаемых элементов. Богатство форматов представления информации, образующее поистине «цветущую сложность», разнообразит подачу материала, привлекает внимание аудитории и вместе с тем облегчает для нее восприятие информации. В современном мире, ориентированном в первую очередь на восприятие визуальной информации, аудитория предпочитает контент, способный увлечь ее своим разнообразием. Большие объемы вербального текста уже невозможно представить без сопровождающих их фото, аудио- или видеоиллюстраций, слайд-шоу, тайм-линий, инфографик и прочих мультимедийных жанров, активно используемых научно-популяризацией – одновременно они несут дополнительную информацию и удерживают внимание читателя. В итоге, можно сказать, мультимедиа увеличивает перформативность (действенность) информации, ее коммуникативный эффект и способствует лучшему усвоению, запоминанию и главное – пониманию информации [24].

Квинтэссенцией мультимедийного произведения может быть названа интерактивность – еще одно важное свойство глобальной сети [21]. Интерактивность предоставляет научной популяризации возможность взаимодействия и, что особо важно, взаимодействия двустороннего – это открытость как для эмоциональных откликов, так и для взвешенных суждений со стороны аудитории. Безусловно, данное качество было присуще формам научной популяризации и ранее, а сегодня встречается и за



пределами сети интернет: интерактивна научно-популярная лекция, подразумевающая диалог ее участников, интерактивно общение научно-популярных средств массовой информации со своей аудиторией, до сих пор присылающих письма в редакции журналов и телепрограмм, к интерактивности стремятся сейчас и музейные экспозиции. Однако особенностью интернет-коммуникации является то, что она интерактивна по своей природе [29]. Пользователь глобальной сети имеет доступ ко всем элементам модели интерактивной коммуникации, предложенной Й. Ф. Йенсенем: он способен настраивать потребление информации «под себя», самостоятельно выбирая содержание; более того, он может сам участвовать в его формировании; наконец, ему предоставляется возможность быть частью сообществ, возникающих на основе взаимодействия пользователей в интерактивных онлайн-средах [21]. Таким образом, интерактивность сетевой научной популяризации многоуровневая и многоаспектная, но преследует она одну цель – повышение сопричастности человека к воспринимаемой им информации.

Не стоит забывать и о гипертекстуальности, обеспечивающей многомерность и глубину научно-популярных текстов в глобальной сети. М. В. Масалова определяет гипертекстуальность как «потенциальную и реализованную возможность нелинейного прочтения текста, а также текстового единства, состоящего из двух или более текстов» [45]. Гипертекст, следовательно, представляет собой «информационный материал, который выстроен не линейным образом, а в форме связанного набора текстов» [21]. Можно утверждать, что гиперссылки повышают качество предоставляемой научно-популярной информации, сопровождая ее доступностью авторитетных источников, повышая ее полноту и достоверность. Они же позволяют аудитории выбрать собственную стратегию получения информации, спланировать ее ход в соответствии с личными интересами.

Исходя из вышесказанного, можно предположить, что еще одной особенностью популяризаторской деятельности в сети интернет является индивидуальный характер потребления научно-популярной информации – пользователь волен самостоятельно определить место и время ознакомления с медиапродуктом, а также устройство, с которого им будет получен доступ к сети. Это обуславливает территориальную и временную трансграничность коммуникации [39].

Помимо указанных особенностей, М. М. Горбунов-Посадов отмечает также и такое немаловажное преимущество интернета, касающееся творческого аспекта научной популяризации, как возможность корректировки, доработки и расширения авторских публикаций [11].

Таким образом, мы можем заключить, что новые информационные технологии в целом и Интернет в частности наделили научную популяризацию следующими своими свойствами:

1. Оперативность;
2. Глобальность;
3. Мультимедийность;
4. Интерактивность;
5. Гипертекстуальность;
6. Маневренность;
7. Селективность.

Как видим, перечисленные характеристики оказали влияние как на способы подачи научно-популярной информации, так и на способы ее потребления, затронув также и содержательную составляющую научно-популярных медиа.

Новые медиа создали спрос на «хипстерскую науку», интегрированную в программные платформы для смартфонов и «нарезанную» небольшими порциями в формате увлекательных видеороликов. Все это работает на создание образа «fan-науки, где границы между научным и ненаучным

знанием размыты и медийная составляющая оказывается порой более важной, нежели научная» [2].

Мы можем заключить, что «точно так же, как infotainment стал принципом работы новостных каналов, сочетающих информационную насыщенность с функциями развлечения, edutainment всё в большей степени становится подходом медиа, используемым для освещения сферы науки» [1].

Стремительная трансформация сферы популяризации науки, вызванная эффективным использованием новых информационных технологий, а главное, освоением онлайн-среды, как отмечает Н. В. Дивеева, привела к обогащению форм научной-популяризации и возникновению качественно новых – электронных – форм научно-популярных проектов, не имевших прототипов среди традиционных форм. Среди тех, что были вызваны к жизни особенностями глобальной сети Интернет, мы можем назвать научно-популярный сайт и страницу в социальной сети.

Исследование динамики научной коммуникации в России, ежегодно проводимое проектом «Коммуникационная лаборатория» предоставляет нам сведения о их функционировании. Так, согласно отчету, за 2016-2017 годы все большее значение приобретали научно-популярные порталы. Анализу их популяризаторской деятельности в сфере гуманитарных наук и искусства будет посвящена следующая глава, так что сейчас остановимся поподробнее на научно-популярных страницах в социальных сетях. Их можно подразделить на три категории:

1. Научно-популярные СМИ и их сателлитные группы;
2. Образовательные и просветительские проекты;
3. Группы научно-популярной или познавательной направленности.

Как свидетельствует исследование, в среднем по научно-популярным сообществам наблюдается практически кратное увеличение числа подписчиков, что может являться закономерным результатом работы команд над созданием узнаваемого контента, а также продолжающимся ростом заинтересованной аудитории. Дистрибуция и упаковка контента под

социальные сети – одна из приоритетных задач для научно-популярных СМИ и проектов. Примечательно, что упомянутый рост иногда не прекращается даже в те периоды, когда у традиционных медиа фиксируется падение аудитории (обычно такой спад связывается со временем зимних и летних каникул) [19].

В итоге, новые информационные технологии оказали серьезное воздействие на научную-популяризацию – они дали ей возможность адаптироваться к новым условиям ее функционирования, обновить свои принципы и обогатить свои формы. Нельзя, конечно, оставить без внимания и ту цену, которую популяризации науки пришлось за это заплатить – это необходимое усиление развлекательности, обеспечивающее конкурентоспособность, а также опасность распространения недостоверной информации.

## **2.2 Научно-популярный сайт как форма популяризации гуманитарных наук и искусства**

Рассмотрим, какое место в системе средств популяризации науки занимают научно-популярные сайты, в недавнее время получившие распространение в глобальной сети.

В своих исследованиях, посвященных использованию новых информационных технологий для популяризации науки, Е. Е. Макарова отмечает, что научно-популярные сайты стали играть заметную роль в системе средств массовой просветительской коммуникации начиная с 90-х годов XX века [43], что было обусловлено ростом значимости интернета в жизни современного общества.

Одно из наиболее полных и подробных определений сайта приводит М. Ю. Колодин. Согласно его утверждениям, сайт представляет собой «совокупность стандартным образом оформленной и структурированной информации, зарегистрированной и доступной в Сети.

Физически это набор веб-страниц, стилей, исходной информации, на основе которой формируется динамическое содержание веб-сайта, и программ для преобразования и представления такой информации. В простейшем случае веб-сайт есть совокупность веб-страниц» [30].

Исходя из определений, предложенных другими авторами, можно заключить, что немаловажным свойством интернет-сайта также является наличие у упомянутой выше «совокупности веб-страниц», физически расположенных на одном веб-сервере, общего адреса, имени, тематики, дизайна и системы навигации, что и позволяет воспринимать их как единое целое в безбрежном информационном пространстве глобальной сети.

Помимо этого, принципиально важно отметить, что сайт (и в этом проявляется его сходство со средством массовой информации) создается и функционирует с учетом своей собственной целевой аудитории. Это позволяет В. А. Михайлову в свою очередь определить сайт как «набор информационных блоков и инструментов для взаимодействия с одним или несколькими сегментами целевой аудитории» [47].

Что же касается термина «научно-популярный сайт», то его определения в научной литературе нам найти не удалось. Если исходить из лексической структуры термина «научно-популярный», как предлагает М. В. Литке, то научно-популярный сайт должен иметь своим предметом науку (научные исследования, их результаты), а свою основную задачу видеть в популяризации, доходчивом объяснении сложной научной информации читателю-неспециалисту [36].

Учитывая признаки научно-популярных медиа, к которым мы можем отнести соответствие научной тематике, ориентацию на читателя (зрителя, слушателя), не являющегося специалистом, использование научно-популярного стиля изложения, нам представляется возможным соотнести термин «научно-популярный сайт» с терминами «научно-популярное издание» и «научно-популярное электронное издание», определяемыми ГОСТом, и представить как сайт, содержащий изложенные в популярной

форме сведения о теоретических и (или) экспериментальных исследованиях в области науки, культуры и техники, служащий распространению знаний и самообразованию [15].

Подобное сопоставление представляется закономерным в силу того, что многие исследователи на данный момент говорят о виртуализации традиционных форм массовых коммуникаций. Как пишет И. В. Дивеева, «суть этого процесса заключается в переносе традиционных форм в электронную среду, который может сопровождаться более или менее существенной трансформацией этих форм, хотя такая трансформация не является обязательной» [18]. Иными словами, традиционные медиа, подвергаясь виртуализации, становятся прототипами для электронных форм популяризации науки – так научно-популярный журнал, как, впрочем, и научно-популярная радио- или телепрограмма, может считаться прообразом научно-популярного сайта.

В то же время, прямолинейное отождествление научно-популярных интернет-сайтов с традиционными научно-популярными средствами массовой информации не может считаться правомерным. Научно-популярный сайт, как и любое сетевое издание, не обладает в полной мере набором признаков, присущих традиционным средствам массовой информации (например, делением на выпуски или, в сравнении с печатными изданиями, тиражом).

Таким образом, научно-популярный сайт является следствием обращения научно-популярных медиа к сети Интернет, он наделен признаками научно-популярных средств массовой информации, адаптированными к условиям функционирования глобальной сети.

Рассмотрим существующие типологии научно-популярных сайтов, предложенные отечественными исследователями.

Различные типы научно-популярных сайтов были рассмотрены в работах Е. Е. Макаровой [44] и Н. В. Дивеевой [18], которые использовали для их выделения следующие критерии:

- 1 Тематическая направленность;
- 2 Характер потенциальной аудитории;
- 3 Жанровая структура.

Основываясь на тематическом признаке, обе исследовательницы анализируют такие типы научно-популярных сайтов, как универсальные и специализированные. Универсальные сайты располагают целым «набором» популяризируемых наук, что позволяет им предоставлять информацию из самых разных областей знания («National Geographic», «Наука и жизнь», «Элементы»). Специализированные сайты, напротив, предлагают углубленное изучение той или иной науки, детальное и многоаспектное рассмотрение ее проблематики («Антропогенез», «В мире животных», «Астронет»). Данное разделение не раз рассматривалось в научной литературе, поэтому Е. Е. Макарова дополняет такой типобразующий тематический признак, как вид популяризируемых наук, также широтой охватываемой научной тематики. Это позволяет ей разбить научно-популярные сайты на политематические и монотематические, возникающие по причине образования «пробелов» в круге предметно-тематических направлений на уже существующих в интернете научно-популярных сайтах.

Аудиторный признак, в отличие от тематического, воспринимается исследователями совершенно по-разному. Е. Е. Макарова на его основе выделяет среди научно-популярных сайтов издания, чью целевую аудиторию представляют преимущественно люди молодого возраста, и те, что рассчитаны на взрослых пользователей. Н. В. Дивеева уделяет гораздо больше внимания данному признаку, считая его основным. Она рассматривает существенные различия между ресурсами, предназначенными для максимально широкой аудитории, не обладающей специальными знаниями в представляющем для нее интерес предмете, и интернет-сайтами, рассчитанными на более подготовленного читателя, интересующегося данной тематикой уже на протяжении долгого времени. Н. В. Дивеева предлагает условно охарактеризовать их как сайты с неустойчивой и

устойчивой аудиторией соответственно. К первой группе могут быть отнесены такие ресурсы, как «Меганаука» или «Global Science», а также «Diletant.media»; ко второй – «Элементы» или «Постнаука».

Наконец, жанровая структура как основание для выделения типов научно-популярных сайтов рассматривается только Е. Е. Макаровой, которая, используя данный критерий, выделяет сайты, реализующие информационную и аналитическую жанровые модели.

Как видим, критерии, примененные исследователями в двух из трех пунктов, являются схожими.

Е. Е. Макарова утверждает, что сложившаяся в настоящее время в глобальной сети Интернет совокупность научно-популярных сайтов представляет собой «новую типологическую группу в системе средств массовой информации» [42].

Однако не все признаки сетевых средств массовой информации могут быть применены к научно-популярным сайтам – это свидетельствует о том, что далеко не все из них могут быть причислены к средствам массовой информации. В связи с этим нам кажется целесообразным предложить такую типологию научно-популярных сайтов, которая бы отражала данную особенность рассматриваемой типологической группы.

В результате проведенного нами ранее исследования было установлено, что для создания типологии критерий юридической регистрации, очевидный с теоретической точки зрения, оказался не всегда удобен на практике. Согласно Закону РФ «О средствах массовой информации», «под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом». Но нередки случаи, когда не имеющий регистрации интернет-сайт выполняет функции средства массовой информации, имея при этом соответствующую структуру и распространяя соответствующий контент; и, наоборот, когда



официально зарегистрированное средство массовой информации не отвечает типологическим признакам сетевого средства массовой информации.

В связи с этим можно предложить типологию научно-популярных сайтов, критериями для создания которой были бы функции интернет-ресурсов, их структура и контент.

Функциональное предназначение научно-популярных сайтов позволяет разделить их совокупность на два типа:

- 1 Сайты научно-популярных средств массовой информации;
- 2 Сайты образовательных проектов («Арзамас», «ПостНаука»).

В свою очередь сайты научно-популярных средств массовой информации в соответствии с наличием или отсутствием у них оффлайн-аналога могут быть подразделены также на два типа:

- 1 Сайты традиционных научно-популярных средств массовой информации («Кот Шредингера», «Наука и жизнь», «Наука 2.0»);
- 2 Сайты сетевых средств массовой информации («Научная Россия», «N+1»).

Таким образом, существующие типологии научно-популярных сайтов российского интернета отражают аудиторный и тематический признаки интернет-проектов, а также их жанровую структуру. Предложенная нами типология основывается на определении функций научно-популярных сайтов, их структуры и предлагаемого контента.

Рассмотрим выявленные нами типы научно-популярных сайтов.

Сайты традиционных научно-популярных средств массовой информации – наиболее многочисленная группа, которую составляют сайты научно-популярных журналов, газет, телеканалов и телепрограмм. Их функциональной особенностью является представительство традиционного средства массовой информации в глобальной сети. Представительская функция заключается в предоставлении подробной характеристики традиционных средств массовой информации, а также сведений о способах получения доступа к производимому и распространяемому ими контенту.

Структура сайтов традиционных научно-популярных средств массовой информации, как правило, соответствует структуре их офлайновых аналогов, что отражается в первую очередь в рубрикации (большая часть разделов сайта журнала «Кот Шредингера» дословно повторяет рубрики печатного издания). Что же касается контента, то это журналистский контент, созданный в соответствии с жанрами журналистского творчества и в той или иной степени обнаруживающий предметно-тематическое единство с материалами офлайновой версии.

Для сайтов сетевых средств массовой информации основополагающей является информационная функция, заключающаяся в производстве и распространении научно-популярной информации. Это могут быть сообщения о научных открытиях, а также о других событиях, произошедших в научном сообществе (всевозможные конференции, олимпиады, чтения и заседания советов). Структура сайтов данного типа отвечает структуре сетевых средств массовой информации, что воплощается, к примеру, в приверженности к жанровому рубрикатору, как на сайте электронного периодического издания «Научная Россия» («Статьи», «Новости», «Интервью» и т. д.). Журналистский контент сайтов обладает оригинальным содержанием (используемые жанры: новостная заметка, статья, отчет, репортаж, интервью).

Образовательные проекты составляют научно-популярные сайты, которые не могут быть причислены к средствам массовой информации. Для них на первом месте стоит не информационная, а образовательная функция – их можно назвать своеобразными университетами. Задача сайтов данной группы: распространение знаний для реализации возможности самообразования + пробуждение интереса к научной деятельности и предоставление будущим ученым необходимых ориентиров. Уникальность структуры – отдельные тематические курсы (продолжая метафору, их можно назвать «кафедрами»), по смыслу объединяющие контент – видео-лекции, статьи, главы из научно-популярных книг и пр. Геймификация используется

для лучшего усвоения пользователями новых знаний и, конечно же, для привлечения и удержания аудитории.

Научно-популярный сайт как форма сетевой научной популяризации может выполнять различные функции, иметь соответствующую им структуру и контент. Это разнообразие делает его универсальным средством распространения научно-популярной информации и знания.

### **3 ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК И ИСКУССТВА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Для достижения цели исследования – описания специфики популяризации гуманитарных наук и искусства в сети Интернет – нами был предпринят анализ совокупности научно-популярных сайтов, рассматриваемых в качестве формы популяризации гуманитарного знания и искусства. Для этого нам потребовалось определить, какое место оно занимает в концепции функционирования сайта, какой аудитории адресована и какие формы приобретает. В этом нам помогло знание их функций, структуры и характеристик контента.

#### **3.1 Сайты традиционных научно-популярных средств массовой информации как форма популяризации гуманитарных наук и искусства**

Сайты традиционных научно-популярных средств массовой информации представляют собой наиболее многочисленную группу в сети Интернет. Сюда входят сайты научно-популярных газет и журналов, телевизионных каналов и телепрограмм. Рассмотрим данную совокупность в соответствии с описанными нами ранее типологическими моделями для

выявления особенностей их популяризаторской деятельности в области гуманитарных наук и искусства.

Начать стоит с того, что гуманитарные науки и искусства являются предметом научной популяризации как для универсальных средств массовой информации, тематический диапазон которых охватывает целый спектр разнонаправленных дисциплин, так и для специализированных средств массовой информации. Это находит отражение в структуре сайтов, в определении ими своих ключевых рубрик.

Исходя из этого, одним из наиболее «гуманитарных» мы можем назвать сайт универсального научно-популярного журнала «Вокруг света». Он располагает объемной рубрикой #ИСТОРИЯ, которая, благодаря теговой системе, аккумулирует материалы и других рубрик (#ПУТЕШЕСТВИЯ, #АВТО, #ЕДА, #НАУКА), предлагающих читателю материалы по истории, информацию о развитии культуры, искусства; гуманитарной тематике отвечают также материалы рубрики #ЛЮДИ, рассказывающей о жизни и творческой деятельности великих людей прошлого.

Однако для большинства сайтов данной группы приоритет составляют все же технические и естественные науки или же науки о жизни, тем не менее, они не отказываются от материалов, популяризирующих гуманитарное знание. Так, для сайта журнала GEO первостепенное значение имеет рубрика «Путешествия», однако в рубрике «Наука» мы можем найти новости археологии. История и археология также освещаются на сайтах журналов «National Geographic», «Naked Science», «Наука из первых рук». Чуть реже встречаются материалы, посвященные лингвистике («В мире науки»), истории искусств («Троицкий вариант – Наука»), литературе («Знание – сила»).

Неожиданной может оказаться встреча гуманитарных рубрик на сайтах журналов, казалось бы, не предполагающих к ним интереса. Так, на сайте журнала «Популярная механика» нами была обнаружена постоянная рубрика «Искусство», делающая акцент, правда, на технической его стороне

(«Электронные декорации в театр: как это работает?», «Гидравлофон: водяной музыкальный инструмент»).

Как бы то ни было, материалы гуманитарного характера на сайтах не преобладают. На сайте «Троицкий вариант – Наука» данные облака меток демонстрируют превалирование естественно-научной тематики в два, а то и в три раза: искусство – 108, язык – 152, физика – 217, космос – 304, биология – 307.

Интересно, что наиболее «самостоятельными» гуманитарными дисциплинами, как показывает исследование, оказываются история и археология с одной стороны, и лингвистика – с другой. Более того, именно историческая тематика отличает сайты специализированных гуманитарных научно-популярных средств массовой информации – журналов «Дилетант», «Военно-исторический журнал», «Московский журнал. История государства Российского» [87].

Обратимся к аудиторной модели. С одной стороны, все рассмотренные нами научно-популярные сайты рассчитаны на максимально широкую аудиторию. Однако есть и те, кто целенаправленно ориентируется на определенную категорию. Так, «Троицкий вариант – Наука» ядром своей аудитории считает «научных работников, в особенности их активную, реформаторски настроенную часть», предполагая также существование и «оболочечной аудитории» из числа студентов, школьников, научной интеллигенции в целом [50]. Как честно отмечают редакторы, анализируя себя: «Замысел удался в части ядра, а в отношении оболочки – всё еще впереди» [85].

Что же касается возрастной характеристики аудитории, то мы опять же наблюдаем ориентацию на самый широкий ее охват. Однако некоторые сайты (вслед за представляемыми ими в сети изданиями) выносят в отдельную рубрику материалы для детей (GeoЛенок на сайте GEO). Рубрикой для школьников «Ума палата» располагает сайт журнала «Наука и

жизнь», публикующая беседы о языке, об искусстве, исторические миниатюры и портреты.

Обратимся к анализу контента, популяризирующего гуманитарные науки и искусства, и тому, какие формы он принимает.

В случае группы сайтов научно-популярных традиционных медиа прежде всего стоит также обратиться к такому критерию, как оригинальность материалов сайта. Так, некоторые сайты («Наука и жизнь», GEO, «В мире науки») используются преимущественно для размещения журнальных статей в сети – они представлены на сайте целиком или частично, доступ к ним может быть платным или бесплатным. Сайт практически дублирует содержание журнала, однако предлагает своим посетителям и оригинальные, созданные специально для сайта материалы, чаще всего развлекательного характера. Это мы можем считать проявлением представительской функции сайтов традиционных научно-популярных средства массовой информации.

Некоторые же сайты следуют совершенно иной концепции. Сайт исторического научно-популярного журнала «Дилетант» – *diletant.media* – напротив, демонстрирует очень слабую связь со своим печатным аналогом: его материалы хоть и отвечают исторической тематике, но почти не связаны с темами номеров журнала; исключение составляют лишь некоторые его разделы, как то «История в культуре», предлагающий подборки книг, фильмов, компьютерных игр в соответствии с главной темой свежего номера журнала «Дилетант» и соответствующий его рубрикам «Почитать», «Посмотреть» и «Поиграть».

Обратимся к жанровой структуре научно-популярных сайтов группы. В случае универсальных научно-популярных сайтов, ее основу составляют новости, причем в первую очередь, новости археологии. В целом необходимо отметить преобладание материалов именно исторического характера. Часто встречается форма подборки некоторого числа увлекательных фактов о том или ином культурном событии. Более редким и сложным выступает жанр полноценной статьи.

Что ж касается специализированных гуманитарных научно-популярных сайтов, то нам представляется правомерным рассмотреть своеобразие контента на примере исторического портала Diletant.media, контент которого отличается мультимедийностью и интерактивностью.

Изображения играют очень важную роль в пространстве сайта – нет ни одного материала, который бы не сопровождался иллюстрацией. В некоторых случаях помимо графических и фотоизображений публикации дополняются также видеоиллюстрациями. Это отличает материалы рубрики «История одной песни», которые обязательно располагают видеозаписью музыкального клипа или фрагмента из фильма. Встречаются видеоиллюстрации и в других рубриках («Статьи», «Фотоподборка»).

В отдельных рубриках сайта diletant.media изображение и вовсе доминирует над текстом. Так, в рубрике «Картинка дня» фотоизображение сопровождается лишь заголовком и краткой подписью с указанием действующих лиц или описанием происходящего события («Черчилль в купальном костюме», «Бункер Гитлера», «Рахманинов за инструментом»). Схожа с «Картинкой дня», хоть и куда более объемна, рубрика «Фотоподборка». Она представляет собой серию из 10-40 фотографий, дополненных минимальным количеством текста – с их помощью самым наглядным образом представляются вехи жизненного и творческого пути кого-либо из знаменитостей: японского императора Акихито, писателя Алексея Толстого, Папы Римского Франциска I.

Особый интерес представляют мультимедийные жанры, используемые редакцией интернет-сайта diletant.media. Среди них можно назвать интерактивную графику и интерактивную карту.

Материалы, представляющие собой интерактивную графику, составляет рубрику «Детальный разбор картинки». Живописные полотна, рисунки или гравюры («Подписание Конституции США», «Лицейский экзамен», «Сражение на Березине»), а также фотографии («Варяг после боя», «Ленин на субботнике»), изображающие какие-либо значимые исторические

события, дополняются 4-5 метками. Они содержат в себе информацию о действующих лицах, месте и времени действия, предметах и символах. Надо отметить, что аналог материалов такого типа можно встретить и в печатной версии журнала (рубрика «Картина»).

Что же до интерактивных карт – они предлагаются для ознакомления в рубрике «Экскурсии». При их создании используются Google-карты, метки на которых соотнесены с параграфами текста. Этот формат подходит как для наглядного рассказа о маршрутах различного рода странствий («Поход Юлия Цезаря на Рим из Галлии», «Последнее путешествие Льва Толстого», «Великое посольство Петра I»), так и для описания отдельных точек на карте, объединенных по какому-либо признаку («Места, куда ссылали декабристов», «Места самых знаменитых дуэлей», «Самые кровавые битвы в истории»). Интересно, что на сайте также были предприняты попытки рассказать подобным образом и о литературных путешествиях – о походе Фродо в Мордор или об исследовании ада Данте, но невозможность использования сервисов Google для отображения данных территорий сделало эти материалы неполными и свидетельствующими о непродуманности замысла.

Также, учитывая, что прообразом интернет-сайта [diletant.media](http://diletant.media) является все-таки печатное издание, мультимедийными можно назвать такие его разделы, как «Аудио» и «Видео».

Раздел аудио содержит архивные записи, позволяющие услышать голос Льва Толстого, Владимира Ленина, Петра Чайковского, Александра Блока, Ивана Бунина, Владимира Маяковского, Сергея Есенина, Максима Горького и др., а также старинные музыкальные записи, сделанные в начале XX века. Каждый материал сопровождается иллюстрацией и кратким описанием. Расшифровка записи дается не каждый раз, что иногда затрудняет ее восприятие.

Раздел видео представляет собой подборку видеозаписей различного содержания: здесь и кадры документальной хроники прошлых лет (показ



зимней коллекции 1966 года в Москве), и фрагменты из фильмов, и рекламные ролики (к примеру, первая социальная реклама на территории России со времён распада СССР), и отрывки записи эфира (объявление об отставке Ричарда Никсона, поздравление с Новым годом от Леонида Брежнева), и музыкальные клипы.

Таким образом, мультимедийность сайта *diletant.media* заключается в сочетании различных по своей природе форматов информации, а также использовании мультимедийных жанров. Очевидно, что упор в своей информационной деятельности редакция сайта делает на фото- и видеоэлементы, как на наиболее красочные, выразительные и одновременно предельно доступные для восприятия самой широкой аудитории глобальной сети Интернет.

Это свидетельствует о новых возможностях, приобретаемых научно-популярной журналистикой посредством обращения к мультимедиа. Мультимедийные материалы более эффективны, чем текстовые, в объяснении сути явлений, в адаптации научной информации, превращении ее из сложной в более простую. Емкость содержания мультимедийных материалов позволяют отразить в публикациях огромное количество информации и с помощью нее оживить историю.

Мультимедийная информация позволяет интернет-сайту максимально разнообразить подачу материала, а обилие визуальных элементов, в полном соответствии с исследованиями А. А. Никитенко, в новой коммуникационной среде, изначально ориентированной на визуальное восприятие, служат фактором привлечения внимания посетителей» [49].

Что касается интерактивности, то здесь необходимо упомянуть такие рубрики сайта *diletant.media*, как «ЕГЭ», «Личностные тесты», «Опросы», «Дуэли», несущие в себе элементы геймификации.

Личностные тесты позволяют посетителям сайта «найти себя в истории». Согласно позиции редакции, 9 предложенных вопросов способны определить, кем ответивший на них является из числа покорителей космоса,

кто из русских классиков описал бы его в своем романе, смог ли бы он стать императором Римской Империи или выжить во времена Инквизиции. Прохождение теста заканчивается предложением поделиться его результатами в социальных сетях – это обуславливает огромный вирусный потенциал, заключенный в материалах подобного рода.

Очень просты по своей структуре материалы рубрики «Опросы». Они представляют собой вопросы – причем как затрагивающие вековые дискуссии, так и касающиеся сугубо предпочтений и личной жизни респондентов – и (чаще всего) три варианта ответа: «да», «нет», «затрудняюсь ответить». Так, *diletant.media* интересуется у своих читателей, «Считаете ли вы современным язык Пушкина?», «Крейсер «Аврора» для вас – это символ революции или просто старый корабль?», «Хотели бы вы отправиться в экспедицию вместе с Колумбом?». В среднем в каждом опросе принимает участие около 600 пользователей, однако в некоторых из них число участников достигает почти 3000 – можно предположить, что это достигается благодаря распространению пользователями материалов на их страницах в социальных сетях.

Опросы представляют собой наипростейший способ получить отклик аудитории, которой для этого необходимо всего лишь один раз кликнуть мышью. Между тем многие из них привязаны к повестке дня и могут помочь редакции выяснить настрой читателей.

Наиболее интересным их интерактивных материалов сайта *diletant.media* являются материалы рубрики «Дуэли». Алексей Дурново описывает его следующим образом: «у барьера сходятся двое дуэлянтов с противоположными мнениями, а дальше, по всем правилам, выстрел на выстрел. Победителя определяют пользователи». Каждый материал рубрики «Дуэли» представляет собой высказывания двух приглашенных экспертов, выступающих в роли оппонентов – «дуэлянтов», – по 5 вопросам на одну определенную тему. Так, среди тем и участников были: «Нужно ли РПЦ перейти на григорианский календарь?» (религиовед Валерий Отставных и

дьякон Андрей Кураев), «Кому должны принадлежать религиозные здания: музеем или церкви?» (Виктор Ерофеев и Дмитрий Быков). Материалы данной рубрики дают пользователю приятное ощущение своей значимости, компетентности в обсуждаемых вопросах, способности выбрать победителя в историческом споре.

Как мы видим, сайты традиционных научно-популярных средства массовой информации чаще всего обращаются к гуманитарному знанию лишь в качестве одного из направлений популяризации. Более того, они имеют привязку к аналоговому изданию, что несколько ограничивает их деятельность. Примечательно, что наиболее разнообразные формы популяризация гуманитарных наук и искусства приобрела на специализированном сайте, демонстрирующем высокую степень оригинальности.

### **3.2 Сайты сетевых научно-популярных средств массовой информации как форма популяризации гуманитарных наук и искусства**

Группа сайтов сетевых научно-популярных СМИ в сравнении с предыдущей может быть названа малочисленной – в нее входят ресурсы, за исключением сайта «Научная Россия» (2011), созданные не более пяти лет назад: Newtonew (2014), «Чердак» (2015), N+1 (2015), «Индикатор» (2016).

Анализ их совокупности согласно модели «универсальные – специализированные» показал, что сайты данной группы гораздо меньше склонны к универсальности. Так, научно-популярный сайт «Чердак» всецело функционирует внутри естественных наук и наук о жизни, а научно-популярный сайт «Индикатор» хоть и обладает разделом «Гуманитарные науки», но ограничивается лишь материалами по археологии.

Интересным является обращение к гуманитарной тематике на сайте N+1. Сайт позиционирует себя как «научно-популярное развлекательное издание о том, что происходит в науке, технике и технологиях прямо сейчас» [52]. Это отражается в рубриках издания, доступных на его главной

странице: «Астрономия», «Физика», «Биология» «Роботы и дроны». Однако сайт также обладает дополнительной рубрикой, располагающей разделами «Лингвистика», «Языкознание», «История», «Археология». Примечательно, что многие материалы данных рубрик посвящены не собственно гуманитарным наукам, а их связи с науками естественнонаучными и техническими. Среди них: физика («У диалектов нашли лингвистический аналог поверхностного натяжения»), IT («Украденные картины Рембрандта вернутся в дополненной реальности», «Искусственный интеллект определил язык рукописи Войчича. Получился иврит»). При этом на сайте есть материалы и собственно гуманитарной тематики разных жанров. Это можно назвать проявлением междисциплинарности, сближения гуманитарных наук с естественными и техническими. Данные материалы выглядят весьма необычно, но, по замечаниям различных исследователей, их существование определенно должно принести пользу гуманитарным наукам. Б. Орехов, доцент Школы лингвистики и сотрудник Центра цифровых гуманитарных исследований НИУ ВШЭ, отмечает, что «подсчеты легитимизируют гуманитарную науку в собственно научном поле». Они ведут к тому, что «совершившие рейдерский захват понятия научности физики могут присмотреться и признать, что в гуманитарной науке есть что-то сходное с тем, что они сами делают со своим материалом» [63]. Того же мнения придерживается и противоположная сторона баррикад, например, филолог В. В. Сонькин, считающий, что такие материалы используют богатый задел для сближения точных и гуманитарных наук [66], что должно повысить статус последних.

Наиболее универсальными мы можем назвать сайты «Научная Россия» и Newtonew. «Научная Россия» предлагает своим читателям материалы по таким темам, как лингвистика и история, а также литературоведение и культурология. Сайт Newtonew, изначально предназначавшийся для размещения «статей, помогающих в работе учителям и преподавателям – о

том, как вести урок, какие средства и инструменты для этого использовать, о мышлении и восприятии информации, о критическом и научном подходе», со временем трансформировался в научно-популярное издание о «популярной науке, литературе, искусстве, гуманитарных знаниях и естественных дисциплинах» [55].

Что касается аудитории научно-популярных сайтов данной группы, то мы можем выявить ориентацию на некоторый необходимый уровень предварительной подготовленности аудитории. Интересное воплощение это находит на сайте N+1. Каждый материал здесь оснащен критерием «сложность». Сложность на N+1 – «это некоторая коллективная оценка редакции интеллектуальных усилий, которые понадобились редактору для написания заметки». Как полагают создатели сайта, «эти усилия пропорциональны усилиям, которые, следовательно, потребуются читателю для прочтения» [71].

Что же касается возрастной характеристики аудитории, то можно говорить о преимущественной ориентации на взрослого читателя. Так, N+1 предупреждает, что сайт может содержать контент, не предназначенный для лиц младше 18 лет. Сайт «Научная Россия», однако, напротив, имеет отдельный раздел «Наука детям».

Приступим к анализу контента сайтов сетевых научно-популярных средств массовой информации.

Сайт N+1 в рамках своих гуманитарных рубрик использует различные жанры. В первую очередь, это новости науки, которые обязательно пишутся на основе научных статей с упоминанием авторов исследования, университета, указания ссылки на источник.

Сайтом также используется формат блогов, тексты для которых пишут отечественные ученые. Их особенностью является не только научная составляющая, но и актуальность, привязка к какому-либо событию сегодняшнего дня. Так, например, нападение на картину Ильи Репина, известную под общепринятым названием «Иван Грозный убивает своего

сына» нашло отклик в материале религиоведа Бориса Кнорре, посвященном пересмотру исторических оценок деятельности Ивана Грозного.

Блоги также демонстрируют связь сайта с другими научно-популярными ресурсами: каналами в социальной сети YouTube (видеолекции «Лимба» об истории папства), издательствами, книгами. Так, раздел «Блоги» используются для публикации глав из новой научно-популярной книги, «Сто языков: Вселенная слов и смыслов», авторами которой выступили известные российские лингвисты – М. А. Кронгауз, А. Ч. Пиперски, А. А. Сомин и другие. Материалы, посвященные шведскому, греческому, белорусскому и другим языкам сопровождаются созданными специально для портала короткими (не более 5 минут) видеолекциями, рассказывающими о данных языках, а в случае белорусского и записанного на нем, что, как нам кажется, позволяет наилучшим образом познакомиться с языком, прочувствовать его.

Сайт также располагает интерактивными материалами, а именно тестами. Они посвящены лингвистике («Добро или живот? Узнайте, хорошо ли вы разбираетесь в славянских языках») и истории («Сколько сможете проглотить». Хорошо ли вы помните, с чего начиналась новейшая история России») и также имеют привязку к информационному поводу (в приведенных примерах это День славянской письменности и культуры и День России).

Сайт «Научная Россия» также располагает различными жанрами. В первую очередь это опять же новости, причем новости, касающиеся не открытий в гуманитарных науках, но отражающие события, происходящие в научной среде. Это также отчеты о конференциях, репортажи с научно-популярных лекций и т. п.

Интересной особенностью издания является наличие раздела видеолекций, среди которых гуманитарная тематика хорошо представлена. Здесь и индийская философия, и древнеегипетские мифы, и русский символизм, и отношения литературы и культурной памяти.

Сайт «Индикатор», как нами было уже отмечено, в отношении гуманитарных наук реализует новостную жанровую модель.

Обратимся к сайту Newtonew. Его основными жанрами в области гуманитарных наук и искусства являются подборки книг («6 кратких введений в гуманитарные науки», «Лукошко-Ларошфукошко: книги в жанре афоризма»), развернутые статьи о происхождении культурных феноменов («Субкультурно: генезис скинхедов», «Революция чтения: что такое современная литература?»).

Сайты сетевых научно-популярных средств массовой информации на данном этапе не проявляют такого интереса к популяризации гуманитарных наук и искусства, который воплотился бы в создании специализированного на гуманитарном знании сайта. Вместо этого сайты данной группы предпочитают, за некоторым исключением, ограничиваться невысокой долей материалов, посвященных преимущественно истории, археологии и лингвистике.

### **3.3 Сайты образовательных проектов как форма популяризации гуманитарных наук и искусства**

Данная группа сайтов представляется наиболее интересной для нашего исследования, так как содержит не один образец собственно гуманитарных научно-популярных проектов.

Однако прежде всего, нам необходимо выделить внутри изучаемой группы два типа сайтов.

С одной стороны, это сайты – образовательные платформы, используемые для размещения массовых открытых онлайн курсов (МООК): «Открытое образование», «Универсариум», «Лекториум», являющиеся аналогами зарубежных Coursera, Inversity и др. Данные курсы создаются не самим проектом (или, как в случае «Лекториума», не только им), но самыми разными учебными заведениями: школами, университетами, институтами.

Упомянутые нами проекты создают условия для онлайн-образования, максимально приближены к учебной среде. Курсы состоят из видеолекций, которые предполагают домашние задания, формы промежуточного и итогового контроля в виде проверочных работ и экзамена. Более того, курсы сайта «Открытое образование» соответствуют определенным направлениям подготовки, что предоставляет слушателям возможность получить сертификат о их прохождении (в отличие от самого обучения, эта услуга оказывается платно), который можно использовать для получения зачета по учебной дисциплине. Это позволяет сайту «Лекториум», будто настоящему университету огромных размеров, говорить о 105 000 слушателей, обучающихся на его платформе [51].

Однако повторение условий учебной среды на просторах сети включает в себе и некоторый минус: материалы курсов оказываются доступны только в определенные временные промежутки, что в некоторой степени ограничивает к ним доступ аудитории.

Данные сайты отличаются универсальным подходом к знанию, предлагая изучение как квантовой физики, так и тонкостей латыни.

Структура сайтов однотипна. Как уже было отмечено, ее составляют курсы по различным предметам («Лекториум» – 56 курсов, «Универсариум» – 156, «Открытое образование» – 262), в том числе, конечно же, и гуманитарным.

Контент сайтов данного типа представляет собой короткие видеолекции, объединяющиеся в курсы (от 7-10 до 30 и более).

Аудитория сайтов не ограничивается, но основной акцент делается на школьниках и абитуриентах, студентах. Сайт «Лекториум» также располагает специализированными материалами для учителей. В целом его целевая аудитория выглядит так: «Работаем с программами по поступлению в вуз и профориентации школьников, специализации студентов и повышению квалификации специалистов и школьных учителей» [51].



Уровень подготовки аудитории в связи с этим, если это не оговаривается, отдельно, не требует изначального глубокого знания.

Помимо курсов, сайт «Лекториум» предлагает доступ к «с самому большому открытому видеоархиву лекций на русском языке» [51]. Это более 4000 лекций по 40 предметам, из которых гуманитарные: архитектура, история архитектуры, искусство, история, история России, культурология, лингвистика, литературоведение, русский язык, филология, философия. В данном случае это уже полноценные лекции, не ограниченные по времени рамками курса.

Итак, сайты образовательных проектов данного типа можно назвать агрегаторами знаний, но, в отличие от сайтов второго типа, не их производителями.

Ко второму типу сайтов образовательных проектов мы, соответственно, относим те научно-популярные ресурсы, которые занимаются созданием собственного уникального научно-популярного контента – это «ПостНаука», Arzamas, «Магистерия», «Энгура», Muzium.

Остановимся чуть подробнее на данной особенности сайтов, в которой находит проявление первостепенная для них по важности образовательная функция.

Наиболее ярко это положение иллюстрирует научно-популярный онлайн-портал Arzamas, сравнивающий себя со «своеобразным университетом, который ... будет строиться» прямо на глаза у своих «студентов». Это подтверждает и миссия проекта, которая заключается «в распространении среди русскоязычной аудитории гуманитарного знания и предоставлении широкому кругу интернет-пользователей возможности знакомиться с лекциями и статьями признанных ученых, исследователей, критиков в сфере гуманитарных наук» [64].

Схожее отношение к распространению знания – не информации! – отличает и научно-популярный онлайн-проект «ПостНаука». В его задачи не входит «пересказ научных теорий и идей», в то время как именно этим

занимается, к примеру, научно-популярная журналистика – пересказом научного дискурса, представляющего большую сложность для восприятия неспециалистом. «ПостНаука» же «дает ученым возможность говорить о своих исследованиях от первого лица» [54].

Миссия проекта «Магистерия» также отвечает обозначенной нами установке: «помочь хорошим преподавателям, послужить им секретарем, ассистентом, микрофоном и рупором». «Знающий, яркий рассказчик, – согласно ей, – заслуживает того, чтобы быть услышанным. Это не только вопрос его личного благополучия, хотя оно тоже важно, а вопрос рекапитуляции – восстановления российского общества. В сети, в медийном пространстве должны звучать голоса умных, ответственных людей, которые просеяли тонны информации в поисках знания» [22].

Следовательно, на научно-популярных сайтах образовательных проектов общение с научным сообществом происходит не через посредника-журналиста, предпринявшего «перевод» научной информации на язык, понятный всем и каждому, но непосредственно с «учеными из разных исследовательских областей, в том числе нобелевскими лауреатами и представителями зарубежной науки» [54]. Приглашенные исследователи представляют свои изыскания общественности в том виде, какой им самим представляется необходимым (конечно же, тексты всех без исключения материалов на сайтах данной группы адаптированы для понимания их широкой аудиторией, но таковыми – адаптированными – они изначально и создаются).

Более того, как любой университет, сайты образовательных проектов нацелены заинтересовать научной деятельностью и предоставить будущим ученым необходимые ориентиры: «Мы стремимся показать нашим читателям, которые интересуются наукой и хотят сделать ее своей профессией, возможные направления для исследований не как отвлеченные дисциплины, а как работу реальных людей». Благодаря непосредственному общению научного сообщества и общественности, задачи научно-

популярных сайтов образовательных проектор расширяются, как это в частности случилось с сайтом «ПостНаука», до создания «платформы, на которой ученые становились бы известными не только для узкого академического круга, но и для широкой аудитории» [54].

Однако основной задачей научно-популярных сайтов все же является распространение знаний для реализации возможности самообразования. Причем знания эти могут быть как повторением школьной программы (Arzamas о классиках отечественной литературы), так и содержанием программ высших учебных заведений («ПостНаука» о поэтических традициях средневековой Скандинавии или палеолитическом пещерном искусстве), а могут и вовсе выходить за образовательные пределы, обращаясь к мифологическим смыслам и политическим основам «Гарри Поттера».

Надо отметить, что помимо этого, некоторые образовательные ресурсы направлены не только на получение представителями их целевой аудитории новых знаний, но и на приобретение ими новых навыков. Примером того может быть научно-популярный проект «Энгурра», публикующий оригинальные тексты на древних языках для овладения техникой их перевода. Подобное проявление образовательной функции применительно к научно-популярным журналам В. А. Парафонова называет «прикладной» составляющей целевого назначения научно-популярных медиа [58].

Необходимо также отметить такую особенность образовательной функции рассматриваемых научно-популярных сайтов, как ее близость к функции развлекательной. Ее выполнение сайтами образовательных ресурсов объясняется стремлением обыграть образовательный процесс, сделать полученные в результате него знания чем-то вроде заслуженного трофея.

Таким образом, образовательная функция научно-популярных сайтов данной группы заключается в распространении в первую очередь не информации, а знаний. Образовательные проекты сети интернет представляют собой своеобразные университеты, куда «студент» может

прийти в удобное для него время, по своему усмотрению выбрать популяризируемую дисциплину и лектора.

Доминирование образовательной функции сайтов данной группы оказывает влияние и на свойственную им структуру, представленную, как и для рассмотренного нами ранее типа, отдельными тематическими курсами.

Продолжая метафору, уподобившую научно-популярные сайты группы образовательных проектов своеобразным университетам, можно сказать, что данные курсы являются их «кафедрами».

За определением курса можно обратиться к рассматриваемым научно-популярным сайтам. Так, согласно сайту образовательного проекта «ПостНаука», организующие его структуру курсы представляют собой «авторские подборки видео-лекций, собранные ведущими специалистами в своей области. Каждый курс – это небольшая история, рассказанная от первого лица и выстроенная в логической последовательности» [34]. На сайте образовательного проекта «Арзамас» курсы образно сравниваются с «документальными сериалами». Определение курсов на сайте «Арзамас» в целом повторяет данное на сайте «ПостНаука», что свидетельствует о схожести их структур: «Наши курсы – это сочетание коротких видеолекций, прочитанных учеными, и материалов, подготовленных редакцией: справочных заметок и длинных статей, фотогалерей и фрагментов кинохроники, цитат из забытых книг и интервью со специалистами – всего, что поможет полнее раскрыть тему» [53].

Однако не все материалы, представленные на сайтах образовательных проектов, группируются в тематические курсы – их тематическое разнообразие слишком широко. В связи с этим на абсолютном большинстве ресурсов научно-популярные материалы, не вошедшие в курсы, группируются согласно форме предоставления информации: короткие видео, документальные фильмы, отрывки из книг, тексты различных жанров.

Прежде чем обратиться к рассмотрению изучаемых сайтов с точки зрения предоставляемого ими контента, обратим внимание, какое место

занимает для них популяризация гуманитарных наук и искусства и на кого она ориентирована.

Рассмотрим упомянутые нами ресурсы с точки зрения их подхода к популяризации знания – универсального и специализированного. Универсальным в нашей подборке оказывается лишь один сайт – «Постнаука».

Он предлагает читателям 15 тем, из которых гуманитарным наукам и искусству посвящены 4: история, культура, язык, философия, содержащих 612, 450, 263 и 256 публикаций соответственно (для сравнения, биология – 656, физика – 414, астрономия – 218, математика – 154, химия – 137).

Остальные же упомянутые нами сайты образовательных проектов посвящены либо исключительно гуманитарным наукам, либо рассматривают их вместе с науками социальными. Так, Arzamas предлагает нам материалы и курсы по отечественной и мировой истории и культуре, искусству, литературе и антропологии. «Магистерия» в большей мере повторяет этот круг тем, предлагая расширить свои знания по истории, искусству, литературе, музыке, психологии, религии и философии. «Энгурра» упоминает очень широкий круг тематик: искусство, история, философия, литература, археология, этнология, культурология, антропология, социология, психология и даже иногда нейронауки, но все они ограничены временными рамками древнего мира. Наконец, Musicum представляет собой один курс в виде блога, посвященный истории и теории классической музыки.

Аудитория сайтов образовательных проектов стремится к максимально широкой. Как отмечал в одном из интервью главный редактор сайта Arzamas Ф. Дзядко, редакцией изначально планировалась «разговаривать с огромной аудиторией» [79]. В случае Arzamasа это достигается большим разнообразием материалов: здесь есть спецкурс «Русская классика. Начало», в котором московские учителя литературы рассказывают о произведениях из школьной программы, и спецкурсы «История России. XVIII век»,

содержащий методические указания для учителей, и «Детская комната Arzamas», ориентированная в первую очередь на родителей, которым рассказывается о том, как провести время с детьми, чтобы всем было полезно и интересно.

Что же касается необходимого уровня подготовки аудитории, то она разнится: от приемлемости обладания лишь школьной программой, как это было отмечено нами выше, до знания древних языков, подразумеваемого в некоторых материалах сайта «Энгурра».

Наконец, рассмотрим научно-популярные сайты образовательных проектов с точки зрения предоставляемого ими контента.

Как уже было отмечено ранее, курсы как основной структурный компонент научно-популярных сайтов данной группы объединяют их контент по тематике. Наполнение курсов образовательных проектов примерно одинаково: это 4-8 коротких видеолекций длительностью 10-20 минут, дающих разностороннее освещение выбранной темы, и дополнительные материалы, жанры которых могут быть различны.

Также проявлением образовательной функции образовательных проектов является публикация глав новых научно-популярных произведений для самостоятельного ознакомления с ними посетителей сайта («ПостНаука»), редких научных источников информации («Энгурра»).

Что же касается материалов сайтов, отвечающих информационной функции образовательных проектов, то среди них можно назвать: новости науки, информационные обзоры, статьи под характерным заголовком «Просто о сложном», интервью с учеными и аннотации к их новым научно-популярным книгам.

Необходимо также сказать отдельно об элементах геймификации, используемых сайтами образовательных проектов. На сайте «ПостНаука» они представлены в основном тестам, которые можно использовать для проверки своих знаний в том или ином предмете; сайт же Arzamas отличается их невероятное разнообразие. Это тесты, пазлы, всевозможные загадки и

задания на время и на внимательность, гадания и познавательные игры. Геймификация используется сайтом Arzamas для того, чтобы «делать поистине вовлекающие, развлекающие и глубоко объясняющие тему истории. Истории, в которые можно поиграть» [67]. Данные материалы размещаются на сайте для лучшего усвоения пользователями новых знаний и, конечно же, для привлечения и удержания аудитории.

В итоге мы получаем, что сайты образовательных проектов наиболее ориентированы на популяризацию гуманитарных наук и искусства – среди их числа мы находим больше всего специализированных научно-популярных ресурсов. Можно предположить, что это связано с тем, что они располагают как возможностью целенаправленного распространения научно-популярного знания при помощи системы курсов, так и освещения событий сферы науки и искусства. Это сочетание придает им одновременно научную глубину и современность, что оказывает положительно влияние на гуманитарные науки и их популяризацию.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Популяризация гуманитарных наук и искусства была впервые рассмотрена нами как самостоятельный тип научной популяризации. Критерием для его определения послужил ее предмет – гуманитарное знание: о культуре, искусстве, языке, религии, философской мысли, иными словами, «о собственно человеческом в человеке» [80]. Это позволило нам говорить об обладании данным типом популяризации собственной специфики, обусловленной как своеобразием предмета, так и современными особенностями функционирования гуманитарных наук.

Своеобразие предмета предполагает и своеобразие популяризаторской деятельности в гуманитарной сфере. Оно проявляется в наборе типологических признаков, среди которых нами были выделены цели, функции, аудиторные характеристики, а также принципы и формы популяризации гуманитарных наук и искусства, выработанные ею за время своей собственной истории, рассмотренной нами от момента ее зарождения (XVIII век) до сегодняшнего дня.

Что же касается современного положения гуманитарных наук, то, как отмечают исследователи, их проблемы – как наследие десятилетий идеологизации, обернувшийся потерей культурного авторитета, дискриминацией, особенно со стороны естественнонаучной интеллигенции, так и следствие несоответствия культу технологического развития, определяющего государственную политику – аккумулируют востребованность научно-популярны проектов: новых, гуманитарных, образовательных, функционирующих на просторах сети.

Освоение научной популяризацией в целом интернет-среды открыло для нее новые возможности, среди которых можно назвать мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность распространения информации, маневренность и оперативность. Их использование характеризует такие формы научной популяризации, вызванные к жизни уникальностью сети, как научно-популярный сайт и страница в социальной сети. Возрастающее число научно-популярных ресурсов, заинтересованность в функционировании которых проявляют традиционные средства массовой информации, информационные агентства, общественность и государство, а также само научное сообщество, свидетельствуют о потребности в данных формах научной популяризации, а значит, и в теоретическом знании о них.

Научно-популярный сайт был рассмотрен нами как форма популяризации науки через новые медиа и определен следующим образом: «сайт, содержащий материалы об основах наук, о теоретических и (или)



экспериментальных исследованиях в области науки, культуры и практической деятельности, служащий распространению знаний и самообразованию».

Основываясь на различных типологиях научно-популярных сайтах, в том числе на предложенной нами в бакалаврской выпускной квалификационной работе, был проведен анализ специфики популяризации гуманитарных наук и искусства в сети Интернет.

В результате исследования было установлено, что сайты традиционных научно-популярных средства массовой информации в большинстве случаев имеют универсальный характер и обращаются к гуманитарному знанию лишь в качестве одного из направлений популяризации. Более того, имея привязку к аналоговому средству массовой информации, они несколько ограничивают свою деятельность необходимостью выполнения представительской функции. Примечательно, что наиболее разнообразные формы популяризации гуманитарных наук и искусства предлагают специализированные сайты, демонстрирующие высокую степень оригинальности.

Сайты сетевых научно-популярных средств массовой информации на сегодняшний день не проявляют такого интереса к популяризации гуманитарных наук и искусства, который воплотился бы в создании специализированного на гуманитарном знании сайта. Вместо этого сайты данной группы предпочитают, за некоторым исключением, ограничиваться невысокой долей материалов – кратких и лаконичных.

Интересно, что наиболее «самостоятельными» среди гуманитарных наук на просторах сети являются история и археология, с одной стороны, и лингвистика, с другой – эти дисциплины часто являются единственными, представленными на научно-популярных сайтах универсального характера. Однако менее популярные гуманитарные науки, в противовес новостным заметкам о научных открытиях, преобладающим на сайтах двух ранее

рассмотренных групп, приобретают на сайтах образовательных проектов самые разнообразные формы.

Качественная и количественная характеристика сайтов специализированных научно-популярных проектов позволяет заключить, то данная группа сайтов наиболее ориентирована на популяризацию гуманитарных наук и искусства. Это объясняется тем, что они выгодно соединяют в себе возможностью целенаправленного распространения научно-популярного знания при помощи системы курсов с освещением событий сферы науки и искусства. Это придает им одновременно научную глубину и современность, что позволяет им достичь большего количества целей популяризации гуманитарных наук и искусства.

Исходя из этого, мы считаем цель исследования достигнутой, а задачи выполненными.

Исследование может быть продолжено в направлении изучения глобальных процессов, происходящих в поле научно-популярных медиа, в частности, процесса виртуализации, вызывающего трансформацию научно-популярных медиа из традиционных в новые, а также дальнейшего анализа их характеристик и тенденций развития.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что научно-популярный сайт является перспективной современной формой популяризации гуманитарных наук и искусства, достигающей благодаря возможностям сети интернет соответствия целям и принципам научной популяризации, а также привлекательной и увлекательной формы, сохраняющей ценное научное содержание.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Абрамов, Р. Н. Профессионализация научной журналистики в России: сообщество, знание, медиа / Р. Н. Абрамов // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2014. – №1 (25). – С. 111-123.

2. Абрамов, Р. Н., Кожанов, А. А. Концептуализация феномена Popular Science: модели взаимодействия науки, общества и медиа / Р. Н. Абрамов, А. А. Кожанов // Социология науки и технологий. – 2015. – Т. 6. – № 2. – С. 45–59.
3. Баринова, Е. Е. Жанр научно-популярной литературы: историография и новые концепции исследования / Е. Е. Баринова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. – 2012. – № 2 (102). – С. 46–52.
4. Басовская, Н. И. Учебник истории: человек, событие, реальность / Н. И. Басовская // Вестник высшей школы. – 1989. – № 11. – С. 11–13.
5. Бахтин, М. М. К философским основам гуманитарных наук / М. М. Бахтин // Собр. соч. – Москва : Русские словари, 1996. – Т.5. – С.7–10.
6. Белинский, В. Г. Опыт истории русской литературы // В. Г. Белинский. // Собр. Соч. : в 9 т. – Москва, 1981. – Т. 7. – С. 324–365.
7. Блюм, Д. Полевое руководство для научных журналистов / Д. Блюм, М. Кнудсон, Р. Б. Хениг // Москва : Альпина Нон-фикшн, 2018. – 460 с.
8. Браже, Т. Г. Развитие гуманитарной культуры как глобальная проблема образования взрослых в XXI веке: теоретический аспект / Т. Г. Браже // ЧиО. – 2010. – №1. – С. 28–31.
9. Волошинов, А. В., Игнатова, М. П. «Две культуры»: от противостояния к интеграции / А. В. Волошин, М. П. Игнатов // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2014. – Т. 4. – № 1 (77). – С. 217–220.
10. Герцен, А. И. Публичные чтения г-на профессора Рулье / А. И. Герцен // Сочинения : в 2 т. – Москва : Мысль, 1985. – Т. 1. – 592 с.
11. Горбунов-Посадов, М. М. Интернет-активность как обязанность ученого / М. М. Горбунов-Посадов // Информационные технологии и вычислительные системы. – 2007. – № 3. – С. 88–93.

12. Горелик, Е. И. Каталог «ЖЗЛ». 1890–2010 (к 120-летию серии «ЖЗЛ») / Е. И. Горелик – 5-е. – Москва : Молодая гвардия, 2010. – 416 с.
13. Горький, М. Литературу детям. – Т. 27. – С. 31–35.
14. ГОСТ 7.60-2003 Издания. Основные виды. Термины и определения. – Минск : Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 2003. – 35 с.
15. ГОСТ 7.83-2001 СИБИД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. – Москва : Стандартиформ, 2012. – 25 с.
16. Гусейнов, Г. Ч. Интеллигент или поэт, гуманитарий или проповедник? С. С. Аверинцев в свое время / Г. Ч. Гусейнов // Диалог. Карнавал. Хронотоп. – 2007. – №2.
17. Дивеева, Н. В. Основные направления воздействия новых информационных технологий на популяризацию науки / Н. В. Дивеева // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – Ростов-на-Дону, 2014. – №2. – С. 158–168.
18. Дивеева, Н. В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Дивеева Наталья Валерьевна. – Ростов-на-Дону, 2014. – 186 с.
19. Динамика развития отрасли научной коммуникации в России 2016-2017 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.rvc.ru/upload/iblock/637/Issledovaniye\\_dinamiki\\_2016-2017.pdf](https://www.rvc.ru/upload/iblock/637/Issledovaniye_dinamiki_2016-2017.pdf)
20. Дрюбин, Г. Б. Лаборатория популяризатора науки / Г. Б. Дрюбин // Наука и журналист : сборник. – Москва : Знание, 1976. – С. 158–171.
21. Елинер, И. Г. Интерактивность как квинтэссенция мультимедийного произведения / И. Г. Елинер // Труды СпбГИК. – 2013. – С. 19–23.
22. Если возникает жажда гуманитарного знания, пора копать колодцы / Newtonew [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://newtonew.com/culture/luch-sveta-v-onlayn-haose>

23. Жуковский, В. И. Теория изобразительного искусства / В. И. Жуковский. – СПб. : Алетейя, 2011. – 496 с.
24. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – Москва, 2010. – 200 с.
25. Загидуллина, М. В. Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста / Блог Марины Загидуллиной [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://zagidullina.ru/my\\_articles/мастерство-популяризации-науки](http://zagidullina.ru/my_articles/мастерство-популяризации-науки).
26. Закутняя, О. Популяризация интерпретации / О. Закутняя // Троицкий вариант – Наука. – 2009. – №34. – С. 3.
27. Кантор, Ю. З. Научно-популярная журналистика: к вопросу об актуальности жанра в России / Ю. З. Кантор // Средства массовой информации в современной культуре. Петербургские чтения : матер. 52-й междунар. науч.-практич. конф., 17–19 апреля 2013 г. / отв. ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург, 2013. – С. 204–205.
28. Клейн, Л. С. Интерпретация популяризации / Л. С. Клейн // Троицкий вариант – Наука. – 2009. – №38. – С. 14.
29. Колесникова, Е. А. Интерактивность как глобальный признак молодежных масс-медиа / Е. А. Колесникова // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2009. – №3. – С. 178–184.
30. Колодин, М. Ю. Разработка, реализация и сопровождение веб-сайта научной организации / М. Ю. Колодин // Труды СПИИРАН. – 2003. – Т. 3. – №1. – С. 217–223.
31. Композиция изданий: особенность проектирования различных изданий / С. М. Болховитинова [и др.]. – Москва : МГУП, 2000. – 166 с.
32. Котлер, Ф., Шефф, Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств / Ф. Колтер, Д. Шефф – Москва : Классика XXI, 2012. – 688 с.

33. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева [и др.] – Москва : Флинта: Наука, 2003. – 493 с.
34. Курсы / Официальный сайт проекта «ПостНаука» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://postnauka.ru/courses>.
35. Лазаревич, Э. А. С веком наравне: популяризация науки в России: книга, газета, журнал / Э. А. Лазаревич – Книга, 1984.
36. Литке, М. В. Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации / М. В. Литке // Журналистский ежегодник. – 2014. – № 3. – С. 59–65.
37. Лихачев, Д. С. «Слово о полку Игореве» – героический пролог русской литературы / Д. С. Лихачев. – М. – Л. : Государственное изд-во Художественной литературы, 1961. – 134 с.
38. Лихтенштейн, Е. С., Михайлов, А. И. Научно-популярная литература / Е. С. Лихтенштейн, А. И. Михайлов // Редктирование научной, технической литературы и информации : учеб. для вузов. – Москва, 1974. – С. 62–67.
39. Лукина, М. М. СМИ в пространстве Интернета / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева // Москва : Факультет журналистики МГУ, 2005. – 124 с.
40. Луначарский, А. В. Наши задачи в области художественной жизни / А. В. Луначарский – Мультимедийное издательство Стрельбицкого, 2018.
41. Лычко М. А. Методы популяризации произведений искусства посредством современных технологий медиа- и видеоэкспозиции (маг. дис.) – 2016 : дис. ... магистра истор. иск. 50.04.03 / М. А. Лычко. – Санкт-Петербург, 2016. – 84 с.
42. Макарова Е. Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Макарова Елена Евгеньевна. – Москва, 2013. – 25 с.

43. Макарова, Е. Е. Популяризация науки и новые информационные технологии [Электронный ресурс] / Е. Е. Макарова // Медиаскоп. – 2011. – №4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/966>.
44. Макарова, Е. Е. Типологические модели научно-популярных сайтов [Электронный ресурс] / Е. Е. Макарова // Медиаскоп. – 2012. – №4. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/1216>.
45. Масалова, М. В. Гипертекстуальность как имманентная текстовая характеристика : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Масалова Мария Валерьевна. – Ульяновск, 2003.
46. Мильчин, А. Э. Издательский словарь-справочник / А. Э. Мильчин. – Москва : ОЛМА-Пресс, 2006. – 560 с.
47. Михайлов, В. А. Использование сети Интернет в деятельности торгово-посреднических организаций / В. А. Михайлов // Маркетинг. – 2002. – № 3. – С. 78–83.
48. Михельсон, А. Д. Объяснение 25000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней / А. Д. Михельсон. – Москва, 1865.
49. Никитенко, А. А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как детерминирующие типологические признаки сетевых изданий / А. А. Никитенко // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2009. – №1. – С. 159–166.
50. О газете [Электронный ресурс] // Троицкий вариант – Наука. – Режим доступа: <https://trv-science.ru/about/>
51. О Лекториуме [Электронный ресурс] // Лекториум. – Режим доступа: <http://project.lektorium.tv/about>.
52. О нас [Электронный ресурс] // N+1. – Режим доступа: <https://nplus1.ru/about>
53. О проекте [Электронный ресурс] // Официальный сайт портала «Arzamas». – Режим доступа: <http://arzamas.academy/about>.

54. О проекте [Электронный ресурс] // Официальный сайт проекта «ПостНаука». – Режим доступа: <https://postnauka.ru/about>.
55. О проекте [Электронный ресурс] Newtonew. – Режим доступа: <https://newtonew.com/about>.
56. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 50.04.03 История искусств (уровень магистратуры) [Электронный ресурс] : приказ Министерства образования и науки РФ от 03.12.2015 №1404 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
57. Объяснение 25000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней / Сост. А. Д. Михельсон. 1865.
58. Парафонова, В. А. Некоторые тенденции в развитии современных научно-популярных журналов. Уточнение типологической картины / В. А. Парафонова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2009. – №3. – С. 156–167.
59. Пастухова, Б. П. Особенности популяризации гуманитарных наук (на примере печатных СМИ) / Б. П. Пастухова // Журналист. Социальные коммуникации. – 2017. – Т. 26. – №2. – С. 25–33.
60. Перельман Я. И. Что такое занимательная наука? / Я. И. Перельман // Математика в школе. – 2007. – №. 5. – С. 64–71.
61. Писарев, Д. И. Народные книжки / Писарев Д. И. // Сочинения : в 4 т. – Москва : Гос. изд-во «Художественной литературы», 1955. – Т. 1.
62. Писарев, Д. И. Реалисты / Д. И. Писарев // Литературная критика : в 3 т. – Т. 2. – Л : Худож. лит., 1981. – 456 с.
63. Подсчеты легитимизируют гуманитарную науку [Электронный ресурс]. – N+1. – Режим доступа: <https://nplus1.ru/material/2017/12/28/dig-hum>.
64. Пользовательское соглашение и правила использования веб-сайта Arzamas.academy в сети Интернет [Электронный ресурс] // Официальный сайт портала «Arzamas». – Режим доступа: <http://arzamas.academy/license>.



65. Популяризация науки: от просвещения к мракобесию. Виктор Вахштайн [Электронный ресурс] // FutureBiotech. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=8hMmPZT7Rws>.

66. Потерять статус небожителей. Почему в России трудно популяризировать гуманитарные знания [Электронный ресурс] // Lenta.ru. – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2011/07/11/sonkin>.

67. Пуля, В. Ю. Геймификация СМИ [Электронный ресурс] / В. Ю. Пуля // Журналист. – 2015. – №3. – Режим доступа: <http://mediatoolbox.ru/blog/geymifikatsiya-smi-novosti-v-kotoryie-igrayut-lyudi>.

68. Рыжова, С. В. Культурологическое значение вклада Д. Лихачева в гуманитарные науки / С. В. Рыжова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2008. – №. 21 (121). – С. 94–98.

69. Севостьянова, М. В. Сергей Иванович Вавилов как популяризатор науки / М. В. Севостьянова // Труды сессии, посвященной памяти С. И. Вавилова. – Москва, 1953. – С. 34–40.

70. Симон, А. А. Наука «с человеческим лицом» (об антропоцентризме в научно-популярном медиатексте) / А. А. Симон // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2012. – №. 13 (93). – С. 64–71.

71. Сложность [Электронный ресурс] // N+1. – Режим доступа: <https://nplus1.ru/difficult>.

72. Смолина, М. Г. Художественная критика в сфере изобразительного искусства : монография / М. Г. Смолина, В. И. Жуковский. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2013. – 216 с.

73. Сноу, Ч. П. Две культуры и научная революция / Ч. П. Сноу // Портреты и размышления: сборник публицистически работ. – Москва : Прогресс, 1973. – С. 195–226.

74. Соколова, И. С. Популяризация естествознания в эпоху постмодерна: библиотека, университет, музей, «научное» кафе, театр / И. С.

Соколова // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2012. – № 5. – С. 33–37.

75. Ставров, И. В. Проблемы популяризации современной археологии как науки / И. В. Ставров // Аграрное образование и наука. – 2015. – №. 1.

76. Тарумова, Н. Т. Популяризация культурно-исторических знаний в сети Internet / Н. Т. Тарумова // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – №. 4. – С. 342–346.

77. Теплов, Г. Знания, касающиеся вообще до философии / Г. Теплов // Спб., 1751. – 301 с.

78. Тертычный, А. А. Быть ли научно-популярной журналистике? / А. А. Тертычный // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – №2. – С. 212–217.

79. Филипп Дзядко: «Быть чисто медиа неинтересно, быть университетом еще рано» [Электронный ресурс] // Colta.ru. – Режим доступа: <http://www.colta.ru/articles/media/6395>.

80. Философия науки. Словарь основных терминов / под ред. С. А. Лебедев. – Москва : Академический Проект, 2004. – 320 с.

81. Фролова, Т. И. К проблеме качества текстов научно-популярной проблематики в средствах массовой информации / Т. И. Фролова, С. П. Суворова, Д. С. Ильченко, А. С. Бугаева // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т. 5, № 2. – С. 233–246.

82. Чернышевский, Н. Г. О поэзии. Сочинение Аристотеля. Перевел, изложил и объяснил Б. Ордынский. Москва, 1854 // Н. Г. Чернышевский // Сочинения : в 2 т. – Москва : Мысль, 1986. – Т. 1.

83. Шапинская, Е. Н. Культура в эпоху «цифры»: культурные смыслы и эстетические ценности / Е. Н. Шапинская // Культура культуры. – 2015. – №3.

84. Шилина М. Г. Интернет-коммуникация и теоретические аспекты исследований масс-медиа / М. Г. Шилина // Медиаскоп. – 2011. – №4.

85. Штерн, Б. 10 фактов о ТРВ-Наука. Троицкий вариант – Наука. – 2012. – №100. с. 2.
86. Эренбург, И. Г. Ответ на одно письмо / И. Г. Эренбург // Комсомольская правда. – 1959. – № 206. – С. 3–4.
87. Яковенко, И. А. Рынок научно-популярных журналов [Электронный ресурс] : аналитич. обзор. / И. А. Яковенко // Сайт национальной тиражной службы. – Москва, 2012. – Режим доступа: <http://pressaudit.ru/rynok-nauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor>.
88. Ciapuscio G. E. Formulation and reformulation procedures in verbal interactions between experts and (semi-) laypersons / G. E. Ciapuscio // Discourse Studies. – 2003. – Т. 5. – №. 2. – С. 207-233.
89. Gotti M. Reformulation and recontextualization in popularization discourse [Электронный ресурс] / M. Gotti // Ibérica. – 2014. – №. 27. – Режим доступа: <http://www.redalyc.org/html/2870/287030196011>.
90. Scotto di Carlo G. The role of proximity in online popularizations: The case of TED talks / G. Scotto di Carlo // Discourse Studies. – 2014. – Т. 16. – №. 5. – С. 591-606.
91. Takahashi B., Tandoc Jr E. C. Media sources, credibility, and perceptions of science: Learning about how people learn about science / B. Takahashi, E. C. Tandoc Jr // Public Understanding of Science. – 2016. – Т. 25. – №. 6. – С. 674-690.
92. World University Rankings 2018 by subject: arts and humanities methodology [Электронный ресурс] // THE WUR. – Режим доступа: <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/subject-ranking-2018-arts-and-humanities-methodology>.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ А**

### **Проанализированные в ходе исследования научно-популярные сайты российского интернета**

Таблица А.1 – Проанализированные в ходе исследования научно-популярные сайты российского интернета

Название сайта	Адрес сайта
«24_ДОС»	<a href="http://24doc.ru">http://24doc.ru</a>
«365 дней ТВ»	<a href="http://www.365days.ru">http://www.365days.ru</a>
«Антропогенез»	<a href="http://antropogenez.ru">http://antropogenez.ru</a>
«В мире животных»	<a href="http://www.worldofanimals.ru">http://www.worldofanimals.ru</a>
«В мире науки»	<a href="http://www.sciam.ru">http://www.sciam.ru</a>
«Военно-исторический журнал»	<a href="http://history.milportal.ru">http://history.milportal.ru</a>
«Вокруг света»	<a href="http://www.vokrugsveta.ru">http://www.vokrugsveta.ru</a>
«Дилетант»	<a href="http://diletant.media">http://diletant.media</a>
«Магистерия»	<a href="https://magisteria.ru/">https://magisteria.ru/</a>
«Знание – сила»	<a href="http://www.znanie-sila.ru">http://www.znanie-sila.ru</a>
«Изобретатель и рационализатор»	<a href="http://www.i-r.ru">http://www.i-r.ru</a>
«История»	<a href="http://istoriya.tv">http://istoriya.tv</a>
«Кот Шредингера»	<a href="http://kot.sh">http://kot.sh</a>
«Машины и механизмы»	<a href="http://www.21mm.ru">http://www.21mm.ru</a>
«Меганаука»	<a href="http://meganauka.com">http://meganauka.com</a>
«Мозговой штурм»	<a href="http://mozgovoyshтурm.ru">http://mozgovoyshтурm.ru</a>
«Московский журнал. История государства российского»	<a href="http://www.mosjour.ru">http://www.mosjour.ru</a>
«Моя планета»	<a href="http://www.moya-planeta.ru">http://www.moya-planeta.ru</a>
«Нано ТВ»	<a href="http://tv-nano.ru">http://tv-nano.ru</a>
«Наука 2.0»	<a href="http://www.naukatv.ru">http://www.naukatv.ru</a>
«Наука детям»	<a href="http://virtuallab.by">http://virtuallab.by</a>
«Наука и жизнь»	<a href="https://www.nkj.ru">https://www.nkj.ru</a>
«Наука из первых рук»	<a href="http://scfh.ru">http://scfh.ru</a>
«Научная Россия»	<a href="http://scientificrussia.ru">http://scientificrussia.ru</a>
«Наша психология»	<a href="http://www.psych.ru">http://www.psych.ru</a>
Название сайта	Адрес сайта
«Новости космонавтики»	<a href="http://novosti-kosmonavtiki.ru">http://novosti-kosmonavtiki.ru</a>
«Популярная механика»	<a href="http://www.popmech.ru">http://www.popmech.ru</a>
«ПостНаука»	<a href="http://postnauka.ru">http://postnauka.ru</a>

«Природа»	<a href="http://www.ras.ru/publishing/nature.aspx">http://www.ras.ru/publishing/nature.aspx</a>
«Природа и человек»	<a href="http://www.namsvet.ru">http://www.namsvet.ru</a>
«Родина»	<a href="http://rodina.rg.ru">http://rodina.rg.ru</a>
«Теории и практики»	<a href="http://theoryandpractice.ru">http://theoryandpractice.ru</a>
«Техника – молодежи»	<a href="http://technicamolodezhi.ru">http://technicamolodezhi.ru</a>
«Техно 24»	<a href="http://techno24.tv">http://techno24.tv</a>
«Троицкий вариант – Наука»	<a href="http://trv-science.ru">http://trv-science.ru</a>
«Химия и жизнь XXI век»	<a href="http://www.hij.ru">http://www.hij.ru</a>
«Чердак»	<a href="http://chrdek.ru">http://chrdek.ru</a>
«Элементы»	<a href="http://elementy.ru">http://elementy.ru</a>
«Энгура»	<a href="http://engur.ru/ru_RU">http://engur.ru/ru_RU</a>
«Юный натуралист»	<a href="http://unnaturalist.ru">http://unnaturalist.ru</a>
«Юный техник»	<a href="http://utechnik.ru">http://utechnik.ru</a>
«Arzamas»	<a href="http://arzamas.academy">http://arzamas.academy</a>
«GEO»	<a href="http://www.geo.ru">http://www.geo.ru</a>
«Muzium»	<a href="http://muzium.org/posts/">http://muzium.org/posts/</a>
«N+1»	<a href="https://nplus1.ru">https://nplus1.ru</a>
«Naked Science»	<a href="http://naked-science.ru">http://naked-science.ru</a>
«NATIONAL GEOGRAPHIC РОССИЯ»	<a href="http://www.nat-geo.ru">http://www.nat-geo.ru</a>
«NEW SCIENTIST»	<a href="http://www.newscientist.ru">http://www.newscientist.ru</a>
«Ocean TV»	<a href="http://ocean-tv.media">http://ocean-tv.media</a>
«RTG TV»	<a href="http://rtgtv.ru">http://rtgtv.ru</a>

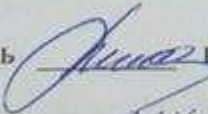


Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Гуманитарный институт  
Кафедра культурологии

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 Копцева Н. П.  
«22» июля 2018 г.  


## МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ  
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК И ИСКУССТВА  
НА ПРИМЕРЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ САЙТОВ

50.04.03 История искусств

Научный руководитель		проф., канд. филол. н.	В. А. Разумовская
Выпускник			К. И. Шиманская
Рецензент		доц., канд. филол. н.	Т. В. Тарасенко

Красноярск 2018