

Опыт типологизации сетевых просветительских медиапроектов

Малюченко Дарья Олеговна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: maluchenko_dar@icloud.com

Роль журналистики в просвещении, воспитании и распространении культуры имеет исторически важное значение, так как российская журналистика сформировалась на основании нравственно-просветительской традиции и долгое время ставила чисто информационные задачи на второй план (Варганова, 2010). С развитием новых технологий инструменты реализации просветительской деятельности СМИ претерпевают изменения, качественно трансформируя репрезентацию данной тематики в публичных медиа. В качестве основных тенденций отмечается максимальное использование мультимедийных и интерактивных возможностей, в том числе стремление к визуализации, к созданию игрового вовлекающего контента, а также к росту форм обратной связи для потребителей контента (Чередниченко, Лапко, 2021). Также целесообразно говорить о тесной связи просветительской деятельности с развлекательным сегментом, который доминирует в российском информационном пространстве (Варганова, 2009; Дивеева, 2015).

Наше исследование имело целью дать структурированное описание десяти наиболее цитируемых сетевых научно-популярных медиапроектов согласно Медиалогии - Nplus1.ru, Naked-science.ru, Scientificrussia.ru, Nauka.tass.ru, Mel.fm, Arzamas.academy, Techinsider.ru, Postnauka.ru, Antropogenez.ru, Sbras.info. Для этого мы разработали алгоритм, в котором выделили основные стороны функционирования этих проектов, включающий такие компоненты, как «содержательная модель» (функции, тематика, рубрикация), «структурная модель» (жанр, уровень мультимедийности, типы авторов), «аудиторная модель» (формы и виды взаимодействия с аудиторией), «бизнес-модель» (тип собственности, наличие коммерческих проектов).

Анализ показал, что самые популярные онлайн проекты не имеют аналогов в офлайне. Встречаются как проекты с универсальной тематикой, так и более узконаправленные медиа, специализирующиеся на различных областях науки, на конкретных тематических сферах. Как правило, проекты структурированы при помощи тематических рубрик, описывающих различные научные области и форматы, что облегчает навигацию по сайту и/или приложению. Большинство онлайн-проектов этой направленности сочетают в себе разные виды материалов: просветительские, информационные и развлекательные. Две трети проектов в качестве основной миссии ориентированы на «просвещение», в то время как остальные делают ставку на информационный контент. В связи с этим во многих просветительских проектах преобладает аналитический контент в жанрах статья, интервью, лекция. При этом развлекательная тенденция также сильна и прослеживается в половине случаев, во многом за счет активного применения интерактивных и мультимедийных инструментов: тестов, игр, анимации, подкастов, гиф-изображений и т.д. Стоит отметить активное создание новых, уникальных для каждого проекта форматов. Впрочем, в иных случаях процент интерактивности невысок, а мультимедийные элементы представлены далеко не так активно и ограничиваются стандартным набором: фото, реже - видео.

Содержательная модель проанализированных государственных просветительских проектов более приближена к классической печатной модели и отличается меньшим количеством мультимедийных и интерактивных материалов, нежели чем контент частных изданий. Также они менее активно устраивают мероприятия для аудитории и редко запускают

коммерческие проекты - в то время как ряд частных просветительских медиапроектов предлагает набор дополнительных услуг, а именно офлайн-лекции, практикумы, круглые столы, выставки, кинопоказы, а также платные онлайн-курсы и экспертную поддержку в различных проектах.

Было обнаружено несколько тенденций в области взаимодействия с аудиторией. Все проекты довольно активно представлены в социальных сетях, но в более половины случаев сайты проектов не дают возможности комментирования, что может объясняться желанием редакции вынести общение с аудиторией на сторонние площадки. Также все проекты предлагают формы обратной связи с редакцией; большинство указывает личные контакты авторов. Популярной является опция «вопрос эксперту», позволяющая аудитории косвенно поучаствовать в создании контента. Чаще всего в просветительских проектах авторами материалов являются эксперты, но встречаются и такие медиа, где контент создается исключительно журналистами и корреспондентами. Ряд медиа непосредственно задействует аудиторию в создании контента, предлагая читателям удобные опции для создания собственных материалов и размещая прошедший модерацию контент от аудитории наряду с текстами редакции. Другие медиа предлагают инструкцию для написания авторских материалов, также давая читателям возможность внести свой вклад в создание контента. Подводя итог исследованию, мы можем указать на типологическое разнообразие сетевых просветительских медиапроектов, особая роль в которых принадлежит современным методам вовлечения аудитории.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. СМИ России как индустрия развлечений // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2009. №4.
- 2) Вартанова Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2010. №1.
- 3) Дивеева Н.В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10: защищена 15.04.2015; Воронежский государственный университет. – Воронеж, 2015.
- 4) Чередниченко Л.В., Лапко А.В. Формы представления контента в просветительских медиа (на примере просветительского медиапроекта arzamas) // Litera. 2021. №5.
- 5) ТОП-15 самых цитируемых СМИ научно-популярной тематики - 2022 год. Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/sectoral/11811/>