

УДК 007:[004.738.5:316.776]

Дєдушкіна А. В.,

студентка спеціальності «Видавнича справа та редагування»

Видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «КПІ»

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ НАУКИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРІ

У статті висвітлено проблему популяризації науки в сучасному українському інтернет-просторі на прикладі спеціалізованих та неспеціалізованих інтернет-медіа, а також сторінок у соцмережах.

Ключові слова: популяризація науки, інтернет-медіа, науково-популярне медіа, інтернет, соцмережі.

Постановка проблеми. Останнім часом наукова інформація набуває все більшої ваги в системі знань, адже наукові досягнення визначають розвиток людства загалом. Для свого повноцінного розвитку суспільство має бути обізнаним з рівнем розвитку науки, розуміти, як улаштований довколишній світ, постійно поповнювати знання про нього та будувати життя відповідно до тенденцій його розвитку. Таким чином, значно зростає і роль популяризації науки — «поширення адаптованих для сприйняття аудиторією знань, отриманих з вихідної наукової інформації в результаті її переробки особливими методами» [4, с. 27]. У зв'язку з глобалізацією, розширенням можливостей комунікації, збільшенням інформаційних потоків популяризація науки теж зазнає чималих змін, набуває нових форм, переходить на новий рівень розвитку. Інтернет-простір, який перебирає на себе більшу частину всіх комунікаційних процесів, є наразі найперспективнішою платформою для популяризації наукових знань.

В Україні, на відміну від інших розвинених країн, популяризація науки не проводиться належним чином, немає державної підтримки, програм розвитку цієї галузі, наукова журналістика практично відсутня як вид діяльності, не налагоджений ефективний механізм донесення наукової інформації до масової аудиторії. Однак останнім часом громадськість починає усвідомлювати гостру необхідність цієї діяльності та її важливість, тож відбуваються перші кроки в цьому напрямі.

Популяризації науки та особливостям науково-популярних творів присвячено чимало праць дослідників. Базові вимоги до науково-популярних видань, стилю викладу, термінології, принципи популяризації наведені в працях С. Антонової, Е. Лазаревич, М. Сікорського.

Сучасні дослідження присвячені здебільшого образності в науково-популярних текстах, загальним тенденціям популяризації науки в медіапросторі, зокрема й вітчизняному. Проте ці роботи зосереджені на друкованих виданнях і не відображають останніх змін у галузі. Новий вид інтернет-медіа розглянуто в дисертації О. Макарової «Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности» [4].

Тим не менше, останні тенденції популяризації науки в Україні залишаються поза увагою науковців, досі не було досліджено українські науково-популярні сайти, сторінки в соцмережах тощо.

Метою статті є з'ясування сучасного стану популяризації науки в українському інтернет-просторі.

Результати. За останні десятиліття відбулася значна переорієнтація медіа зі сфери друкованих видань на інтернет-канали, обумовлена значними перевагами, які останні надають для розвитку медіа, у тому числі й науково-популярних. О. Макарова виділяє такі основні можливості Інтернету в популяризації науки:

- Висока оперативність подачі науково-популярної інформації.
- Глобальність поширення науково-популярних публікацій у мережі.
- Мультимедійність, що дає можливість обирати форму подання інформації (текстову, аудіальну, візуальну), найзручнішу для її засвоєння і таким чином привабити більшу аудиторію.
- Інтерактивність, яка уможливує комунікацію між аудиторією та популяризатором або науковцем.
- Гіпертекстуальність, яка продовжує «життя» публікаціям, пропонуючи відвідувачам сайта повертатися до них.
- Легкість залучення іноземних читачів.
- Висока селективність у споживанні інформації.
- Можливість точного таргетування аудиторії.
- Можливість для відвідувачів сайтів брати участь не тільки в споживанні інформації, а й у її створенні, відкрито висловлювати свою думку.
- Відносно невелика вартість створення мережевого проекту [4, с. 81].

Незважаючи на сучасні можливості для розвитку популяризації науки, в Україні вона досі не досягла належного рівня. Можна виділити такі причини цього явища:

1. Не налагоджено ефективну комунікацію між науковцями та працівниками медіа, діяльність PR-відділів наукових установ, не сформована група наукових експертів.
2. Відсутність державної підтримки.

3. Наукові журналісти не мають достатньої освітньої підготовки; брак курсів з наукової журналістики, як результат, — неякісна робота медійників у цій галузі.
4. Відсутність сформованого стійкого інтересу масової аудиторії до науково-популярної інформації, відведення для неї другорядного місця в системі персонального добору інформації для споживання.
5. Журналісти не мають стійкого бажання висвітлювати наукові теми переважно через відсутність сенсації в таких повідомленнях, складність теми, обмеженість зацікавленої аудиторії тощо. Натомість часто подається розважальний, малоінформативний, сенсаційний, часто «псевдонауковий» контент, який не сприяє популяризації науки.
6. Недовіра науковців до роботи журналістів, бажання остерегтися викривлень, неправильного трактування та надмірного спрощення результатів досліджень.
7. Невміння вчених самостійно презентувати й просувати свої наукові розробки.
8. Витіснення науково-популярної інформації в медіа великим доступним потоком більш сенсаційних, простих для розуміння і сприйняття повідомлень.

Існує два шляхи популяризації науки в медіа:

1. За допомогою спеціалізованих науково-популярних друкованих, інтернет-видань і телеканалів;
2. Через масові ЗМІ [1, с. 5].

Розглянемо стан популяризації науки окремо в спеціалізованих та неспеціалізованих українських інтернет-медіа.

Слід зазначити, що серед науковців досі немає єдиної думки щодо того, який сайт вважається інтернет-медіа. Ми поділяємо думку М. Чабаненко, яка визначає повноцінне інтернет-медіа як «веб-сайт, що містить соціально-значущий, розрахований на широку аудиторію медіа-контент, професійно підготовлений за допомогою стандартних для журналістики методів і прийомів» [6, с. 21]. Під час визначення українських сайтів у мережі ми керувалися запропонованими ознаками:

1. на сайті вказана фізична адреса і телефони редакції, яка знаходиться на території України;
2. власник веб-сайта проживає/працює в Україні;
3. URL сайта знаходиться в зоні домену першого рівня коду країни UA;
4. більшість медіа-повідомлень на сайті торкаються України;
5. мова (або одна з мов) видання українська;
6. фірма, що надає хостинг, українська [6, с. 48].

У результаті дослідження найбільш відвідуваних неспеціалізованих масових українських інтернет-медіа [5], можна виокремити такі риси популяризації науки в них:

- 8 з 20 медіа взагалі залишають наукові новини поза увагою.
- Кількість наукових новин порівняно з матеріалами інших тем дуже незначна (переважно подається 1–5 новин на день).
- Висвітлюються тільки найбільш сенсаційні новини світового рівня. Крім того, для приваблення читачів медійники часто перебільшують, викривлюють інформацію в заголовках.
- Трапляються випадки відверто неправдивого подання інформації про науку, псевдонаукових новин, порушення етичних норм журналістики.
- За жанром усі матеріали — новинні замітки, немає аналітичних жанрів.
- Бракує оригінальних матеріалів, переважають запозичення з інших медіа.
- Тексти готуються журналістами, які не спеціалізуються на наукових новинах.
- Узагалі не висвітлюється діяльність українських учених.
- Приділяється особлива увага таким темам, як технології, медицина, космос.

За таких умов популяризація науки в неспеціалізованих медіа не може здійснюватися ефективно.

У спеціалізованих українських науково-популярних медіа ситуація також не проста. Зазначимо, що науково-популярним сайтом ми вважаємо інтернет-медіа, що містить наукову інформацію, викладену згідно з принципами популяризації науки у формі, зрозумілій для широкої аудиторії, адаптовану для публікації у всесвітній мережі та підготовлену з дотриманням журналістських стандартів.

Проаналізовано 12 українських науково-популярних сайтів, які за походженням можна поділити на:

1. Самостійні науково-популярні сайти.

До них відносимо ресурси, що не базуються на інших виданнях і сайтах установ, мають авторський і редакційний колективи та чітку стратегію створення контенту.

2. Сайти установ.

Підставою відносити до науково-популярних медіа сайти установ є наявність щонайменше 70 % науково-популярних публікацій.

3. Блоги вчених.

До третьої групи науково-популярних сайтів пропонуємо віднести блоги, авторами яких є вчені, що періодично публікують наукову інформацію, цікаву й значущу для відносно широкої аудиторії, подану в зрозумілій формі. Науково-

популярним не можна вважати особистий блог, у якому розповідається лише про повсякденне життя людини, думки, що не стосуються науки, навіть якщо його автором є науковець.

Наявні на сьогодні в Уанеті науково-популярні сайти не забезпечують ефективної популяризації науки. Можна виділити такі причини цього:

- Сайти охоплюють малу кількість аудиторії. Так, згідно з дослідженням, у середньому вони мають близько 150 відвідувачів на день.
- Ресурси розрізнені за темами і не встановлюють партнерських стосунків. У мережі досі немає універсального українського науково-популярного сайту, який би забезпечував постійне висвітлення наукових новин та надання потрібної інформації, та про який би знала вся зацікавлена українська аудиторія.
- Усі сайти (за рідкісними винятками окремих матеріалів) висвітлюють новини зарубіжної науки або подають загальну пізнавальну інформацію. При цьому — багато запозичених перекладних матеріалів. Події української науки фактично не представлені в мережі, що призводить до недовіри громадськості до діяльності українських вчених, звинувачень у бездіяльності.
- За Н. Дівеєвою, існує дві категорії веб-ресурсів: сайти з нестійкою аудиторією, орієнтовані на те, щоб викликати в людей інтерес до науки, і сайти зі стійкою аудиторією, призначені для читачів, які мають постійний інтерес до науки, і популяризують конкретні наукові ідеї, досягнення тощо [3]. Більшість українських ресурсів розраховані на стійку аудиторію. Але загалом користувачі інтернету в Україні ще не мають сформованого, постійного інтересу до наукових знань, тож в умовах великого потоку інформації ці сайти можуть залишитися поза увагою читачів.
- Через брак наукових журналістів і редакторів, відсутність їхньої співпраці з науковцями інформація часто не досягає необхідного змісту й форми. Журналістським текстам бракує науковості, достовірності фактів, точності й конкретності, а матеріалам, написаним науковцями, — захопливості, простоти викладу тощо.
- На сайтах переважають жанри замітки та статті. При цьому не застосовуються такі жанри, як експеримент, репортаж, версія, звіт, прогноз, лист, гра, тест, питання — відповідь, опитування та ін.
- Українським науково-популярним ресурсам властивий недостатній рівень використання можливостей мережі, особливо, інтерактивності, гіпертекстуальності, мультимедійності. На сайтах рідко трапляються фотогалереї, інфографіки, відео, інтерактивні та анімовані жанри.

- Більшість сайтів потребують покращення юзабіліті та дизайну, оскільки нині читачі можуть залишити веб-ресурс навіть із якісним контентом, якщо сайт не зручний у користуванні [2, с. 44].
- Просування сайтів не є дієвим. Часто робота в цьому напрямі взагалі не проводиться й цікавий контент залишається поза увагою читачів. Неefективним є і застосування соцмереж, які могли б стати значним джерелом трафіку сайтів.

В окремих аналізованих ресурсах можна виділити такі риси, які дозволяють їм розвиватися, залучати аудиторію і які варто впроваджувати на інших сайтах:

- Використання значної кількості ілюстрацій та окремих фотогалерей на ресурсі «Екологія життя». Візуальні складники сприяють зацікавленню відвідувачів, дозволяють наочно подавати інформацію для кращого розуміння та засвоєння.
- На сайті «Science UA» подаються матеріали про діяльність українських учених, написані просто, доступно й цікаво. Саме такі статті потрібні для популяризації діяльності науковців.
- На окрему увагу заслуговує новостворений науково-популярний ресурс «Alpha Centauri». Ресурс зручний у користуванні та має сучасний дизайн. На ньому постійно наповнюється стрічка новин з інших ресурсів (російських за браком якісних українських), що таким чином вирішує проблему розрізненості ресурсів. Ведуться стрічки наукових і пізнавальних матеріалів із соцмереж «Вконтакте» і «Twitter». На сайті викладаються наукові озвучені російською мовою відео (сайт утворився на основі діяльності студії перекладів та озвучування наукових відео). Статті ресурсу оригінальні, написані простою й цікавою мовою з використанням ілюстрацій та відео. Створено новий тип рубрики — я і зрозумілу структуру (наприклад, «Что это такое?», «Почему это так красиво?», «Где я могу это увидеть?», «А что, если я не могу сейчас поехать?»).

Соцмережі нині стають не менш важливими каналами популяризації науки, ніж сайти. Вони є первинними майданчиками для залучення аудиторії, пошуку односторонніх підтримання зворотного зв'язку з читачами тощо. Інколи інформаційна активність на сторінці в соцмережі значно більша, ніж на сайті, який, таким чином, є лише доповненням до неї. Спільнота в соцмережі може перерости в повноцінний науково-популярний медіапроект. Тож роль соцмереж у популяризації науки, особливо на початковому етапі, можна вважати значною.

Український науково-популярний сегмент у соцмережах на сьогодні ще не є розвиненим. Найчастіше використовуються мережі «Вконтакте», «Facebook»,

«Twitter», рідше — «Google Plus», «Livejournal», «Pinterest». Більшість сторінок мають у середньому від 300 до 2000 підписників. Лише в кількох проєктах кількість підписників перевищує 3000. Отже, велика частка потенційної аудиторії, зацікавленої в науково-популярній інформації, нині не охоплена в соцмережах. При цьому стратегії наповнення більшості сторінок не приводять до бажаної активності читачів — переходів на сайт, коментування, «лайків», перепостів. На окремих сторінках інформація досі не приведена у відповідність до особливостей подання в соцмережах.

Серед українських науково-популярних сторінок можна виділити такі їх види:

1. Сторінки сайтів.

Українські науково-популярні сайти, які розвиваються (наприклад, «Екологія життя», «Моя наука», «Science Ukraine»), мають свої сторінки в соцмережах для залучення аудиторії, спілкування з нею, збільшення відвідуваності сайта тощо.

2. Сторінки проєктів.

Цю групу можна вважати найбільш чисельною і перспективною, оскільки вона включає проєкти осіб, зацікавлених наукою, які можуть у майбутньому перерости в повноцінні медіа. Так, сайт «Alpha Centauri» виник унаслідок діяльності студії перекладів та озвучування наукових відео, яка веде власні сторінки в соцмережах. Цього року виникла ще одна така студія «Ламповая наука», сторінка якої вже має 3500 підписників. У соцмережі також є сторінки студентських проєктів — електронних версій науково-популярних журналів «Pulsar» і «Pausa Verba», проєкту з організації наукових зустрічей «Kuiv Scientific», сторінка нового друкованого науково-популярного журналу «Куншт». Крім того, існують сторінки науково-популярних проєктів самих науковців — «Дні науки», «Наукова світлиця» (проведення заходів із популяризації науки в Україні), «Інтелект TV» (науково-популярний телеканал).

3. Сторінки спільнот.

Ця група сторінок (наприклад, «Пернаті друзі», «Enlightenment»), які не мають у своїй основі проєктів чи сайтів, не є численною в українському сегменті соцмереж, на відміну від іноземного.

4. Особисті сторінки вчених, на яких вони публікують науково-популярну інформацію.

Наразі українські науковці не схильні вдаватися до цього способу популяризації. Аудиторія такої наукової інформації обмежена колом «друзів» ученого в соцмережі і рідко передбачає залучення нових читачів.

Висновки. Останнім часом у суспільстві спостерігається тенденція до усвідомлення важливості популяризації науки, причин її неефективності й пошуку вирішення проблем. Так, незважаючи на очевидні можливості, які надає

інтернет у поширенні наукових знань, в Україні досі не сформована науково-популярна інформаційна мережа, оскільки не діє система «науковці – журналісти — аудиторія», а також відсутній ефективний зв'язок між її ланками. Наразі не можна вважати ефективною популяризацію науки як в інтернет-медіа — спеціалізованих та неспеціалізованих, — так і соцмережах.

Подальшого висвітлення в наукових працях потребує закордонний досвід створення науково-популярних медіа, розробка концепцій українських науково-популярних медіа, проблеми наукової журналістики.

Джерела:

1. Антон Сененко. Блог [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://site.ua/anton.senenko>.
2. Екологія життя [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.eco-live.com.ua>.
3. Ми і всесвіт [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://vsenebo.blogspot.com>.
4. Моя наука [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://my.science.ua>.
5. Пізнавайка [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.poznavayka.org/uk>.
6. Станіславський натураліст [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.naturalist.if.ua>.
7. Цікаве зі світу науки [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://cikave.org.ua>.
8. Alpha Centauri [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.thealphacentauri.net>.
9. Epigenetics [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.epigenetics.com.ua>.
10. Historians [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://historians.in.ua>.
11. Science-ua [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://science-ua.info>.
12. Science Ukraine [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://scienceukraine.in.ua>.

Література:

1. Бондаренко Т. О. Популяризація науки у вітчизняному медіа-просторі / Т. О. Бондаренко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. — Запоріжжя, 2012. — № 1. — С. 4–8.
2. Гусак О. О. Основні тенденції поведінки аудиторії сучасних інтернет-ЗМІ / О. О. Гусак // Вісник Книжкової палати. — Київ : Кн. палата України, 2014. — № 4. — С. 42–45.
3. Дивеева Н. В. Способы и формы воздействия новых информационных технологий на популяризацию науки [Электронный ресурс] / Н. В. Дивеева // RELGA : науч.-культуролог. журн. – Текст. дан. – 2014. — № 6. — Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environment/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=3888&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 18.10.15). — Загл. с экрана.
4. Макарова Е. Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Е. Е. Макарова ; МГУ им. М. В. Ломоносова. — М., 2013. — 262 с.

5. *Рейтинг сайтів* [Електронний ресурс] // top.i.ua : [сайт]. — Текст. дані. — Режим доступу : <http://top.i.ua/?st=0®ID=0&ht= 0&catID=40&holdSort=1> (дата звернення: 18.10.15). — Назва з екрана.
6. *Чабаненко М. В.* Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія / М. В. Чабаненко. — Запоріжжя, 2011. — 183 с.

УДК 036:655.11

Думанецька В. А.,

*студентка V курсу спеціальності «Видавнича справа та редагування»
Видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету
України «КПІ»*

ПУТІВНИК ДЛЯ ВЕЛОТУРИСТА ЯК ПРОДУКТ РОЗВИТКУ ПОДОРОЖНІХ НОТАТОК (КРІЗЬ ІСТОРИЧНУ ПРИЗМУ ВИДАНЬ БЕДЕКЕРА)

У статті розглянуто історію появи та розвитку путівника, особливості його оформлення та мета створення, а також проаналізовано перші подібні на сучасні путівники. Розглянуто поняття путівника для велотуристів та окреслено специфіку редагування такого виду видання.

Ключові слова: путівник, велопутівник, подорожні записки, туризм.

З часом інформація буквально губиться або втрачає актуальність через старіння. Тому путівник виконує функцію зберігання інформації про місцевість та є джерелом її популяризації.

З огляду на тенденцію розвитку українського туризму в усіх його напрямках, зокрема велотуризму, *актуальність* цієї теми полягає в дослідженні путівника як практичного посібника для велотуриста, який як вид краєзнавчої літератури з'явився лише наприкінці минулого століття.

Мета роботи — дослідити генезу путівника як краєзнавчого видання до підвиду путівника для велотуристів. Для досягнення мети ми поставили перед собою такі *завдання*: дослідження історії появи та розвитку путівника, огляд особливостей наповнення подорожніх записок та перших путівників, а також окреслення специфіки роботи редактора над наповненням путівника для велосипедистів.