

DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-1-177-183  
УДК 316.77.001

Научная статья

## Научная тематика в цифровой реальности

Е.В. Якубович

Академия медиаиндустрии

*Российская Федерация, 127521, Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2*

В статье представлены результаты исследования более двухсот научных интернет-ресурсов, значительная часть которых – сайты научных журналов, имеющих печатную версию. Остальные ресурсы – электронные отраслевые и научно-популярные издания, онлайн-информационные порталы, аккаунты сообществ в блогосфере, социальных сетях, мессенджерах. На основании полученных результатов показано, что эти медиа-продукты особым образом формируют современную цифровую реальность, усложняя и качественно улучшая ее. Создателями и авторами научных изданий являются журналисты, специализирующиеся в сфере научно-популярных проблем, ученые – представители научного сообщества, а также пользователи Сети, что отражает одну из современных тенденций развития медиа. В статье ставится вопрос об использовании системного подхода (комплекс естественно-научного, гуманитарного и технологического) при создании медиаресурсов научного направления как основы содержательно-предметных моделей научных и научно-популярных медиа.

**Ключевые слова:** научная тематика, медиареальность, цифровая реальность, естественно-научный, гуманитарный и технологический факторы, социальные сети

В настоящее время многократно возрастает значение научной тематики в современной медийной системе, которая органично вбирает в себя журналистику, рекламу, связи с общественностью, маркетинговые коммуникации. Исследователь конвергенции информационно-коммуникативных практик в естественно-научную тематику В.И. Штепа определяет понятие «научная тематика» следующим образом: «это совокупность, система основных и побочных тем научного или научно-популярного произведения или ряда произведений одного автора или целой группы, школы, направления, отражающих действительность в понятиях научного знания о ней» [1. С. 9].

Объект проведенного исследования – медиапродукт по научной тематике в современной медийной цифровой системе. Понятие «медиапродукт» включает в себя зафиксированную реальность в виде текста, медиаконтента, то есть собственно текста, аудиовизуального материала, видео, инфографики и других компонентов в едином целом, а также более крупные структурные образования, такие как журнал, газета, телевизионная или радиопро-

грамма, обновляемые сайты, порталы, социальные сети. Последние три относятся к сетевым ресурсам, которые достаточно разнообразны. В них входят электронные версии традиционных изданий, онлайн-версии информационных ресурсы, аккаунты сообществ в блогосфере, социальных сетях и мессенджерах. Предмет исследования – естественно-научный, гуманитарный и технологический подходы, которые способствуют увеличению доли медиапродуктов по научной тематике в медиа, качественно улучшают их и предлагают разнообразные форматы, что позволят расширить целевую аудиторию, заинтересованную в изучении окружающего мира. Цель исследования – показать, что научная тематика может стать одной из ведущих направлений медиа при условии системного использования естественно-научных, гуманитарных и технологических подходов.

Первым среди равных следует считать *естественно-научный подход*, который традиционен, когда речь идет о научном знании и, соответственно, о научной тематике. Это принцип организации научного исследования и интерпретации результатов по критериям проверяемости, неизменности, воспроизводимости. Естественно-научное знание априори объективно, непредвзято, беспристрастно. Именно из этих постулатов исходит автор (журналист или ученый), который берется за разработку научной тематике в медиа. По мнению И.Ю. Гутник, автор (как исследователь), «занимает по отношению к объекту познания позицию извне, позицию незаинтересованного, беспристрастного субъекта», каковой является сама наука, оперирующая только доказанными фактами [2. С. 134].

Естественнонаучный подход в подаче научных тем сложился не сразу, его можно соотнести со становлением научного знания, с преодолением наивно-натуралистической установки сознания естествоиспытателя, который абсолютизирует процесс собственного восприятия. Это связано с понятием «классической рациональности», когда получаемые результаты во многом зависят от используемых средств, в том числе и мыслительных, от личностных качеств и непосредственно деятельности ученого [3]. При этом существенное влияние на характер получаемого знания оказывала и сегодня оказывает субъективная переменная, что в конечном счете приводит к эволюции естественно-научного подхода. То же самое наблюдается и в деятельности журналиста, от его умения *наблюдать и исследовать* зависит создаваемая им картина научных проблем, предлагаемая широкой аудитории.

Логично предположить, что совместно со становлением научного знания идет становление научной тематике в медиа. В ее развитии можно выделить несколько периодов: *директивный* (1950–1990-е гг.), *поисковый* (1990–2000-е гг.), *инновационный* (с 2000-х гг. по настоящее время) [1]. Сегодня в подаче научных тем естественно-научный подход сохраняется, обнаруживая тенденцию к эволюции. Это видно на примере традиционной прессы, которая осваивает новые форматы в сетевом пространстве. Благодаря цифровой реальности, научное знание может иметь практическое применение и использоваться специалистами разных областей знания.

Автором было изучено более двухсот научных медиаресурсов, большая часть которых сайты научных журналов, имеющих и печатную версию. Почти

все они входят в тематический каталог интернет-портала по фундаментальной науке «Элементы» [4]. Особое внимание было обращено на издания по химии, что объясняется спецификой деятельности автора данной статьи. Во Всемирной сети представлены следующие научные журналы по данной дисциплине: «Известия Российской академии наук. Серия химическая», «Журнал общей химии», «Российский химический журнал», «Mendeleev communications», «Вестник Московского университета. Серия: Химия», «Журнал аналитической химии», «Журнал неорганической химии», «Журнал органической химии» и др. Данные журналы, предназначенные для коммуникаций внутри специалистов химической отрасли, теперь доступны для широкой интернет-аудитории. Химия многомерна и часто выходит за пределы узкоспециального знания, создавая на стыке наук новые направления. К числу изданий, работающих в этом сегменте, следует отнести следующие, представленные в Интернете: «Геохимия», «Биоорганическая химия», «Биохимия», «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Физика. Химия», «Журнал физической химии», «Журнал эволюционной биохимии и физиологов», «Молекулярная биология», «Нейрохимия», «Успехи биологической химии», «Химическая физика».

Как показало исследование, авторы изданий этих двух групп используют адаптированный естественно-научный подход, учитывающий цифровые реалии. Ученые и журналисты, стоящие у истоков этого подхода, обращают внимание на специфику объекта исследования, отмечают его рефлексивную природу, ситуативную изменчивость. Однако во всех естественно-научных ориентациях традиционных научных изданий и их онлайн-версий обнаружено инвариантное допущение – установка на независимую сущность научной тематики, параметры которой искажаются неадекватным методом или непрофессионализмом автора (журналиста или ученого), а трактовка научного знания зависит от тех, кто создает контент.

Следующим по значимости является *гуманитарный подход*, который ставит во главу угла человека, обладающего как научным, так и повседневным мышлением. Термин «гуманитарный» (лат. *humanitas*) означает «обращенный к человеческой личности, к правам и интересам человека» [5]. Когда речь идет о научной тематике, гуманитарный подход вносит «человеческое измерение» в медиапродукты научной направленности» [6. С. 59]. Этому способствует и междисциплинарный характер, что позволяет создателю медиапродукта (журналисту, ученому, пользователю) наблюдать и исследовать окружающий мир, природу, общество и человека с антропологической человековедческой позиции. В связи с этим обозначим три формата научной тематики: собственно, научная (в основе теоретическое знание); отраслевая или специализированная тематика (в основе технологии, способствующие созданию конкретного продукта или механизма на основе теоретических разработок); научно-популярная тематика (в основе язык, понятный образованному человеку, не специалисту в той или иной области знания) [7].

Очевидно, что каждый из этих форматов подачи научной тематики, представленный конкретным медиа, определяет содержательно-предметные модели традиционных изданий: научные, отраслевые (специализированные) и научно-популярные журналы (печатные и онлайн-версии). Каждое из них субъек-

тивно в передаче научной тематики. Одни стремятся объяснить явление, другие – проинформировать о свершившемся открытии в научной сфере и тем самым внести в трактовку того или иного явления новый смысл. Третьи обучают, влияя на существующие у аудитории представления. Каждый тип изданий с помощью своих содержательно-предметных моделей живет в том мире, который сам и создает. Но при разности этих «миров» все издания, ставя во главу угла своей деятельности гуманитарный подход, используют *понимание* как особый журналистский метод. При этом понимание – это и процесс, и результат познания.

Это свойственно герменевтике – истолкованию и интерпретации текстов, в данном случае по научной тематике. На герменевтике базируется профессиональная деятельность журналистов (специалистов в научной тематике) и представителей науки, которые создают аналогичные медиапродукты. Как показало исследование сетевых ресурсов, разрабатывающих научную тематику в дисциплине «химия», наибольшую потребность дойти до читателя испытывают научно-технические отраслевые и корпоративные издания. К этому сегменту относится, к примеру, журнал «Химическая промышленность сегодня», который включен в перечень ВАК.

Анализируемые издания в традиционном виде и в онлайн-формате сохраняют естественно-научный подход в подачи информации, но при этом активно реализуют и гуманитарный подход. Например, интернет-портал «Сырье и упаковка» является единственным полным источником научно-технической и практической информации для производителей парфюмерии, косметики и средств бытовой химии, при этом он сохраняет печатный вариант (десять номеров в год, тираж более 3 тыс. экз.). Можно говорить о модификации гуманитарного подхода в подаче научной тематики, на который оказывает существенное влияние цифровая реальность. Пример – электронное издание «Химия. Химическая промышленность», не имеющее печатных аналогов. Это характерно для научно-популярной периодики, которая строит свою деятельность на основе гуманитарного подхода. Общеизвестные отечественные издания «Наука и жизнь», «Химия и жизнь», «Вокруг света» и другие активно представляют себя в сети. Свои оцифрованные архивы предлагают онлайн-версии журналов «Наука и жизнь» (с первых номеров XIX века), «Химия и жизнь» (архив с 2000 года).

Благодаря цифровой среде, обусловленной появлением новых информационных технологий, актуализировался *технологический подход*, который во многом предопределил трансформацию традиционных форматов подачи научной тематики в медиа. Это не только новое понятие, но и новое постижение окружающего мира, которым владеет в большей степени молодое поколение, выросшее в этой реальности. Поэтому, прежде всего, для цифрового поколения важно, чтобы в Сети появились новые цифровые ресурсы, разрабатывающие научную тематику. С развитием технологий изменились формы ее подачи: коммуникации с конечным потребителем происходят с вовлечением его в процесс познания, способствующего приобретению нового научного знания. В Интернете существует пользовательский сегмент, авторами материалов о науке становятся представители научного сообщества: науч-

ные институты, учебные заведения, научно-производственные корпорации, инициативные увлеченные люди. Предпринятый анализ показал динамичное развитие этого сегмента. Например, на сайте *Science-digest* и других подобных ресурсах помимо информации о событиях, происходящих в мире науки, большое количество авторских текстов, обзоров, рецептов. На *Science-digest* их более 25000.

Постоянно обновляющиеся технологии позволяют, с одной стороны, расширять пользовательскую аудиторию, с другой – формировать тематически однородные группы. Предметно разрабатывать однородную тематику стали даже новостные интернет-ресурсы. Например, новостной сайт *In-chemistry* сосредоточен на освещении химической тематики. «Медиа Химия» – группа информационных ресурсов (шесть тематических порталов), посвященных химии и отраслевым сегментам, имеет ежедневную аудиторию в 40 тыс. человек. Именно технологический подход в освещении научной тематики способствует формированию широкой любительской аудитории, для которой химия – сфера увлечения. На них ориентирован, к примеру, онлайн-форум «Форум химиков-энтузиастов», созданный журналом «Химия и химики» и содержащий разделы «Эксперименты по химии», «Практическая химия», «Книги по химии», «Физика», «Астрономия», «Биология», «Научный юмор».

Таким образом, исследование показало, что научная тематика по специальности «химия» активно представлена в цифровых медиа. При создании контента используются естественно-научный, гуманитарный и технологический подходы. Каждый из них ключевой, но не единственный для определенной группы медиа. Это позволяет утверждать, что, используя их совместно, медиа более объемно заявляют о научной тематике в цифровой реальности, тем самым включая в процессы постижения окружающего мира все больше людей. При этом анализ интернет-изданий по химии показал недостаточное использование социальных сетей, отсутствие маркетинговых усилий по продвижению контента. Во-первых, не используются игровые и вирусные методы распространения информации [8], во-вторых, нет стратегии моделирования коммуникаций, исследовательское поле которых не ограничивается взаимодействием аудитории и контента, требуется выработка механизмов и алгоритмов, оптимизирующих распространение и потребление научной информации [9. С. 100].

### Список литературы

- [1] *Штена В.И.* Естественнонаучная тематика в отечественной прессе середины XX – начала XXI века (на примере химической отрасли): автореф. дис. ... д-р филолог. наук. Воронеж, 2009. 38 с.
- [2] *Гутник И.Ю.* Естественнонаучный, гуманитарный и бипарадигмальный подходы к педагогической диагностике // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2013. № 11. С. 130–139.
- [3] *Степин В.С.* Философия науки: Общие проблемы. М.: Гардарики, 2006. 384 с.
- [4] Наука в Рунете: каталог. URL: <https://elementy.ru/catalog> (дата обращения: 12.11. 2019).
- [5] Современная энциклопедия. URL: <https://terme.ru/termin/gumanitarnyi.html> (дата обращения: 12.11. 2019).
- [6] *Слободчикова В.И., Исаева Е.И.* Основы психологической антропологии. Психология человека. Введение в психологию субъективности. М.: Школа-Пресс, 1995. 384 с.

- [7] Лазаревич Э.А. Популяризация науки в России. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. 244 с.
- [8] Будовская Ю.В., Волкова И.И. Распространение медиаконтента в социальных медиа и социальных сетях: теория игр против виральности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 5. С. 69–74.
- [9] Экранные коммуникации как фактор социализации медиaprостранства: межвузовская коллективная монография / под ред. С.Л. Уразовой. М.: Академия медиаиндустрии, 2019. 398 с.

**История статьи:**

Дата поступления в редакцию: 24 июня 2019

Дата принятия к печати: 20 ноября 2019

**Для цитирования:**

Якубович Е.В. Научная тематика в цифровой реальности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 1. С. 177–183. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-1-177-183>

**Сведения об авторе:**

Якубович Екатерина Вячеславовна, кандидат химических наук, начальник научного отдела химического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова; докторант Академии медиаиндустрии. E-mail: [kate@sci.chem.msu.ru](mailto:kate@sci.chem.msu.ru)

Research article

## Scientific topics in digital reality

Ekaterina V. Yakubovich

Academy of Media Industry  
105 Octobrskay St, bldg. 2, Moscow, 127521, Russian Federation

The article presents the results of a study of more than two hundred scientific Internet resources, a significant part of which are the sites of scientific journals that have a printed version. The remaining resources are electronic industry and popular science publications, online information portals, community accounts in the blogosphere, social networks, and instant messengers. It is shown that these media products form a modern digital reality. The article presents the results of a study of more than two hundred scientific Internet resources, a significant part of which are the sites of scientific journals that have a printed version. The remaining resources are electronic industry and popular science publications, online information portals, community accounts in the blogosphere, social networks, and instant messengers. Based on the results obtained, it is shown that these media products in a special way form the modern digital reality, complicate and improve it. The creators and authors of scientific publications are journalists specializing in the field of popular science problems, scientists – representatives of the scientific community, as well as web users. The article raises the question of using a systematic approach (a complex of natural science, humanitarian and technological) when creating media resources of the scientific direction as the basis of informative-subject models of scientific and popular science media, complicating and qualitatively improving it. The creators and authors of scientific publications are also journalists specializing in the field of popular science problems, scientists – representatives of the scientific community, as well as web users,

which reflects one of the modern trends in the development of media. The article raises the question of using a systematic approach (a complex of natural science, humanitarian and technological) in creating scientific media resources. This will be the basis of substantive-subject models of scientific and popular science media.

**Keywords:** scientific topics, media reality, digital reality, natural science, humanitarian and technological factors, social networks

## References

- [1] Shtepa, V.I. (2009). *Estestvennonauchnaya tematika v otechestvennoj presse serediny XX – nachala XXI veka (na primere himicheskoj otrasli)* [Natural science topics in the domestic press of the mid XX – early XXI century (on the example of the chemical industry)] (abstract of the dissertation of the Doctor of Philology). Voronezh.
- [2] Gutnik, I.Yu. (2013). Estestvennonauchnyj, gumanitarnyj i biparadigmal'nyj podhody k pedagogicheskoj diagnostike [Natural, humanitarian and biparadigm approaches to pedagogical diagnostics]. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta*, (11), 130–139.
- [3] Stepin, V.S. (2006). *Filosofiya nauki: Obshchie problemy* [Philosophy of Science: General Problems]. Moscow: Gardariki Publ.
- [4] Nauka v Runete [Science in Runet]: Catalog. Retrieved from <https://elementy.ru/catalog> (accessed: 12.11. 2019).
- [5] *Sovremennaya enciklopediya* [The Modern Encyclopedia]. Retrieved from <https://terme.ru/termin/gumanitarnyi.html> (accessed: 12.11.2019).
- [6] Slobodchikova, V.I., & Isaeva, E.I. (1995). *Osnovy psichologicheskoy antropologii. Psichologiya cheloveka. Vvedenie v psichologiyu sub"ektivnosti* [Fundamentals of psychological anthropology. Human psychology. Introduction to the Psychology of Subjectivity]. Moscow: Shkola-Press.
- [7] Lazarevich, E.A. (1981). *Populyarizaciya nauki v Rossii* [Popularization of science in Russia]. Moscow: Izd-vo Mosk. un-ta.
- [8] Budovskaya, Yu.V., & Volkova, I.I. (2012). Rasprostranenie mediakontenta v social'nyh media i social'nyh setyah: teoriya igr protiv viral'nosti [The distribution of media content in social media and social networks: the theory of games against virality]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, (5), 69–74.
- [9] Urazova, S.L. (Ed.). (2019). *Ekrannye kommunikacii kak faktor socializacii mediapros-transtva* [Screen communications as a factor in the socialization of the media space]: Interuniversity collective monograph. Moscow: Akademiya mediaindustrii Publ.

## Article history:

Received: 24 June 2019

Revised: 10 October 2019

Accepted: 20 November 2019

## For citation:

Yakubovich, E.V. (2020). Scientific topics in digital reality. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 25(1), 177–183. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-1-177-183>

## Bio note:

*Ekaterina V. Yakubovich*, Candidate of Chemical Sciences, Head of the Scientific Department of the Chemistry Department, Lomonosov Moscow State University; doctoral student at the Academy of Media Industry. E-mail: [kate@sci.chem.msu.ru](mailto:kate@sci.chem.msu.ru)