МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО КубГУ)**

**кафедра электронных СМИ и новых медиа**

**курсовая работа**

СПЕЦИФИКА ПОДАЧИ МАТЕРИАЛА В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ИЗДАНИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «КОТ ШРЁДИНГЕРА»)

Работу выполнила\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Д.А. Заика

*дата и подпись*

Факультет журналистики, 3 курс

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Научный руководитель

канд. филол. н., доц.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.В. Вологина   
 *дата и подпись*

Нормоконтролер

канд. филол. н., доц.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.В. Вологина  
 *дата и подпись*

Краснодар

2019

СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc514356423)

[1. История возникновения научно-популярных изданий 7](#_Toc514356424)

[2. Специфика подачи материала в современных научно-популярных изданиях 16](#_Toc514356425)

[3. Журнал «Кот Шрёдингера» как представитель современных научно-популярных изданий 22](#_Toc514356426)

[Заключение 29](#_Toc514356427)

[Список использованных источников 32](#_Toc514356428)

### Введение

Наука – не только человеческая деятельность, направленная на получение объективной информации о мире. Наука – это важнейший социальный институт, оказывающий влияние на все сферы общества. Популяризация науки, то есть «расшифровка» научных знаний для читателя и слушателя с минимальной подготовкой, является одной из приоритетных задач массовой коммуникации.

Внимание общества к научным проблемам, привлечение молодёжи в науку, в процесс высокотехнологического производства напрямую связаны с развитием общества. Учёные, как главные хранители знаний, заинтересованы в расширении круга лиц, вовлечённых в науку, ради сохранения, передачи и преумножения информации, способствующей развитию человечества. Но не только учёные, но и журналисты могут являться популяризаторами, ведь средства массовой информации – один из наиболее действенных методов борьбы с научной безграмотностью. В этом непростом деле особняком стоят научные и научно-популярные издания, но популяризаторская повестка появляется и на страницах СМИ иной тематики.

Стоит отметить, что публикация в научно-популярном издании несёт ряд важнейших функций, среди которых:

1. Участие в формировании общественного мнения о научных открытиях;

2. Обсуждение и оценка важности передовых научных разработок и открытий, дискуссия об этичности и законности;

3. Налаживание диалога между обществом и представителями науки;

4. Содействие внедрению научных открытий в повседневную жизнь граждан;

5. Привлечение внимания общества и государства к проблемам научной среды, в том числе к материальному и техническому обеспечению.

Таким образом, научно-популярные издания являются важнейшим связующим звеном между разными институтами общества и внутри научной среды, осмысление науки как сложного явления, полно и разнообразно развивающего человека и человечество.

По мнению ряда исследователей, в России не существует единого рынка научно-популярных изданий[[1]](#footnote-1), в то время как потребность в такой информации остро ощущается. Чтобы найти своего читателя, газетам и журналам приходится искать новые способы подачи информации, экспериментировать с формой и содержанием, пользоваться новейшими инструментами продвижения продукта и сохранения аудитории.

В ходе написания курсовой работы подтвердилась актуальность темы: в современных условиях жизни научно-популярным средствам массовой информации приходится искать своего читателя, несмотря на ряд преград, среди которых:

1. Ограниченный интерес со стороны рекламодателей;

2. Экономический и социальный кризис;

3. Снижение уровня доверия населения к науке;

4. Конкуренция между разными формами СМИ;

5. Трансформация журналистики согласно современным требованиям читателя, который стремиться превратиться в потребителя.

По мере становления рынка научно-популярной информации в России появилась необходимость в изучении принципов работы таких изданий, их влияния на современное общество. В данном случае будут рассмотрены преимущественно печатные издания.

Во время подготовки к работе было установлено, что научно-популярная пресса становится объектом исследования лишь во второй половине XX века. Современные исследователи оценивают преимущественно исторический контекст данного направления. Анализ современных научно-популярных изданий только начинает входить в круг интересов журналистского сообщества.

В имеющихся материалах авторы прогнозируют рост интереса к науке в ближайшие десятилетия и предсказывают появление соответствующего рынка в России, но делают упор на экономическую и материально-техническую составляющую, а также перечисление проблем современной науки.

Стоит отметить, что тема специфики подачи материала в имеющихся исследованиях не проработана. Теоретические знания об этом, собранные в рамках курсовой работы, могут помочь в осмыслении истории появления научно-популярных изданий, их текущих проблем, трудностей, с которыми сталкиваются популяризаторы науки и трансформации способов и формы подачи информации.

Основными источниками для написания курсовой работы стали статьи об истории научно-популярной прессы, аналитические материалы о современном состоянии и развитии направления, а также журнал «Кот Шрёдингера».

«Кот Шрёдингера» был выбран в качестве яркого представителя как печатной, так и электронной научно-популярной прессы. На примере издания можно увидеть, как развивается в последние годы соответствующий сегмент журналистики, повышается интерес к науке.

Цель курсовой работы – выявить тенденцию в развитии научно-популярных изданий, обозначить причины возвращающегося интереса к науке в обществе.

Задачи курсовой работы:

1. Проследить историю возникновения и развития научно-популярных СМИ;

2. Проанализировать основные тенденции в этом направлении;

3. Рассмотреть социально-экономическую составляющую современных научно-популярных изданий;

4. Обозначить общественную роль научно-популярного контента.

Объектом исследования выступает отечественная научно-популярная периодика. Предмет исследования – журнал «Кот Шрёдингера» (печатное и электронное издание).

Хронологические рамки курсовой работы охватывает период с 2014 до 2019 гг. Данный период включает в себя 5 лет из истории журнала «Кот Шрёдингера».

При написании курсовой работы были использованы такие методы исследования, как историко-хронологический (исследование жанра с момента возникновения до наших дней), сравнительный и контекстуальный.

Курсовая работа состоит из следующих частей: введение, три главы, заключение, список используемых источников из 47 наименований.

### История возникновения научно-популярных изданий

В России зарождение научно-популярной журналистики неразрывно связано с понятием просветительства и появлением печатных изданий, как наиболее подходящего инструмента для его реализации. Ряд исследователей, среди которых выделяется А.А. Тертычный, полагают, что началом направления могут служить времена Петра I с его ориентацией на развитие науки и техники, воспитание квалифицированной (следовательно, более эффективной) рабочей силы[[2]](#footnote-2). Первое печатное издание «Ведомости» называется предтечей к становлению журналистики (в том числе научно-популярной) в современном её понимании.

В дальнейшем флагманами просвещения становятся научно-литературные журналы, такие как «Примечания» к «Санкт-Петербургским ведомостям» (первая печатная газета), «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие», «Академические известия», «Новые ежемесячные сочинения».

«Санкт-Петербургские ведомости» (издаются с 1728 года) – первая регулярная российская газета, выходившая под патронажем Российской Академии Наук[[3]](#footnote-3). «Примечания» начинали выходить ещё при первом редакторе Г.Ф. Миллере, но важно отметить, что расцвета они достигли при активном участии учёного и публициста М.В. Ломоносова. «Примечания», задуманные как дополнение к газете, постепенно преобразовались в самостоятельный журнал с научными статьями по истории, философии, математике, естествознанию, химии и другим наукам. Помимо переводных статей, которые долгое время преобладали в «Ведомостях», в них помещались материалы самого М.В. Ломоносова, а также В.Н. Татищева, Г.Ф. Миллера, других учёных и литераторов.

«Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие» (с 1763 года – «Ежемесячные сочинения и известия о учёных делах») – первое научно-популярное и литературное издание в России, выходящее в форме журнала. «Сочинения…» издавались Петербургской Академией Наук с 1755 до 1764. Их тираж доходил до 2000 экземпляров.

Особенностью данного издания можно назвать сформированные академиками правила:

1. К сотрудничеству допускались профессиональные литераторы не из числа академиков;

2. Исключение статей по богословию и «всего, касающегося веры»;

3. Отказ в публикации статей «критических, или таких, которыми мог бы кто-нибудь оскорбиться»[[4]](#footnote-4).

Публикации журнала состояли как из переводных, так и отечественных сочинений. С «Сочинениями…» сотрудничали такие научные и литературные деятели, как Ф.И. Соймонов, М.М. Щербатов, П.И. Рычков, М.М. Херасков, А.А. Ржевский и другие. В частности, на страницах данного журнала разворачивалась «литературная война» – полемика М.В. Ломоносова, А.П. Сумарокова и В.К. Тредиаковского, которая закончилась созданием новых литературных жанров и форм, в частности, литературной критики.

Следующим журналом Академии Наук стали «Академические известия» (1779-1781 гг.). Журнал располагал двумя постоянными рубриками: «История наук» и «Новые научные исследования». Одной из задач издания являлось «извлечение из деяний славнейших академий в Европе». Акцент на европейском образовании как этаноле не помешал привлекать к сотрудничеству в вопросах физики, химии, географии, экономики, механики, истории и литературы отечественных академиков (И.Г. Георги, П.А. Гильденштедт, Н.Я. Озерецковский, П.С. Паллас) и литераторов (среди них – Г.Р. Державин).

Переводы делались самим П.И. Богадновичем или М.П. Головиным, С.Г. Домашневым.

Особую роль в становлении журналистики сыграл Н.И. Новиков. Его деятельность способствовала не только росту популярности периодических изданий, но и расширению их тематической направленности. Новиков организовал выпуск тематических приложений к «Московским ведомостям», а также создал первый детский журнал («Детское чтение для сердца и разума»), а затем и женский («Модное ежемесячное издание или Библиотека для дамского туалета»). Несмотря на преобладающую развлекательную составляющую, в этих журналах было немало созидательного. Особый акцент Новиков делал на образование и воспитание публики[[5]](#footnote-5), что нашло отражение в дальнейшем развитии научно-просветительского и научно-популярного течения.

В начале XIX века продолжает формироваться отраслевая периодика, предсказанная Новиковым. В этот период научная литература представлена в большинстве своём толстыми энциклопедическими журналами. Таким был, например, «Московский телеграф» Н.А. Полевого. Целью журнала являлось просвещение «средних сословий».

При составлении концепции будущего издания Полевой опирался на опыт зарубежной периодики и традиции отечественной, поэтому журнал обладал энциклопедическим охватом: в нём рассказывали о науках, искусствах и моде. Особое внимание уделялось словесности и критике. Со временем количество публицистических статей сокращалось, а художественных произведений – возобладало.

Другим важным изданием для становления научно-популярного направления стал энциклопедический журнал «Вестник Европы» под редакцией Н.М Карамзина. Первое место в издании отводилось политической повестке, вопросам русской и европейской жизни. Большая часть материалов принадлежала Карамзину или переводилась им из лучших иностранных источников. Не только вопросы внешней, но и внутренней политики занимали главного редактора: в частности, он разъяснял значение реформ широкому кругу читателей, призывал к народному просвещению.

Стоит отметить особую роль журнала И.О. Сенковского «Библиотека для чтения» (1834-1865 гг.). Модель и концепция журнала послужили прообразами для современных научно-популярных изданий. Из семи отделов три было посвящено науке и искусству – отдел науки, художеств и критики. Последний отличался от классического отдела критики – в нём помещались разборы нехудожественных произведений, научных монографий.

В разделе «Смесь» помещались свежие, развлекательные научные рецензии, разбирались забавные случаи из жизни. Так в журнале впервые были реализованы разные способы подачи научной информации. По замыслу редактора читатель мог выбрать наиболее удобный формат.

Сенковский рассматривал беллетристическую часть журнала как элемент воспитания любви к чтению и стремления к образованию[[6]](#footnote-6).

Вторая половина XIX века знаменуется становлением читателя нового типа, который отказывается от толстых журналов в пользу иллюстрированных еженедельников. Получили широкое распространение идеи самообразования и так называемого всестороннего образования. В рамках этой концепции Я.И. Перельман, «учёный-лесовод I разряда», строит успешную карьеру журналиста и становится автором известных статей и книг по физике, астрономии и математике, которые закрепляют за ним славу выдающегося автора так называемой занимательной науки.

Уже в XX веке выйдет второй, успешный журнал Перельмана «В мастерской природы», который призван не только просвещать читателей, но и мотивировать их на практическое изучение окружающего мира. С изданием сотрудничали К.Э. Циолковский, Н.А. Морозов, Н.А. Рынин и другие.

Издания, популяризирующие науку во второй половине XIX века и начале XX, условно можно было разделить на две группы:

1. Объединение учёных, которые вели популяризаторскую деятельность (например, «Вокруг света», «Природа и люди»);

2. Журналы, созданные энтузиастами, продвигающими идею самообразования (например, «Хочу всё знать», «Знание для всех», «В мастерской природы»).

Вместе со сменой общественного строя в XX веке сменилась и парадигма образования. Советская власть ставила себе цель предоставить гражданину открытый доступ к научным знаниям. Для реализации поставленной задачи в 1947 году было создано общество «Знание», которое отвечало за преподавательский состав народных университетов. Обществом выпускались многочисленные периодические издания: «Международная жизнь», «Наука и жизнь», «Знание – сила», «Наука и религия», «Слово лектора», «Наука и человечество», «Будущее науки», «Наука сегодня», «Знания – народу»[[7]](#footnote-7), многие из которых выпускаются и сегодня. Следом за ними стали издаваться журналы с говорящими названиями «Здоровье», «Юный техник», «Юный натуралист» и т.д.

В конце 70-х насчитывалось 46 научно-популярных печатных изданий. Лидерами по тиражам являлись «Химия и жизнь» (300 000 экз.), «Знание – сила» (700 000 экз.), «Наука и жизнь» (3 400 000 экз.).

Журнал «Химия и жизнь» был основан в 1965 году. Его первым главным редактором стал И.В. Петрянов-Соколов, профессор Менделеевского института. Появление издания связывают с расширением использования советских открытий в области химии и биологии в сфере сельского хозяйства и необходимости вести эффективную пропаганду нового типа. Журнал освещал важнейшие события в области естественных наук (особенно биологии и химии), а также призывал бережно относиться к природе (по инициативе главного редактора). Прекратил своё существование в 1996 году, но вернулся в 1997 и по сей день является одним из самых читаемых научно-популярных журналов на русском языке.

«Химия и жизнь» отличалась доброжелательным, уважительным подходом к читателю. С точки зрения химии объяснялись как сложные явления, так и простые, бытовые. Наравне с трудами и историями из жизни академиков в разделе «Фантастика» переводилась и печаталась литература Кира Булычёва, Станислава Лема, Рэя Брэдбери, Клиффорда Саймака и т.д. В советское время журнал предпринимал попытки печатать произведения М. Булгакова[[8]](#footnote-8).

Сегодня бумажная версия издания выходит под названием «Химия и жизнь – XXI век».

В 1926 году появился журнал «Знание – сила». Первоначально его позиционировали, как «ежемесячный научно-популярный и приключенческий журнал для подростков», но после наступления индустриализации тематику сузили[[9]](#footnote-9). С первого дня существования в издании публикуется переводная и отечественная фантастика (среди авторов Роберт Шекли, Станислав Лем, Кир Булычёв, братья Стругацкие).

Журнал был возрождён в 1946 году и со временем расширил своё тематику: в нём освещались проблемы и достижения в физике, астрономии, биологии, философии, истории, психологии, социологии и других науках. Активно привлекались иллюстраторы, что принесло свои плоды – начиная со второй половины 60-х «Знания – сила» становится одним из самых популярных иллюстрированных журналов СССР. В 1967 году тираж достигает рекордных 700 000 экземпляров.

Журнал издаётся и сегодня, хотя тиражи значительно снизились – от 5 000 до 6 000.

«Наука и жизнь» – научно-популярный иллюстрированный журнал «широкого профиля», появившийся в 1936 году. Основан издателем, журналистом и изобретателем М.Н. Глубоковским с целью популяризации науки. Выпуск был прекращён в связи с болезнью редактора в 1900, но возобновляется в 1934 под редакцией Л.Н. Мещерякова. «Наука и жизнь» сделает шаг навстречу массовому читателю лишь в 1964 году вместе с очередной сменой главного редактора.

В 70-80 годах тираж журнала мог достигать 3 000 000 экземпляров. Чтобы оценить степени влияния «Наука и техники» на общество, можно вспомнить тот факт, что в нём впервые был опубликован «Проект Конституции СССР. Всенародное обсуждение»[[10]](#footnote-10).

После распада СССР тираж значительно снизился и продолжил своё падение. 1 номер 2019 года вышел в размере 28 020 экземпляров (согласно выходным данным).

Период «перестройки» запустил процессы, ведущие к глубокому кризису во всех сферах жизни общества. Вместе с Советским Союзом распалась научная инфраструктура – общество «Знание», заброшены планетарии, научные центры, музеи и другие очаги научной мысли, что пагубно сказалось на научных и научно-популярных СМИ. Падение тиражей было настолько катастрофическим, что последствием стало уничтожение сегмента научной журналистики.

Падение отечественных изданий рынок компенсировал зарубежными. Первым из них стал ScientificAmerican (журнал «В мире науки») в 1983 году. Массовое появление лицензионных зарубежных изданий началось после распада СССР (преимущественно во второй половине 90-х –00-х). На данный момент, по мнению Тертычного, все современные научно-популярные издания можно разделить признаку страны происхождения в соотношении 23:8. Несмотря на довольно значимый перевес в сторону нашей прессы, суммарный тираж всех отечественных изданий оказывается вдвое меньше зарубежных[[11]](#footnote-11).

Примером коммерчески успешной отечественной прессы является журнал «Вокруг света» (250 000 экземпляров)[[12]](#footnote-12). Его история отражает законы полуторавекового развития научно-популярной журналистики – созданный в 1861 году журнал дважды прерывал свою деятельность (в 1868 и 1917 годах). Журнал справился с кризисом благодаря вхождению в холдинг «Видео Интернешнл» С. Васильева. Здесь начинается история формирования современного рынка научно-популярных изданий, где «Вокруг света» играет важную роль благодаря своей маркетинговой стратегии.

Также «Вокруг света» имеет ряд связанных медиапродуктов (путеводители, специальные издания, радиопередачи, онлайн-проекты «Энциклопедия Вокруг света» и т.д.). Наличие сайта сегодня является неотъемлемой частью научно-популярного издания.

«Вокруг света» - удачный, но не единственный представитель успешной научно-популярной прессы в современной России. Итак, внутри отечественной прессы Тертычный выделяет три «изолированные группы»:

1. «Журнальные бизнес-проекты», которые живут за счёт рекламы;

2. «Классические» («советские») журналы, которые продвигают свою просветительскую позицию (согласно замечанию автора, объём рекламы в таких изданиях, как правило, не превышает 5 полос);

3. Издания Российской Академии Наук, а также поддерживаемые государством или отраслевыми ведомствами (не размещают рекламу).

В статье «Рынок научно-популярных журналов. Аналитический обзор» И.А. Яковенко отмечает, что эти три группы «не замечают друг друга» и «не составляют единого пространства»[[13]](#footnote-13).

Исследователя удивляет «адресность» и «субъективность» государственной поддержки подобных изданий, отсутствие инфраструктуры в современной России для развития сегмента СМИ при имеющемся спросе. Но это не единственные причины, повлиявшие на медленное воскрешение отечественной научно-популярной журналистики. Исследователи отмечают следующие факты:

1. Снижение престижа профессии учёного;

2. Падение покупательской способности аудитории;

3. Снижение уровня образованности;

4. Отсутствие сплочённости научного сообщества против шарлатанов, «стремительная утрата интереса и доверия к ней [науке] у населения и подмена критического научного мышления псевдонаучными и псевдорелигиозными мифами»[[14]](#footnote-14).

Исследователи связывают утрату доверия к науке с тем, что мифы, направленные на продажу товаров и услуг, продвигаются не только шарлатанами, но и проправительственными СМИ.

Следующая проблема связана с позиционированием издания. Если открыть сервис Почты России «Подписка онлайн», в разделе «Научно-популярные» и даже «Научные, научно-технические издания» могут соседствовать красноречивые «60 лет – не возраст», качественный «National Geographic», региональная «Адвокатская практика», эзотерические «Аномальные новости», историко-развлекательная «Военная история» и др.

Какие они – современные литературно-популярные издания?

### 2. Специфика подачи материала в современных научно-популярных изданиях

Прежде чем обозначить специфику подачи материала, стоит разобраться в научно-популярной журналистике как феномене.

При анализе данного сегмента СМИ исследователи сталкиваются с терминологической проблемой. В категории научно-популярных изданий зачастую оказываются газеты и журналы из смежных направлений[[15]](#footnote-15):

1. Научные издания. Имеют общий предмет исследования;

2. Отраслевые издания. Специализируются на определённом предмете (юриспруденции, экономике и т.д.);

3. Специализированные журналы, для которых образовательная функция не является приоритетной. Например, журналы о туризме, созданные для обслуживания интересов туристического бизнеса;

3. Журналы о здоровье. Не всегда опираются на научное знание;

4. Педагогические журналы. Являются частью системы образования;

5. Издания, изредка допускающие печать научно-популярных материалов.

Помимо желания издателя повысить престиж своей продукции, превращению научности в ярлык, статус «научно-популярного» издания также способствует употребление эпитетов «познавательный» и «просветительский» в качестве синонимов. Таким образом, перед журналистикой вновь встаёт вопрос о точном терминологическом определении понятия «научно-популярное издание». В то же время огромное количество подобных журналов (включая общетематические перечни) требует конкретного определения термина[[16]](#footnote-16).

По отношению к рекламе все современные научно-популярные СМИ делятся на три группы (имеющие сходство с классификацией Тертычного):

1. Эффективные. Имеют значительные доходы от рекламы. В основном это зарубежные или крупные отечественные издания («Вокруг света», «Psychologies», «Популярная механика», «DISCOVERY», «National Geographic» и т.д.). СМИ этой категории могут размещать или размещали когда-либо рекламу табачных, спиртных изделий («Вокруг света»), сомнительных медицинских препаратов («DISCOVERY») или прочую нетематическую рекламу («National Geographic»);

2. Потенциально эффективные. Объём рекламы в них, как правило, составляет от 2 до 5 полос (например, «Наука и жизнь», «Дилетант», «Наука из первых рук» и другие);

3. Без рекламы. Существуют за счёт средств от учредителя или рекламы партнёров (такие издания, как «Новости космонавтики», «Юный техник», «Химия и жизнь» и т.д.).

Главная проблема научно-популярного сегмента в отношениях с получением прибыли – у них нет профильного рекламного сегмента. В итоге оказывается, что «Популярная механика» вынуждена рекламировать алкоголь, бытовую технику, автотранспорт, «Geo» – табак и другие СМИ, что сказывается на имидже научно-популярной журналистики.

В интервью изданию Slon.ru в 2010 году С. Васильев, владелец журнала «Вокруг света», охарактеризовал состояние печатной версии: «Это [печатная версия издания – прим.] – еще раз повторюсь – не совсем бизнес-проект в классическом виде»[[17]](#footnote-17). Современную миссию журнала бывший редактор формулирует как «развлечение через познание». Беспрецедентная популярность «Вокруг света» не отражает в полной мере потребности рынка научно-популярной прессы, но показывает, какого рода контент ищут потребители.

Также С. Васильев отмечает постоянное снижение тиражей и угасание интереса к печатному слову, «утечку» рекламодателей в другие виды СМИ – телевидение, радио и Интернет[[18]](#footnote-18).

Несмотря на проблемы классификации, материалы научно-познавательных и научно-просветительских журналов объединяют следующие критерии:

1. Направленность на широкую аудиторию;

2. Изложение на языке, доступном для массового читателя;

3. Адаптация научной информации для СМИ.

Журналисты и учёные, работающие с научно-популярными текстами, оказываются поставлены перед рядом задач:

1. Своевременное информирование читателей о новостях из мира науки и её последних достижениях;

2. Выявление, объяснение научных идей, внедрение их в современную жизнь;

3. Обсуждение научного мира и побуждение к критическому отношению к спорным открытиям, донесение позиции общества;

4. Возвращение авторитета научного сообщества;

5. Активное противодействие лженауке.

Задачи, поставленные перед авторами научно-популярных изданий, не меняются на протяжении существования направления. Однако стоит отметить, что некоторые из них в наше время оказываются актуальнее, чем другие. Так одной из главных проблем сегодня является борьба с «тенденцией частичного возврата к донаучной картине мира»[[19]](#footnote-19). Исследователей настораживает ряд тенденций, сложившихся в последние пять лет:

1. Стремление высокопоставленных граждан (политиков, деятелей культуры, священнослужителей) к получению учёных степеней. Наука для данной категории профессоров «хобби», а звание – трофей;

2. Экспансия церкви в область практического знания, признание теологии;

3. Распространение ненаучных форм знания;

4. Государственная монополия на академическую среду;

5. Ориентированность граждан на бытовой опыт, неподкреплённый научными доказательствами[[20]](#footnote-20).

Несмотря на многогранность такого явления, как научно-популярная журналистика, цели, которым следуют издания от «Вокруг света» до «Земли и вселенной», позволяют не только отнести их в одну категорию, но и выявить общую закономерность в развитии направления.

Категория проблем, наиболее часто встречающихся в отечественных научных и популяризаторских изданиях[[21]](#footnote-21):

1. Освещение научных достижений;

2. Проблемы финансирования и обеспечения технической базой науки в России;

3. Падение престижа профессии учёного;

4. Научные эксперименты в разных областях (оборона, техника), оценка этичности проводимых исследований;

5. Другие этические проблемы науки, связанные с клонированием, генетикой, нанотехнологиями, ГМО и т.д.;

6. Проблемы развития наук в рамках социальных нужд (медицина, образование);

7. Трудности проведения научного эксперимента;

8. Отсутствие наукоградов, избирательное внимание государства к современной научной мысли.

Украинская исследовательница Г.Н. Шведова-Водка подчёркивает, что «жанры научно-популярной литературы пока ещё недостаточно изучены и неполно описаны», и предлагает свою классификацию[[22]](#footnote-22). Основной классификации послужил функционально-стилистический метод.

Шведова-Водка выделяет следующие жанры: заметка (преобладающий жанр, научные сообщения), научно-популярная статья, научно-популярный очерк, научно-художественный рассказ, научно-популярная монография, научно-популярный справочник, научно-популярная энциклопедия, научно-популярный энциклопедический словарь, а также научно-популярное (рекомендательное) библиографическое пособие, практические (полезные) советы для неспециалистов и памятка.

Разумеется, указанная классификация – не единственная попытка обозначить жанры научно-популярной печатной прессы. Более того, на данное направление активно меняется под влиянием последних «трендов» в мире доставки информации: «печатное слово» стремительно теряет вес, так как не может оперативно (мгновенно) доставить информацию, передать современную картину мира.

Прогресс науки и техники доказал, что информацию быстрее и легче получать иными способами – например, из вездесущего радио и телевидения, а также оперативного Интернета. Последний является главным конкурентом печатных изданий – он забирает у них функцию монополиста в сфере информации, опережает его по оперативности, не жертвуя достоверностью. В современном мире сложно представить печатное СМИ, не имеющее своего «представительства» в Интернете. В таких условиях журналы со временем перемещаются в оцифрованный «Архив номеров» и покидают печатный рынок.

Но существует иная стратегия, когда Интернет становится не конкурентом, а помощником в распространении печатной версии. Одним из примеров такой тактики являлся журнал «Кот Шрёдингера».

### 3. Журнал «Кот Шрёдингера» как представитель современных научно-популярных изданий

«Кот Шрёдингера» – российский научно-популярный журнал, выходящий с октября 2014 года. Он получил своё название в честь мыслительного эксперимента, предложенного австрийским физиком-теоретиком Эрвином Шрёдингером. Логотип журнала буквально трактует суть описываемого опыта.

Основатель и главный редактор – Григорий Витальевич Тарасевич. Сотрудничал с «Учительской газетой», «Комсомольской правдой», «Новым русским словом» и другими изданиями. Возглавлял отдел науки журнала «Русский репортёр» с момента его основания в 2007 году, ушёл в 2014. Один из основателей РОО «Летняя школа» (полевой образовательный лагерь для школьников и студентов), в рамках которого развивает проект «Лаборатория им. Кота Шрёдингера». Тематика «Лаборатории» частично отражает специфику издания.

Также Тарасевич руководит Школой научной журналистики и другими образовательными организациями. Член Совета по науке и образованию при Председателе Государственной Думы РФ. В 2014 стал лауреатом национальной премии прессы «Искра».

Помимо Тарасевича, в рабочем коллективе «Кота Шрёдингера» состоят и другие члены редакции научного отдела «Русского репортёра» – Светлана Скарлош, Алёна Лесняк, Алексей Торгашов, Светлана Соколова.

В 2015 журнал «Кот Шрёдингера» стал лауреатом премии «За верность науке» в номинации «Лучшее периодическое печатное издание о науке»[[23]](#footnote-23).

Партнёрами журнала являются Всероссийский фестиваль науки NAUKA 0+, РОО «Летняя школа», Фонд инфраструктурных и образовательных программ РОСНАНО. Благодаря своим партнёрам, журнал имеет возможность создавать качественный рекламный контент и полностью избавлен от необходимости продвигать сомнительные товары и услуги, что выгодно отличает его от конкурентов (см. главу 2). Среди рекламных партнёров журнала горно-металлургическая компания Норникель, карьерный портал для студентов и выпускников sbergraduate.ru (создан «Сбербанком»), «Русал ФестивAL», издательство ЭКСМО и многие другие[[24]](#footnote-24).

Тираж журнала составляет 50 000 экземпляров. Достать «Кота Шрёдингера» с момента его появления непросто: редакция не сотрудничает с «РосПечатью» по финансовым соображениям (по утверждению Тарасевича в 2015 году), предпочитая частные торговые сети или подписку.

Редакция осуществляет связь со своей аудиторией через сайт и соцсети. Отдельно стоит выделить одноимённое сообщество ВКонтакте[[25]](#footnote-25). На момент обращения (14.04.2019) «Кота» на этой платформе читали 44 622 пользователя. Основной контент группы – репосты из «дружественных» и схожих по тематике групп, анонсы материалов сайта. Среди уникального контента можно выделить ежедневные «поздравления» с праздником (иногда вымышленным, но непременно связанным с наукой) с целью привлечения внимания к острой социальной или научной проблеме. В группе также размещается оперативная информация – анонсы фестивалей, мастер-классов и выставок, освещение последних новостей.

С помощью обратной связи во «ВКонтакте» редакция собирает отзывы и жалобы пользователей (наравне с электронной почтой, где каждый случай рассматривается индивидуально). Существует шесть тем в «Обсуждениях»: «F.A.Q. по вопросам подписки на журнал», «Охота на котов – Москва», «Хотим читать о…», «Охота на котов – регионы», «Ящик», «Ошибки и опечатки». В четырёх из них пользователи высказывают как пожелания, так и возмущения по поводу подписной политики издания, которая, как утверждают читатели, «оставляет желать лучшего». Основные жалобы связаны с нерегулярным выходом номеров, отсутствием информирования о предстоящих выпусках, ненадёжностью частных перевозок[[26]](#footnote-26).

В 2016 году вышли номера с 15 по 26 (включая «сдвоенные»), в 2017 с 27 по 38 (с преобладающим количеством «сдвоенных» выпусков). В дополнение к журналу активно выходят специальные выпуски, посвящённые определённой теме. В 2018 вышли два последних на данный момент спецномера – 1-2 (январь-февраль) и ненумерованный (октябрь).

Найти печатного «Кота Шрёдингера» в свободном доступе не представляет возможным, как и часть материалов из него. Возможна лишь подписка на архив (согласовывается с представителями журнала, так как массовая рассылка временно приостановлена). Из этого следует, что редакция «Кота Шрёдингера» поддерживает тенденцию других печатных СМИ: журнал публикует уникальные материалы учёных, которые лишь спустя годы появляются в «свободном» доступе. Так печатная версия сохраняет за собой статус первоисточника, служит «продолжением» сайта.

Помимо «ВКонтакте» журнал имеет свои филиалы в «FaceBook» и «Telegram». Особенность последнего состоит в отсутствии обратной связи с аудиторией, предоставление ей информации в одностороннем порядке. Содержание полностью повторяет «ВКонтакте». На момент обращения (14.04.2019) аудитория канала составила 1239 пользователей[[27]](#footnote-27).

Сообщество «Кота Шрёдингера» на «FaceBook» следует тактике ведения группы «ВКонтакте». Оно отмечено оценками «Нравится» от 19 116 пользователей при количестве подписчиков 21 444. Как и в «Telegram» отсутствуют репосты, но список спонсоров дополнен дружественными сообществами[[28]](#footnote-28).

Журнал содержит следующие рубрики (на примере специального номера от 11.2018):

1. ВХОД. Начинается со вступительное слово редактора, замаскированное под письмо персонажа-талисмана – Кота («Письмо от Кота»), в котором перечисляются основные спонсоры и объявляется тема номера. В рассмотренном экземпляре ей стала так называемая megascience. Рубрика целиком посвящена раскрытию темы («Что такое миллиард», «Очень большая наука», «О самом важном» и т.д.). Открывает номер.

2. ГЕРОИ. Материалы, посвящённые людям, причастным к науке: учёным-теоретикам, экспериментаторам, инженерам, строителям, менеджерам, чиновникам. Среди них могут оказаться первый заместитель министра науки и высшей школы России Григорий Трубников («Рисковать - выгодно»), космонавт Сергей Рязанских («Дефицит романтики») и другие. Здесь же публикуются сообщения о нобелевских лауреатах («Если учёные пустятся во все тяжкие…»), переводные комментарии («Понять, как появилась Вселенная»), интервью («Узнать, как всё началось») и так далее.

Данная рубрика представлена на сайте и активно развивается.

3. ПАРТНЁРСТВО. Рекламный раздел с материалами от партнёров («Качество. Технологии. Опыт», «Исследовать и проектировать НаноМир научат в СТЕМФОРДЕ»). Особенность рубрики состоит в том, что она является переходной между другими разделами журнала. На сайте напрямую не представлена.

4. ДИКТАТУРА БУДУЩЕГО. Рубрика, не представленная в специальных выпусках, но не менее важная для понимания концепции журнала. Статьи объединены темой последних достижений научного прогресса. Материалы из неё активно печатались до 2018 года. Сейчас размещены в соответствующем отделе сайта (например, «Прогресс побеждает зло» из номера 37-38 от 2017 года).

5. СПЕЦПРОЕКТ. Авторский материал, посвящённый теме номера. Рубрика не представлена в спецвыпусках, но размещена на сайте в разных отделах (например, «Песнь рыбы и клопа» из номера 37-38 от 2017 года).

6. ЕСТЕСТВОЗНАНИЕ. Не представлена в конкретном специальном выпуске. Рубрика посвящена открытиям в области естествознания (новости, статьи, интервью). Одноимённый отдел активно освящается на сайте.

7. HOMO SAPIENS. Рубрика не представлена в спецвыпуске, но является постоянной в основном журнале. В ней освящаются исследования и достижения в области общественных наук, раскрываются темы, касающиеся человека и человечества. Раздел начинается с новостей.

8. ВЫХОД. Обязательная закрывающая рубрика. Носит более развлекательный характер, освящает культурные и социальные события, касающиеся науки (например, «Это точно: Чёртова дюжина комиксов о науке и учёных»).

В приведённый номер были включены дополнительные рубрики, помогающие раскрыть его тему. Среди них – «Частицы» («Рентгеновский луч в конце туннеля», «Чудеса и частицы», «15 наивных вопросов о Супер С-тау фабрике»), «Космос» («Телескоп в полтора миллиона километров», «Во-первых, это красиво…»), «Энергия» («Солнце в пончике»).

В конце журнала идёт тематическая реклама и указание лекториев от Всероссийского фестиваля науки.

В номере 1-2 (39-40) от 2018 года также представлены не все рубрики, входящие в состав журнала ранее. Многие из них на данный момент широко освящены на сайте («Диктатура будущего», «Препринт», «Своими руками», «Технологии», «Естествознание», «Homo Sapiens», «Герои»)[[29]](#footnote-29). Электронная версия продолжает идеи, заложенные бумажным первоисточником.

«Кот Шрёдингера» обладает высоким качеством полиграфии, эксклюзивным содержанием и чёткой структурированностью. На его примере можно рассмотреть и другие черты научно-популярного издания, выделив некоторые особенности (вернёмся к специальному номеру от 11.2018 в качестве примера).

Редакция осведомлена об уровне образованности своей аудитории. Материалы написаны простым языком, доступным для понимания человеку с базовой подготовкой, с расшифровкой специальных терминов и указанием дополнительных источников. Так в материале «Телескоп в два миллиона километров (Проекты «Радиоастрон» и Миллиметрон»: как они устроены и для чего нужны)» присутствуют врезы с расшифровкой терминов (точка Лагранжа), историческая справка, адрес местного телескопа, качественный иллюстративный материал, портреты учёных, схема строения одного из телескопов и снимки, полученные с его помощью. В конце материала маскот простыми словами объясняет значимость описываемого явления за пределами научного сообщества.

Так достигается ещё один критерий, обязательный для материалов «Кота Шрёдингера» – информация должна быть полезна читателю в повседневной жизни. Особый упор на эту стратегию делается в материалах рубрики «ВХОД». В статье «Миллиард» значение страшной цифры раскрывается на простых примерах и интересных фактах: с помощью физических величин, денежных единиц.

Часто журнал прибегает к такому приёму, как развенчание мифов. В статье «О самом важном» выдвигаются и опровергаются общественные «гипотезы» о теме номера – megascience («Большая наука стоит больших денег», «Эти установки дико сложные», «В таких проектах участвует вся планета» и так далее).

Журнал использует такой приём, как упор на авторитеты, но делает это весьма деликатно, играя на любопытстве читателей[[30]](#footnote-30). Более упорное давление можно заметить в статьях об иностранных научных деятелях в моменте с перечислениями их регалий. Как, например, в подводке к комментарию Барри Бэриша («Понять, как появилась Вселенная»).

Особенностью журнала является, бесспорно, упор на отечественную науку. Около 70% контента в каждом номере посвящено достижениям российских учёных.

Большинство материалов написано с юмором, подкупающим аудиторию. Заголовки яркие, чаще всего аллюзивные, неполные или вопросительные, обращённые непосредственно к читателю и его уникальному опыту.

Главным инструментом удержания аудитории «Кот Шрёдингер» избрал любопытство. Главная заслуга журнала состоит в том, что он остаётся верен изначальным принципам и использует для этого все доступные инструменты, не ломается под современными трендами, адаптирует их для выполнения своих целей и задач. К сожалению, состояние рынка печатных СМИ не позволяет спрогнозировать возвращение журнала на полки, но контент, существующий на его страницах, уже представляет интерес для широкого круга читателей.

«Кот Шрёдингера» и на сегодняшний день представляет собой уникальный для российского научно-популярного сегмента проект, который обходит конкурентов не только по количеству контента, но и по качеству его исполнения. Такой эффект достигается благодаря грамотному использованию специфики научно-популярной журналистики.

### Заключение

В ходе написания курсовой работы были решены следующие задачи и достигнуты цели: выявлены основные тенденции в развитии научно-популярных изданий, рассмотрены социально-экономические факторы, влияющие на этот информационный сегмент, утверждена общественная роль науки, раскрыта специфика подачи информации в профильных изданиях.

На основе полученных данных мы пришли к выводу: на сегодняшний день интерес к науке со стороны общества и государства возвращается, а вместе с ним возникают новые научно-популярные издания, отвечающие потребностям современного информационного общества.

История научно-популярной прессы в России берёт своё начало в реформах Петра I, но переживает свой расцвет в советское время. После распада СССР инфраструктура, поддерживающая существование подобных изданий, была полностью уничтожена. Перестройку пережили только самые известные печатные издания («Знание – сила», «Химия и жизнь», «Вокруг света» и некоторые другие).

В наше время, когда общество вновь проявляет интерес к научной сфере, возникла необходимость адаптации к новым потребностям, созданию новых приёмов распространения научного знания с последующим увеличением и удержанием аудитории. Одним из инструментов для решения этих непростых задач является популяризация науки, то есть перевод научного знания на неспециализированный язык. В данный момент популяризация представляет собой одну из приоритетных задач научно-популярных и научно-просветительских изданий.

С каждым годом в России становится всё больше журналов подобной направленности, но не все из них соответствуют заявленной тематике. Издатели вешают «престижный» ярлык «научно-популярных» на издания, которые не соответствуют заявленной теме, являются отраслевыми или лженаучными. Кроме того, шарлатанская повестка проникает и в научные колонки политематических СМИ, включая государственные, что усложняет популяризацию науки, хотя увеличивает её важность.

Сегмент научно-популярных изданий в России довольно молод, поэтому научно-популярные журналы не имеют чёткой классификации, что усложняет исследование. Тем не менее, общая направленность на популяризацию науки позволяет выделить несколько приёмов подачи информации, которые используют все научно-популярные СМИ:

1. Использование труда учёных наравне с журналистским трудом;

2. Метод популяризации: перевод с научного языка на общедоступный;

3. Размещение преимущественно аналитических материалов;

4. Подборка обширного иллюстративного материала.

Научно-популярные издания сталкиваются с большим количеством проблем. С одной стороны, обществу необходима научная информация, а с другой – печатные СМИ сильно уступают по оперативности электронным. В связи с этим обстоятельством научно-популярная пресса действует в рамках трёх стратегий:

1. Заполняет издание рекламой сомнительного качества, не имеющей отношения к тематике издания;

2. Работает за «идею», заполняет рекламой ограниченное количество полос;

3. Опирается на инвестора и\или рекламу от партнёра.

Один из представителей третьей группы – журнал «Кот Шрёдингера», представляющий собой подходящий пример как среди печатных, так и электронных средств массовой информации в своём сегменте.

«Кот Шрёдингера» был создан в 2014 году под патронажем Всероссийского фестиваля науки NAUKA 0+. Благодаря своему деловому партнёру журнал получает качественную рекламу, интегрированную в тематику номера, поданную качественным образом (в то время, как некоторые печатные источники соглашаются размещать рекламу предметов роскоши, сомнительных лекарств и т.д., что вредит репутации научно-популярной журналистики).

Журнал совмещает традиционные для научно-популярных изданий инструменты подачи информации с современными:

1. Несмотря на трудности с выпуском печатной версии, «Кот Шрёдингера» всё ещё сохраняет актуальность: печатные материалы остаются уникальными и размещаются на сайте либо спустя продолжительное время, либо не размещаются вообще;

2. Подача материала в журнале отличается расположением к читателю: текст написан простым языком с объяснением специальных терминов, обилием иллюстративного контента;

3. Важным элементом, чтобы найти и удержать читателя, становится попытка внедрить научное знание в бытовой контекст;

4. Наличие персонажа-талисмана, сближающего автора и читателя.

Благодаря этим факторам научно-популярные журналы – категория печатной прессы, которая может не потерять печатную форму, несмотря на развитие электронных СМИ. Как показывает пример «Кота Шрёдингера», эксклюзивный контент и грамотная подача материала может помочь изданию не потерять свою актуальность спустя годы.

### Список использованных источников

1. Абрамов Р.Н. Профессионализация научной журналистики в России: сообщества, знания, медиа // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – Т.25. №1. – 111 с.
2. Автаева Н.О. Проблема типологизации научно-популярных сетевых ресурсов // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
3. Александров Е. Б. Феномен лженауки в современном обществе и меры по противодействию лженаучным проявлениям // В защиту науки. –2014. – 4 с.
4. Бейненсон В.А. Специфика развития научно-популярных блогов // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
5. Берков П.Н. История русской журналистики XVIII века. – М.; Л., 1952. – 588 с.
6. Большакова В.О. Методы воздействия на культуру чтения аудитории в научно-популярных журналах (на примере изданий «Кот Шрёдингера» и GEO) // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
7. ВКонтакте [Электронный ресурс] // Кот Шрёдингера. – URL: https://vk.com/kot\_sch (дата обращения: 14.04.2018)
8. Воловецкий Д.С., Белковский С.В. Вклад новых медиа в отечественную научно-популярную журналистику // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
9. Газоян А. Г. Взгляд студентов и выпускников факультетов журналистики на профессиональные ценности научного журналиста: на грани между корректностью и доступностью изложения // Журналистский ежегодник. – 2016. – 15 с.
10. Гордеева Е.Ю. Традиции дореволюционных научно-популярных изданий в современной исторической журналистике (на материале альманаха «Российский архив») // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
11. Гридчина А.А., Павлова Е.Д. Особенности популяризации гуманитарного знания (на примере проекта Arzamas) // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
12. Зарубина Н.Н. Доверие к науке в современной России в контекстах множественности форм знания // Социологические исследования – 2018. – 20 с.
13. Калмыкова А.С. Новые формы популяризации достижений науки и техники в современном медиапространстве (на примере интернет-ресурсов «Наука и техника» и «ПостНаука») \\ Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
14. Кизельватер Г. Д. «Знание – сила» // Время надежд, время иллюзий: Проблемы истории советского неофициального искусства. 1950–1960 годы. Статьи и материалы. – М. Новое литературное обозрение, 2018.
15. Кот Шрёдингера. Живой научно-популярный журнал. [Электронный ресурс]. URL: https://kot.sh/ (дата обращения: 10.04.2018)
16. Кот Шрёдингера. Специальный номер – 2018. №1-2 – 80 с.
17. Кукулин И.В. Периодика для ИТР: советские научно-популярные журналы и моделирование интересов позднесоветской научно-технической интеллигенции // Новое литературное обозрение. – 2017. № 3. – 60 с.
18. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества – М.: Аспект Пресс, 2011 – 320 с.
19. Литке М.В. 150 лет журналу «Вокруг света»: становление и развитие типологической модели // Вестник Томского государственного университета – 2012. №3(19) – 131 с.
20. Литке М.В. Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации // Журналистский ежегодник. – 2014. № 3 – 60 с.
21. Литке М.В. Предметное поле познавательного журнала «Вокруг света» // Актуальные проблемы журналистики: сб. тр. молодых учёных. Вып. 6 / отв. ред. П.П. Каминский – Томск. 2011. – 43 с.
22. Макарова Е. Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности // МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2013. – 24 с.
23. Макарова Л.С., Новикова Т.Е. Проблема лженауки и освещение в современных СМИ околонаучных теорий // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
24. Мурзагалиева Т.Е. Основные этапы развития научной популяризации в российском журналистике // Студенческий: электрон. научн. журн. [Электронный ресурс] – URL: https://sibac.info/journal/student/10/80847 (дата обращения: 12.04.2019)
25. Парафонова В.А. Типология научно-популярных журналов. – М., 2008. – 14 с.
26. Петрова М.В. Научно-популярная журналистика: традиции и современные реалии // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. №4 (15). – 78 с.
27. Поданева Е.С. Научная популяризация в Интернете: эксперименты с новыми форматами (опыт создания видео-проектов о науке) // Журналистский ежегодник. – 2017. №6. – 20 с.
28. Проект Конституции СССР. Всенародное обсуждение // Наука. и жизнь. – 1977. № 8. – 2 с.
29. Санкт-Петербургское отделение Российского гуманистического общества [Электронный ресурс] // Стратегии научной популяризации в России. – URL: http://humanism.su/ru/articles.phtml?num=000418 (дата обращения: 12.04.2019)
30. Сахаревич Г.А. Специфика профессиональной этики в научно-популярной журналистике // Журналистский ежегодник. – 2016. – 103 с.
31. Суворова С.П. Журналистка научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. – 2009. №5 – 60 с.
32. Сынбулатова А.Р. Исследование особенностей научно-популярной журналистики на примере передач канала «Наука 2.0» // Медиасреда. – 2016. – 101 с.
33. Сыщиков А. Д., Трофимова Н. С. Газета «St. Petersburgische Zeitung» в первые годы её существования: к истории издания // Петербургская библиотечная школа. – 2015. – № 3 (51). — 49 с.
34. Тертычный А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. №2. – 212 с.
35. Ульянов М.А, Щербакова Г.И. Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического обоснования // Вестник Волжского университета В.Н. Татищева – 2018. Т.1. – 182 с.
36. Учительская газета [Электронный ресурс] // Новости от «Кот Шрёдингера». – URL: http://www.ug.ru/archive/63861 (дата обращения: 10.04.2019)
37. Химия и жизнь [Электронный журнал] // Про журнал. – URL: http://hij.ru/about/ (дата обращения: 18.04.2019)
38. Шведова-Водка Г.Н. Общая теория документа и книги: учебн. Пособие – М.: Рыбари; Киев. – Знания, 2009. – 487 с.
39. Штепа В.И. Научная журналистика в сегодняшнем мире // RELGA – 2007. №5 (150). – 95 с.
40. Юревич А. В. Экономика эзотерических знаний // В защиту науки. – 2011. № 8 – 2 с.
41. Юхнова И.С. Русская литература в научно-популярных изданиях // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с.
42. Яковенко И.А. Рынок научно-популярных журналов. Аналитический обзор // Национально-тиражная служба [Электронный ресурс]. – URL: http://pressaudit.ru/rynok-nauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/ (дата обращения: 10.04.2018)
43. FaceBook [Электронный ресурс] // Кот Шрёдингера. – URL: https://www.facebook.com/kotosch (дата обращения: 14.04.2018)
44. Slon.ru Архив [Электронный ресурс] // Журнал «Вокруг света» – не совсем бизнес. – URL: https://republic.ru/posts/l/177292 (дата обращения: 16.04.2019)
45. Telegram [Электронный ресурс] // Кот Шрёдингера. – URL: https://t.me/kot\_sh (дата обращения: 14.04.2019)

1. Яковенко И.А. Рынок научно-популярных журналов. Аналитический обзор // Национально-тиражная служба [Электронный ресурс]. – URL: http://pressaudit.ru/rynok-nauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/ (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-1)
2. Тертычный А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. №2. – 212 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Сыщиков А. Д., Трофимова Н. С. Газета «St. Petersburgische Zeitung» в первые годы её существования: к истории издания // Петербургская библиотечная школа. – 2015. – № 3 (51). — 49 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Берков П. Н. История русской журналистики XVIII века. – М.; Л., 1952. – 588 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Петрова М.В. Научно-популярная журналистика: традиции и современные реалии // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. №4 (15). – 78 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. Ульянов М.А, Щербакова Г.И. Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического обоснования // Вестник Волжского университета В.Н. Татищева – 2018. Т.1. – 182 с. [↑](#footnote-ref-6)
7. Тертычный А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. №2. – 212 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Химия и жизнь [Электронный журнал] // Про журнал. – URL: http://hij.ru/about/ (дата обращения: 18.04.2019) [↑](#footnote-ref-8)
9. Кукулин И.В. Периодика для ИТР: советские научно-популярные журналы и моделирование интересов позднесоветской научно-технической интеллигенции // Новое литературное обозрение. – 2017. № 3. – 60 с. [↑](#footnote-ref-9)
10. Проект Конституции СССР. Всенародное обсуждение // Наука. и жизнь. – 1977. № 8. – 2 с. [↑](#footnote-ref-10)
11. Тертычный А.А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. №2. – 212 с. [↑](#footnote-ref-11)
12. Литке М.В. 150 лет журналу «Вокруг света»: становление и развитие типологической модели // Вестник Томского государственного университета – 2012. №3(19) – 131 с. [↑](#footnote-ref-12)
13. Яковенко И.А. Рынок научно-популярных журналов. Аналитический обзор // Национально-тиражная служба [Электронный ресурс]. – URL: http://pressaudit.ru/rynok-nauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/ (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-13)
14. Санкт-Петербургское отделение Российского гуманистического общества [Электронный ресурс] // Стратегии научной популяризации в России. – URL: http://humanism.su/ru/articles.phtml?num=000418 (дата обращения: 12.04.2019) [↑](#footnote-ref-14)
15. Суворова С.П. Журналистка научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. – 2009. №5 – 60 с. [↑](#footnote-ref-15)
16. Ульянов М.А, Щербакова Г.И. Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического обоснования // Вестник Волжского университета В.Н. Татищева – 2018. Т.1. – 182 с. [↑](#footnote-ref-16)
17. Slon.ru Архив [Электронный ресурс] // Журнал «Вокруг света» – не совсем бизнес. – URL: https://republic.ru/posts/l/177292 (дата обращения: 16.04.2019) [↑](#footnote-ref-17)
18. Slon.ru Архив [Электронный ресурс] // Журнал «Вокруг света» – не совсем бизнес. – URL: https://republic.ru/posts/l/177292 (дата обращения: 16.04.2019) [↑](#footnote-ref-18)
19. Зарубина Н.Н. Доверие к науке в современной России в контекстах множественности форм знания // Социологические исследования – 2018. – 20 с. [↑](#footnote-ref-19)
20. Юревич А. В. Экономика эзотерических знаний // В защиту науки. – 2011. № 8 – 2 с. [↑](#footnote-ref-20)
21. Суворова С.П. Журналистка научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. – 2009. №5 – 60 с. [↑](#footnote-ref-21)
22. Шведова-Водка Г.Н. Общая теория документа и книги: учебн. Пособие – М.: Рыбари; Киев. – Знания, 2009. – 487 с. [↑](#footnote-ref-22)
23. Учительская газета [Электронный ресурс] // Новости от «Кот Шрёдингера». – URL: http://www.ug.ru/archive/63861 (дата обращения: 10.04.2019) [↑](#footnote-ref-23)
24. Кот Шрёдингера. Специальный номер – 2018. №1-2 – 80 с. [↑](#footnote-ref-24)
25. ВКонтакте [Электронный ресурс] // Кот Шрёдингера. – URL: https://vk.com/kot\_sch (дата обращения: 14.04.2018) [↑](#footnote-ref-25)
26. ВКонтакте [Электронный ресурс] // Кот Шрёдингера. – URL: https://vk.com/kot\_sch (дата обращения: 14.04.2018) [↑](#footnote-ref-26)
27. Telegram [Электронный ресурс] // Кот Шрёдингера. – URL: https://t.me/kot\_sh (дата обращения: 14.04.2019) [↑](#footnote-ref-27)
28. FaceBook [Электронный ресурс] // Кот Шрёдингера. – URL: https://www.facebook.com/kotosch (дата обращения: 14.04.2018) [↑](#footnote-ref-28)
29. Кот Шрёдингера. Живой научно-популярный журнал. [Электронный ресурс]. URL: https://kot.sh/ (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-29)
30. Большакова В.О. Методы воздействия на культуру чтения аудитории в научно-популярных журналах (на примере изданий «Кот Шрёдингера» и GEO) // Научно-популярная журналистика: опыт системного анализа. Сб. материалов каф. журналистики. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. – 104 с. [↑](#footnote-ref-30)