**Тетяна Капущак, Олена Кравченко**

**(Старобільськ, Україна)**

**ПРИЙОМИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАУКОВИХ ЗНАНЬ У НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ “ПІЗНАВАЙКА” ТА “ІМХО”**

Використання прийомів популяризації наукової інформації – одна з основних ознак науково-популярної літератури. Оскільки ступінь вираження цієї ознаки впливає на якість і доступність видання, то зрозуміле зацікавлення нею науковцями. Автори підручника “Редакторська підготовка видань” серед популяризаторських прийомів виокремлюють художнє осмислення наукової інформації [9]. Зазначаючи, що прийоми популяризації наукових знань залежать від авторської манери розповіді й редакторської майстерності, М. Тимошик виділяє нестандартне введення в текст термінів й спонукання читача до їх мимовільного засвоєння, сюжетний розвиток подій, авторські відступи від розповіді, емоційно насичені авторські ремарки, що спонукають читача до певної реакції, вставки-відступи, які узагальнюють вищесказане автором тощо [11].

Мета статті **–** охарактеризувати прийоми популяризації наукової інформації в українських науково-популярних інтернет-виданнях на прикладі “Пізнавайки” та “ІМХО”.

Інтернет-видання “ІМХО” популяризує альтернативне бачення наукових, соціальних і мистецьких подій, при цьому намагаючись не нав’язувати свій погляд, що виражається в назві. “Пізнавайка” є класичним науково-популярним інтернет-виданням, адже предметом його розгляду виступають знання з фундаментальних наук. У зазначених часописах більшість рубрик не збігаються, а подібні відрізняються змістовим наповненням.

У “Пізнавайці” один із найуживаніших прийомів популяризації – пояснення термінів, що вводиться в текст ненав’язливо, ніби між іншим: *“Всі речовини, або, як кажуть вчені, вся «матерія», побудовані з атомів – частинок розміром в стомільйонні частки* сантиметра” [8]. Таким чином, читач легко засвоює нові слова та їх значення.

Характерне для інтернет-видання висвітлення інформації за схемою запитання – відповідь, що дозволяє створити ілюзію діалогу між реципієнтом і автором статті. За цією ж схемою відбувається й тлумачення понять: *“Що таке туман? Це – дрібні краплі води, які утворюються в повітрі, коли в ньому дуже багато водяної пари”* [8].

Широко використовується “Пізнавайкою” такий прийом популяризації, як наведення цікавих прикладів, що не лише вказують на правдивість тверджень автора, але й полегшують сприйняття і привертають увагу читача. Так, у статті “Навіщо жирафу шия?” автор наводить кілька прикладів поведінки тварин у нестандартних ситуаціях, наголошуючи на тому, що жирафи – не беззахисні тварини. Велика кількість прикладів у статті сприяє кращому запам’ятовуванню інформації [2].

Сюжетний опис подій у матеріалах “Пізнавайки” допомагає наочно продемонструвати певне явище, подію або дослідження. Стаття “Розповідь про перемогу над висотою і глибиною” висвітлює історію створення стратостату й батискафу винахідником Пікаром. Ці сюжети доповнюються прямою мовою учасників подій, їх інтерв’ю з журналістами й оцінкою автора [7].

Автори “Пізнавайки” часто поєднують популяризаторські прийоми: наприклад, у статті “Що таке анабіоз?” сюжетного опису подій (історія відкриття й подальшого розвитку анабіозу) доповнюється наведенням цікавого прикладу (професор, який дає згоду піддатися заморожуванню) і роз’ясненням терміну (“анабіоз буквально «пожвавлення», «воскресіння»”) [13]. Таким чином, у розповіді не лише детально описується процес анабіозу, історія його розвитку й перспективи, але й подаються думки спеціалістів з цього питання, відбувається порівняння лабораторних дослідів з природними процесами, що дозволяє зрозуміти сутність цього явища й усебічно його описа.

У своїх матеріалах “Пізнавайка” використовує прийоми гумору. Так, у статті “Білі плями на карті мозку” міститься додаток – зображення мозку чоловіка й жінки, де в жартівливій формі показано відмінності між ними. Ця інформація не стосується змісту статті, але подана автором задля привернення уваги й емоційної розрядки після прочитання наукових досліджень.

Стаття “Вчені жартують” [3] розповідає про почуття гумору відомих учених і лауреатів “Шнобелівської” премії. Текст, насичений анекдотами й кумедними історіями з життя науковців, написаний у публіцистичному стилі. У статті відсутня інформація про наукові досягнення, дослідження, факти. Матеріал не виконує популяризаторської функції, але сприяє процесу зацікавлення читача – інтерес до особистих якостей учених покликаний у майбутньому призвести до ознайомлення з їхніми науковими здобутками. До того ж наприкінці статті подається посилання на кумедні дослідження деяких учених. Такі тексти, як видно з кількості коментарів, викликають найбільшу увагу в реципієнтів.

Для науково-популярного порталу “ІМХО” найбільш уживаним є своєрідний популяризаторський прийом, коли інформація розбивається на блоки, кожен з яких отримує власну назву й супроводжується зображеннями або відеозаписами. Це допомагає читачеві не лише краще сприймати новину, але й розібрати її більш детально. Наприклад, у статті “Три «сучасні» винаходи” текст поділено на такі частини: ядерний реактор віком 1,8 млрд. років, перуанський камінь демонструє давній телескоп і сучасний одяг та “просунута” культура, відображені в настінному живописі [12].

На сторінках “ІМХО” сюжетний опис подій зустрічається рідко. Найчастіше цей прийом використовують, коли описують життєвий шлях видатної людини, як у статті “Дмитрій Іванович Менделєєв” [4].

Стаття “Як спілкуються тварини?” [15] подає цікавий приклад того, як можна популяризувати наукові факти, використовуючи лише заголовковий комплекс. Запитання в заголовку служить для привертання уваги реципієнтів та початковому зацікавленню текстом. Підзаголовки матеріалу (“Кішки нявкають тільки для людини”, “Жуки використовують Абетку Морзе” тощо) також виконують функцію зацікавлення та спонукають читача до прочитання тексту. Публіцистичний стиль мови й уникання термінології поглиблює можливості розуміння інформації реципієнтом, що робить текст доступним для широкого загалу.

Для “ІМХО” характерний прийом опису експериментів для підтвердження, роз’яснення або уточнення інформації. Майже кожна третя стаття інтернет-видання спирається на дані дослідів. Наприклад, допис “Як бідність впливає на наш мозок” ґрунтується на експерименті, проведеному вченими американських інститутів. У статті подаються факти й результати дослідження [14]. Така інформація зацікавлює читача точністю даних і висновками, котрі протирічать або ставлять під сумнів загальноприйняту картину світу.

Важливий засіб популяризації наукових знань – мультимедійність, під якою слід розуміти використання аудіо, відео й різноманітної графічної анімації разом із текстовими матеріалами, що дозволяє збагачувати й усебічно висвітлювати інформацію. При застосуванні мультимедійних засобів редактор має стежити за тим, щоб не виникало помилок, пов’язаних із нелогічним поєднанням цих елементів із вербальними засобами.

Для доповнення текстів “ІМХО” вживає відео й аудіоматеріали. Найбільш поширеним є додавання відеофайлів до статей рубрик “Людина і людина” й “Людина і наука”. Відео вживається в трьох випадках – служить логічним доповненням, прикладом, поясненням того, про що йдеться в статті; виступає головною складовою статті, причому текст виконує додаткову функцію, складається з кількох речень або абзаців; відео й текст взаємодоповнюють один одного, тому важко виділити головну змістовну складову. У статті “Живі механізми” з рубрики “Людина і наука” йдеться про те, що зоологи виявили в суглобі коників шестерінки. Автор детально описує вигляд шестерінок та їх обертання, наводячи точні числа й вимірювання. Стаття практично позбавлена будь-яких стандартних прийомів популяризації, крім пояснення декількох висловлень. Саме тому до тексту додається відео тривалістю 13 секунд, яке наочно представляє рух шестерінок і яке виконує додаткову функцію – образного уявлення того, що докладно було описано в тексті [5].

У цій же рубриці у статті “Атака вірусу” розповідається про те, що вченим вдалося побачити й відзняти процес зараження клітини вірусом. Ця подія описується в деталях, розповідається про думки науковців з приводу відкриття. Як і в першому прикладі, стаття доповнюється відеозаписом, але на цей раз він показує весь процес і розтлумачує читачеві половину статті, тому популяризаторська функція відеозапису розкривається повною мірою [1].

Прикладом, коли відео виступає основою матеріалу, є стаття “Історія Марса”, у якій повідомляється про створення невеликого відеозапису, що відтворює реконструкцію кліматичних умов на цій планеті. Стаття складається з п’яти речень і розповідає лише про виготовлення ролика, не подаючи при цьому інформацію про історію Марса. Усе, що потрібно знати, покаже відео тривалістю всього півтори хвилини [6]. Таким чином, реалізуючи популяризаторську функцію, мультимедійний засіб стає повноцінною заміною звичній текстовій інформації.

Використання кількох відеозаписів в одній статті зустрічається вкрай рідко, адже перевантаження інформації засобами мультимедіа призводить до неприйняття читачем матеріалу взагалі. До того ж це робить із порталу не інтернет-видання, а відео-блог. Уживання кількох відео в одному матеріалі виправдана відповідністю змісту та призначення статті. Наприклад, у иатріалі “YouTube” використано десять найбільш популярних рекламних роликів, котрі доповнюються інформацією про час, історію, сюжет і характеристику відеозаписів [16]. Такий вид мультимедійного уточнення інформації доречний, адже без його використання стаття втрачає сенс. До того ж відео виходить на перший план, тому що воно є не тільки змістовим центром, але й служить формою вираження цього змісту.

Стаття “Реклама й гіпноз” розповідає про гіпнотичну дію реклами автомобіля Hyundai, у якій взяв участь відомий британський гіпнотизер. Для підтвердження своїх слів редакція додала до тексту два рекламні відеоролики [10]. У цьому випадку текст і мультимедійний засіб взаємодоповнюють один одного, адже поодинці вони не містять повноцінної інформації для читача. Тому обидві складові статті рівноцінні за значенням. Такий підхід до висвітлення новин є актуальним для науково-популярної літератури, адже допомагає максимально доступно й точно донести інформацію до читацької аудиторії.

Аудіо на сайті “ІМХО” розміщується лише тоді, коли необхідно продемонструвати певний звуковий ефект У більшості ж випадків матеріал підкріплюється відеозаписами. Це стосується й рубрики “Що послухати?”, де переважно додаються відео з піснями чи музичними творами..

Таким чином, українські науково-популярні інтернет-видання “Пізнавайка” та “ІМХО” використовують класичні прийоми популяризації наукових знань (нестандартне введення термінів, наведення цікавих прикладів, сюжетний розвиток подій, авторські відступи, використання засобів художньої виразності). “Пізнавайка” віддає перевагу тлумаченням наукових фактів через форму запитання – відповідь, гумористичним відступам, “ІМХО” для прикладів використовує дані експериментів і мультимедійні засоби.

# Література:

1. Атака вірусу (відео) [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2013. – Режим доступу: <http://imxo.in.ua/uk/6_liudina-i-nauka/29_meditsina/2186_ataka-virusu-video/>

2. Бернард Г. Навіщо жирафу шия? [Електронний ресурс] / Г. Бернард // Пізнавайка. – 2013. – Режим доступу: [http://www.poznavayka.org/uk/zoologiya-2/navishho-zhirafu-shiya/#more-1343](http://www.poznavayka.org/uk/zoologiya-2/navishho-zhirafu-shiya/)

3. Вчені жартують [Електронний ресурс] // Пізнавайка. – 2014. – Режим доступу: <http://www.poznavayka.org/uk/nauka-i-svit/vcheni-zhartuyut/#more-1705>

4. Дмитрий Иванович Менделеев [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2011. – Режим доступу: <http://imxo.in.ua/uk/7_liudina-i-suspilstvo/18_bodkhisattvi/816_dmitrii-ivanovich-mendeleev/>

5. Живі механізми [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2013. – Режим доступу: [http://imxo.in.ua/uk/6\_liudina-i-nauka/33\_fakti/2479\_zhivi-mekhanizmi/#xauth\_profile\_edit](http://imxo.in.ua/uk/6_liudina-i-nauka/33_fakti/2479_zhivi-mekhanizmi/)

6. Історія Марса [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2013. – Режим доступу: [http://imxo.in.ua/uk/6\_liudina-i-nauka/30\_kosmos/2609\_istoria-marsa/#xauth\_profile\_edit](http://imxo.in.ua/uk/6_liudina-i-nauka/30_kosmos/2609_istoria-marsa/)

7. Ляпунов Б. Розповідь про перемогу над висотою і глибиною [Електронний ресурс] / Б. Ляпунов // Пізнавайка. – 2013. – Режим доступу: [http://www.poznavayka.org/uk/nauka-i-tehnika-2/rozpovid-pro-peremogu-nad-visotoyu-i-glibinoyu/#more-1281](http://www.poznavayka.org/uk/nauka-i-tehnika-2/rozpovid-pro-peremogu-nad-visotoyu-i-glibinoyu/)

8. Мєшковський А. Дзеркало мікросвіту [Електронний ресурс] / А. Мєшковський // Пізнавайка. – 2013. – Режим доступу: [http://www.poznavayka.org/uk/fizika-uk/dzerkalo-mikrosvitu/#more-714](http://www.poznavayka.org/uk/fizika-uk/dzerkalo-mikrosvitu/)

9. Редакторская подготовка изданий : учебник / Антонова С. Г., Васильев В. И., Жарков И. А., Коланькова О. В., Ленский Б. В., Рябинина Н. З., Соловьев В. И. / [под общ. ред. Антоновой С. Г.]. – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с.

10. Реклама и гипноз [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2012. – Режим доступу: <http://imxo.in.ua/uk/7_liudina-i-suspilstvo/34_doslidzhennia-sotsiumu/1726_reklama-i-gipnoz/>

11. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця: практ. посіб. / Микола Тимошик. – 3-е вид., випр. – К.: Наша культура і наука, 2010. – 560 с.

12. Три “сучасних” винаходи [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2013. – Режим доступу: [http://www.poznavayka.org/uk/zoologiya-2/koala-plyusheviy-verholaz-chastina-persha/#more-679](http://www.poznavayka.org/uk/zoologiya-2/koala-plyusheviy-verholaz-chastina-persha/)

13. Чирков Ю. Що таке анабіоз? [Електронний ресурс] / Ю. Чирков // Пізнавайка – 2014. – Режим доступу: <http://www.poznavayka.org/uk/biologiya-2/shho-take-anabioz/>

14. Як бідність впливає на наш мозок [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2013. – Режим доступу: <http://imxo.in.ua/uk/7_liudina-i-suspilstvo/34_doslidzhennia-sotsiumu/2572_iak-bidnist-vplivaie-na-nash-mozok/>

15. Як спілкуються тварини? [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2013. – Режим доступу: <http://imxo.in.ua/uk/6_liudina-i-nauka/33_fakti/2525_iak-spilkuiutsia-tvarini/>

16. YouTube [Електронний ресурс] // ІМХО. – 2013. – Режим доступу: <http://imxo.in.ua/uk/7_liudina-i-suspilstvo/36_biznes/2331_youtube/>