

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070:316:776:001

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2024-10-3-666-680>

Шифр научной специальности 5.9.9



Медиапродвижение научного знания среди массовой аудитории

Ксения Владимировна Дементьева , **Анастасия Геннадьевна Костина** 
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва»
430005, Российская Федерация, г. Саранск, ул. Большевикская, 68
 dementievkv@gmail.com

Аннотация

ВВЕДЕНИЕ. Популяризация науки играет существенную роль в современном обществе, способствуя развитию отечественной науки и технологий, формированию образованного и критически мыслящего общества. Целью исследования является рассмотрение материалов научно-популярной тематики в качестве агентов популяризации научного знания для широкой аудитории. **МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ.** Проведён анализ медиа «Известия Мордовии», «Столица С», «Здунов здесь», «Игорь Губайдулин и GR», «Минпромнауки Мордовии», «МГУ им. Н.П. Огарёва», «Стартап-студия «Огарёв», «Глушко». Всего было проанализировано более 1 тысячи медиатекстов, выборка для качественного анализа составила 200 публикаций за период с 1 января 2022 г. по 31 мая 2024 г. **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.** Раскрыт процесс продвижения научного знания в медиапространстве Республики Мордовия, рассмотрены тематика, жанрово-функциональная классификация научно-популярных материалов, сотрудничество университета со СМИ в процессе популяризации науки. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Была выделена классификация научно-популярных материалов в СМИ Республики Мордовия (по территориальной принадлежности исследования, по жанровой специфике, по объёму информации, по способам визуализации), выделен первоисточник научной информации – университетские медиаплатформы, и её распространение по другим каналам связи во временном промежутке. Прослежен процесс становления термина «мордовские учёные» в материалах СМИ, составлены рекомендации для освещения науки как для региональных, так и для федеральных СМИ.

Ключевые слова: популяризация науки, медиапродвижение, мордовские учёные, научное знание, медиа, средства массовой информации, Республика Мордовия

Благодарности и финансирование. О финансировании исследования не сообщалось.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Дементьева К.В., Костина А.Г. Медиапродвижение научного знания среди массовой аудитории // Неофилология. 2024. Т. 10. № 3. С. 666-680. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2024-10-3-666-680>

Media promotion of scientific knowledge among a mass audience

Kseniya V. Dementieva , Anastasia G. Kostina 

National Research Ogarev Mordovia State University
68 Bolshevistskaya St., Saransk, 430005, Russian Federation
✉ dementievkv@gmail.com

Abstract

INTRODUCTION. Popularization of science plays a significant role in modern society, contributing to the development of domestic science and technology, the formation of an educated and critically thinking society. The purpose of the study is to consider materials on popular science topics as agents of popularization of scientific knowledge for a wide audience. **MATERIALS AND METHODS.** The following media were analyzed: “Izvestiya Mordovii”, “Stolitsa S”, “Zdunov zdes”, “Igor’ Gubaidulin i GR”, “Minpromnauki Mordovii”, “MGU im. N.P. Ogareva”, “Startup-studiya “Ogarev”, “Glushko”. In total, more than 1000 media texts were analyzed; the sample for qualitative analysis consisted of 200 publications for the period from January 1, 2022 to May 31, 2024. **RESULTS AND DISCUSSION.** The process of promoting scientific knowledge in the media space of the Republic of Mordovia is revealed, the subject matter, genre and functional classification of popular science materials, and the university’s cooperation with the media in the process of popularizing science are considered. **CONCLUSION.** The classification of popular science materials in the media of the Republic of Mordovia was identified (by territorial affiliation of the study, by genre specificity, by volume of information, by visualization methods), the primary source of scientific information was identified – university media platforms and its dissemination through other communication channels in the time period. The process of formation of the term “Mordovian scientists” in media materials was traced, recommendations for covering science, both for regional and federal media, were compiled.

Keywords: science popularization, media promotion, Mordovian scientists, scientific knowledge, media, mass media, Republic of Mordovia

Acknowledgements and Funding. No funding was reported for this research.

Conflict of Interest. The authors declare no conflict of interest.

For citation: Dementieva, K.V., & Kostina, A.G. Media promotion of scientific knowledge among a mass audience. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2024;10(3):666-680. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2024-10-3-666-680>

ВВЕДЕНИЕ

Популяризация науки имеет большое значение для развития общества, поэтому и поддерживается не только отдельными группами, которые заинтересованы в развитии науки, но и государственными инициативами. Популяризация научного знания может служить элементом стимулирования учебного процесса, помощником для молодых людей в поиске возможности реализации своего потенциала. Также грамотная популяризация научных достижений и технических инноваций может способствовать их успешной коммерциализации и привлечению инвестиций в область научных исследований. По-

добная коммуникация помогает бороться с мифами и заблуждениями, которые могут быть порождены стремлением к «зрелищности» материала. Популяризация науки играет существенную роль в современном обществе, способствуя развитию науки и технологий, формированию образованного и критически мыслящего общества. Тема науки присутствует практически во всех видах СМИ, однако есть ряд особенностей её освещения, которые видится важным рассмотреть.

Данная тема уже изучалась в научных статьях [1–7] и более масштабных работах¹,

¹ Дивеева Н.В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых

в том числе и на примере Республики Мордовия² [8]. Рассматривались аспекты популяризации научного знания через новые медиа [9; 10], в разных науках [11–13] и аспектах [14], однако усиление интереса к научным открытиям российских и региональных учёных актуализирует вопросы популяризации научного знания. Тема популяризации науки не нова³, однако именно в последнее время ей уделяют пристальное внимание, изучая и исторические периоды популяризации науки [15], и современность. А интенсификация в сфере научных открытий вызывает необходимость более детальной проработки проблемы.

Целью исследования является рассмотрение материалов научно-популярной тематики в качестве агентов популяризации научного знания для широкой аудитории.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Нами проведён анализ веб-сайтов газет «Известия Мордовии» и «Столица С», а также официального канала Главы Республики Мордовия «Здунов здесь», канала министра промышленности, науки и новых технологий Республики Мордовия «Игорь Губайдулин и GR» и официального канала «Минпромнауки Мордовии», начиная с 2022 г. Для анализа политики популяризации науки в Мордовском государственном университете им.

информационных технологий и рыночных отношений: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2015. 22 с.; Популяризация науки в России: методики мониторинга СМИ и исследований аудитории: аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под ред. Е.Л. Вартаковой. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2014; Долгова Н.В. Популяризация науки в общественно-политических средствах массовой информации. Рязань: Рязан. гос. ун-т им. С.А. Есенина, 2019. 97 с.; Кихтан В.В. Образовательный контент в интернет-медиа: история становления и тенденции развития: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2011. 44 с.; Рогачёва А.И. Популяризация науки в современной российской журналистике: дис. ... канд. филол. наук. М., 2023. 203 с.

² Дементьева К.В. Популяризация науки и образования в социальных медиа // Журналистика в поисках моделей развития: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. Томск, 2024. С. 108-112.

³ Лазаревич Э.А. Популяризация науки в России. М.: Изд-во МГУ, 1981. 244 с.

Н.П. Огарёва и её влияния на общий информационный фон республиканских СМИ были рассмотрены каналы в мессенджере Телеграм: официальный канал «МГУ им. Н.П. Огарёва», канал «Стартап-студия «Огарёв», канал ректора Мордовского госуниверситета «Глушко». Всего было проанализировано более 1 тысячи медиатекстов, выборка для качественного анализа составила 200 публикаций за период с 1 января 2022 г. по 31 мая 2024 г.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Основные принципы популяризации включают в себя:

- занимательность (для привлечения внимания читателя);
- иллюстративность (использование примеров и иллюстраций);
- доступность (язык должен быть понятен широкой аудитории);
- диалогичность (коммуникативный стиль с высоким уровнем интимизации отношений с аудиторией, то есть обращение на «ты»);
- опора на научный факт (несоблюдение этого принципа может привести к искажению научного содержания и появлению научных мифов).

Республика Мордовия относится к числу регионов Российской Федерации с повышенной инновационной активностью. Однако научно-популярная тематика не является главной повесткой в медиатекстах СМИ республики. Основными темами также остаются официальная информация органов власти, инфраструктура, мероприятия, проводимые как на территории республики, так и федерального значения, где присутствовали представители Мордовии.

Тема науки, конечно, встречается, однако ей уделено меньше внимания в сравнении с другими инфоповодами. В основном она встречается в узконаправленных каналах «Минпромнауки Мордовии» и «Игорь Губайдулин и GR», основная повестка которых и состоит в том, чтобы развивать сферу науки и рассказывать о ней как можно большему количеству людей. Намного реже она встре-

чается в пабликах газет «Известия Мордовии» и «Столица С», так как там тема науки является лишь одной из множества рубрик, потому что эти издания представляют собой СМИ с широкой тематикой. В канале «Здун здесь» научно-популярная тематика также является «проходной» и представляет собой чаще всего репосты из других каналов связи или материалы со ссылкой на первоисточник.

Telegram-канал «Минпромнауки Мордовии» – канал министерства промышленности, науки и новых технологий Мордовии является примером работы государственных органов с аудиторией. Научно-популярная тематика здесь является одной из основных: рассказывается об изобретениях мордовских учёных, сотрудничестве научного сообщества с другими организациями, освещаются мероприятия, в которых принимают участие представители Мордовии.

Канал активно использует научно-популярную тематику для вовлечения аудитории и привлечения внимания к деятельности министерства. Он становится площадкой для публикации информации о самых интересных и значимых научных открытиях, проектах и исследованиях, проводимых в регионе. Публикация уникальных историй успеха мордовских учёных и инновационных проектов помогает поддерживать интерес к науке среди широкой аудитории и вдохновляет молодое поколение на занятие научной деятельностью.

Кроме того, через канал организуются образовательные мероприятия, мастер-классы, вебинары и другие форматы, которые способствуют распространению знаний и опыта среди специалистов и общественности. Такая открытость и доступность информации помогают сделать научные достижения более понятными и актуальными для широкой аудитории, а также стимулируют развитие научно-технической сферы Мордовии.

Основной формой передачи научной информации здесь является краткая заметка об открытиях учёных Республики Мордовия. Текст часто иллюстрируется видео или новостным сюжетом об изобретении. Материалы написаны сухим языком, однако сложные

научные термины или не используются, или их значения объясняются для широкой аудитории. В подробности разработки авторы текстов не вдаются: чаще всего пишут о том, что это за изобретение, кем было создано и область его применения («Умный текстиль, который возьмёт твою терморегуляцию под свой контроль», «Минпромнауки Мордовии», 29.03.2024). Часто в материалах можно встретить эмодзи, что и визуально, и психологически снижает уровень сложности и серьёзности научного материала для аудитории. Такой приём используется, чтобы не выделять научную информацию среди других, так как в материалах в социальных сетях эмодзи часто используется для создания ощущения «неформального общения» между автором и аудиторией. Эмодзи помогают сделать научные темы более привлекательными и доступными, особенно для молодого поколения, которое привыкло дополнять свои сообщения и в личной переписке, и в постах для широкого круга смайлами. Использование эмодзи позволяет внедрить элементы юмора, лёгкости и индивидуальности в научные материалы, делая их менее формальными и близкими к целевой аудитории.

Другой пример распространения научно-популярной тематики – Telegram-канал министра промышленности, науки и новых технологий Республики Мордовия «Игорь Губайдулин и GR» раскрывает тему науки не напрямую, а в связке с бизнесом. Его нельзя назвать объектом распространения только научно-популярной информации, однако здесь она представлена в интересном и небанальном образе. «Канал о том, как бизнесу получить профит от государственных структур» – указано в шапке канала. Научная тематика раскрывается здесь в качестве кейсов, которые автор канала раскрывает через призму сотрудничества с государством, с целью получения прибыли («Как учебный эксперимент стал бизнесом», «Игорь Губайдулин и GR», 17.02.2024). Основное внимание здесь уделяется примерам синергии между научными и инновационными проектами, государственными программами и бизнесом. Научно-популярная тематика не является основной: она представлена в качестве

ценного актива для бизнеса при условии правильного взаимодействия с государственными органами.

Такая форма передачи информации демонстрирует практическую функцию научной коммуникации. Рассказ о научных открытиях, которые можно применить на практике в своём бизнесе, не только расширяет кругозор и знания аудитории, но и повышает их интерес к этой теме. Знание того, какие инновации и технологии существуют в научном мире и как их можно применить на практике, может вдохновить предпринимателей на создание новых продуктов и услуг, оптимизацию производственных процессов или улучшение качества уже существующего продукта.

Этот подход также помогает аудитории видеть прямую пользу от научных исследований и разработок, их применение в реальном бизнес-окружении, и как это влияет на конкурентоспособность компаний. Это является интересным примером не только того, как можно рассказывать о науке широкой аудитории, но и привлечь инвесторов в научные исследования.

Telegram-канал главы Республики Мордовии «Здунов здесь» не является основным агентом размещения научно-популярной информации. Основная тематика здесь – работа Главы Республики: участие в мероприятиях, проводимые проекты и их результаты. Тема науки является здесь проходящим элементом в качестве результата реализации специальных проектов. Информация представлена в текстовом формате, иногда иллюстрирована фотографиями, эмодзи практически не используются. Все научные новости связаны с учёными Мордовского университета ссылкой на университетские каналы распространения информации. Из примечательного помимо новостей об открытиях Telegram-канал главы освещает и мероприятия, проводимые в республике на научную тематику. Таким стал пост о посещении Артёма Алексеевича «Научного стендапа» («Науку можно постигать по-разному!», «Здунов здесь», 8.02.2024). Подобные мероприятия и их освещение являются ярким примером удачной модели популяризации науки среди широкой

аудитории. Подобный формат смешения сложного с простым (науку с юмором) может служить удачным инструментом научной коммуникации, так как совмещает в себе все принципы научной коммуникации – занимательность, иллюстративность, доступность и диалогичность. А также решает несколько задач: преобразование специализированных научных знаний в доступный для неподготовленных читателей язык и привлечение молодёжи к активному участию в научной деятельности.

Подводя промежуточный итог анализируемых Телеграм-каналов, можно прийти к выводу, что, несмотря на однообразный характер научной информации, «сложный» язык, который требует адаптации для массового читателя, можно подавать её интересно и разнообразно. Это связано с тем, что авторы каналов используют примеры из повседневной жизни, аналогии, шутки, иллюстрации и эмодзи, чтобы сделать материал более привлекательным и понятным. Такой подход делает даже сложную научную тему доступной и увлекательной для всех, кто интересуется данной областью знаний.

Далее, чтобы провести анализ того, как отражается научно-популярная тематика в СМИ Мордовии, нельзя обойти стороной самые просматриваемые источники, которые являются главными агентами в распространении информации, а именно веб-сайты газет «Столица С» и «Известия Мордовии».

В «Столице С» нет отдельной рубрики, которая была бы посвящена науке, поэтому поиск производился по ключевым словам «учёные», «наука», «открытие». Несмотря на отсутствие раздела, посвящённого науке, информации на эту тему в газете много. Формат подачи материалов одинаков: текст с одной или несколькими иллюстрациями. В качестве жанров преобладает расширенная заметка, нередко можно встретить комментарий эксперта или представителей пресслужб. Характер подачи материала сухой и безэмоциональный, что отличается от подачи в Телеграм-каналах. Язык повествования нельзя назвать сложным, так как многие аспекты исследований, которые могли бы быть непонятными аудитории, упускаются, однако

некоторые используемые термины остаются без расшифровки, например, «разработали нейросетевую модель прогнозирования когнитивных нарушений при сахарном диабете...» («Сибирские учёные определили, как изменяется работа мозга при сахарном диабете», «Столица С», 20.04.2022).

Несмотря на то, что формат и характер подачи информации за три года, 2022–2024 гг., практически не изменился, в «Столице С» можно выделить одно существенное отличие, которое позволяет сделать вывод, что популяризация науки среди населения Мордовии имеет свои результаты. В 2022 г. среди научной информации чаще встречались материалы исследований в сфере бытовых интересов аудитории. Например, мази от болей в спине, борьба с ожирением, лечение тревоги, и чаще предпочтение отдавалось открытиям зарубежных или российских учёных («Сингапурские учёные создали многоразовую моющуюся бумагу для принтера», «Столица С», 12.04.2022) и материалы открытий международного значения также неместных учёных («Красноярские и австрийские учёные разработали ферму для выращивания грибов на Луне», «Столица С», 24.03.2022). А уже к 2023 г. среди материалов стали чаще появляться разработки местных мордовских учёных широкого применения («Учёные из Мордовии разработали технологию, способную снизить теплопотребление более, чем на 17 %», «Столица С», 3.08.2023). А к 2024 г. в заголовках стало чаще упоминаться выражение «мордовские учёные», и большинство материалов были посвящены открытиям местных исследователей. Такая тенденция использования этого выражения появилась на страницах газеты ещё в 2023 г., однако к 2024 г. она стала более устойчивой («Мордовские учёные создали цифровую модель химического реактора», «Столица С», 22.01.2024), что мы рассмотрим в третьем параграфе. Таким образом, можем сделать вывод, что к 2023 г. интерес к местным разработкам учёных качественно возрос, и теперь такие материалы составляют большинство среди текстов научно-популярной тематики.

В газете «Известия Мордовии» научно-популярная тематика встречается чаще, не-

смотря на то, что общий спектр рассматриваемых тем в издании широк. Здесь есть отдельная рубрика «Наука и образование», которая является основным поставщиком научной информации для жителей региона. Материалы про открытия учёных в различных областях встречаются также в рубрике «Общество», однако там они носят бытовой характер, как и в некоторых материалах «Столицы С», про которые мы писали выше, и не имеет чёткой доказательной базы. Чаще всего такие материалы имеют яркие заголовки для привлечения внимания и затрагивают темы, более близкие для людей, которые не имеют отношения к науке («Учёные раскрыли ягоды, которые могут значительно продлить жизнь», «Известия Мордовии», 12.01.2024). И если в «Столице С» подобные материалы были скорее характерны три года назад, а к 2024 г. основную долю публикаций составляет информация о местных разработках, в «Известиях Мордовии» ситуация несколько другая. Научно-популярная информация на страницах газеты появляется чаще, материалы более подробные, однако количество псевдонаучной информации с яркими заголовками, о которых писали выше, не снижается и также на протяжении трёх лет, 2022–2024 гг., составляет около 50 % публикаций. Но отдельным плюсом стоит отметить, что подобная информация, несмотря на яркие заголовки, публикуется в отдельной рубрике «Общество», а не «Наука и образование», также авторы всегда оставляют ссылку на первоисточник и не претендуют на истину, что даёт сделать вывод, что такие материалы имеют несколько развлекательный и ознакомительный характер. Однако такие материалы нельзя отнести к научно-популярной тематике.

Публикации рубрики «Наука и общество» являются инструментом популяризации науки, так как там информация всегда имеет доказательную базу, и область применения разработок широкая. Материалы научно-популярной тематики по формату и характеру подачи схожи с материалами «Столицы С»: язык скупой и безэмоциональный, информация подаётся сухо, иллюстрируется всегда одной или несколькими фотография-

ми, предпочтительный жанр – расширенная заметка с комментариями экспертов. Однако материалы здесь по объёму часто больше и количество иллюстративного материала выше. Стоит отметить, что на страницах «Известия Мордовии» используется меньше терминологии и всегда пишется, где можно применить изобретение («Мордовские учёные разработали уникальный ингалятор для телят», «Известия Мордовии», 26.06.2023). Ещё одной особенностью газеты является то, что в «Известиях Мордовии» об исследованиях российских учёных говорится в равной доле так же, как и о местных. Нередко можно встретить материалы об исследованиях учёных других регионов («Учёные из РУДН создали первый в России клеточный препарат для лечения сложных переломов», «Известия Мордовии», 21.02.2023).

Подводя итог выполненному анализу научно-популярной тематики в СМИ Республики Мордовия, мы пришли к нескольким выводам.

Во-первых, научно-популярная тематика не является основной в повестке региона, однако она часто встречается в различных видах каналов распространения: Телеграм-каналах и веб-сайтах.

Во-вторых, есть отличие в объёме информации и видах иллюстративного материала. В Телеграм-каналах публикации меньше по объёму, и предпочтение отдаётся видеоконтенту в качестве дополнительного материала к текстам. На веб-сайтах газет материалы больше по объёму, в них чаще можно встретить комментарии экспертов, а в качестве дополнительного материала выступают фото, реже – инфографика.

В-третьих, характер подачи материала также отличается. В Телеграм-каналах она более непринуждённая, часто используются эмодзи и в целом язык повествования более простой, используются приёмы интимизации речи, чтобы приблизиться к аудитории. Газеты же в этом плане остаются консервативны: публикации написаны безэмоционально и сухо.

В-четвёртых, все каналы распространения стремятся к «переводу» информации с научного языка. Редко используются термины (или же после приводится их толкование),

всегда есть информация о том, где можно применить разработку и её преимущества для облегчения жизни общества.

В-пятых, в Телеграм-каналах научно-популярная тематика всегда связана с разработками местных учёных или же с их участием в исследованиях российских научных сообществ. В газетах же нередко можно встретить информацию о российских и зарубежных учёных и их вкладе в науку.

В-шестых, на веб-сайтах газет можно встретить информацию бытового характера с яркими заголовками для привлечения внимания аудитории, которую отчасти можно назвать лженаучной, так как она не имеет чёткой доказательной базы.

Основываясь на приведённом выше анализе и общих принципах к типологии СМИ⁴, мы составили классификацию научно-популярных материалов в СМИ Республики Мордовия.

1. По территориальной принадлежности исследования:

- международные («Британские учёные предлагают новый метод лечения тревоги», «Столица С», 26.03.2022);

- федеральные («Российские учёные разработали колбасу, снижающую уровень сахара в крови», «Столица С», 6.05.2022);

- региональные («Улучшаем систему школьного питания с учётом обратной связи», «Здунов здесь», 8.06.2022).

2. По жанровой специфике:

- заметки короткие/расширенные («Учёными МГУ им. Н.П. Огарёва разработан самоклеящийся материал для поглощения электромагнитных волн», «Минпромнауки Мордовии», 29.11.2023);

- интервью («Важны и физики, и химики, и радиотехники! А ставка делается на профессионалов», «Столица С», 29.03.2022);

- отчёт («Молодые учёные из Мордовии поучаствовали в научном стендапе», «Известия Мордовии», 8.02.2024).

⁴ Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2004. 289 с.; Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007. 236 с.; Лукина М.М., Фомичёва И.Д. СМИ в пространстве Интернета. М.: Ф-т журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. 87 с.

3. По объёму информации:

– малая форма («Учёные из Мордовии запатентовали новый экологичный материал для строительства», «Минпромнауки Мордовии», 4.08.2022);

– средняя форма («Учёные назвали лучший шоколад для пищеварения», «Известия Мордовии», 28.03.2024);

– большая форма («Благодаря нацпроекту учёные из Мордовии повышают качество логистики железнодорожных грузов», «Известия Мордовии», 25.03.2024).

4. По способам визуализации:

– с фотографиями («Учёные из Мордовии придумали способ увеличения срока службы двигателей КамАЗа», «Столица С», 19.04.2023);

– с видеоконтентом («Стартап ЦНН Мордовии – компания ООО «ТК «ЖНФ», признан самым успешным кейсом при работе с ОАО «РЖД», «Минпромнауки Мордовии», 2.05.2024);

– с инфографикой («Раскрывая тайны науки...», «Минпромнауки Мордовии», 21.03.2024).

Рассмотрим особенности информационной политики МГУ им. Н.П. Огарёва с учётом того, что, помимо официального канала университета, в свете общих тенденций перехода в социальные сети начали появляться паблики и группы факультетов, институтов и кафедр. Различные подразделения и студенческие сообщества стали создавать собственные ресурсы. «Всего в 2023 г. насчитывается 227 информационных каналов»⁵. К 2024 г. их количество лишь возрастает. Не все из них ведут контент на постоянной основе, где-то он имеет лишь информационный характер, представляя собой «доску объявлений», однако все каналы влияют на репутацию вуза и составляют единый информационный фон.

Контент ведётся на разных площадках, однако чаще всего информация дублируется из одного канала связи в другой. Для анализа политики популяризации науки в вузе и её влияния на общий информационный фон республиканский СМИ рассмотрим каналы в

мессенджере Телеграм: официальный канал «МГУ им. Н.П. Огарёва», канал «Стартап-студия «Огарёв», канал ректора мордовского государственного университета «Глушко».

Основным источником распространения материалов о науке среди каналов связи вуза является Телеграм-канал «МГУ им. Н.П. Огарёва», как основной источник новостей об университете. Научно-популярная тематика не является там единственной, однако ей отведено отдельное место, она часто появляется в ленте новостей и ей отведены отдельные рубрики под хештегами:

1) #молодые_ученые – про сотрудников вуза, имеющих учёную степень кандидата наук в возрасте до 35 лет или учёную степень доктора наук в возрасте до 40 лет;

2) #приоритет_2030 – про разработки мордовских учёных в соответствии с программой стратегического академического лидерства;

3) #5_ВОПРОСОВ_УЧЕНОМУ – медиaproект, который представляет собой видеоконтент, где в кадре учёные университета, которые коротко и ёмко отвечают на актуальные вопросы по своему профилю.

Посты о науке сопровождаются фото-, видеоконтентом, а также инфографикой, яркими заголовками, дополняются эмодзи, что, судя по анализу, является характерной чертой материалов в Телеграм-каналах («У лучших учёных – лучшие разработки!», «МГУ им. Н.П. Огарёва», 14.03.2024). Посты краткие, не содержат сложной терминологии, всегда присутствует информация о практическом применении разработок, что является особенностью материалов о популяризации науки. Помимо разработок мордовских учёных новости науки освещаются в непринуждённой форме, простым языком, приёмом ассоциаций и шуток, в формате научного дайджеста («Да что вообще происходит? Что научного в мире? Что научного в стране?», «МГУ им. Н.П. Огарёва», 13.02.2023).

Материалы об исследованиях учёных преподносятся в лёгкой, шуточной форме с помощью инфографики с изображением известных мультгероев и юмористическими описаниями самих разработок («Вжух... И

⁵ Деметьева К.В. Популяризация науки и образования в социальных медиа. С. 109.

научная разработка!», «МГУ им. Н.П. Огарёва», 8.02.2024).

Ещё одним каналом распространения научно-популярной информации является «Стартап-студия «Огарёв». Канал освещает события университетской стартап-студии – этот подход к развитию технологического предпринимательства сосредоточен на быстрой проверке идей и массовом запуске новых компаний с инвестициями от государства. Здесь научно-популярная тематика освещается в синергии с бизнесом. Исследования и разработки в различных сферах преподносятся в виде уже сформированной компании и с собранной командой («Университетский стартап ООО «Крахмал Плюс» во главе с Климаевой Людмилой работает над решением задачи для всех производителей горохового крахмала», «Стартап-студия «Огарёв», 2.04.2024). Характер подачи информации о разработках строится по одной схеме: название компании (ООО «Крахмал Плюс», ООО «Тестмол», ООО «Рекупер» и др.), краткий рассказ о самой разработке, сфера применения, ответственное лицо (научный руководитель проекта или гендиректор стартапа) под хэштэгом #НашТехПред. Сами элементы постов могут менять порядок очередности, иногда добавляется дополнительная информация о процессе разработки или её практическом применении на конкретном предприятии. Информация понятна для широкой аудитории, терминология и процессы разработки «переводят» на простой язык с целью интимизации речи. Посты дополняются видеоконтентом с более подробной информацией о разработках, а важная и самая интересная информация оформляется цветным блоком цитирования красного цвета, чтобы акцентировать на ней внимание («Наш начинающий стартап ООО «ОПТОФИЛЬТР» перевернёт мир волоконных лазеров!», «Стартап-студия «Огарёв», 06.05.2024). Посты дополняются эмодзи, что снижает официальность информации, не отделяя её от других более простых тематик в информационном поле. Основной блок контента посвящён разработкам мордовских учёных, что является источником информации для других каналов распространения. В характере подачи науч-

но-популярной тематики соблюдаются рекомендации по популяризации научной информации.

Telegram-канал ректора мордовского госуниверситета «Глушко» зарекомендовал себя, как один из основных каналов о вузе после официального паблика «МГУ им. Н.П. Огарёва». Тема науки освещается разными путями:

- 1) релизы и освещение мероприятий по содействию научной коммуникации;
- 2) достигнутые результаты в научно-технической политике вуза;
- 3) сотрудничество университета в области разработок с различными инстанциями.

Освещение разработок мордовских учёных происходит преимущественно путём репостов с других каналов распространения, чаще всего это официальный канал «МГУ им. Н.П. Огарёва» и паблики факультетов и институтов («Учёные факультета математики и ИТ разработали цифровую модель химического реактора для получения этилена и водорода из природного газа!», «Глушко», 23.02.2024). Самостоятельные посты про разработки встречаются редко, чаще всего представляют собой комментарий к уже выложенному материалу.

Исходя из анализа материалов, можно сказать, что университет является основным «поставщиком» научно-популярной тематики для СМИ республики. Рассмотрим первоисточник информации и её распространение по другим каналам связи во временном промежутке.

1. Новость о разработке русско-эрзянского онлайн-переводчика и чат-бота впервые появилась в Telegram-канале «МГУ им. Н.П. Огарёва» в день мордовских языков 16 апреля 2024 г., в тот же день через час материал разместил ректор Мордовского госуниверситета в канале «Глушко». А в повестке каналов распространения информации вне вуза, например, на веб-сайте «Известия Мордовии» – на следующий день 17 апреля в 10:00 с подписью, что информация появилась в личном блоге ректора.

2. Материал о разработке пористой стеклокерамики впервые встречается также в канале «МГУ им. Н.П. Огарёва» 3 августа

2022 г. практически одновременно с материалом на сайте «Известия Мордовии», на следующий день, 4 августа 2022 г., – на сайте «Столица С», и в канале «Минпромнауки Мордовии».

Можно проследить тенденцию, которая соблюдается с 2022 г., материалы сначала появляются в университетских каналах связи в «МГУ им. Н.П. Огарёва» или «Глушко», а уже позже в региональных СМИ, чаще на следующий день, иногда в течение нескольких дней, однако не больше недели. Исходя из этого, можно сказать, что информационное партнёрство университета и медиа необходимо и выгодно обоим участникам коммуникативного процесса. Университет выступает в качестве источника информации о науке, а другие каналы распространения – как агенты популяризации научного знания.

Проведя анализ информационных каналов вуза, можно сделать несколько выводов.

Во-первых, вуз является первоисточником научно-популярной информации для СМИ всего региона. Другие каналы распространения в большинстве ссылаются на каналы университета или подчёркивают то, что открытия были сделаны учёными МГУ им. Н.П. Огарёва.

Во-вторых, материалы соответствуют рекомендациям о популяризации науки: простой язык, отсутствие терминологии, приёмы интимизации речи, элементы юмора и непринуждённый характер, интересные форматы подачи и практическая направленность.

В-третьих, материалам присуща иллюстративность, преимущественно в видеоформате.

В-четвёртых, характерен постоянный обмен информацией между каналами связи университета путём репостов постов из одного паблика в другой.

В-пятых, наличие отдельных разнообразных рубрик о научной жизни университета, освещение темы науки в синергии с бизнесом обеспечивает больше внимания аудитории к данной тематике и улучшает научную коммуникацию в целом.

Результаты анализа показали, что содержание публикаций в 2022 г. было направлено на освещение открытий зарубежных и российских учёных, новости о разработках ме-

стных исследований встречаются довольно редко. Упоминались британские, сингапурские, американские и европейские учёные, также и российские – красноярские, сибирские и т. д.

К.В. Дементьева в статье «Популяризация науки и образования в социальных медиа» проследила похожую тенденцию и ранее, придя к выводу «с конца 2021 – начала 2022 г., кроме увеличения количества сообщений об открытиях в университете, меняется и риторика сообщений: «Мордовские учёные продолжают удивлять и восхищать нас своими новыми открытиями» («Голос Торамы», 16.02.2022), <...> «Мордовские учёные совершат революцию в производстве подгузников» («Столица С», 25.09.2022)»⁶. И если в 2022 г. подобная тенденция только начинала своё существование, то к 2023 г. информационное поле практически полностью заполнено информацией о разработках местных учёных. Среди формулировок чаще встречаются «учёные мордовского университета», «учёные из Мордовии», «мордовские учёные», которые помещены в заголовочный комплекс с целью привлечения внимания («Учёные из Мордовии придумали, как увеличить урожайность овощей в теплицах», «Столица С», 8.06.2023; «Мордовские учёные разработали нейтрализующий неприятные запахи препарат», «Известия Мордовии», 30.07.2023).

Сейчас идёт тенденция увеличения количества публикаций о местных учёных. Это расширяет знания аудитории о научном потенциале страны и республики, способствует признанию выдающихся специалистов, действует на улучшение научного сотрудничества и развитие научно-исследовательской деятельности в регионе. Благодаря этому, материалы о мордовских учёных можно встретить не только в публикациях региональных СМИ, основной целью которых является освещать новости республики, но и в федеральных изданиях. В публикациях используются такие же формулировки, как и в республиканских СМИ, и в заголовках или лидах обязательно делается акцент на реги-

⁶ Дементьева К.В. Популяризация науки и образования в социальных медиа. С. 109.

он, в котором было сделано открытие («Российские ветеринары разработали прибор для ингаляций», «Газета.ру», 22.06.2023; «В Мордовии разработают нацпротокол по учёту выбросов парниковых газов в сельском хозяйстве», «ТАСС», 09.09.2022; «Мордовские учёные разработали лёгкий бетон», «Российская газета», 28.04.2023). Публикация новостей о разработках местных учёных в федеральных СМИ способствует продвижению научных достижений и исследований национального уровня, увеличению видимости и признания местных учёных как экспертов в своей области, а также привлечению внимания к инновациям и потенциалу научного сообщества региона. Это способствует развитию науки, созданию новых партнёрств и возможностей для сотрудничества как на местном, так и на международном уровнях. Все это является средствами популяризации науки.

Проанализировав информационное пространство Республики Мордовия, особенности материалов научно-популярной тематики и способы их распространения на широкую аудиторию, мы можем составить рекомендации для освещения науки как для региональных, так и для федеральных СМИ.

1. Говорите о науке простым и понятным языком. Ваша аудитория – неподготовленные люди без специального образования, поэтому не стоит использовать сложные термины, подробное описание процессов исследований.

2. Избегайте искажения научных фактов и уменьшайте влияние сенсационных заголовков. Часто для того, чтобы придать яркости и «зрелищности» материалу о науке, журналисты могут исказить информацию. Необходимо предоставлять полную картину исследования. Недопустимо распространение лженаучной информации.

3. Освещайте практическую пользу исследований. Часто аудитория не понимает значимость открытия, если не пояснить, как именно оно облегчит процессы в какой-либо сфере и как повлияет на жизнь общества.

4. Поддерживайте разнообразие в области науки. Освещайте различные области изучения и исследовательские направления,

чтобы показать широкий спектр интересных и важных тем.

5. Используйте интересные формы подачи информации для привлечения внимания. Это могут быть элементы юмора (карикатуры, шутки, мемы), необычный иллюстративный материал (инфографика с использованием узнаваемых персонажей, видео со зрелищными этапами исследований), короткие видео в формате VK клипов и YouTube Shorts, тематические мини-сериалы и мультсериалы, комиксы, кроссворды.

6. Не заикливайтесь на одних жанрах, вносите разнообразие. О науке можно рассказывать не только путём расширенной заметки. Репортаж с личными эмоциями и впечатлениями автора, тематические интервью, лонгриды с интерактивными движущимися элементами, подкасты, очерки и видеоочерки о жизни и работе исследователей.

7. Взаимодействуйте с аудиторией. Давайте возможность выразить своё мнение с помощью вопросов в конце публикаций и открытыми комментариями, проводите викторины и розыгрыши на тему науки.

8. Поясняйте сложную узкоспециализированную информацию. Если речь идёт о сложной теме, поясняйте основные понятия и термины, чтобы аудитория лучше понимала суть исследования.

9. Опирайтесь на достоверные источники. Лучше всегда переходить к первоисточнику и начинать работу с него, при необходимости консультируйтесь со специалистами и прислушивайтесь к замечаниям экспертов.

10. Создавайте уникальные рубрики. Серия тематических материалов в разных формах подачи информации (цикл видеороликов, тематические подборки материалов об исследованиях, приуроченных к какому-либо поводу) привлечёт к вам внимание и выделит вас среди других СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, данное исследование демонстрирует важность внимательного рассмотрения роли СМИ в популяризации науки и местных разработок, а также предоставляет

основу для дальнейших исследований в области научного информирования в медиа.

Проведённый анализ позволил сделать следующие выводы:

1) более полно и в соответствии с рекомендациями популяризации науки освещают тематику университетские каналы распространения;

2) Телеграм-каналам присуща более простая форма распространения научной информации с использованием эмодзи и приёмов интимизации речи;

3) веб-сайтам газет, как более традиционным видам медиа, присущ сухой язык повествования без средств выразительности;

4) все каналы распространения стремятся к упрощению научной информации для широкой аудитории;

5) интересная подача научного контента более часто встречается в университетских Телеграм-каналах;

6) источником научной информации чаще всего выступает Телеграм-канал «МГУ им. Н.П. Огарёва»;

7) информационному пространству республики присуща модель взаимодействия друг с другом, часто в одном канале распространения можно встретить ссылку на источник, которым является другое издание;

8) в 2022 г. огромный пласт научной информации составляли публикации исследований российских и зарубежных учёных, в 2023 г. тенденция стала меняться, и в информационном поле стали появляться новости о местных учёных.

Тем самым, на основе вышеприведённого анализа, мы можем выделить целую цепочку действий, которая способствует улучшению научной коммуникации, а также популяризирует разработки мордовских учёных:

1) написание материала о разработках и исследованиях в соответствии со всеми рекомендациями популяризации науки («перевод» на простой язык изложения, непринуж-

дённая форма повествования, отсутствие сложной терминологии, указание практической значимости исследования и т. д.);

2) выбор жанра и формы подачи с целью увеличения «зрелищности» материала для аудитории;

3) отсутствие искажения научного факта и публикации лженаучной информации;

4) дополнение текста визуальными элементами: фото, видео, инфографика;

5) публикация материалов в информационном пространстве университета;

6) распространение материалов по региональным каналам связи;

7) выход публикаций о местных разработках в федеральное информационное пространство.

В ходе исследования было выяснено следующее.

1. Первоисточником всей научно-популярной информации в республике являются университетские каналы распространения.

2. Научно-популярную информацию стоит «переводить» со сложного языка и адаптировать для широкой аудитории.

3. Телеграм-каналы лучше следуют рекомендациям по популяризации науки и подают материал в более простой и интересной форме, чем веб-сайты газет.

4. С 2022 г. количество публикаций о разработках местных учёных значительно увеличилось, а к 2023 г. стали составлять большую часть среди всех научных инфоповодов.

5. Термин «мордовские учёные» можно назвать медиатрендом, который используется в материалах не только региональных, но и федеральных СМИ.

При этом следует учитывать специфику каждого СМИ и национальные особенности медийной сферы в регионах при разработке стратегий по улучшению информационной политики научно-популярных материалов.

Список источников

1. Пензина А.И. Национальные особенности популяризации науки в России: исторические предпосылки и современное состояние // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 3. С. 589-597. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-3-589-597>, <https://elibrary.ru/zsanum>
2. Воронов А.С. Развитие научно-исследовательского потенциала молодёжи и популяризация науки среди школьников, студентов и молодых учёных России // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 78. С. 198-228. <https://doi.org/10.24411/2070-1381-2020-10040>, <https://elibrary.ru/wkmefz>
3. Геворкян Е.Н., Вачкова С.Н., Шиян И.Б., Виноградова И.А., Агеева Н.С. Популяризация науки в университетах: модель центра публичной науки // Университетское управление: практика и анализ. 2023. Т. 27. № 2. С. 17-29. <https://doi.org/10.15826/umpa.2023.02.010>, <https://elibrary.ru/izqxln>
4. Грузина Ю.М., Сорокин Д.Д., Штанова К.А. Роль науки и образования в развитии человеческого капитала // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. Т. 10. № 2. С. 59-65. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2020-10-2-59-65>, <https://elibrary.ru/eazgao>
5. Сахарова А.В. Между доверием и пониманием: зачем нужна популяризация науки // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2023. № 72. С. 16-24. <https://doi.org/10.17223/1998863X/72/2>, <https://elibrary.ru/fziypz>
6. Данилина Я.В. Популяризация науки как элемент инновационных коммуникаций // Научно-техническая информация. Серия 1: Организация и методика информационной работы. 2022. № 2. С. 1-9. <https://doi.org/10.36535/0548-0019-2022-02-1>, <https://elibrary.ru/nzdxuj>
7. Иванова В.К. Способы популяризации науки // Молодой учёный. 2021. № 22 (364). С. 509-511. <https://elibrary.ru/ehfawa>
8. Чудайкина Е.П. Анализ развития научно-технического потенциала Республики Мордовия // Научный формат. 2020. № 5 (8). С. 25-29. <https://elibrary.ru/crlxyj>
9. Витвинчук В.В., Патуля А.В. Инструменты и формы популяризации науки в современных интернет-СМИ // Медиаисследования. 2021. № 8. С. 18-25. <https://elibrary.ru/epukvr>
10. Анкудинова Е.В., Анкудинова М.А. Использование средств новых медиа в процессе популяризации психолого-педагогической науки // Общество: социология, психология, педагогика. 2023. № 11 (115). С. 131-139. <https://doi.org/10.24158/spp.2023.11.17>, <https://elibrary.ru/jmbqoa>
11. Колоткина О.А., Ягофарова И.Д., Анохин Ю.В. К вопросу о популяризации теоретико-правовой науки // Вестник Сибирского юридического института МВД России. 2024. № 2 (55). С. 117-123. <https://elibrary.ru/aafyog>
12. Ламтева А.В. Популяризация юридической науки как неотъемлемая составляющая передового общества // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2024. № 2 (66). С. 491-496. <https://elibrary.ru/lcywna>
13. Кирюхина Н.В., Варюха Е.С., Сорокина Д.А. Проекты гражданской науки как средство популяризации научных знаний в астрономии и астрофизике // Педагогический вестник. 2022. № 21. С. 16-18. <https://elibrary.ru/rssfdj>
14. Головин А.А., Перевозчикова А.К., Кобзев А.А., Шкуренова А.Д. Популяризация науки в России и Китае: сравнительный анализ // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 5. Ст. 32. <https://elibrary.ru/zovauk>
15. Сладкова Л.А., Калыбыхин И.А. Популяризация науки в эпоху Петра Великого // Гуманитарный вестник Военной академии Ракетных войск стратегического назначения. 2022. № 3 (29). С. 78-83. <https://elibrary.ru/brbtpr>

References

1. Penzina A.I. National features of the popularization of science in Russia: historical background and current condition. *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika* = *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2020, vol. 25, no. 3, pp. 589-597. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-3-589-597>, <https://elibrary.ru/zsanum>
2. Voronov A.S. Development of young people research potential and popularization of science among schoolchildren, students and young scientists in Russia. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik* = *Public Administration. E-journal*, 2020, no. 78, pp. 198-228. (In Russ.) <https://doi.org/10.24411/2070-1381-2020-10040>, <https://elibrary.ru/wkmefz>

3. Gevorkyan E.N., Vachkova S.N., Shiyan I.B., Vinogradova I.A., Ageeva N.S. University science promotion: a model of a center for public science. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz = University Management: Practice and Analysis*, 2023, vol. 27, no. 2, pp. 17-29. (In Russ.) <https://doi.org/10.15826/umpa.2023.02.010>, <https://elibrary.ru/izqxln>
4. Gruzina Yu.M., Sorokin D.D., Shtanova K.A. The role of science and education in the development of human capital. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*, 2020, vol. 10, no. 2, pp. 59-65. (In Russ.) <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2020-10-2-59-65>, <https://elibrary.ru/eazgao>
5. Sakharova A.V. Between trust and understanding: why popularize science? *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya = Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 2023, no. 72, pp. 16-24. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/1998863X/72/2>, <https://elibrary.ru/fziypz>
6. Danilina Ya.V. Science popularization as an element of innovative communications. *Nauchno-tekhnicheskaya informatsiya. Seriya 1: Organizatsiya i metodika informatsionnoi raboty = Scientific and Technical Information Processing*, 2022, no. 2, pp. 1-9. (In Russ.) <https://doi.org/10.36535/0548-0019-2022-02-1>, <https://elibrary.ru/nzdxuj>
7. Ivanova V.K. Ways to popularize science. *Molodoi Uchenyi*, 2021, no. 22 (364), pp. 509-511. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ehfawa>
8. Chudaykina E.P. Analysis of the development of scientific and technical potential of the Republic of Mordovia. *Nauchnyi Format*, 2020, no. 5 (8), pp. 25-29. (In Russ.) <https://elibrary.ru/crlxyj>
9. Vitvinchuk V.V., Patulya A.V. Instruments and forms of popularization of science in modern internet media. *Mediaissledovaniya*, 2021, no. 8, pp. 18-25. (In Russ.) <https://elibrary.ru/epukvr>
10. Ankudinova E.V., Ankudinova M.A. The use of new media resources in the process of popularizing psychological and pedagogical science. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika = Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*, 2023, no. 11 (115), pp. 131-139. (In Russ.) <https://doi.org/10.24158/spp.2023.11.17>, <https://elibrary.ru/jmbqoa>
11. Kolotkina O.A., Yagofarova I.D., Anokhin Yu.V. On the issue of popularization of theoretical and legal science. *Vestnik Sibirskogo yuridicheskogo instituta MVD Rossii = Vestnik of Siberian Law Institute of the MIA of Russia*, 2024, no. 2 (55), pp. 117-123. (In Russ.) <https://elibrary.ru/aafyog>
12. Lamteva A.V. Popularization of legal science as an integral component of an advanced society. Legal science and practice: *Yuridicheskaya nauka i praktika: Vestnik Nizhegorodskoi akademii MVD Rossii = Legal Science and Practice: Journal of Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2024, no. 2 (66), pp. 491-496. (In Russ.) <https://elibrary.ru/lcywna>
13. Kiryukhina N.V., Varyukha E.S., Sorokina D.A. Citizen science projects as a means of scientific popularization in astronomy and astrophysics. *Pedagogicheskii Vestnik*, 2022, no. 21, pp. 16-18. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rssfdj>
14. Golovin A.A., Perevozchikova A.K., Kobzev A.A., Shkurenkova A.D. Popularization of science in Russia and China: comparative analysis. *Vestnik evrazijskoi nauki = The Eurasian Scientific Journal*, 2023, vol. 15, no. 5, art. 32. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zovauk>
15. Sladkova L.A., Kalabikhin I.A. Popularization of science in the Era of Peter the Great. *Gumanitarnyi vestnik Voennoi akademii Raketnykh voisk strategicheskogo naznacheniya = Humanitarian Bulletin of the Military Academy of Strategic Rocket Troops*, 2022, no. 3 (29), pp. 78-83. (In Russ.) <https://elibrary.ru/brbtpr>

Информация об авторах

ДЕМЕНТЬЕВА Ксения Владимировна, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, г. Саранск, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-6484-9594>, dementievakv@gmail.com

Вклад в статью: разработка концепции исследования, отбор и анализ материала, формулирование выводов, доработка текста.

Information about the authors

Kseniya V. Dementieva, Dr. Sci. (Philology), Associate Professor, Head of Journalism Department, National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0005-3244-2481>, luda_konstant@mail.ru

Contribution: study conception, material selection and analysis, conclusions formulation, text revision.

КОСТИНА Анастасия Геннадьевна, внештатный журналист газеты «Голос Мордовского университета» департамента по связям с общественностью, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, г. Саранск, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0005-3442-6418>, anastasia111kostina@yandex.ru

Вклад в статью: анализ материала, написание первой версии текста, формулирование выводов.

Поступила в редакцию 20.07.2024

Поступила после рецензирования 09.09.2024

Принята к публикации 26.09.2024

Anastasia G. Kostina, Freelance Journalist of the Newspaper “Golos Mordovskogo Universiteta” of Public Relations Department, National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0005-3442-6418>, anastasia111kostina@yandex.ru

Contribution: material analysis, first version text drafting, conclusions formulation.

Received July 20, 2024

Revised September 9, 2024

Accepted September 26, 2024