

## **ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

*Намятова Дарья Викторовна*

УО "Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина"

Отечественная научно-популярная журналистика как объект изучения стала актуальной примерно в 70-х годах XX века. Это связано с распространением направления именно в данный период. Однако необходимость в широком освещении научных знаний появилась впервые в эпоху Петра I, что было связано с развитием промышленного производства и науки в целом. В последующие столетия совершенствовались средства донесения научно-популярных знаний до аудитории. В советский период популяризация науки достигла наиболее высокого уровня развития.

В целом к концу 1970-ых и началу 1980-х годов в СССР издавалось 46 научно-популярных журналов, тиражи которых были очень высокими. В тройку лидеров входили издания «Химия и жизнь» (300 000 экз.), «Знание и сила» (700 000 экз.), «Наука и жизнь» (3 400 000 экз.). Дальнейшая перестройка, а затем и развал СССР привели к кризису сферы научной-популярной журналистики. Активно популяризацией науки вновь начали заниматься около 15 лет назад. В это время на русскоязычном медиарынке как раз и появляются наиболее успешные научно-популярные журналы «National Geographic Россия» (2003 г.), «GEO» (1998 г.), «Популярная механика» (2002 г.), «Psychologies» (2005 г.). Данные издания распространяются в том числе и в Беларуси. Непосредственно к белорусским наиболее успешным научно-популярным изданиям причисляют журналы «Планета», «Родная природа», «Мастацтва», «Мир животных». Они уступают по качеству иностранным СМИ, финансирование которых значительно выше. Соответственно, конкурировать с ними практически невозможно – в итоге белорусский читатель все-таки предпочитает зарубежные издания.

Современные научно-популярные издания имеют свои характерные черты, которые, к сожалению, малоизучены и нуждаются в подробном исследовании. Отдельного изучения требует жанровая специфика научно-популярных журналов, поскольку никто из современных ученых не занимался исследованием жанров в изданиях данного направления.

Эмпирической базой для исследования жанровой системы научно-популярных изданий послужили публикации журнала «National Geographic Россия» за 2017 год (12 номеров). Выбор данного научно-популярного

издания обусловлен тем, что он является одним из самых старых и авторитетных СМИ данной тематики.

Изучение журнала «National Geographic Россия» показало, что преобладающими жанрами в издании являются фиче (30 % от всех публикаций), заметка (17 % от всех публикаций), статья (13 % от всех публикаций) и эссе (10 % от всех публикаций).

Фиче – история, написанная от третьего лица, но дающая возможность пережить случившееся. Это новый жанр в современной системе СМИ, пришедший в нашу журналистику из Западных СМИ. Актуален в первую очередь для научно-популярной, экологической и трэвел-журналистики, поэтому его распространенность в «National Geographic Россия» неудивительна. По всем признакам фиче относится к аналитическому роду журналистики. Присущие для этого жанра образность, оригинальная интерпретация, выраженная позиция автора придают научной информации необходимую яркость и привлекательность, позволяют создать достаточно занимательные для широкого круга читателей материалы. Поэтому нередко жанр фиче соотносят с жанрами занимательной статьи или занимательного очерка. В жанре широко используется приём *human touch* – акцентирование внимания на эмоциональной стороне материала, т.е. интерпретация события или явления через ощущения и восприятие автора или его героя. Кроме того, в фиче применяется и главный репортажный приём – создание эффекта присутствия. Для привлечения внимания читателя и полного представления предмета описания используются различные средства художественной выразительности, например, метафора, олицетворение, сравнение, оксюморон и др.

Второе место по популярности в исследуемом журнале занимает заметка – жанр информационного рода журналистики. Однако в «National Geographic Россия» это редко классическая заметка, традиционно отвечающая на вопросы «что, кто, где, когда?». Как правило, кроме констатации событийного факта, например, новых открытий в различных областях науки, в заметку добавляется информация об актуальности факта для большинства людей.

Популярным жанром в «National Geographic Россия» является статья (13 %) – аналитический жанр, свойственный научно-популярным изданиям. Из художественно-аналитических жанров самым распространенным оказалось эссе (10 %), менее представлен очерк (6 %). Другие жанры информационного, аналитического и художественно-публицистического родов журналистики в журнале «National Geographic Россия» встречаются реже, например, расширенная заметка составила всего 0,5 % от всех зафиксированных текстов, историческая хроника – 2 %, интервью – 0,5 %, вопрос-ответ и корреспонденция – по 1 %, зарисовка –

3 % от всех публикаций. Такие жанры, как некролог, беседа, фельетон, памфлет, эпитафия, анекдот, игра и др., не характерны данному изданию, как и всей научно-популярной журналистике.

Следует отметить, что, несмотря на такую узкую жанровую систему исследуемого журнала, в материалах часто применяются методы других жанров (репортажный, эссеистский, комментарий специалиста и другие). Кроме того, мы отдельно выделили достаточно распространенные иллюстративные жанровые формы, которые сопровождают большую часть публикаций издания. Например, фотозаметка, констатирующая факт и представляющая наглядную информацию, занимает 16 % от общего количества публикаций журнала. На страницах журнала «National Geographic Россия» активно применяются разные виды инфографических иллюстраций. «Печатные СМИ осознали преимущества этого формата коммуникации в полной мере: сегодня редкое полноценное журнальное издание, в особенности информационно-аналитического или научно-популярного характера обходится без инфографики, причем качество её исполнения тем выше, чем выше уровень самого журнала, следовательно, инфографика уже не рассматривается только в качестве полуразвлекательного дополнения к серьёзной текстовой информации, напротив, ей уделяется значительное внимание как эффективному инструменту решения весьма серьёзных задач при освещении ключевых новостей или событий первого ряда» [3, с. 167].

Изучив специфику журнала и его жанровую систему, мы пришли к следующим выводам:

- в журнале сложилась своя устойчивая жанровая система, которая соответствует потребностям аудитории и специфике материалов;
- самым распространенным жанром в «National Geographic Россия» является фиче – новый жанр современной научно-популярной журналистики;
- в издании широко используются разного рода иллюстративные жанровые формы, фотографические и инфографические, что привлекает читателей и делает тексты более информативными.

#### **Список использованной литературы**

1. Ваганов, А. Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании / А. Г. Ваганов // Российский химический журнал (ЖРХО им. Д. И. Менделеева). – 2007. – Т. 51. – № 3. – С. 86–90.
2. Ефимова, С. И. Языковые особенности жанра feature (на материале журналов «Geo» и «Geo Traveller») [Электронный ресурс] / С. И. Ефимова. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-osobennosti-zhanra-feature-na-materiale-zhurnalov-geo-i-geotraveller>. – Дата доступа: 20.12.2017.

3. Симакова, С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов / С. И. Симакова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. – 2015. – № 5 (360). – С. 163–169.