

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО

ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ «ЧАС НАУКИ»

Виконавець: Сочивець Віталій Юрійович

Науковий керівник: канд. соц. ком., доц.

Мельникова-Курганова Олена Сергіївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СТВОРЕННЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	7
1.1. Особливості створення журналу	7
1.2. Специфіка та класифікація науково-популярних медіа	16
1.3. Характерні риси науково-популярного онлайн-журналу.....	26
Висновки до розділу 1	34
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ (на прикладі проєкту «Час науки»).....	36
2.1. Концепція та ідея створення науково-популярного онлайн-журналу «Час науки»	36
2.2. Специфіка контенту онлайн-журналу	43
2.3. Особливості оформлення онлайн-журналу.....	50
Висновки до розділу 2.....	55
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	63

ВСТУП

Актуальність дослідження. Науково-популярними прийнято називати видання, що містять результати теоретичних чи експериментальних досліджень у галузях науки, мистецтва, культури та техніки, однак матеріал викладено у доступній для читача-нефахівця формі. Головним призначенням таких видань є подання нефахівцям з певної проблематики наукові знання. В Україні сформувалася певна система наукових, фахових та науково-популярних періодичних видань, яка певною мірою відповідає новим умовам функціонування науки та техніки. Однак, у цій системі досить мало якісних та елітарних науково-популярних журналів, в яких висвітлювалися б питання науки.

Ринок українських засобів масової інформації переповнений розважальним, рекламним та громадсько-політичним контентом. Це показує, що на даний момент цікавить українського читача – новини та події сьогодення, які завтра вже не будуть цікаві нікому. Водночас науково-популярні журнали та література в цілому наповнені матеріалом, який з часом майже не втрачає своєї актуальності. Але такі видання занепадають. Пов'язано це не тільки з низьким попитом на такий тип видання, а ще й з тим, що науково-популярний журнал має високу собівартість, тому що для вдалої конкуренції з іншими журналами, що представлені на ринку, він має бути щільним, глянцеvim, з якісним папером і професійними фото. Низька купівельна спроможність українського населення та відсутність/нестача компетентних журналістів, які можуть писати про складні речі зрозумілою мовою для звичайних громадян – також важливі фактори занепаду науково-популярних видань.

Для вирішення цих проблем науко-популярні масмедіа використовують технології Інтернету, завдяки чому у світі з'явився новий вид періодичних видань – онлайн-журнали, або ще їх називають електронними журналами. Цифрові версії журналів, які доступні з комп'ютера або з мобільного телефону

здешевлюють виробництво та відкривають нові можливості для журналістів, видавців та рекламодавців.

Сучасні наукові винаходи та рішення поширюються дуже швидко та мають великий вплив на життя людини. Тому дуже важливо вчасно та зрозуміло з'ясувати природу тих чи інших наукових здобутків, що й є місією науково-популярних видань. Слід приділяти велику увагу поширенню наукових знань – це завдання, яке стоїть перед науково-популярними ЗМІ. З огляду на це вважаємо актуальним дослідження питання формування науково-популярної інформації та створення контенту відповідних видань.

Науково-популярна література стала предметом наукових зацікавлень багатьох науковців: розвиток української науково-популярної періодики запропоновано в роботах М. Варич, Т. Коропатницької [2, 8]. Роль науково-популярної літератури у пропаганді знань досліджував О. Романчук [12]. Свою характеристику науково-популярних журналів в Україні запропонувала О. Задорожна [4].

Мета дослідження полягає у створенні проекту науково-популярного онлайн-журналу «Час науки».

Досягнення поставленої мети передбачається шляхом вирішення наступних завдань:

1. Визначити особливості створення журналу;
2. Охарактеризувати специфіку науково-популярних видань;
3. Визначити концепцію авторського проекту науково-популярного онлайн-журналу;
4. Розробити авторський проект науково-популярного онлайн-журналу «Час науки».

Об'єкт дослідження – процес створення електронного науково-популярного журналу (на прикладі проекту онлайн-журналу «Час науки»).

Предметом дослідження є особливості створення науково-популярного онлайн-журналу.

Методи дослідження. Були використані такі методи як: порівняльно-зіставний метод (використовується для порівняння науково-популярних періодичних та онлайн-журналів); дедуктивний метод (використовується з метою визначення специфіки електронних журналів і для виокремлення їх особливостей); метод систематизації (допомагає обґрунтувати проаналізований матеріал та систематизувати загальні поняття про друковані та онлайн-журнали); метод аналізу (використовується з метою визначення концепції проєкту онлайн-журналу); метод моделювання та проєктування (застосовується для розробки проєкту онлайн-журналу).

Наукова новизна одержаних результатів полягає, насамперед, у розробці власного науково-популярного онлайн-журналу на сучасному етапі розвитку журнальної журналістики.

Апробація результатів дослідження. Зміст дослідження висвітлювалися у виступі у роботі Круглого столу «Європейські стандарти освітніх програм», II Міжнародної науково-практичної конференції «Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку», VII Міжнародної науково-практичної конференції «Право і суспільство: актуальні питання і перспективи розвитку». Є учасником наукового студентського товариства «Media Researches».

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

Сочивець В. Ю. Особливості науково-популярних онлайн-видань. Матеріали круглого столу «Європейські стандарти освітніх програм: молодь і наука». Київ: НАУ, Факультет міжнародних відносин, 2022. С. 212-213.

Сочивець В. Ю. Особливості створення науково-популярного журналу. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Право і суспільство: актуальні питання і перспективи розвитку». Полтава: Астроя, 2022. С. 247.

Сочивець В. Ю. Особливості науково-популярних онлайн-видань. матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Одеса: Liha-Pres, 2022. С. 248.

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає в можливості використання отриманих результатів дослідження у діяльності журналістів або редакторів, насамперед, онлайн-журналів, а також будуть корисними для застосовуватися на кафедрах і факультетах журналістики для розроблення чи доповнення навчального курсу.

Структура та обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (32 джерела) і 4 додатків. Загальний обсяг роботи становить 66 сторінок, основний текст викладено на 60 сторінках.

РОЗДІЛ 1

СТВОРЕННЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ЖУРНАЛУ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

1.1. Особливості створення журналу

Кожен журнал має унікальну місію та бачення, цільову аудиторію та теми, не кажучи вже про власну базу авторів, процес публікації та підхід до залучення читачів. Деякі користувачі читають журнали від обкладинки до обкладинки. Інші спочатку гортають свого улюбленого автора чи розділ, а потім біглим переглядом решту журналу, зупиняючись, щоб прочитати лише ті частини, які їх цікавлять. У будь-якому випадку, усі читачі хочуть кожного разу отримувати певний досвід. Якщо немає причини для кожного номера, вони не можуть бути емоційно чи фінансово вкладені в досвід. З іншого боку рівняння – редактори, видавці, письменники, дизайнери, фотографи, ілюстратори, рекламисти та інші, які прагнуть створити щось, що потрапляє в руки читачів [6, с. 18]. Наявність узгодженої структури від проблеми до проблеми дозволяє максимально розкрити свою творчість у цій структурі.

Тематичні статті, як правило, цитують більше джерел і розглядають тему докладніше та об'єктивніше. Оскільки вони мають більшу кількість слів, вони покладаються на такі елементи виноска та лапки, щоб розбити текст і привернути увагу читача. Вони уникають шаблонного формату, у якому кожна функція має власний вигляд, доповнений різними (часто вражаючими) фотографіями, ілюстраціями та шрифтами [5]. Перш ніж почати створювати журнал, варто усвідомити з якою метою відбувається даний процес. Знання потенційного вмісту допоможе розробити свою концепцію чи тему.

Журнали, як і книги, випускаються переважно видавництвами. Але на відміну від книжок вони мають менший термін використання. Це можна пояснити специфікою його змісту та періодичністю виходу. У зв'язку з

обмеженим терміном використання та різним змістом, журнали мають різну зовнішню форму на противагу книгам. Виробництво масових тиражів журналів дуже відрізняється від техніки виробництва книг. Це складені зошити, скріплені клеєм або прошиті ниткою, обклеєні м'якою обкладинкою. Залежно від тиражу журнали друкують на листових або рулонних офсетних машинах. Машини глибокого друку та інше відповідне обладнання зазвичай використовуються для масового виробництва журналів [15].

Зміст і споживчі властивості друкарської продукції, безумовно, визначають її якість. Але насправді якість залежить від техніки та методу, використаного для виготовлення друкованого відбитка. Але, перш за все, це залежить від концепції друкованого носія інформації (текстової частини, графіки та ілюстрації), тобто макета, композиції та графічного оформлення. Перед початком власне виробничого процесу – економічного та якісного відтворення інформації друкарським способом, необхідно визначити основні конструктивні параметри журналу [1]. Правильність формування індивідуального зовнішнього вигляду видання є однією з вирішальних умов забезпечення попиту споживача на друкарську продукцію. У цьому випадку поняття «персоналізований вигляд» відноситься як до змістовної сторони журналу, так і до дизайнерської (характеристики способу організації матеріалу цього видання).

Перш за все, перед створенням та написанням майбутнього видання, потрібно вибрати тему і чітко проаналізувати ринок і потенційних конкурентів. Визначення теми відразу вкаже правильний напрямок, і весь потенціал дослідника буде використано для показників, необхідних для дослідницької роботи. Після того, як буде визначена тематика майбутнього видання, варто надзвичайно скрупульозно пропрацювати цільову аудиторію майбутнього проекту – тих, для кого буде випускатися тематичний журнал. Варто описати вік, стать, сферу зайнятості та рід занять, хобі, рівень достатку, сімейний стан, місце проживання тощо.

Визначившись з тематикою та цільовою аудиторією, наступним етапом є опис основних технічних характеристик майбутнього журналу – визначається формат, кількість, тираж і період випуску [18, с. 45-51]. Кожна з перелічених складових

заслужує на більшу увагу, оскільки ці дані служать не лише для власника та команди орієнтиром у повсякденній роботі, але і необхідні для внесення у офіційні документи при реєстрації журналу як засобу масової інформації.

Наступний елемент розрахунку, на який варто звернути особливу увагу, це тираж видань. Відома література країни виходить тиражами 20, 30 і 50 тис. примірників [17, с. 70-75]. Однак для початку варто надрукувати лише від 1000 до 2000 тис. примірників. Справа в тому, що потрібно попередньо опублікувати принаймні два перших номери за 100% власних коштів, перш ніж прийдуть перші рекламодавці. Звичайно, з кожною новою емісією (вливання коштів у грошовий потік) обсяг вкладеного капіталу повинен поступово зменшуватися. При правильних розрахунках і організації роботи з цього питання сама собівартість повинна бути нульовою, а журнал повинен почати приносити прибуток. Але в той же час потрібно мати фінансові резерви і сталеве терпіння, щоб не залишитися на половині пройденого шляху. Більше розуміння того, як створити журнал з оптимальним накладом дасть запланована територія поширення журналу. Якщо планується випускати журнал у невеликому місті, то оптимальним буде випуск в 5-10 тис. примірників. Для поширення на території всієї країни такий тираж буде, скоріше всього, вже недостатнім і мало конкурентним.

Зовнішній вигляд видання значною мірою залежить від формату: розміру, форми, організації тексту та зображень на сторінці. Формат є невід'ємною частиною дизайну. Деякі журнали найкраще підходять для візуальної привабливості та новизни, а інші – для видимої організації та структури [16, с. 19]. Зовнішній вигляд журналу визначається його призначенням. Комерційні журнали повинні залучати й утримувати читацьку аудиторію сторінками, які привабливі для споживачів. Журнал, який має на меті поширювати ідеї, може випускатися в більш аскетичний спосіб, якщо не має потреби задовольняти читачів складним макетом і дизайном. У таких журналах зазвичай використовується простий папір, іноді дуже дешевий, а сторінки не надто ілюстровані. Навіть жорсткий формат залишає багато простору для виробничих

інновацій [3, с. 12-13]. PR-журнал має працювати блискуче, особливо якщо він орієнтований на аудиторію за межами організації; якщо це внутрішнє видання, воно може бути більш «домашнім» [1]. Журнал, призначений для обслуговування членів будь-якої організації, повинен уважно стежити за своїми витратами. Якщо члени організації платять за те, щоб бути її частиною, менш імовірно, що вони будуть вражені заявами про її публікацію.

Формат журналу – містить кілька переплетених сторінок (сторінки, кратні чотирьом, восьми, шістнадцяти або тридцяти двом), складених і вирізаних [16]. Однією з головних переваг формату журналу є можливість послідовного зв'язування зображень разом на серії сторінок, що миттєво представляє читачеві наступне зображення, а потім в потрібний момент виявляючи її і ведучи читача через візуальний процес.

Макет – це еталон, схвалений видавництвом, для верстати газету видання і монтажу, з розкладкою смуг на друкарському листі [14]. Планування макету передбачає чітку структуру компонування, сувору ієрархію розміщення предметів на стрічці. Слід уникати плутанини. Недбалий дизайн може назавжди відштовхнути користувачів. Макетування – процес об'єднання та розміщення компонентів малюнка у форматі, кінцевий результат якого вважається макетом [13]. Для вирівнювання стрічок використовуються різні методи. Усі мають однакове право на існування, а реалізація того чи іншого тлумачиться певним стандартом.

Прийнято наступні способи макетування [5]:

- Планово-композиційний спосіб макетування. У такому випадку, матеріали розташовуються на бланку в тому порядку, в якому вони позначені в проєкті, починаючи з верхнього кута – лівого (парні сторінки) і правого (непарні сторінки) і закінчуючи відповідним (розташованим по діагоналі) нижнім кутом [5, с.165]; можна наносити і в зворотному порядку, починаючи з нижньої частини смуги. Він зображує постановку в «горище» чи «підвал» великого блоку матеріалу, збалансованого по діагоналі з іншою публікацією такого ж обсягу. Подібні методи відомі в редакціях як «млин» або «платина».

- «Гвоздєвий» спосіб макетування. У даному випадку виключно ударна, «цвяхова» робота ставиться в зоровому центрі смуги оточення, зазвичай, маленьких статей. Навіть у тому випадку, якщо основна стаття не займає геометричного центру сторінки, макет будується так, щоб такий матеріал привертав увагу читачів.

Спеціальні символи для текстових полів, кліше, лінійок тощо використовуються під час верстки. Ці стовпи можуть позначатися такими символами: «змія» (a), стрілка (b), зигзаг (c), штрихована лінія (d) і крива лінія (e) [17]. Кожне з перших чотирьох позначень можна рекомендувати недосвідченим дизайнерам. Штрихування дозволяє дещо передати в зображенні відповідність сірих тонів і чорних плям на стрічці. Кліше малюється цими символами: «діагональ» (1), «конверт» (2) і «штрихування» (3) [13]. Використання того чи іншого варіанту залежить від складу редакційної комісії та кваліфікації працівників. Останнє позначення в деякій мірі імітує кліше. З символічної точки зору перші два варіанти легші та дешевші (як і кінцевий варіант в позначенні текстового матеріалу).

Лінії представлені у вигляді прямих і «розписані» на макеті, тобто вказується їх характер або ж ставиться їх порядковий номер згідно каталогу. Кожен вид лінійки в деяких редакціях прийнято намічати власним кольором. Але деякі види лінійок (курсивним, пунктирну, ассюре) можливо уявити графічно, однак це займе більше часу [15].

Для верстки на папері використовується макетний аркуш, розділений вертикальними і горизонтальними лініями. Вертикальні лінії відповідають кількості стовпців, а горизонтальні лінії визначають кількість рядків журналу. Розміри цих літер відповідають газетним шпальтам. Подальші сторінки можна детально візуалізувати на графічному макеті, щоб подальше його виконання не викликало проблем, оскільки кожен елемент буде на своєму місці. Згодом аналізу плану смуги оформлюється декілька макетів [7].

Розмірам статей приділяється значна увага: великий, середній матеріал, замітка та добірка. Ілюстрації підбираються за потребою та можливістю, в

наслідок цього можуть не плануватися завчасно. Раніше переважно застосовувався тексто-графічний дизайн, однак на даний момент збільшується роль ілюстративної складової та перший план виходять інші варіанти дизайну. Ілюстрації надають виданню більш динамічний вид, а також роблять його живим та читабельним. «Пріоритетне розміщення на смузі ілюстрацій, підпорядкованість їх розташуванню, підбір тексту, його обсягу, значущості інформації ґрунтується на запланованому розташуванні ілюстрацій» [11, с.78]. Цей підхід до верстки та макетування можна назвати ілюстративно-новинним дизайном.

Що стосується обкладинок журналів, то варто пам'ятати про загальні правила оформлення більшості друкованих видань – обкладинка повинна бути оформлена в тому ж стилі, що й видання, і відображати основні «фірмові» елементи журналу. Адже саме по обкладинці потенційні читачі спочатку судять про журнал в цілому, а потім, навіть не дивлячись на нього, виділяють його з безлічі подібних видань на журнальній стійці. Тоді на обкладинці журналу, незалежно від кількості цих статей у розділі журналу, необхідно розмістити ту коротку інформацію, яка є найбільш важливою для редактора та читачів у розділі журналу. Крім того, обкладинка повинна містити якісні композиційні та технічні фотографії для супроводу цього матеріалу.

Дизайн журналу є збірним моментом у створенні концепцій, що додають усім раннім придуманим та розробленим єдину формулу. За даною концепцією доповнюють особисті дизайнерські розробки та специфічні елементи (постери на розворотах, лак, ламінування, друк на обкладинках тощо). Після завершення концепції журналу, зазвичай, розробляється «пілотне» видання з повним оригінальним наповненням, включно з якісними зображеннями, фотографіями, поліграфічною продукцією відповідно до тематики (художні авторські фото, портрети, фоторепортажі тощо), створені для репетиційних відео. Така можливість інформаційного забезпечення журналів сьогодні особливо важлива і широко практикується з метою скорочення витрат на публікацію «пілотних» випусків.

Колір займає центральне місце серед інших факторів при розробці концепції бренду. Кожен колір, який ми бачимо, прямо чи опосередковано, натякає на щось, що допомагає вплинути на сприйняття певного бренду. Чорний – найсильніший з усіх кольорів. Він одразу привертає увагу, тому найчастіше використовується для тексту та акцентів. При використанні в якості домінуючого кольору – наприклад, для створення фону – чорний викликає оригінальні асоціації. З його допомогою легше домогтися відчуття вишуканості і загадковості в дизайні.

Хороший і правильний вибір шрифту вимагає особливої уваги до інтервалів між літерами. Це одна з найважливіших особливостей професійної типографіки, і, на жаль, мало хто її помічає. Адже від цієї особливості багато в чому залежатиме дизайн журналу. Це особливо важливо для заголовків статей і виділення тексту. Заголовок – це логотип, який з'являється вгорі разом із назвою журналу. Деякі відомі журнали, до прикладу, Billboard та National Geographic, відрізняються культовим дизайном заголовка [7]. Вибираючи шрифт, варто повернутися до концепції, яка була задумана на самому початку. Варто звернути увагу на те, який шрифт найбільше відповідає даній концепції, оскільки цим автори роблять заяву.

Тут головне – баланс між окремими парами символів, який створить враження однакових проміжків між усіма текстовими символами. Визначаючи величину проміжків між буквами, необхідно було покладатися не на точно виміряні відстані, а на зорове сприйняття. Це правило надає додаткові права верстальникам, які відіграють важливу роль у випуску журналу. Зрештою, на відміну від книг, журнали вимагають, щоб на одній стрічці було розміщено багато різних предметів. Залежно від виду видання це можуть бути малюнки, фотографії, таблиці, формули та діаграми.

Основна вимога читача – це унікальні фото – та текстовий контент [5]. Створення таких матеріалів потребує активного залучення або науковців із вмінням створювати цікаві та зрозумілі широкому загалу тексти; або журналістів із достатнім рівнем ерудиції та часу для дослідження складних наукових тем.

Обидві категорії людей потребують не лише часу, але й відповідних гонорарів. Пошук джерел фінансування «вбиває» навіть найбільш цікаві ініціативи з боку ентузіастів.

Ринок як такий в Україні відсутній (і через конкуренцію із умовно-безкоштовним інтернетом, і через відсутність інтересу інвесторів до науково-популярних видань). Відтак немає нічого дивного, що і контент відповідного рівня практично не створюється (або ж створюється в рамках нішевих проєктів, як «Медієвіст») [14]. Започаткувати повноцінний науково-популярний журнал за кошти спільноти (навіть за наявності національної краудфандингової платформи) наразі виглядає досить фантастичним кроком. Але вже є інтернет-ресурси та друковані видання з відповідними розділами, де можна реалізувати спеціальні проєкти чи якісні особисті тексти. Це може стимулювати громадську цікавість і попит на українську науку, поки на ринку не відновляться окремі профільні видання.

Основними перевагами електронних наукових журналів є [13]: необмежена кількість надісланих статей і збірних журналів, швидка публікація надісланих статей, можливість прискорити та спростити весь цикл підготовки, передачі та перегляду; низькі економічні витрати (поліграфічні послуги, високий друк, поштові витрати та зберігання друкованої продукції безкоштовні); можливість швидкого розповсюдження матеріалу та надання максимально широкій аудиторії швидкого доступу до наукового матеріалу з найширшим географічним охопленням; доступ до журналу залежить лише від наявності ПК (планшетів, смартфонів) та Інтернету в місці знаходження читача; мінімальна кількість співробітників редакції, необхідна для підтримування редакційно-видавничого процесу (наприклад одна людина може поєднувати обов'язки редактора і верстальника, веб дизайнера чи консультанта технічного супроводу).

У науково-популярній журналістиці правило «балансу думок» працює інакше, ніж у основних ЗМІ. Простіше кажучи, в науково-популярному контенті немає місця псевдонауці, тобто всьому, що офіційно не визнано наукою. Наприклад, світова наука не визнає ефективність гомеопатії. У матеріалах гомеопатія згадується лише побіжно, як правило, щоб розвіяти міфи про

ефективність. До прикладу, якщо репортер використовує «баланс думок», щоб запросити псевдовчених, які рекомендують гомеопатію. Таким чином журналісти суперечать науці і тим самим перестають бути її популяризаторами. Зважаючи на це, одним із головних правил популярної науки є не суперечити загальноприйнятій у світі науковій догмі.

На думку Олени Мельникової-Курганової, «сучасною тенденцією є загальний занепад інформаційної достовірності. Тому виникла проблема появи «фейкових новин», пропагандистських операцій, підміни смислів» [10, с. 224]. Саме науково-популярні видання мають виконувати просвітницьку функцію, зокрема висвітлювати наукові роботи з медіаграмотності та медіа пропаганди, популяризувати навички перевірки інформації тощо. Перед науково-популярним журналістом стоїть завдання працювати зі складною науковою інформацією, яку він повинен поширювати, не змінюючи і не спотворюючи її значення. Тому такими журналістами стають люди з певною професійною підготовкою, адже стати справжнім популяризатором науки через ЗМІ непросто. Важливо розуміти, що образ науково-популярних журналістів є збірним. Популяризація науки, «переклад» професійних знань на мову підготовлених реципієнтів, є одним із найважливіших завдань, що стоять перед популяризаторами науки.

Мета популяризатора науки – перетворити сухі наукові дані в цікаву та доступну для більшості людей інформацію. Популяризація науки може бути спрямована як на суспільство в цілому, так і на певний його сегмент, наприклад молодь [28]. Насправді популяризація науки є засобом виконання науковою просвітницької функції. Це дає змогу зберегти критичний дух і певний мінімальний рівень розуміння складності навколишнього світу та особливостей його еволюції [15].

Отже, перед написанням та створенням майбутнього журналу, необхідно обрати тему та проаналізувати ринок і конкурентів. Наступним кроком є опис технічних характеристик майбутнього видання – визначається формат, кількість, тираж і період випуску. Дизайн журналу додає усім раннім придуманим та розробленим частинам єдину формулу.

1.2. Специфіка та класифікація науково-популярних медіа

В історії сучасної науки вироблення механізмів висвітлення наукових досліджень, результатів експедицій виступає важливим чинником у розвитку інтелектуального суспільства. Наукові періодичні видання виступають головним джерелом інформації з метою налагодження комунікації фахівців та вчених. Науково-популярна періодика, у свою чергу, є своєрідною платформою для поширення відомостей про науку серед пересічних громадян. Відбувається комунікація нефахівців, тобто звичної аудиторії з науковцями, яких цікавлять дослідження, однак які не володіють спеціальною термінологією. Зародження науково-популярної літератури – певний етап інформаційного процесу в науці.

М. Літке апелює до лексичної структури терміну «науково-популярний», стверджуючи про подібні засоби масової інформації, що мають свої предметом наукові дослідження та їх результати, а основним завданням виступає популяризація, дохідливе пояснення складної наукової інформації неспеціалізованому читачеві [4]. До того ж, очевидно, що поняття «науково-популярної» журналістики є суттєво вужчим за поняття «науково-пізнавальної» або «пізнавальної» журналістики, де об'єктом можуть виступати не лише результати наукових досліджень, але і реальність як така, взята безпосередньо.

Під «науково-популярною» літературою варто розуміти сукупність творів, які містять як теоретичні, так і практичні відомості з тієї чи іншої галузі людських знань, які викладені у формі, що є доступною для читача-нефахівця з визначеної галузі знань [12]. А тому, «науково-популярні» видання виступають матеріальними носіями творів науково-популярного характеру, певним результатом інтерпретації закладеної в авторському тексті інформації спеціальними засобами типографіки, матеріально-конструктивної організації, художньо-технічного оформлення. У виданні з поруч з текстом особливого комунікативного значення набувають шрифтове вирішення, ілюстрування, система верстання, загальна «архітектура», поліграфічне виконання тиражного підручника.

Приблизно у ХХ столітті починається поступове виокремлення категорій «наукова журналістика» на власне «наукову» та «науково-популярну» [25]. У західній науковій думці дане виокремлення є однозначним та чітким: «наукова журналістика» не тільки презентує факти та події з різнобічних галузей наукової думки таким чином, щоб аудиторія зрозуміла про що йде мова, але і допомагає розділяти голослівні та аргументовані думки, викриває конфлікти інтересів зі сторони науковців, надає контекст, тлумачачи, яким чином нове знання вписується в наявний загал наукових напрацювань. «Науково-популярна журналістика», у свою чергу, ставить за мету популяризацію науки [32]. Головним завданням є привернення уваги широкої аудиторії до наукових напрямів, поширення відомостей про винаходи, формування позитивних образів науковця тощо. К. Молек-Козаковська зазначає, що діяльністю із науково-популярного контентотворення є не стільки перетворення текстових конструкцій та стилю зрозумілішими ідіомами, скільки виокремлення та оздоблення наукової діяльності [26]. Дану тезу підкреслює Г. Маєрс, кажучи, що: «тексти наукової журналістики стосуються науки, тоді як популяризаторські статті являють собою оповідь про природу» [28]. Наукова журналістика, методом узагальнення складного для розуміння широким масам «сухого», обтяженого термінологією, наукового тексту, доносила новини та події сфери науки до громадськості.

Журналісти не проводять власних досліджень, але поширюють в маси вже наявні. Для них важливим фактором виступає компетентність – особлива навичка журналіста, оскільки, щоб написати інтелектуальну статтю, важливо, щоб він був проінформований краще за середньостатистичного читача.

Науково-популярне видання відрізняються від наукових, оскільки їх метою є пояснення складних природних явищ широкій аудиторії, не використовуючи складні формули та терміни, якими, зазвичай, володіють лише фахівці. Ці видання намагаються пояснити явища, які трапляються у житті, широкому колу людей, для їх розуміння необхідними є лише базові знання. Зокрема, завдяки такому спрощенню журналісти можуть залучати людей до наукової діяльності.

У ДСТУ в розділі про види періодичних та продовжуваних видань зазначено: «Науково-популярний журнал – містить публікації про основи наукових знань, а також досягнення у галузі науки, культури, техніки, мистецтва та практичної діяльності, викладені в зрозумілій читачам не фахівцям формі» [2]. У даному документі практично однаково зазначено про науково-популярні та популярні журнали, однак, вважаємо, що популярними журналами можуть бути не лише ті, які популяризують інформацію, але і мають просвітницьке значення, оскільки популярність визначається затребуваністю реципієнтами і обсягом накладів.

Ці видання мають на меті пояснити явища, які трапляються у житті широкому колу суспільства, для їх розуміння необхідними є тільки базові знання. Зокрема, завдяки такому спрощенню журналісти мають змогу залучити людей до наукової діяльності.

Дослідниця Е. Лазаревич виокремлює чотири принципи написання науково-популярних текстів [12]:

- 1) Наукова глибина;
- 2) Доступність;
- 3) Розуміння (осмислення)
- 4) Цікавий виклад інформації.

Українська науково-популярна література суттєво відрізняється від західної, до прикладу, бо покликана руйнувати міфи. Речі, у які давно не вірять в Америці або Європі, у нас сприймаються адекватно та спокійно. Саме тому тенденцію останніх років є просвіта щодо поглядів, які вкорінились в Україні, однак не мають жодного наукового підґрунтя. Теми можуть бути найрізноманітнішими – це і космос, медицина, гаджети, релігія, технології тощо. Ось декілька міфів. У нас вірять, що жувальна гумка перетравлюється у шлунку сім років; блискавка не б'є двічі в те саме місце; у космосі немає гравітації; Велику китайську стіну видно з космосу.

Руйнування міфів виступає найпоширенішим способом української наукової популяризації. В загальному це свідчить про не високий рівень

освіченості населення та бажання читати розважальні медіа, адже матеріали саме такого характеру подають найчастіше. Серед українських засобів масової інформації найбільше періодики, яка належить саме до розважального типу та до громадсько-політичного. Контент там рекламний або розважальний. Такі ЗМІ намагаються привернути увагу читача та працюють над випуском ексклюзивних новин.

На сьогодні, науково-популярна періодика робить знання «популярними», доступними. Ідеться про можливість науково-популярної періодики сприяти поширенню наукової інформації, забезпечуючи комунікацію між фахівцями суміжних та віддалених галузей знань, а також формування наукового світогляду, громадської думки з життєво важливих питань розвитку науки та техніки, суспільства, сприяючи інтелектуалізації суспільства.

До науково-популярних медіа відносять не лише ті видання, що популяризують основи тих чи інших дисциплін. Досить часто саме у цьому помилково вбачають значення складного прикметника «науково-популярний». Вважаємо, що видання є не тому «науково-популярне», що «популяризує науку», а тому, що його фактаж є науковим, характер вміщеної інформації, дотримання у викладі матеріалів відповідних критеріїв науковості – достовірності, точності, логічності. Як і наукова, науково-популярна література орієнтується на логічно побудовану систему поглядів. Однак, остання покликана змінити повсякденну свідомість широких груп читачів, які не володіють детальними знаннями наукових теорій та фактів і спираються на так званий «здоровий глузд» та очевидні факти. Предметом сучасної популяризації можуть виступати знання з різних галузей техніки, науки, культурології, виробництва, мистецтва.

Серед наукової проблематики більш «відкритими» для популяризації вважаються теми гуманітарного характеру – нібито більш зрозумілі та доступні за своєю природою для широкого розуміння. Оскільки з явищами, які скажімо, досліджує літературознавство чи історія, люди зустрічаються повсюдно та щоденно. Можливо, тому за них найчастіше беруться автори-популяризатори.

Популяризація у сфері науки (де вона використовується головно при трансляції новітніх досягнень з фронту досліджень у наукове співтовариство або структуру політичного та соціального управління) значно відрізняється від популяризації у сфері культури та освіти.

З орієнтації на тематичну ознаку можна виділити наступну класифікацію:

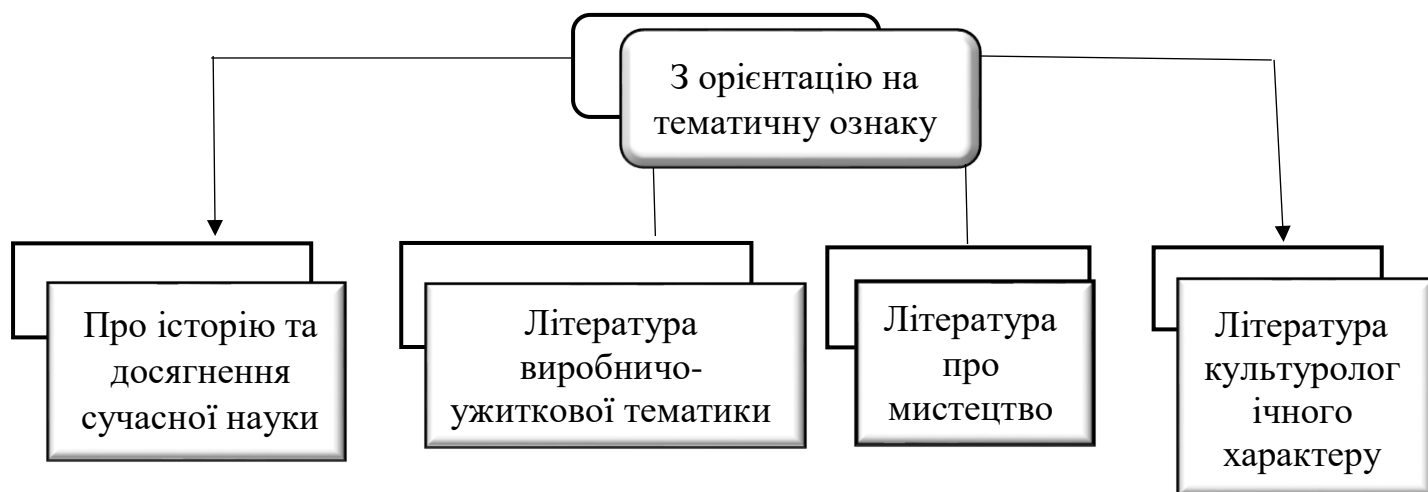


Рис. 1.1. Класифікація науково-популярних медіа [3]

Більш «масовою», а тому більш «касовою» вважається проблематика ужиткового характеру: «1000 порад на всі випадки життя», як змайструвати, як приготувати тощо [8]. Особливого підходу вимагає популяризація мистецтва, у тому числі, образотворчого, оскільки в ній особливого значення набуває ілюстративний ряд та його інтерпретація. Предмет популяризації завжди починається на формі подання матеріалу, способі викладу, засобах візуального супроводу, мовностилістичних аспектах.

Автори праці «Наукової комунікації у мас-медіа» зазначають, що наукова журналістика ділиться на три види [19]:

- 1) робота наукових журналістів та спеціальних журналістів, чії репортажі розміщують на шпальтах видань, які присвячені дослідженням, у спеціальних наукових програмах
- 2) спеціалізовані наукові видання, які видають науковці для науковців та які призначені для вузькоспеціалізованого кола читачів;

3) робота кореспондентів, які не спеціалізуються на науковій проблематиці.

Поширення науково-популярного контенту робить для читача знання зрозумілими та доступними. Основним напрямком є можливості науково-популярної журналістики – організувати ефективну комунікацію між вченими як суміжних галузей знань, так і далекими, а також допомогти сформувати погляди суспільства на науку, громадської думки на важливі аспекти життя, розвитку наукового знання, техніки, сприяє інтелектуальному розвитку. Існує думка, що придбаний науково-популярний часопис являється більш вигідною покупкою, ніж звичайне інформаційне видання, оскільки такі видання залишаються актуальними і через декілька років, в той час, як новини піддаються змінам. Наукові знання, звичайно, також змінюються, науковці знаходять нові данні, роблять свіжі відкриття, однак основа наукової галузі є незмінною, тому ці знання не втрачають актуальності та через декілька років будуть корисними для вивчення різних галузей науки.

Автори науково-популярних статей використовують технологію для представлення результатів передової науки у формі, яка є найбільш вигідною для їхніх читачів і відповідає рівню знань цільової групи населення. Текст науково-популярних статей характеризується наявністю специфічних стилістичних та лінгвістичних засобів, які прямо чи опосередковано виражають позицію автора як представника певної культури, актуальної для питань, що розглядаються у статті.

Їх використання пов'язане з необхідністю адекватного викладу достовірної наукової інформації в максимально доступній і цікавій формі, а також з бажанням автора переконати читача в своїй правоті щодо теми статті. Усе це створює своєрідність науково-популярних статей як специфічного різновиду науково-популярного підстилю. На початку підготовки до друку такого видання важливо уявити коло потенційних читачів нового видавничого продукту. Коло таких читачів-нефахівців може бути досить широким як за рівнем професійної підготовки, так і за віковими категоріями.

Компонент ознаки «популярно» характеризується тим, що відноситься до відомостей із визначеної області знання, неспеціалізоване, загальнодоступне та існує в художній формі [22]. Ознаку «художньо» можна визначити як те, що є образним, індивідуальним, емоційним, асоціативним, естетично вираженим, багатозначним. Значна адресатна спрямованість науково-популярної літератури передає її особливу значимість для життя суспільства [20].

Водночас вона орієнтована на пізнавальні та естетичні потреби людини. Мова науково-популярних текстів дуже близька до мови загальнолітературної, відсоток використання термінів тут значно нижчий, ніж у науковій прозі, і вживаються переважно терміни загального призначення, а не вузькоспеціальні. Дефініції наукових понять у науково-популярному тексті чи замінюються спрощеними визначеннями, чи такі поняття містять у тексті пояснення, порівняння та ілюстрації.

Однією з найбільш специфічних характеристик наукового тексту є те, що його зміст включає наукові знання, отримані в результаті певних наукових досліджень теоретичного або емпіричного характеру. Це зумовлює специфіку лексико-граматичної організації наукових текстів. Іншою характеристикою наукового тексту є те, що він повинен певною мірою відновлювати процес отримання нових знань, щоб підвищити рівень доказовості та аргументованості отриманих даних.

Даний факт накладає відбиток на логікокомпозиційну та змістову структури. Це проявляється в тому, що науково-популярні тексти часто не є безпосереднім результатом обробки та згортання конкретного наукового змісту. У контексті цієї комунікації на перше місце виходить сама наукова проблема, результат її вирішення. У більшості випадків предметом науково-популярних текстів є не будь-яке питання, а питання певної наукової та суспільної значущості.

Це питання висвітлено у великій кількості наукової літератури, що відображає різні його аспекти. Отже, опосередкований характер зв'язку між цими текстами полягає в тому, що наукові тексти безпосередньо не перетворюються на науково-популярні, а спочатку є засобом розуміння природи

теоретичної концепції, а потім втілюються у відповідний науково-популярний текст, реципієнт якого не дорівнює адресатові наукового тексту.

В основу класифікації науково-популярних медіа можна покласти ознаку приналежності до масового або елітарного рівня популяризації. Даний підхід дає можливість виділити в межах типу такі різновиди [28]:

- 1) видання інформаційного характеру;
- 2) видання просвітницького та пропагандистського характеру.

Функцію популярного інформування частіше виконують періодичні видання загальнонаукового або науково-практичного характеру. Оскільки саме періодичне видання здатне більш оперативно висвітлювати останні події в науковому житті суспільства.

Серед каналів поширення науково-популярної інформації можна виділити таку класифікацію.

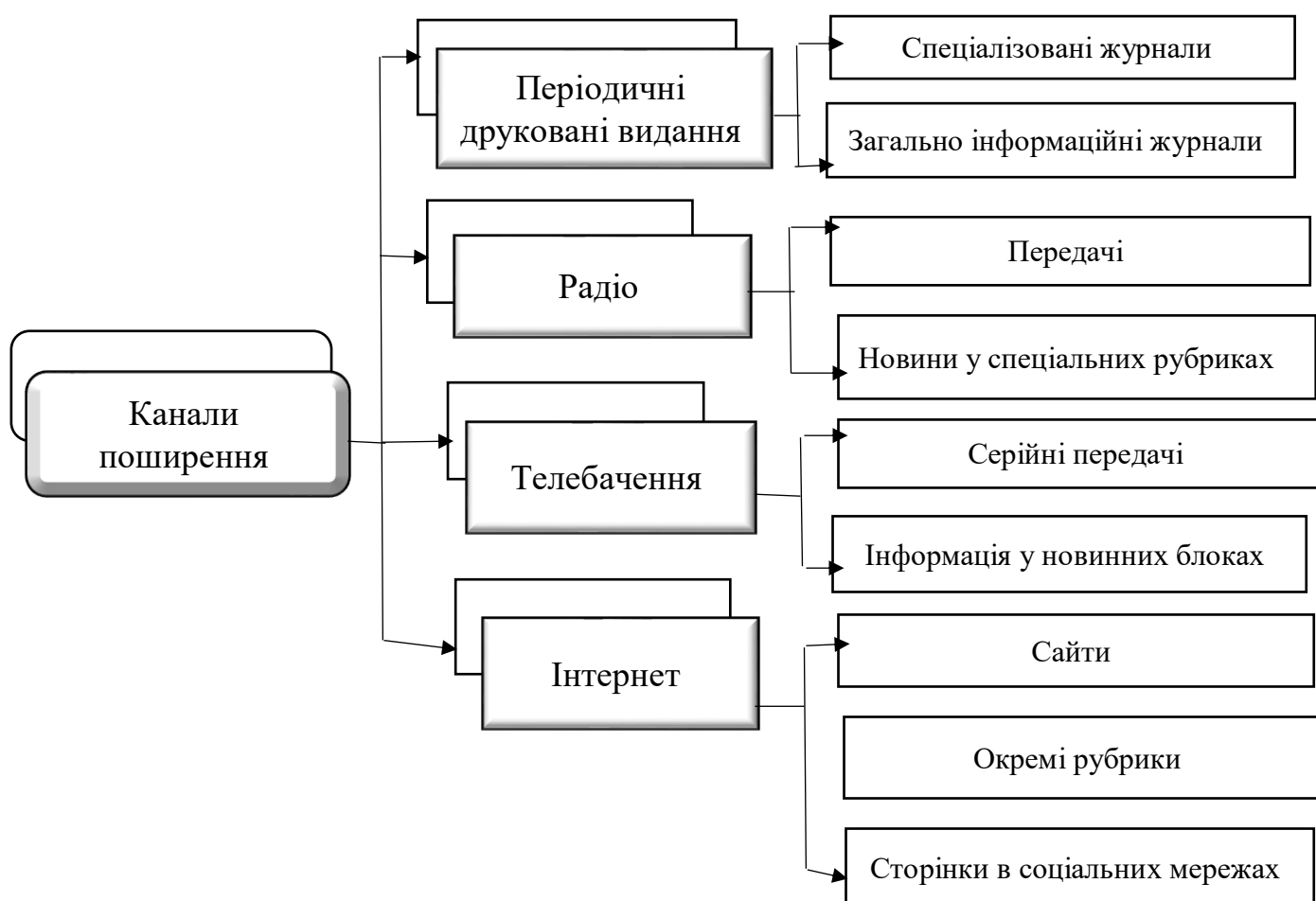


Рис. 1.2. Класифікація каналів поширення науково-популярної інформації

Як видно на рис.1.2, саме в мережі Інтернет є найбільше можливостей поширювати науково-популярну інформацію за допомогою різних способів, які щоразу поповнюються.

При виборі теми для науково-популярного видання важливо враховувати потенційного читача. При спільній родовій ознаці – читач не повинен бути фахово пов'язаний з предметом популяризації, існують виразні видові відмінності у межах читацької аудиторії науково-популярної літератури, детерміновані рівнем освіченості, ерудованості, мислення представників окремих її груп. Вищезазначене дає підстави поділити масив науково-популярної літератури за ознакою читацької аудиторії на такі групи:

- 1) Видання для масового читача – найрізноманітніші за фахом, віком, освітою.
- 2) Видання для елітарного читача – аудиторія дорослих читачів, зазвичай, високого освітнього рівня, із сформованим науковим світоглядом та здатністю до абстрактного мислення.

В межах обидвох груп варто виокремити:

- 1) Читачі, мало підготовлені до сприйняття предмета популяризації – діти дошкільного та молодшого шкільного віку.
- 2) Читачі «просунутого» типу, які давно цікавляться тим чи іншим предметом популяризації.

Майже завжди науково-популярну літературу реципієнти використовують як засіб самоосвіти, меншою мірою, у межах пізнавальної діяльності популяризації наукових досягнень. Популяризація науки на теренах України відбувається не так активно, як за її межами, однак у мережі Інтернет та на телебаченні є науково-популярні програми, в інтернеті – відповідні сайти та сторінки соціальних мереж, виходять у світ періодичні видання, які можуть зацікавити тих, хто активно шукає певну інформацію, та тих, хто випадково на неї натрапить.

Зазвичай, науково-популярні видання сповнені різноманітними ілюстраціями, які покращують та полегшують сприйняття важкої наукової

інформації. Це робить видання легшими для розуміння дорослими, дітьми чи підлітками. Таке видання, безсумнівно, буде цікавим для молоді, яка стежить за науковими розробками або навіть планує в майбутньому пов'язати своє життя з різними галузями науки. Отже, необхідність суспільства бути розвиненим, мати гарний рівень добробуту, особливо матеріального, потребує зміни відношення населення до наукової галузі.

Ринок сучасних українських мас-медіа переповнений виданнями розважального, рекламного, соціально-політичного змісту [8]. Вони виконують інформаційну, розважальну та рекламну функції, висвітлюючи те, що сьогодні всім цікаве, а завтра забудеться. У свою чергу, науково-популярні журнали в Україні занепадають. Це пов'язано з низьким попитом на науково-популярний контент, високою вартістю випуску такого журналу (припустимо, науково-популярний журнал має бути щільним, глянцеvim, з якісним папером і професійними фото) та низькою купівельною спроможністю українського населення; нестача або відсутність журналістів, які пишуть про складні питання мовою, зрозумілою звичайним громадянам.

На українському ринку досить мало вітчизняних науково-популярних видань. Серйозну конкуренцію вітчизняним науково-популярним виданням складають російські журнали, що завозять із сусідньої держави й мають приблизно однакову ціну з українськими медіа цього типу. В Україні небагато науково-популярних видань, що користуються попитом. Одними з таких є «Наука и техника», «Очевидное и невероятное», «Країна знань», «Популярная механика», «Світогляд». Сьогодні також наявні вузькоспеціалізовані техніко-природничі журнали («Домашний ПК», «National Geographic»), у той час як журналів широкої спеціалізації, таких, що висвітлюють повний спектр наукових новинок, небагато [24].

Хоча нині на українському ринку мало вітчизняних науково-популярних видань, проте певні інвестиції з боку влади могли б покращити ситуацію у цій сфері, оскільки в Україні чимало людей цікавляться досягненнями науки.

Таким чином, проаналізовано, що науково-популярний журнал – містить публікації про основи наукових знань, а також досягнення у галузі науки, культури, техніки, мистецтва та практичної діяльності, викладені в зрозумілій читачам не фахівцям формі.

1.3 Характерні риси науково-популярного онлайн-журналу

Четверта революція, безумовно, вплинула на розвиток науки, так само як розвиток науки спричинив саму четверту революцію. Зрештою, з появою Інтернету – Всесвітньої павутини – людство також зобов'язано прагненню вчених спілкуватися та обмінюватися думками. Наукова комунікація є надзвичайно важливою частиною наукового розвитку та його двигуном. Серед засобів (каналів) наукової комунікації – через тексти (публікації) та міжособистісного спілкування (конференції тощо) – головне місце належить журналам.

Хоча всі канали наукової комунікації є важливими, важливо розуміти різноманітність використання науковцями інформації, що міститься в різних каналах, внутрішню структуру взаємозалежності різних каналів у забезпеченні ними інформаційної мережі, науково-популярний журнал був та продовжує залишатися на сьогодні найвдалішим та найуспішнішим засобом комунікації. Насправді науково-популярні журнали є основним джерелом публікації наукових ідей, теорій, результатів досліджень, а також місцем для критичного осмислення нових ідей тощо. Він відіграє важливу роль у системі наукової комунікації, особливо в поширенні науково-технічної інформації.

За останні кілька десятиліть, а особливо з появою Інтернету, увага вчених усього світу була зосереджена на унікальному явищі – появі нової форми наукових журналів – електронного, що дійсно сприяла розвитку науки, і власне, у самій системі наукової комунікації, в усіх складових ланцюга «автор → науково-популярна праця → публікація → видавництво → бібліотека → читач». Під електронним журналом варто розуміти будь-який журнал, що доступний у режимі онлайн, в тому числі й оригінальні (ті, що існують виключно в

електронному пристрої), і паралельні (мають друкований аналог), та гібридні (доповнюють один одного) [20]. Окремі дослідники зазначають, що електронний журнал – тільки той, що створено в електронному середовищі, і доступний лише в електронному середовищі. Тотожними для електронний журнал є поняття «онлайнний», «електронний», «веб», «мережевий» [29].

Стрімкий розвиток електронних журналів, безумовні переваги, що несуть такі види журналів, спричиняють навіть прогнози щодо припинення вже доволі швидко традиційних, а саме паперових журналів. Дискусії у фахових колах навколо моделей комунікації взагалі, однак продовжуються, пропонуючи, до прикладу, модель Відкритого Архіву, чи переходу від журнально-орієнтованої моделі у поширенні наукової інформації на модель статейно-орієнтовану.

Перші електронні онлайн-журнали з'явилися в комп'ютерній мережі BBS у США у 1980-х роках [30]. У той час в країні стрімко розвивалася комп'ютерна техніка, яка була доступна простим громадянам. Однак ще до появи Інтернету електронні журнали на CD-ROM існували в США. Ці журнали називаються дисковими журналами. Первинні спроби впровадження комп'ютерних технологій у сферу видання наукових журналів стосувалися в основному полегшення технології – комп'ютерного складання текстів, верстки, адаптації оцифрованих текстів до існуючої комп'ютерної техніки тощо. Швидко виявились переваги нових комп'ютерних технологій власне в цілісну систему підготовки та розповсюдження науково-популярного журналу: організація пошукових можливостей, зберігання та збереження інформації тощо, однак було помічено недостатню кількість технологій та стандартів для переведення тексту у машинописну форму та необхідність побудови комп'ютерних мереж для забезпечення зв'язку (зазначимо, що виникла ідея універсальної глобальної мережі).

Інформаційні технології є основним фактором суспільного розвитку [22]. Стан науково-популярної журналістики суттєво змінився порівняно з минулим століттям. Як зазначив дослідник наукових журналів і комунікацій О. Коновець, фахові наукові журнали та науково-популярні періодичні видання формуються у

спосіб, який відповідає умовам функціонування науки і техніки та є специфічним для сучасного світу. Зокрема, вчений зазначив, що, на жаль, у цій системі не сформовано достатньої кількості елітарних та якісних науково-популярних видань, які висвітлюють усі освітні та наукові питання. Інформаційному середовищу України бракує таких актуальних, популярних та наукових видань [5, с. 14].

Обговорюючи ситуацію з популяризацією науки на теренах України та прирівнюючи її з іншими розвиненими країнами можна помітити, що наукова журналістика не досягає бажаного розвитку. Популяризація не проводиться належним чином, програми розвитку є непродуманими, відсутня державна підтримка та механізм, який би створив ефективне донесення науки до читачів, не продуманий. Однак, останні десятиліття характеризуються помітною переорієнтацією уваги з друкованих засобів масової інформації до Інтернет-видання. Причинами цього явища є очевидні переваги, це стосується і науково-популярних медіа.

Можна виділити основні можливості, що надає мережа Інтернет у популяризації науки:

- Оперативність – основна характеристика мережі Інтернет. Це становить чи не головну перевагу для популяризації науково-популярної інформації.
- Можливість глобального поширення – спрощення передачі наукових знань, їх публікація в мережі.
- Мультимедійність – можливість демонструвати інформацію у будь-якій зручній формі.
- Можливість комунікації з автором – популяризатор та його аудиторія мають змогу поспілкуватися один з одним, чи, іншими словами, інтерактивність, як одна з переваг мережі Інтернет.
- Гіпертекстуальність – постійний доступ до матеріалів. Читач завжди має змогу повернутися до статті, яка його цікавить.
- Легкість залучення іноземних авторів та читачів.

- Можливість відвідувачам каналу публікації не лише споживати контент, але і брати участь у його створенні, ділитися поглядами та думками.

Необхідно зазначити, що поняття «науково-популярний сайт» може бути присуджено Інтернет-медіа, що наповнено науковою інформацією, випуск якої дотримується всім принципам популяризації науки: статті повинні доноситися в зрозумілій для широкої аудиторії формі, мати адаптацію, щоб бути опублікованою в мережі Інтернет та підготовлений з дотриманням всіх журналістських стандартів. Аналізуючи науково-популярні сайти, що можна знайти на українському Інтернет-просторі робимо висновок, що їх можливо розподілити на:

- Самостійні сайти науково-популярної тематики. До даної категорії можна віднести незалежні від інших видання та сайти установ, що публікують власний авторський контент, редакцію та чітко сформовану стратегію створення та публікації контенту.

- Сайти установ. Науково-популярний ресурс даного типу вважається лише за умови, що його контент на 70% буде складатися з науково-популярних публікацій.

- Блоги. Вважається науково-популярним, якщо ведуть лише самі вчені. До даного розділу додаються блоги, авторство над якими мають вчені, що періодично викладають наукову інформацію, яка буде цікава та матиме значення для широкої аудиторії, подана у зрозумілій формі.

Науково-популярна періодика робить знання «популярними», доступними. Ідеться про спроможність науково-популярної періодики сприяти поширенню наукової інформації, забезпечуючи комунікацію між фахівцями суміжних та віддалених галузей знань, а також формування наукового світогляду, громадської думки зважливих питань розвитку науки та техніки, суспільства.

Серед переваг та особливостей науково-популярного електронного журналу варто виділити:

- Доступ до журналів різної тематики.

- Постійне поповнення бази новітніх публікацій, анотацій та повних вихідних даних статей надаються в html форматі. Повні тексти статей з ілюстраціями надають в pdf-форматі. Читач отримує якісно підготовлений матеріал.
- Широкі можливості пошукової системи, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс складних запитів.
- Можливість оформлення передплати на журнал, купити окремий номер журналу, окрему статтю.
- Безпека при передачі даних та контроль доступу до матеріалів сервера здійснюється за допомогою останніх розробок у галузі електронної комерції.
- Постійний зв'язок служби підтримки.

Використання Інтернету відкрило перспективу повної трансформації всієї системи дистрибуції. Організація видання журналу потребує створення відповідної редакційної служби. Зазвичай це відділ розподілу та підпорядкований йому транспортний відділ. Робота служби полягає у розподілі робіт, функцій та обов'язків її працівників. Традиційна видавнича технологія навіть за умов інтенсивного та сильного технічного використання може гарантувати лише певну частку ринку споживання, але не може повністю розширити аудиторію видань. Тому найкращим варіантом поширення наукових публікацій є реалізація комплексної стратегії просування журналу на основі використання традиційних і нетрадиційних маркетингових методів у поєднанні з Інтернет-технологіями.

Можна виділити характерні риси науково-популярного електронного журналу: заміна термінології роз'ясненнями або описами чи коротке розшифрування значення термінів; використання визначеного ілюстративного матеріалу замість абстрактних формул; значна широта та ступінь конкретизації; простота синтаксичних конструкцій, прагнення уникати ускладнених речень; використання засобів розмовної мови; використання прийомів художнього мовлення з метою надання викладу матеріалу образності та емоційності;

прагнення до оригінальності, нешаблонне вираження змісту; абстрактність, узагальненість, аналітичний тип тексту; публіцистичність; реферативність; своєрідне «Розмежовування матеріалу», подробиці викладу наукових даних; домінування індуктивного методу викладу над дедуктивним; навмисне підкреслення логіки викладу спеціальними мовними засобами; використання різноманітних прийомів, в тому числі мовних. У науково-популярному журналі більш проявляється єдність емоційно-чуттєвих та логічних елементів пізнання, на відміну від наукових.

Тому в науково-популярних журналах з'являються протилежні жанрово-стилістичні ознаки – логіка й емоційність, об'єктивне й суб'єктивне, абстрактне й конкретне, пояснювальне й образне. Мова науково-популярного журналу дуже близька до мови загальної, і термінологія тут вживана значно рідше, ніж у науковій прозі, яка є загальноповживаною і не надто спеціалізованою. У науково-популярних журналах визначення наукових понять або замінюють спрощеними визначеннями, описовими реченнями, або поняття пояснюють у тексті та ілюструють прикладами та порівняннями. До стилістичних характеристик даного журналу можна віднести точність та аргументованість, емоційно-цікавий характер викладу складних наукових проблем, який досягається, застосуванням прийомів активізації уваги читача, частого вживання оцінних засобів, простоти форм, що дають читачеві можливість думати разом з автором. До основних стильових особливостей науково-популярного електронного журналу варто віднести: доступність та зрозумілість, наочність, виразність, експресивність, точність викладу, повнота викладу, логічна послідовність та структурованість тексту, прагнення до об'єктивності, деталізація, діалогічність [22].

Завдяки вживанню окремих лексичних одиниць, автор виконує основне завдання – вплив на розум, а не на почуття читача, а також викладення наукової інформації у доступній формі. При досягненні даного завдання автору на допомогу приходять лексико-фразеологічні стилістичні прийоми як засіб впливу на читача. Невід'ємною та важливою частиною науково-популярного журналу є терміни, які, володіючи значною інформаційною змістовністю, відповідають

вимогам доступності адресату-фахівця та адресату-неспеціалісту. Експресивні, художньо-зображальні стилістичні прийоми активно застосовуються в науково-популярному електронному журналі, мовні поняття піддаються емоційно-експресивній оцінці [30].

Засоби передачі естетичної інформації також є чисельними, вони мають тісний зв'язок із прийомами художньої літератури, до прикладу, введення вигаданих персонажів, використання порівнянь, епітетів, метафор. Активне використання перифраз є прагненням автора науково-популярного журналу привернути увагу читача до рис явищ або предметів, що є важливим у пізнавальному сенсі. Перифрази у журналі служать засобом усунення тавтології, невиправданих повторів, вони увиразнюють мовлення, створюють стилістичні ефекти, можуть набувати експресивних відтінків.

Безобразні перифрази, що зберігають пряме значення слів, виконують естетичну, смислову функцію, допомагають автору чітко висловити думку, підкреслити ті чи інші властивості об'єкта опису. Звернення до перифрази пояснюється прагненням автора надати мовленню відтінок розмовності. Суттєвою рисою науково-популярного журналу є можливість використання іронії та гумору [30].

Засобами іронії виступають невідповідність традиційного й ситуативного позначень, узуального й okazіонального, прямого й непрямого значення мовних одиниць [9]. Дані прийоми сприяють полегшенню сприйняття інформації у тексті та лишають повідомлення монотонності.

Моніторинг науково-популярних електронних журналів дає підстави стверджувати, в Україні видається дуже незначна кількість науково-популярних електронних видань [21]. Засновниками науково-популярних ресурсів є структури Національної академії наук України, вищі начальні заклади (Львівський національний університет ім. Івана Франка), Товариство «Знання України»; «Видавництво «Грамота», ТОВ «Скриптмедіа»; громадські організації «Український інститут воєнної історії», «Львівський інститут освіти»; редакції

журналів (редакція всеукраїнського науково-популярного та літературно-художнього молодіжного журналу «Наука-Фантастика».

Найбільш широко представлений сегмент природознавчого спрямування, в яких висвітлюються питання біології, природознавства, екології, екологічного туризму, палеонтології та природоохоронної діяльності. Серед таких можна назвати журнали: «Колосок», «Зелені Карпати», «AQUATERRA.ua», «Юний натураліст», «Станіславський натураліст». Гуманітарна сфера, що володіє винятково багатим полем для популяризаторської діяльності, представлена такими журналами: «Наука і суспільство», «Воєнна історія», «Універсум», «Світогляд».

Тематика журналів охоплює питання суспільно-наукових проблем, воєнної історії, політології, світової та вітчизняної науки. Сегмент науково-популярних журналів з техніки і фундаментальних наукових знань є скромним: «Світ фізики», «Юний технік України». До прикладу, журнал «Світ фізики», засновано Львівським національним університетом ім. Івана Франка та Львівським фізико-математичним ліцеєм, де анонсуються цікаві висвітлення досягнень фізичної науки, зокрема, надбань українських вчених, надає широкий спектр інформації, яка є корисною для молоді шкільного віку. Деякі журнали, зберігаючи архаїчні брендові назви, вступають у суперечність із поглядом на те, що українська наукова думка та журналістика мають потужний інтелектуальний потенціал, який дає змогу розвивати власні національні інформаційні продукти. До прикладу, збереження логотипів, назв, дизайну таких видань, як «Юний натураліст», «Юний технік» можна вважати продуктами радянської популяризаторської системи.

Український Інтернет зараз не надає ефективної популяризації науки. У цього існують деякі причини: сайти не мають тої кількості аудиторій, яку необхідно мати, щоб вважатися популярним сайтом; ресурси різнобарвні за темами та не встановлюють стосунки між собою; в мережі досі не сформовані універсального науково-популярного ресурсу, що міг би забезпечити постійне регулярне висвітлення наукових новин та надання інформації, що змогла б

забезпечити потребу в інформації у суспільства; у більшості своїй сайти висвітлюють новини, що пов'язані з досягненнями закордонної науки. Найчастіше це копірайт тих же закордонних статей, а досягнення української науки майже не висвітлюються. Через це в суспільстві існує думка, що українські вчені не працюють.

Зараз український Інтернет не дає змоги здійснювати ефективну популяризацію науки. На це є кілька причин [29]:

- Сайти, які потрібно вважати популярними (70% науково-популярного контенту) не мають достатньої аудиторії.
- Ресурси тематично різноманітні, і між ними не має зв'язку. Мережа ще не сформувала універсальний науково-популярний ресурс, який міг би забезпечити регулярне та послідовне висвітлення наукових новин та інформації для задоволення потреб суспільства в інформації.
- Більшість веб-сайтів повідомляють про новини, пов'язані з закордонними науковими досягненнями. Інший варіант – подання загальної інформації, яка не є цікавою для аудиторії.

Існує розділ науково-популярних веб ресурсів на дві категорії: сайти, що не мають стійкої аудиторії та направлені на те, щоб привернути увагу людей до науки та сайти, що мають стійку аудиторію, призначені для тих, хто цікавиться наукою на постійній основі і популяризація конкретних ідей наукової спільноти, досягнень та тому подібного [20].

Отже, сучасні науково-популярні онлайн-журнали мають деякі фактори, що заважають їх стрімкому розвитку. Саме вони стають перешкодами для науково-популярного контенту в нашій країні та світі. На жаль, поки що немає ефективних способів впоратися з цими факторами, для цього необхідно, по-перше, змінити відношення читачів та журналістів до подібного контенту.

Висновки до розділу 1

1. У ході дослідження з'ясовано, що перед написанням та створенням майбутнього журналу, необхідно обрати тему та проаналізувати ринок і

конкурентів. Наступним кроком є опис технічних характеристик майбутнього видання – визначається формат, кількість, тираж і період випуску. Зовнішній вигляд видання залежить від формату: розміру, форми, організації тексту та зображень на сторінці. Дизайн журналу додає усім раннім придуманим та розробленим частинам єдину формулу.

2. Проаналізовано, що науково-популярний журнал – містить публікації про основи наукових знань, а також досягнення у галузі науки, культури, техніки, мистецтва та практичної діяльності, викладені в зрозумілій читачам не фахівцям формі.

3. У ході дослідження виділено чотири принципи написання науково-популярних текстів: наукова глибина; доступність; розуміння (осмислення); цікавий виклад інформації.

4. Визначено, що серйозну конкуренцію вітчизняним науково-популярним виданням складають російські журнали, що завозять із сусідньої держави й мають приблизно однакову ціну з українськими медіа цього типу.

5. У ході аналізу визначено, що під електронним журналом варто розуміти будь-який журнал, що доступний у режимі онлайн, в тому числі й оригінальні (ті, що існують виключно в електронному пристрої), і паралельні (мають друкований аналог), та гібридні (доповнюють один одного).

6. У процесі дослідження виокремлено переваги електронних журналів: оперативність; можливість глобального поширення; мультимедійність; можливість комунікації між автором-реципієнтом; гіпертекстуальність; легкість; залучення іноземних авторів та читачів.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ (на прикладі проєкту «Час науки»)

2.1. Концепція та ідея створення науково-популярного журналу «Час науки»

Науково-популярні видання, науково-популярна періодика – це інструмент та результат наукової діяльності, який дає змогу глибоко і всебічно досліджувати та вирішувати найрізноманітніші наукові проблеми, важливі для розвитку науки, але не підлягає оперативному включенню в соціальний контекст. Науково-популярні публікації, публікації в науково-популярних журналах, науково-популярній періодиці – а саме їх передусім мають на увазі, коли мова йде про «науково-популярну журналістику», – не розраховані на масового читача.

Для розвитку наукової сфери необхідні три складові: освіта, активна наукова діяльність і науково-популярна література. Без третьої складової не буде того стимулу, інтересу до науки.

Розробка видання має своїм першим етапом створення концепції. Наявність чіткої та продуманої концепції допомагає ефективно працювати над виданням, орієнтуватися на завдання, цілі, цільову аудиторію. Концепція складається з: цілей і завдань (а також методів і засобів для їх вирішення), опису виду видання, його періодичності та обсягу, цільової аудиторії, місії видавничого продукту та його функцій, актуальності і тематики. Концепція також має містити назву видання, принципи оформлення, інформацію про інтерактивність, жанровість і особливості стилю.

Порівняльна простота внутрішнього побудови науково-популярних статей дає читачам можливість глибше зрозуміти їх зміст. Проаналізувавши науково-популярні журнали та контент в Україні нами було визначено ідею та цілі

створення власного проєкту-науково-популярного онлайн-журналу, головна ціль якого розповсюдження інформації в цікавому та доступному форматі. Через тексти передано значення науки, мотивування підписників на рішучі дії по самовдосконаленню та самопізнанню.

Мета науково-популярного онлайн-журналу «Час науки» – популяризація основ наукових знань серед читачів усіх професій та спеціальностей, з різним ступенем підготовки до навколишньої дійсності. Цим науково-популярна література суттєво відрізняється від наукових і виробничих книг, які передбачають обов'язкову наявність у читачів певної спеціальної підготовки.

«Час науки» – це науково-популярний ресурс про те, що відбувається в науці, техніці та технологіях прямо зараз.

Цілями онлайн-журналу є:

- популяризація наукового підходу до навколишньої дійсності;
- поширення наукових знань у сучасній та доступній формі;
- відображення «людського обличчя» наукового світу: «знайомство» як із видатними вченими минулого, так і з людьми, граючими важливу роль у сучасній науці.

Видання виконує наступні функції:

- підсумок результатів теоретичних та експериментальних досліджень
- стимул подальших наукових досліджень
- закріплення результатів наукового пізнання
- передача знань наступним поколінням та групам споживачів.

Розробляючи концепцію науково-популярного онлайн-журналу «Час науки» ми спиралися на специфіку споживачів, тому журнал спрямований та таке коло читачів:

- читачі з вищою освітою та досить високою професійною підготовкою, які постійно проявляють інтерес до новинок у сфері культури, техніки, науки;
- читачі із середньою освітою, для яких читання даного виду онлайн-журналу є засобом поглиблення самоосвіти та саморозвитку;

- старшокласники та студенти, які проявляють інтерес до знань за принципом «будь-які знання не бувають зайвими»;
- читачі без спеціальної освіти, які цікавляться науковими відкриттями.

Вибір назви видавничого продукту є важливим аспектом роботи над задумом, оскільки вона має відображати загальну тему проєкту. Для науково-популярного онлайн-журналу було обрано назву «Час науки». Ця назва виражає провідну ідею видання: популяризацію науки. Онлайн-журнал «Час науки» серед інших журналів займає місце унікального, сучасного видання, в якому розміщено інформацію про наукові відкриття, цікаві факти у сфері науки, що відповідає сучасним потребам читачів.

Аналіз вітчизняних науково-популярних онлайн-журналів дав змогу окреслити вільну нішу для журналу: на ринку немає науково-популярного онлайн-журналу, який охоплював би загальні наукові відкриття та цікаві факти у сфері науки). Крім цього, видання буде виділятися серед конкурентів завдяки трансмедіації контенту.

Наступним етапом створення стала розробка плану публікації текстів. Було прийнято рішення писати матеріали протягом усієї практичної роботи над дипломом. Тобто, зміст журналу постійно поновлюється матеріалом. Журнал містить в основному огляди на нові відкриття, експерименти, докази. Їх структура та стиль відповідають загальним тенденціям на вітчизняному ринку періодичних науково-популярних видань. Текстовим матеріалам притаманна оптимістичність, що сприятиме гармонізації особистостей читачів. Це є важливим з огляду на соціально-економічну та політичну ситуацію в Україні.

Основою концепцією моделювання науково-популярного онлайн-журналу «Час науки» є положення про те, що успішне функціонування та конкурентоздатність журналу є результатом стратегічного проєктування як механізму соціального управління.

Метою створення науково-популярного онлайн-журналу «Час науки» є реалізація концепції мас-медіа, яка забезпечить відповідність такій системі взаємопов'язаних вимог:

- представлення наукового контенту в популярній формі;
- сегментація цільової аудиторії;
- наявність еволюційної перспективи.

Щодо вимог концепції науково-популярного онлайн-журналу «Час науки», то він розроблявся відповідно до комплексу вимог, які у своїй сукупності становлять єдине ціле:

- узагальненість, яка передбачає наявність елементів, які властиві усім різновидам носіїв науково-популярного контенту; моделювання провадилось на засадах узагальнення з виокремленням функціонально стилістично-типологічних ознак;
- гнучкість, яка передбачає використання та пристосування алгоритму моделювання для стратегічного планування та модифікації діяльності науково-популярного онлайн-журналу;
- повнота, яка передбачає наявність потенціалу журналу для відтворення всіх істотних ознак об'єкта дослідження;
- індуктивність, яка передбачає можливість акумулювати та систематизувати факти для формування аналітичної бази дослідження;
- конкретність, що передбачає можливість продукувати результати; розроблена концептуальна модель відтворює властивості реального об'єкта дослідження, що дозволяє зберігати нерозривний зв'язок між ними;
- причинно-наслідковість, що передбачає можливість керувати вихідними параметрами шляхом модифікування вихідних даних;
- прагматичність, яка передбачає можливість використання онлайн-журналу на практиці;
- еволюційність, яка передбачає можливість журналу бути доповненим, модифікованим, що дає можливість популяризації наукової інформації за якісно різними сценаріями;

- адекватність, яка передбачає можливість відтворювати стійкі закономірності та взаємозв'язки у сфері популяризації наукової інформації.

Журнал практикує політику відкритого доступу до опублікованого змісту, підтримуючи принципи вільного поширення наукової інформації та глобального обміну знаннями та відкриттями загального суспільного прогресу.

Центризм читача забезпечує відповідність концепції носія науково-популярного контенту інтегрованій моделі, яка в своєму еволюційному розвитку давала б змогу кожній категорії читачів задовольнити свої інформаційні потреби. Результатом реалізації цього принципу є сегментація читачьких груп з вузькоспеціалізованими інформаційними потребами, що дозволяє управляти інформаційними потребами, смаками і звичками аудиторії і, водночас, модифікувати концепцію носія науково-популярного контенту відповідно до зміни інформаційних потреб аудиторії.

Функціональність досягається шляхом дотримання стилістичних і жанрових особливостей науково-популярного змісту. Результатом реалізації цього принципу є забезпечення науково-популярної інформації для суспільства. Зміст гарантується публікацією науково обґрунтованих, всеосяжних і суспільно значущих знань і візуальної інформації, особливо актуального галузевого матеріалу. Результатом реалізації цього принципу є формування вузькоспеціалізованого ЗМІ, яке відповідає інформаційним потребам цільової аудиторії та сприяє розширенню підтримки авторів науково-популярного контенту, тим самим підвищуючи рентабельність підтримки науково-популярного контенту та сприяючи залученню рекламодавців.

Естетичність полягає у створенні оригінального, непересічного образу науково-популярного ресурсу, що досягається використанням сучасних дизайнерських технологій, дотриманням оптимального співвідношення текстового та ілюстративного матеріалу. Результатом провадження цього принципу є полегшення сприйняття текстової інформації, пізнаваність і комерційний успіх носія науково-популярного контенту.

Креативність полягає у виконанні складного завдання – у формуванні бренду, який полягає у представленні медіа науково-популярного контенту шляхом поєднання всіх традиційних та інноваційних форм і методів. Відзначимо деякі з них: різноманітність форм подачі інформації, вибір актуальних тем, подання цікавих для читача та суспільно значущих результатів, наукових досягнень і технологій, характерних доповідей; створення та використання оригінальної, інноваційної та нетрадиційної презентації матеріалу (логотип, назва, мультимедійні технології).

Сенсаційність досягається шляхом представлення контенту «з перших рук», що включає інформаційний моніторинг останніх досягнень науки і техніки за допомогою різних каналів. Актуальні події (вчені, дослідники, бізнесмени, політики, громадські діячі), широка співпраця з аматорами, що приносять нестандартні методи та рішення. Результатом використання цього принципу є пріоритезація публікацій документів, налагодження комунікацій із громадськістю та реагування споживачів інформації.

Маркетинг має бути невід'ємною частиною концептуалізації науково-популярних інформаційних продуктів. Адже, за даними моніторингу електронних ресурсів, багато науково-популярних журналів припинили існування не через творчий провал, а через відсутність прибутковості.

Серед можливих методів просування онлайн-журналу ми обрали такі:

- **RSS-стрічки.** Значна кількість користувачів переглядає контекст з різних джерел в одному вікні на екрані свого смартфона, а власники сайтів отримують свій трафік. Важливо зробити пропозицію підписки на RSS максимально помітною для відвідувачів онлайн-журналу, щоб вони отримали відсортовані за рубриками матеріали.

- **Push-повідомлення.** З допомогою коротких спливаючих повідомлень можливо отримувати регулярні переходи на сайт онлайн-журналу від постійних читачів. Для того, щоб push-повідомлення не набридали, вони будуть надсилатись не дуже часто і висвітлювати тільки найцікавіші публікації

- **Партнерські мережі.** На сайтах UKR.NET та Meta.ua є можливість на безкоштовній основі створити свою стрічку новин у відповідній для цього категорії

На даному етапі розроблення онлайн-журналу ми бачимо 2 найбільш ймовірних способи монетизації:

1. Контекстна реклама Google AdSense. Сервіс надає право власноруч налаштовувати дизайн оголошень, їх розташування та розмір для комфортного відображення. Google AdSense дає змогу в будь-який момент моніторити статистику реклами. Оформлення заявки стає можливим вже після того, як кількість постійних відвідувачів досягне рівня 10 унікальних відвідувачів на день.

2. Додання форми донатів (пожертвування). Цей метод буде використовуватися як додаткова монетизація, тому що підрахувати стабільний прибуток таким методом не можливо. На сайті буде розміщена спеціальна форма, де відвідувачі зможуть самостійно обрати яку суму вони хочуть пожертвувати.

Вважаємо, що такі внутрішні характеристики діяльності науково-популярного журналу, як цікавість, актуальність, високий науковий та художній рівень мають прямий або опосередкований вплив на маркетингові перспективи журналу. Серед основних внутрішніх сильних сторін журналу варто виділити особливий інтерес тематики для читачів різного віку, освіти та соціальних категорій, що дозволяє якомога ширше застосовувати принципи універсального знання до наукових знань. Тематика журналу охоплює, поряд з класичними природничими науками (географія, геологія, зоологія, біологія, кліматологія, гідрологія), знання в галузях наукової та прикладної діяльності, зокрема історії, екології та ін., включно з потребами читачів. Обрана тематика дозволяє максимально широко використовувати принципи популяризації наукових знань.

Таким чином розробка видання має своїм першим етапом створення концепції – це допомагає ефективно працювати над виданням, орієнтуватися на завдання, цілі, цільову аудиторію. Визначено методи розповсюдження онлайн-журналу «Час науки»: RSS-стрічки, Push-повідомлення, Партнерські мережі.

2.2. Специфіка контенту онлайн-журналу

Науково-популярні видання не менш вимогливі до ясності та виразності ілюстративного матеріалу, що грає в них величезну роль як засіб популяризації основ науки.

Розвиток науки і техніки, поглиблений розвиток новітніх інформаційних технологій привели сучасне суспільство до інформаційного. Водночас тенденція розвитку медіа індустрії визначається новим способом виробництва медіа контенту. В даний час його виробництво вимагає обробки великої кількості даних як джерела інформації, а методи пошуку та представлення тем постійно змінюються. З іншого боку, існує багато платформ, на яких можна розміщувати дані. Кожна платформа має свої особливості у сприйнятті інформації.

Ідеальний контент відповідає потребам одержувача в потрібний момент і в максимально доступній і зрозумілій формі. Тобто для формування контенту необхідно не лише збирати факти та дані, а й розуміти потреби читачів та розуміти принципи сприйняття інформації, поведінки та реакції читачів.

Основою інформаційного повідомлення в науково-популярному журналі звичайно є факт (від лат. *factum* – зроблене, здійснене) – подія або нова думка. Факт – правда, подія, результат, знання, слушність якого доведена. Серед факторів відбору фактичної інформації для видання є:

- новизна, несподіваність фактів, небажаність повторів;
- конфліктність та напруженість інформації;
- наявність кількісних показників, особливо якщо цифри порівнюються, що більші цифри, то краще;
- локальність інформації;
- перевага дій (та дійових персон) над мотивами і причинами вчинків;
- актуальність та рекурсивність;
- висловлення думок під виглядом новин.

Весь вміст є захищеним авторським правом матеріалом і продуктом інтелектуальної праці людини. Унікальний контент не має аналогів, він розміщується на носії з дозволу автора, є результатом його інтелектуальної праці

та захищений законом про авторське право. Цей вміст є основним джерелом інформації. Джерелами унікального контенту є особисті спостереження, архівні документи, статистична інформація, організаційні звіти, офіційна інформація від державних органів, конкретних людей, редакційних агентств і обміну контентом.

На етапі планування було визначено рубрики, які відповідають назві науково-популярного журналу «Час науки»:

- Час відкриттів (Додаток В). У даній рубриці підбірка наукових відкриттів на різну тематику, що охоплює наш журнал. Мета рубрики – у доступній формі ознайомити читачів із відкриттями, поглибити знання у сфері відкриттів.

- Час експериментів. Під цією рубрикою виходять публікації про наукові експерименти та їх практичну реалізацію. Публікації містять інформацію про наукові експерименти, які, зокрема, стосуються людського організму та особливостей його функціонування. Метою даної рубрики є зацікавити читачів про особливості людського організму, а також ознайомити із експериментами в навколишньому середовищі.

- Час наукової дискусії. Рубрика спрямована на розвиток інтелектуальних здібностей читачів, можливість задуматися та пізнати нове про загальновідому інформацію, поставивши під сумнів дослідження, які проводилося раніше. Мета рубрики – пізнання у формі дискусії, задання питань та пошуку відповідей на них.

- Час великих науковців. Під цією рубрикою виходять публікації про великих науковців, які зробили неоціненний вклад в пізнання та розвиток незнаних речей, які нас оточують. Мета рубрики – популяризація інформації про великих науковців. Зокрема, рубрика носить мотивувальний аспект у саморозвитку та можливості до нових відкриттів.

- Час наукових доказів. Рубрика спрямована на пізнання вже доведених наукових фактів, які можуть бути корисними як для повсякденного життя так і пізнання нових явищ та речей. Мета рубрики – популяризація

наукових доказів серед населення та звернення уваги на проблеми навколишнього середовища.

- Час цікавих фактів (Додаток Г). У даній рубриці добірка цікавих фактів різної тематики, які ґрунтуються на наукових даних. Метою даної рубрики є зацікавити читачів до науки через небезінтересні факти.

Дана рубрика «Час відкриттів» є першою серед інших, відповідно до специфіки створення науково-популярного онлайн журналу «Час науки». Рубрика містить наступні публікації:

- «В Австралії виявлено кораловий риф заввишки з хмарочос». Публікація містить інформацію про наукове відкриття, зроблене дослідниками поблизу Великого Бар'єрного рифу Австралії. Інформація супроводжується наявністю статистичних даних та посиланням на джерело інформації про подібні відкриття, що викликає значний інтерес серед читачів. Публікація спрямована на популяризацію нових відкриттів у навколишньому середовищі.

- «Вчені відкрили новий матеріал для будівництва житла на Марсі». Наступною публікацією у даній рубриці є дані, щодо нового відкриття про будівництво на Марсі. Дана публікація зацікавлює читачів уявленням щодо неможливості існування та життєдіяльності на Марсі, однак, у статті міститься інформація про наукові відкриття, які торкаються незнаних нам місць. Публікація спрямована на популяризацію знань, щодо матеріалів для будівництва для планети, яка не пристосована до життя людей.

- «Найшвидший у світі суперкомп'ютер подолав ексафлопільний бар'єр». Остання публікація у зазначеній рубриці стосується наукового відкриття у сфері техніки, яка спрямована на популяризацію знань для подальшого спектру дослідницьких напрямків. Перший абзац містить таку інформацію: «Цей етап дозволить проводити складні обчислення, які принесуть користь широкому спектру дослідницьких напрямків». Даний елемент у публікації зацікавлює як читачів без спеціальних знань, так і дослідників, які займаються пошуком наявних відкриттів.

Рубрика «Час експериментів» є другою серед публікацій після рубрики «Час відкриттів», яка спрямована на популяризацію інформації щодо цікавих експериментів. Дана рубрика містить наступні публікації:

- «Експеримент Мілгрема». У публікації міститься інформація про сам експеримент, хід проведення, мету проведення та результати. Публікація зацікавлює читачів тим, що даний експеримент стосується насамперед можливостей та функціонування людського організму.

- «Очі Дальтона». Наступна публікація також має за мету популяризацію знань про людський організм, його особливості. Інформація викладена відповідно до проведення експерименту, де висвітлено проведення та результати. Зокрема, публікація привертає увагу читачів, оскільки експеримент має назву відомого захворювання.

- «Концерт на рейках». Остання публікація рубрики висвітлює експеримент у галузі звукових та світлових коливань. У публікації наявна інформація про експеримент у доволі знайомому всім місці, який зазвичай використовують в інших цілях.

Рубрика «Час наукової дискусії» має за мету не тільки пізнання нових явищ, але й інтелектуальний розвиток, оскільки прочитане змушує задуматись над наявними фактами та прочитаним матеріалом. Рубрика містить наступні публікації:

- «Індонезійські Хоббіти». Публікація спрямована на поширення інформації про дослідження, яке стосується гіпотези, згідно з якою все стародавнє населення острова стало жертвою ендемічного кретинізму – спадкового захворювання, яке передавалося з покоління в покоління. У публікації висвітлено етапи дослідження та припущення, які були зроблені. Наявна інформація змушує читачів дізнатись більше про дане явище та дослідження.

- «Дискусія про Великий Вибух». Назва публікації була обрана відповідно до поширення Теорії про Великий Вибух. Зокрема, значна кількість читачів цікавиться темою космосу, тому було вирішено висвітлити інформацію про дискусію у даній сфері.

- «Дискусія про Чорні діри». Публікація містить інформацію про явище, яке вивчалось на уроках астрономії, що привертає увагу читачів. У публікації наявна інформація щодо розвинених гіпотез даного явища, а також досліджень відомого вченого, що змушує читачів розвинути власну теорію щодо висвітленої інформації.

Рубрика «Час великих науковців» присвячена популяризації знань про видатних науковців, які зробили значний вклад в розвиток. Рубрика містить наступні публікації:

- «Олег Ангельський» – нарис про українського вченого, доктора фізико-математичних наук, академіка АН ВШ України. У нарисі розповідається про раннє життя, навчання у школі, сім'ю та наукову діяльність вченого. Метою публікації є популяризація знань про українського науковця сучасності.

- «Лоуренс Краусс» – публікація про фізика-теоретика, професора Школи дослідження Землі та космосу, директора Ініціативи "Витоки" в Університеті штату Арізона. В публікації розповідається про досягнення вченого та його вклад в науку.

- «Стівен Пінкер» (Додаток А) – в даній публікації міститься інформація про професора сім'ї Джонстоун на факультеті психології Гарвардського університету. Метою публікації є популяризація знань про науковця, його практичний досвід та вклад.

- «Річард Докінз». Публікація присвячена письменнику, відомому як популяризатор дарвінівських ідей, а також своїми оригінальними думками про еволюційну теорію.

Рубрика «Час наукових доказів» присвячена популяризації наукових доказів для читачів, незалежно від віку та рівня освіти. В рубриці містяться такі публікації:

- «Пилосос для космічного мотлоху». Роздумуючи над даною публікацією, метою створення статті було саме звернення читачів на проблему забруднення навколишнього середовища та поширення інформації про наукові досягнення щодо подолання даної проблематики. Публікація містить ілюстративний матеріал, який буде зрозумілим всім читачам журналу.

- «Чим може бути корисна павутина». Публікація привертає увагу читачів, насамперед, через те, що більшість намагається знищити павутину, якщо бачать її перед собою. Метою даної статті є популяризація доказової бази щодо користі павутини.

- «Боротьба з комарами». В даній публікації міститься інформація щодо актуальної проблеми більшості населення. У публікації відкриваються факти та поради щодо боротьби з комарами з наукової точки зору.

Рубрика «Час цікавих фактів» є заключною рубрикою, яка містить у собі добірку цікавих фактів з нашого довкілля. Рубрика містить наступні публікації:

- «Чому варто готувати їжу самостійно?». Даний факт розповідає про висновок, якого дійшли дослідники із Австралії, завдяки чому вміння готувати власноруч може зміцнити психічне здоров'я.

- «Спосіб зробити дітей розумнішими». Другий факт висвітлює результат експерименту італійських вчених. В ньому йдеться про те, що якщо читати дітям вголос, то їхні інтелектуальні здібності можуть підвищитися.

- «Які машини грабують найчастіше?». Останній факт з даної рубрики містить цікаву особливість психології злочинців, яку виявили дослідники з Британії. Виявляється, що злодії частіше полюють на автомобілі залишені під світлом вуличних ліхтарів, а не на ті, що стоять у темряві.

Щодо питання пошуку інформації для постів нами було виділено декілька варіантів, з яких ми брали ідеї, в саме:

- Конкуренти. Науково-популярні журнали за схожою тематикою. Переглядаючи їх, вивчаючи структуру, стиль написання, та ідеї, які повторюються, можна виділити для себе, про що та як писати. Однак, важливим принципом при створенні науково-популярного онлайн-журналу «Час науки» було індивідуальність, власний стиль та бачення проекту.

- Опитування. Завдяки функції опитування у соціальній мережі можна дізнатися, на яку тему читач бажає бачити наступну публікацію. Це дає можливість комунікувати з читачами, встановлювати з ними зв'язок, дізнаватися, що на даному етапі цікавить читачів та що користується підвищеним інтересом.

Перша інформація, що була розміщена у науково-популярному онлайн журналі «Час науки», стала публікація про журнал та цілі створення. У першому абзаці викладено назву та опис журналу, опис цілей та ідеї науково-популярного онлайн журналу. Для максимального поглиблення у вивченні тем наукових відкриттів, експериментів, доказів, прочитано багато робіт та інтернет ресурсів, було здійснено пошук дійсно цікавих та інформативних матеріалів. Ціллю науково-популярного онлайн журналу «Час науки» виділено популяризація наукового матеріалу у доступній формі для широкого кола читачів.

Повертаючись до значення поняття «контент», зауважимо, що будь-яка інформація потребує структурування з метою полегшення сприймання, орієнтації аудиторії її споживачів щодо пошуку матеріалів, які становлять цінність для соціокультурної спільноти. Для цього в науково-популярному онлайн-журналі ми послуговувалися методом рубрикування, завдяки якому підготовлена інформація вкладається у відпрацьовану матрицю, модель видання.

Серед різноманітних типів мас-медійної продукції онлайн-журнали характерні тим, що в їх змісті поєднуються щонайбільше дві семіотичні системи: вербальна (писемна мова) і візуальна (невербальне, зображення, символи). У журналістиці значна частина наукових робіт присвячена вербальним засобам комунікації. Ми не заперечуємо важливості текстового контенту, але наша мета – привернути увагу науковців до нових форм подачі журналістського матеріалу, функціональності візуального контенту та розширення можливостей сучасних медіа за допомогою наукових знань, техніки та технології. Сучасні реалії змінили загальноприйняту думку про незаперечну важливість і домінування усного змісту.

Отже, на етапі планування були розроблені рубрики, які відповідають назві науково-популярного журналу «Час науки»: Час відкриттів. Час експериментів. Час наукової дискусії. Час великих науковців. Час наукових доказів. Час цікавих фактів. Також виділено декілька пошуку інформації: опитування та конкуренти.

2.3. Особливості оформлення онлайн-журналу

Для створення онлайн-журналу був обраний сервіс Wix, який є безкоштовним онлайн-конструктором для створення сайтів [26]. Наш онлайн-журнал «Час науки» отримав домен <https://vitalysochivets.wixsite.com/my-site>. Важливою частиною створення науково-популярного онлайн-журналу є спосіб оформлення контенту та його візуальна привабливість. Обговорення пріоритетизації мови та бачення лише спонукає до вивчення взаємозалежності змісту в цих двох вимірах. Дизайн робить видання привабливим і від нього залежить перше враження. Але слід захопити увагу читача, зацікавити його змістовними акцентами, тому що актуальний і якісний матеріал може бути не прочитаний, якщо оформлення одноманітне чи не заплановане, чи не враховані потреби і звички конкретного читача.

Під час попереднього перегляду читач налаштовується на сприйняття контенту, структури зовнішньої форми, підкреслення та збереження інтересу. Вміст відображуваного може бути більшим, ніж повна сторінка тексту. В інтернет-журналістиці цей принцип ще більш важливий, оскільки, окрім статичних зображень, також можна використовувати анімацію, 3D, аудіо, відео та гіперпосилання. Численні дослідження показали, що читачі затримуються на заголовках статей лише на 1-2 хвилини під час перегляду цифрового вмісту, тому для їх читання потрібен чіткий візуальний фокус, щоб привернути увагу [23].

Кольорова гамма сайту науково-популярного онлайн-журналу «Час науки» підібрана відповідно до специфіки самого журналу та викладеного матеріалу. На головній сторінці переважає зелений та білий колір, що не відволікає від основного тексту журналу (Додаток Б). Для рубрик підібрано біло-рожевий фон, коричневий, сірий кольори, що не викликають яскравих емоцій та дозволяють сконцентрувати увагу на публікаціях. Дослідження вказують, що теплі кольори (наприклад, жовтий або червоний) розглядаються як напружені, насичені, негативні. Зелений та інші холодні кольори, навпаки, вважають спокійними, позитивними та сприятливими [31]. Даний фактор вплинув на добір кольорів кожного елемента публікації, а також їх пасування до розміщених публікацій.

Вибір шрифту залежить від повідомлення, яке потрібно донести матеріалами видання, і він є методом візуальної експресії. Для наукових текстів підходять строгі та загальні шрифти. Для науково-популярного журналу обрано шрифт, зважаючи на його вигляд поруч з ілюстраціями та загальне оформлення журналу. На усіх сторінках використано один шрифт, проте для різних елементів (заголовки, основний текст, ліди) він має свій кегль, накреслення, трекінг та інтерліньяж.

Добір ілюстрації також є важливим етапом підготовки періодичного науково-популярного журналу, оскільки візуальний контент – запорука успіху журналу. Зважаючи на ринок вітчизняної науково-популярної періодики, можна зробити висновок про необхідність додавання зображального матеріалу до кожного тексту. Ілюстрації у науково-популярному онлайн-журналі «Час науки» складають майже 50% видання. Всі ілюстрації взято з онлайн-магазину веб-ресурсів Envato Elements [27]. Кожну текстову публікацію супроводжує відповідне зображення, що дає змогу краще зрозуміти матеріал. Розмір розміщених зображень уніфіковано, а також підібрано таким чином, щоб поряд з текстовим матеріалом вони виглядали органічно.

Для зручності на панелі сайту розміщено пошукову систему, що дозволить читачам шукати інформацію за ключовими словами, що є достатньо зручним для користувачів сайту. Також сайт розроблено з урахуванням сучасних вимог, а саме, на головній панелі публікації структуровані відповідно до рубрик, і читач може обрати саме ту рубрику, яка йому цікава більше серед інших. Для зручності користування та отримання повідомлень про нові публікації, на сайті є можливість реєстрації особистого кабінету, щоб бути в курсі новин та публікацій журналу. Це є вагомою перевагою над традиційними видами періодичних видань.

У друкованому виданні принципи сприйняття та пошуку контенту значно відрізняються від цифрового формату, оскільки читач може декілька разів повертатися на ті чи інші сторінки, що враховують під час конструювання сторінки кожного матеріалу. Вербальний контент розрахований на зорове сприйняття, існує об'єктивно у вигляді графіки та зображень, які унаочнюють специфічну систему символів, що складають текст, і національну символіку.

Окрема знакові системи є також засобом верстки та графічного оформлення видань, які візуально сприймаються через фактор матеріального кріплення усної інформаційної продукції.

Читачі спочатку бачать заголовок як графічне зображення, а потім читають його зміст. Ось чому важливі елементи можна не помітити, якщо вони мають стриманий заголовок. Заголовки переривають основний текст, дозволяючи читачам зробити паузу, поміркувати над прочитаним і підготуватися до подальшого розуміння. Крім того, розподіл тексту за заголовками полегшує вибір розділів для читання та читання лише про теми, які найбільше цікавлять. Назви публікацій є важливим засобом передачі інформації. Вони призначені для розуміння змісту статті та демонстрації найважливіших елементів видання, структури, організації, спрямованості читання видання; систематизації текстового та графічного матеріалу, позначення зв'язків між розділами видання; попередження про початок нового матеріалу, вимагає паузи для розуміння прочитаного; виконує довідкову функцію, полегшуючи та спрощуючи пошук твору чи частини публікації; розвиває міцне розуміння твору, оскільки його структура чітко проглядається; привертає увагу читача до конкретного матеріалу.

За основною функцією заголовка – надання попередньої інформації про матеріал – заголовний комплекс передбачає наявність або відсутність певних компонентів і власну функцію, підкреслюючи логічний порядок тексту, розкриваючи зміст з різних ракурсів. Крім того, заголовок утворює необхідний візуальний центр, поєднуючи складні елементи з різними технічними та графічними засобами. Тобто змістова функція заголовного компонента дозволяє читачеві знайти потрібний матеріал, а графічна – привернути увагу. Для швидкості читання, спрощення й точності заголовки у науково-популярному онлайн журналі «Час науки» зроблено коротшими на написані великим курсивом: простота викладу змісту сприяє розумінню, стислість – запорука виразності.

Для журналу велике значення мають загальний дизайн, колористика видання, елементи стилю; шрифти, зручні для читання; наявність додаткових елементів (фото, інфографіка). Обсяг журналу і гарна якість зображень дає

можливість розміщувати якісні ілюстрації та довгі тексти, які необхідно розбивати підзаголовками на структурні одиниці.

Абзац це цілісна ідея. Короткі абзаци легше читати, а ідеї, висловлені кількома реченнями, здаються зрозумілішими. Найкращі абзаци від 5 до 12 рядків. Складні речення, насичені сполучниками та сполучними словами, надають канцелярського відтінку, ускладнюють розуміння та засвоєння тексту. Крім професійних видань, ця мова ще й відверне читачів від видання. Кожне видання орієнтується на свого читача, що відображається у лексиці видання – не можна використовувати слова, не знайомі аудиторії, розмовні фрази та слова, штампи та кліше, а також такі, які не несуть смислове навантаження.

За допомогою проведеного нами дослідження, було враховано наступні особливості при створенні науково-популярного журналу:

- змістовий яскравий короткий заголовок;
- наявність ліду, вирізів, внутрішніх підзаголовків;
- лаконічність абзацу;
- стилістично-комунікативні правила (слова, які виражають дію, цікавий стиль викладу, унаочнення інформації);
- система виділень та акцентів;
- стала рубрикація;
- виразні зображення, переважно крупний план;
- закріплення певних графічних характеристик за кожним складником відповідно до індивідуального стилю видання.

Електронні журнали використовують текст, заголовки, гіперпосилання, зображення (малюнки, фотографії, малюнки, комп'ютерна графіка), мультимедіа (аудіо- та відеофайли), елементи інтерфейсу. Серед інших видів мас-медіа контент електронних ЗМІ найшвидше досягає споживачів, тому його актуальність і своєчасність, поряд з достовірністю та оригінальністю, є одними з найважливіших критеріїв. Доступність вмісту з веб-сайтів і мобільних додатків сприяє масовій доставці вмісту з шаленою швидкістю за лічені хвилини. При цьому більшість користувачів читають не текст, а лише назву та картинку. Поточна актуальність

контенту та джерело наданої інформації, а також відповідність контенту заявленим цілям мають особливе значення для користувача.

Художнє та технічне редагування починається з розробки проєктів художнього дизайну та розвивається до макетів публікацій, ескізів, оригінального тексту та зображень, а також оригінальних макетів. Засобами художнього оформлення є малюнки та декоративні елементи, засобами технічного оформлення є елементи шрифту, візуального оформлення структурної організації видань. Концепції дизайну розроблені на основі редакційних концепцій видання, але це не обмежує творчість художника, який створив оригінальний матеріал. Редакційні концепції відображають загальний робочий напрямок видання, причому художні та технічні редактори шукають конкретний вибір для дизайну та публікації.

Процес розробки видання складається з таких послідовних кроків:

1. Підготовчий етап до генерації, розробки та формування концепцій дизайну: народження та формування концепцій; трансформація ідеї в дизайн-проєкти; трансформація проєктів у дизайн-шаблони. Значення та позиція кожного слова та зображення у виданні визначається дизайном та фіксацією певних графічних ознак, їх взаємодією, ієрархією та відображенням у межах таксономії.

2. Етап виконання та редагування оригінального проєкту: формування змісту та графічного характеру дизайну екстер'єру та інтер'єру: дослідження та вибір ескізних робіт або ілюстрацій та фотографій, гармонійне поєднання зображень, текстів, їх класифікація та обробка, створення макетів. Уся серія графіки та малюнків має об'єднувати різні частини тексту в нерозривну цілісність, а видання має сприйматися як єдине ціле та унікальне.

У науково-популярних виданнях структура і оформлення повинні створювати умови, що забезпечують точне поширення наукової інформації без ускладнень сприйняття, вносячи при цьому елемент цікавості:

- чітке оформлення системи рубрикації;
- зручність читання тексту;
- наочність зображальних матеріалів;

- зорово зручне розташування тексту, ілюстрацій і докладних текстівок;
- введення зображальних рубрик;
- включення пояснень, коментарів, приміток на сторінках основного тексту, але застосування для них особливого шрифтового оформлення.

Аналізуючи ілюстрації в науково-популярних виданнях, редактори повинні враховувати, що малюнки потребуватимуть додаткової обробки для видалення деталей при перенесенні їх із наукового видання до науково-популярних видань. Кожен автор повинен заздалегідь уявити, які ілюстрації допоможуть краще пояснити публіці те чи інше наукове положення. Наведені в тексті дані також мають бути конкретними, а можливість їх використання відповідати принципам популяризації наукових знань. Авторам науково-популярних видань необхідно уникати абстрактного числового матеріалу і використовувати вже відомі читачеві факти для ілюстрації викладених у журналі даних.

Таким чином важливою частиною створення науково-популярного онлайн-журналу є спосіб оформлення контенту та його візуальна привабливість. Дизайн робить видання привабливим і від нього залежить перше враження.

Висновки до розділу 2

1. Отже, підготовка науково-популярного онлайн журналу включає не тільки написання та редагування текстового складника, а й технічні аспекти. Завдяки використанню кольорів, журнал створює сприятливу та спокійну атмосферу; шрифти також роблять внесок у загальний візуальний стиль.

2. Розробка видання має своїм першим етапом створення концепції. Наявність чіткої та продуманої концепції допомагає ефективно працювати над виданням, орієнтуватися на завдання, цілі, цільову аудиторію. Концепція складається з: цілей і завдань (а також методів і засобів для їх вирішення), опису виду видання, його періодичності та обсягу, цільової аудиторії, місії видавничого продукту та його функцій, актуальності і тематики. Концепція також має містити назву видання, принципи оформлення, інформацію про інтерактивність, жанровість і особливості стилю.

3. «Час науки» – це науково-популярний онлайн-журнал про те, що відбувається в науці, техніці та технологіях прямо зараз. Цілями онлайн-журналу є: популяризація наукового підходу до навколишньої дійсності; поширення наукових знань у сучасній та доступній формі; відображення людського обличчя наукового світу: «знайомство» як із видатними вченими минулого, і з людьми, граючими важливу роль у сучасній науці.

4. Визначено методи просування онлайн-журналу: RSS-стрічки, push-повідомлення, партнерські мережі. Обрано методи монетизації онлайн-журналу: Контекстна реклама Google AdSense, додання форми донатів (пожертвування).

5. Серед основних внутрішніх сильних сторін журналу варто виділити особливий інтерес тематики для читачів різного віку, освіти та соціальних категорій, що дозволяє якомога ширше застосовувати принципи універсального знання до наукових знань.

6. На етапі планування було визначено рубрики, які відповідають назві науково-популярного журналу «Час науки»: Час відкриттів. Час експериментів. Час наукової дискусії. Час великих науковців. Час наукових доказів. Час цікавих фактів.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження особливостей науково-популярних онлайн-журналів задля створення власного науково-популярного онлайн-журналу «Час науки» отримано наступні результати:

1. Перш за все, перед створенням та написанням майбутнього видання, потрібно вибрати тему і чітко проаналізувати ринок і потенційних конкурентів. Визначення теми відразу вкаже правильний напрямок, і весь потенціал дослідника буде використано для показників, необхідних для дослідницької роботи. Визначившись з тематикою та цільовою аудиторією, наступним етапом є опис основних технічних характеристик майбутнього журналу – визначається формат, кількість, тираж і період випуску. Зовнішній вигляд видання значною мірою залежить від формату: розміру, форми, організації тексту та зображень на сторінці. Формат є невід'ємною частиною дизайну. Для верстки на папері використовується макетний аркуш, розділений вертикальними і горизонтальними лініями. Вертикальні лінії відповідають кількості стовпців, а горизонтальні лінії визначають кількість рядків журналу. Дизайн журналу є збірним моментом у створенні концепцій, що додають усім раннім придуманим та розробленим частинам єдину формулу.

2. Під «науково-популярною» літературою варто розуміти сукупність творів, які містять як теоретичні, так і практичні відомості з тієї чи іншої галузі людських знань, які викладені у формі, що є доступною для читача-нефахівця з визначеної галузі знань. З орієнтації на тематичну ознаку виділено наступну класифікацію: про історію та досягнення сучасної науки; література виробничо-ужиткової тематики; література про мистецтво; література культурологічного характеру. В основу класифікації науково-популярних медіа можна покласти ознаку приналежності до масового або елітарного рівня популяризації. Даний підхід дав можливість виділити в межах типу такі різновиди: видання

інформаційного характеру; видання просвітницького та пропагандистського характеру.

Під електронним журналом варто розуміти будь-який журнал, що доступний у режимі онлайн, в тому числі й оригінальні (ті, що існують виключно в електронному пристрої), і паралельні (мають друкований аналог), та гібридні (доповнюють один одного). Виділено характерні риси науково-популярного електронного журналу: заміна термінології роз'ясненнями або описами чи коротке розшифрування значення термінів; використання визначеного ілюстративного матеріалу замість абстрактних формул; значна широта та ступінь конкретизації; простота синтаксичних конструкцій, прагнення уникати ускладнених речень; використання засобів розмовної мови; використання прийомів художнього мовлення з метою надання викладу матеріалу образності та емоційності; прагнення до оригінальності, нешаблонне вираження змісту; абстрактність, узагальненість, аналітичний тип тексту; публіцистичність; реферативність; своєрідне «розмежування матеріалу», подробиці викладу наукових даних; домінування індуктивного методу викладу над дедуктивним; навмисне підкреслення логіки викладу спеціальними мовними засобами; використання різноманітних прийомів, в тому числі мовних. Моніторинг науково-популярних електронних журналів дав підстави стверджувати, в Україні видається дуже незначна кількість науково-популярних електронних видань.

3. Вибір назви видавничого продукту є важливим аспектом роботи над задумом, оскільки вона має відображати загальну тему проєкту. Для науково-популярного онлайн-журналу було обрано назву «Час науки». Ця назва виражає провідну ідею видання: популяризація науки. Онлайн-журнал «Час науки» серед інших журналів займає місце унікального, сучасного видання, в якому розміщено інформацію про наукові відкриття, цікаві факти у сфері науки, що відповідає сучасним потребам читачів.

Важливою частиною створення науково-популярного онлайн-журналу є спосіб оформлення контенту та його візуальна привабливість. Обговорення

пріоритезації мови та бачення лише спонукає до вивчення взаємозалежності змісту в цих двох вимірах. Дизайн робить видання привабливим і від нього залежить перше враження. Але слід захопити увагу читача, зацікавити його змістовними акцентами, тому що актуальний і якісний матеріал може бути не прочитаний, якщо оформлення одноманітне чи не заплановане, чи не враховані потреби і звички конкретного читача.

4. «Час науки» – це науково-популярний ресурс про те, що відбувається в науці, техніці та технологіях прямо зараз. Цілями онлайн-журналу є: популяризація наукового підходу до навколишньої дійсності; поширення наукових знань у сучасній та доступній формі; відображення людського обличчя наукового світу: «знайомство» як із видатними вченими минулого, і з людьми, граючими важливу роль у сучасній науці.

На етапі планування було визначено рубрики, які відповідають назві науково-популярного журналу «Час науки»: Час відкриттів; Час експериментів; Час наукової дискусії; Час великих науковців; Час наукових доказів; Час цікавих фактів.

Серед основних внутрішніх сильних сторін журналу варто виділити особливий інтерес тематики для читачів різного віку, освіти та соціальних категорій, що дозволяє якомога ширше застосовувати принципи універсального знання до наукових знань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бутенко Н.Ю. Соціальна психологія в рекламі. Київ : КНЕУ, 2006. 384с.
2. Варич М. Науково-популярна журналістика як метод комунікації у соціокультурному просторі. Образ. Суми : СДУ, 2014. С. 5-12.
3. Валуєнко Б. В. Зовнішнє оформлення друкованих видань: Способи композиційного зв'язку шрифту і зображення. *Друкарство*. 1999. № 3. С. 12–13.
4. Задорожна О. С. Загальна характеристика науково-популярних журналів в Україні: класифікація видань. Київ : КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2014. С. 186-189.
5. Капелюшний А.О. Стилїстика і редагування. Львів : Вид-во "ПАІС", 2002. 576 с.
6. Картер М. Сучасний дизайн газет. *Національний інститут преси*. 1998. 18 с.
7. Карпенко В. О. Основи редакторської майстерності. Теорія, методика, практика. *Університет «Україна»*. 2007. 431 с.
8. Коропатницька Т. П. Функціонування порівняння в науково-популярному тексті. *Філологія*. Міжнар. гуманіт. ун-т. Одеса : МГУ, 2016. С. 46-50.
9. Муравицкая С. В. Научная журналистика: вопросы терминологии и тенденции современного развития: журнал. *Человек и общество*. 2016. № 1. С. 56-57.
10. Мельникова-Курганова О. Компетентнісний підхід у підготовці фахівців з журналістики. *Інформація, комунікація, суспільство*. Львів : Львівська Політехніка, 2018. С. 224-225.
11. Панкратова Т.В. Photoshop 7: учебный курс. СПб. 2004. 144 с.

12. Романчук О. Роль науково-популярної літератури у пропаганді знань. Вісник Львів. Львів : 2011. № 34. С. 188–194.
13. Технологія газетно-журнального виробництва : навчальний посібник / С. Ф. Гавенко, З. М. Сельменська, Л. Й. Кулік, І. М. Назар. Львів : Українська академія друкарства, 2009. 304 с.
14. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування : навчальний посібник. Наша культура і наука, 2004. 224 с.
15. Ткаченко В.П. Енциклопедія видавничої справи. Харків : Вид-во "Прапор", 2008. 320 с.
16. Шевченко В. Е. Архітекtonіка сучасного українського газетного видання (системна організація та закономірності розподілу елементів). Київ : нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2002. 19 с.
17. Шевченко В. Е. Композиція та архітекtonіка друкованого видання. Київ : РВЦ “Київський університет”, 2000. С. 70–75.
18. Шевченко В. Е. Система рубрикації газети – основа її архітекtonічної організації. Київ : Наукові записки Інституту журналістики, 2003. С. 45–51.
19. Stuart A. Introduction: Science journalism in a digital age. *Journalism*. 2011. № 12. P. 771-777.
20. Molek-Kozakowska K. Communicating environmental science beyond academia: Stylistic patterns of newsworthiness in popular science journalism. *Discourse & Communication*. 2017. № 11. P. 69-88.
21. Secko, D., Amend, E., & Friday, T. Four models of science journalism. *Journalism Practice*. 2013. № 17. P. 62-80.
22. Tuten, H., & Temesvari L. Popular science journalism: facilitating learning through peer review and communication of science news. *Journal of College Science Teaching*. 2013. № 42. P. 46-49.
23. Verdugo A. Media Consumption Patterns and Communicative Competence of University Students. *Global Media Journal*. 2014. № 7. P. 23-39.

Електронні ресурси

24. Видання Національного газетно-журнального видавництва «Культура». URL:
<http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/259323;jsessionid=95545B4BA3F920D771F1AC2CE8EB820E> (дата звернення: 17.12.2022).
25. Казанцева А. Функція наукової журналістики – підвищувати особисту безпеку. URL:
https://ms.detector.media/mediaprosvita/master_clas/asya_kazantseva_funktsiya_naukovo_i_zhurnalistiki_pidvischuvati_osobistu_bezpeku/ (дата звернення: 27.12.2022).
26. Конструктор сайтів для створення онлайн-журналу WIX. URL:
<https://www.wix.com/> (дата звернення: 21.12.2022).
27. Онлайн-магазин веб-ресурсів URL: <https://elements.envato.com/> (дата звернення: 21.12.2022).
28. Романчук О. Науково-популярна література в Україні: втрат більше, ніж здобутків. URL: http://www.universum.lviv.ua/archi/ve/journal/2007/nopolit_7.html.131 (дата звернення: 18.12.2022).
29. Bilohrats K. R. Target audience of the popular science information in media: peculiarities and classification. Science and education a new dimension: Humanities and Social Sciences. URL:
<http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/httpsdoi.-org10.31174send-hs2019-192vii32-15.pdf> (дата звернення: 20.12.2022).
30. Brumfiel G. Science journalism: Supplanting the old media? Nature. URL: <https://doi.org/10.1038/458274a> (дата звернення: 17.12.2022).
31. Ellwood M. How colours affect the way you think. URL:
<https://www.bbc.com/future/article/20220713-the-hidden-meaning-of-your-favourite-colour> (дата звернення: 21.12.2022).
32. Mehrabian A. On Good Science Journalism: Why It’s Important and How to Produce It ScienceBorealis.ca Blog. URL: <https://blog.scienceborealis.ca/on-good-sciencejournalism-why-its-important-and-how-to-produce> (дата звернення: 18.12.2022).

ДОДАТКИ

Додаток А

Фрагмент статі онлайн-журналу «Час науки»

 Віталій Сочивець · 27 дек 2022 г. · 1 мин читання

Стівен Пінкер



«Ми маємо бути готовими помилятися. Ми маємо толерувати різноманітність думок, тому що всі помиляються. Що більше незгоди, то більша ймовірність того, що принаймні один має рацію. Усе це є частиною системи свободи слова, відкритого діалогу»

Стівен Пінкер є професором сім'ї Джонстоун на факультеті психології Гарвардського університету. До 2003 року він викладав на кафедрі мозку і когнітивних наук у Массачусетському технологічному інституті. Він займається дослідженням мови і пізнання, пише для таких видань як New York Times, Time і Slate, і є автором таких книжок як «Мова як інстинкт», «Як працює розум», «Слова та правила складові частини мови», «Порожній аркуш», «Матерія думки», «Добрі янголи людської природи»

Пінкер є членом численних редакційних і консультативних рад зокрема групи з використання словника The American Heritage Dictionary і наукової консультативної ради Десятиліття поведінки. Він отримав безліч нагород за свої книжки (включно з триразовою премією імені Вільяма Джеймса, премією за наукову книжку газети Los Angeles Times і премією імені Елеонори Маккобі), за свої дослідження (включно з премією за дослідження Троланда, що її присуджує Національна академія наук і премією за ранню кар'єру, що її присуджує Американська психологічна асоціація), а також за викладання в аспірантурі та на старших курсах. Він також є лауреатом премії в галузі гуманітарних наук і трьох почесних докторських ступенів.

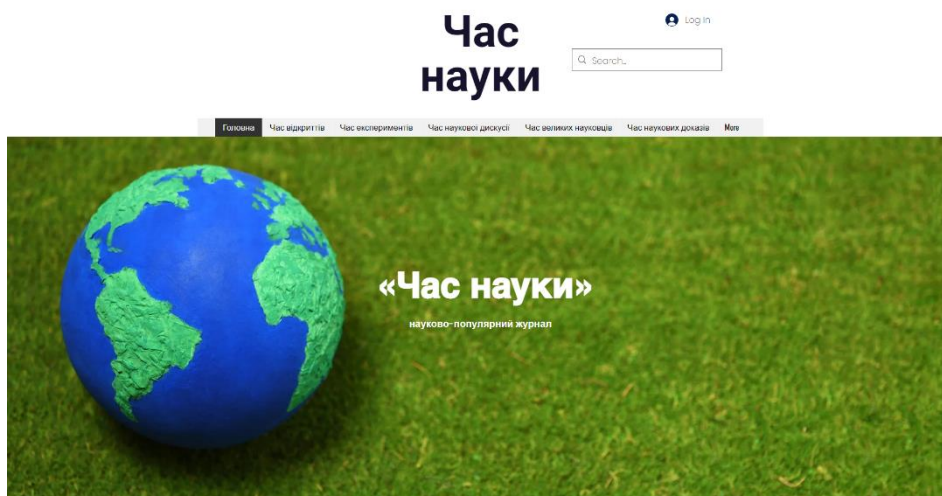
Час великих науковців

3 просмотра 0 комментариев

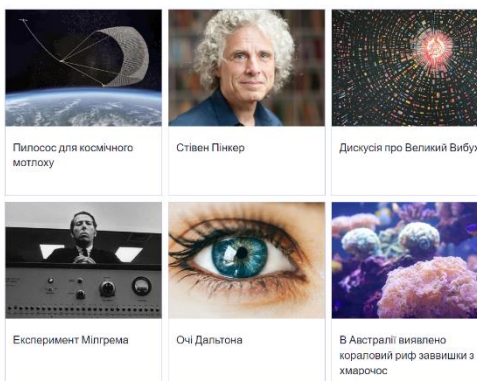


Додаток Б

Головна сторінка онлайн-журналу «Час науки»



ОСТАННІ ОПУБЛІКОВАНІ МАТЕРІАЛИ



Час науки

Знання – найкращий капітал

«Час науки» – це науково-популярний ресурс про те, що відбувається в науці, техніці та технологіях прямо зараз. Цілями онлайн-журналу є:

- популяризація наукового підходу до навколишньої дійсності;
- поширення наукових знань у сучасній та доступній формі;
- відображення людського обличчя наукового світу; «знайомство» як із видатними вченими минулого, і з людьми, граючими важливу роль у сучасній науці.



Час науки

info@nyota.com

© Час науки, 2022. Сайт створено на Wix.com

Додаток В

Рубрика Час відкриттів онлайн-журналу «Час науки»

Час науки

 Log In

Головна

Час відкриттів


Час експериментів

Час наукової дискусії

Час великих науковців


Час наукових доказів

More


 Віталій Сочивец

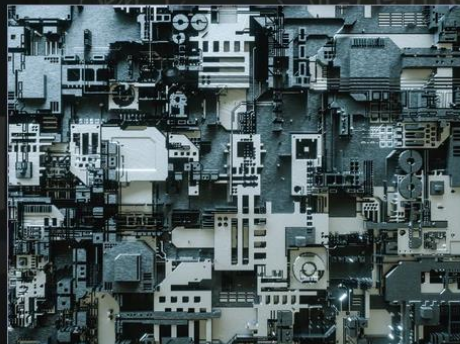

В Австралії виявлено кораловий риф заввишки з хмарочос

Дослідники поблизу Великого Бар'єрного рифу Австралії виявили гігантське, окремо розташоване коралове утворення. Його висота перевищує...


 Віталій Сочивец

Вчені відкрили новий матеріал для будівництва житла на Марсі. Його основний...

Навіть якщо ми змогли підкорити Марс, ми не змогли б транспортувати туди все необхідне для тривалого життя людства. Але вчені з...


 Віталій Сочивец

Найшвидший у світі суперкомп'ютер подолав ексафлопільний бар'єр

Цей етап дозволить проводити складні обчислення, які принесуть користь широкому спектру дослідницьких напрямків. Найшвидший у світі...

Додаток Г

Рубрика Час цікавих фактів онлайн-журналу «Час науки»

Час
науки

Log In

Search

Головна

Час відкриттів

Час експериментів

Час наукової дискусії

Час великих науковців

Час наукових доказів

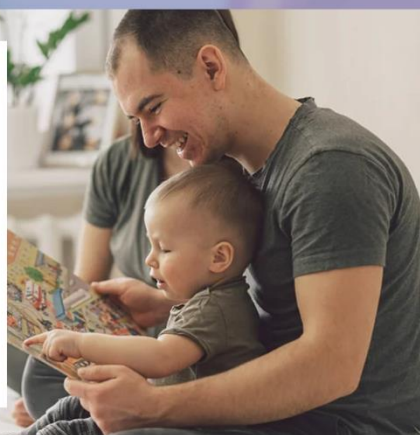
Час цікавих фактів

Чому варто готувати їжу
самостійно?

Уміння готувати зміцнює психічне здоров'я. Такого висновку дійшли дослідники з Австралії. Понад 600 осіб упродовж 7 тижнів навчалися кулінарії, а паралельно вчені стежили за змінами в психологічних тестах випробовуваних порівняно з контрольною групою. Учасники дослідження показали значне поліпшення ментального здоров'я. Наприклад, у них підвищилася самооцінка, причому зміни зберігалися протягом щонайменше півроку після закінчення курсу. Випробовувані особи також зазначили, що їм стало простіше освоювати корисні харчові звички. Загалом давно зафіксовано, що частіше готувати своїми руками дуже добре для формування більш усвідомленого ставлення до їжі, що важливо і для здоров'я. Тільки, зрозуміло, освоювати треба насамперед корисні рецепти.

Спосіб зробити дітей
розумнішими

Діти стають розумнішими, під час читання їм вголос. Таких висновків дійшли італійські вчені, які провели масштабний експеримент у 32 місцевих школах. Учні розділили на групи: одній половині вчителі читали художню літературу вголос по годині щодня, а решта дітей займалися, як зазвичай. Після 4 місяців виявилось, що одразу 2 незалежних тести на інтелект показують істотне підвищення рівня у школярів, яким читали. При цьому позитивні результати спостерігалися не тільки в першокласників, а й у тих, кому вже виповнилося 12.

Які машини грабують
найчастіше?

Несподівану особливість психології злочинців виявили дослідники з Британії. Виявляється, злодії частіше полюють на автомобілі залишені під світлом вуличних ліхтарів, а не на ті, що перебувають у темряві. Це випливає з аналізу таких злочинів за останні роки в різних країнах: статистика свідчить про те, що для зниження кількості крадіжок корисно вимикати вуличне освітлення після опівночі в деяких місцях, де так зробили заради економії. Енергії кількість подібних злочинів впала на 50%. Дослідники вважають, що в повній темряві злочинці бояться мати підозрілий вигляд, адже їм доведеться використовувати ліхтарик, до того ж без вуличного освітлення не видно. Чи є в салоні якісь цінності?

