

Использование новых форматов медиакommunikаций для популяризации науки на примере платформы TikTok

Научный руководитель – Позднякова Юлия Сергеевна

Толстова Анастасия Максимовна

Студент (бакалавр)

Новосибирский государственный университет, Факультет журналистики, Новосибирск, Россия

E-mail: a.tolstova1@q.nsu.ru

Актуальность исследования обусловлена адаптацией научных коммуникаций к современным технологиям взаимодействия с массовыми аудиториями. Использование цифровых инструментов позволяет расширять аудиторию и привлекать новых авторов для создания контента. Совершенствование цифровых форматов научных коммуникаций находит поддержку и на государственном уровне (Десятилетие науки и технологий, конкурсы Института развития интернета).

Исследование опирается на работы российских исследователей, таких как Дворянчикова Я. В. и Шепелевой Е. С. [1], Перевозовой О. [2], Поданевой Е. С. [3], Подосокорского Н.Н. [4], Руденко Ю. Ю. [5], Устюжаниной С. А. и Воронкиной А. [6]

Эмпирическая база состоит из 60 видеороликов с 6 каналов на платформе ТикТок по темам биологии, химии и физики. Применены методы содержательного и сравнительного анализа, а также контент-анализ.

Анализ показал появление новаторских форм подачи информации, которые сочетают текстовые и аудиовизуальные средства, позволяя объяснять сложные понятия наглядно и доступно. Цифровые медиа расширяют аудиторию научно-популярных материалов и вовлекают пользователей в генерацию контента через комментирование и создание ответных видео. К примеру, в ТикТоке есть функция «дуэта», где экран при записи делится пополам, что позволяет одновременно воспроизводить видео от автора и ответчика.

Авторы используют классические речевые средства и приёмы упрощения контента. К речевым средствам относятся эпитеты (на 3 из 6 каналов) и сравнения (на всех 6 каналах). Нами также обнаружены три способа упрощения научной информации: расшифровка термина, сопровождение примером и сравнение.

Популяризаторы науки на платформе ТикТок — это учёные, учителя и создатели фильмов на научные темы (в нашем случае – тема космоса и астрономии). Они применяют различные приёмы для привлечения внимания зрителей, включая комбинирование иллюстраций, видео и графики. Четыре из шести проанализированных каналов имеют в среднем от 1,5 до 2 миллионов просмотров, что свидетельствует о популярности научно-популярного контента.

Исследование показало, что цифровые медиа позволяют авторам представлять информацию в новой форме, сочетая вербальные, визуальные и аудиальные системы знаков. Это расширяет связь с авторами контента и даёт зрителям возможность участвовать в генерации содержания.

Источники и литература

- 1) Дворянчиков Я. В., Шепелева Е. С. Социальные сети как инструмент популяризации массовой культуры / Я. В. Дворянчиков, Е. С. Шепелева // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. Журнал «Форум молодёжной науки». – 2021. – выпуск 2. – №2.

- 2) Перезозова О. В. Социальные сети как альтернативный ресурс популяризации и повышения имиджа науки / О. В. Перезозова // Гуманитарные технологии в современном мире. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. – 2021. – С. 641–647.
- 3) Поданева Е. С. Научная популяризация в интернете: эксперименты с новыми форматами (опыт создания видео-проектов о науке) / Е. С. Поданева // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. Томский государственный университет. – 2017.
- 4) Подосокорский Н. Н. Мягкая сила ТикТока: соцсеть, которая покорила мир / Н. Н. Подосокорский // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. Журнал «Наука телевидения». – 2022. – 18(2).
- 5) Руденко Ю. Ю. Возможности развития и продвижения культуры в пространстве новых и социальных медиа / Ю. Ю. Руденко // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. Журнал «Общество: философия, история, культура». – 2020.
- 6) Устюжанина С. А., Воронкина А. Новые медиаформаты / С. А. Устюжанина, А. Воронкина // Новые медиа для современной молодёжи. Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 90–92.