**Ильченко Даниил Сергеевич,** научный сотрудник Проблемной НИЛ комплексного изучения актуальных проблем журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: ilchenkod@yandex.ru

## СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ МОДЕЛЬ УСПЕШНОГО НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ЖУРНАЛА (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ПОПУЛЯРНАЯ МЕХАНИКА»)

*В статье представлены результаты исследования содержательной модели журнала «Популярная механика», одного из самых востребованных российских научно-популярных печатных СМИ. На основе анализа структуры номера и контент-анализа содержания журнала делается вывод о соответствии содержательной модели издания его миссии и интересам целевой аудитории, что выражается в соответствующей тематической направленности издания, специфике авторского состава, источников информации и их географической локации, а также в жанровом разнообразии материалов. Также рассмотрены некоторые особенности оформления «Популярной механики».*

***Ключевые слова:*** *«Популярная механика», научно-популярный журнал, научно-популярная журналистика, содержательная модель научно-популярного СМИ.*

**Daniil S. Ilchenko**, Researcher at the Problem Research Laboratory for Complex Studies of Current Issues of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: ilchenkod@yandex.ru

## THE CONTENT MODEL OF A SUCCESSFUL POPULAR SCIENCE MAGAZINE (A CASE STUDY OF THE POPULYARNAYA MEKHANIKA MAGAZINE)

*The paper presents the results of a research into the content model of the Populyarnaya Mekhanika magazine, one of the most sought after popular science print publications in Russia. Drawing on the analysis of the issue structure and the content analysis of the magazine the author concludes that the content model of the publication corresponds to its mission and the interests of the target audience, which is expressed in the thematic scope of the publication, the specifics of its team of authors, information sources and their geographical location and also in the genre diversity of the materials. In addition, the paper considers some elements of the magazine's design.*

***Key words:*** *«Popular Mechanic», popular science magazine, popular science journalism, content model of a popular science publication*

**Актуальность исследования**

Потенциал развития современного общества во многом определяется масштабами информации и знаний, которыми оно располагает. Задачи популяризации науки, поддержания престижа научно-технических профессий выдвинулись в число основных национальных приоритетов мировых держав. В Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. «Инновационная Россия – 2020» в качестве меры по активации инновационных процессов в национальной экономике и социальной сфере указано «усиление пропаганды научных знаний, научно-технической и инновационной деятельности в средствах массовой информации»[1]. Действительно, СМИ являются наиболее эффективным средством охвата широкой аудитории. В условиях стремительно развивающихся технологий и новых областей научного знания массмедиа играют роль главного ретранслятора достижений науки и техники, важнейшего инструмента по вовлечению в науку молодежи и формированию позитивного имиджа субъектов научно-технической деятельности. Кроме того, СМИ являются той силой, которая способна противостоять лженауке, мракобесию, средневековым представлениям о мире (Вартанова, 2015; Гурова, 2016; Фролова, 2015).

Традиционно весомую роль в этом процессе играют научно-популярные журналы. Стоит отметить, что наряду с научно-популярными онлайновыми изданиями научно-популярные журналы являются одним из наиболее предпочтительных каналов для донесения научных знаний в популярной форме до молодежи – будущего кадрового ресурса нашей страны. Современные старшеклассники и студенты читают научно-популярные журналы в полтора раза активнее, чем все население в целом (Вартанов, 2015).

Изучением столь важного сегмента массмедиа в советское время занималась целая плеяда исследователей (Панков, 1973; Акопов, 1979; Хаскина, 1980; Лазаревич, 1981; Дзядевич, 1988). Ими были изложены теоретические основы популяризации науки в печатных СМИ, среди которых – целевые установки и основные принципы популяризации. Большое внимание уделялось вопросам типологии научно-популярной периодики СССР.

После длительного перерыва внимание отечественных медиаисследователей к данной тематике постепенно возрастает. Целью диссертационного исследования В.А. Парафоновой являлось вы-

явление типологических и профильных характеристик научно-популярных журналов как особой группы современных СМИ (Парафонова, 2017), однако автор работы оставляет без внимания позитивный опыт целого ряда востребованных у российской аудитории научно-популярных изданий, составляющих группу успешных журнальных бизнес-проектов (Яковенко, 2012; Суворова, 2013). Лидером этой группы является отечественный журнал «Вокруг света», истории и современному функционированию которого посвящена работа Е.В. Комаровой (Комарова, 2014). Основной же массив группы составляют лицензионные издания, опыт которых в должной мере не изучен и не представлен в научной литературе. Среди них научно-популярный журнал «Популярная механика» («ПМ») – русская версия американского ежемесячника «Popular Mechanics» (издается в США с 1902 г.).

В 2017 г. исполнилось 15 лет с момента выхода в РФ первого номера «Популярной механики» – журнал издается с ноября 2002 г. ИД Independent Media по лицензии американского ИД Hearst Communication, Inc. Заявленный тираж издания -191 300 экземпляров, журнал выходит ежемесячно и распространяется по территории РФ и стран СНГ: 35,6% тиража приходится на Москву, 16,4% – на Санкт-Петербург, остальные 48% – на регионы и другие страны[2].

На протяжении шести лет подряд (с 2008 по 2013 г.) «ПМ» являлся победителем в тематической группе «Научно-популярные издания» ежегодного конкурса «Лидер продаж на рынке печатных СМИ», организованного Ассоциацией распространителей печатной продукции[3].

С момента учреждения Министерством образования и науки РФ в 2014 г. премии в области популяризации научных достижений «За верность науке» «Популярная механика» третий год подряд (с 2015 по 2017 г.) входит в тройку финалистов в номинации «Лучшее периодическое печатное издание о науке». Напомним, что «в оргкомитет и экспертный совет Премии вошли крупные ученые, заслуженные журналисты, освещающие тему развития российской науки, представители Минобрнауки России, учредители крупнейших фондов, деятельность которых направлена на поддержку развития российской науки, представители научного сообщества»[4].

Охват общероссийской аудитории печатной версии журнала «Популярная механика» на сегодняшний день составляет 1177,4 тыс. человек, что больше, чем у таких известных журнальных брендов,

как Men's Health (1033,9 тыс. человек), GQ (515,5 тыс. человек) и Esquire (383,1 тыс. человек)[5]. Даже учитывая справедливый скепсис специалистов, полагающих, что данные об охвате аудитории печатных СМИ говорят не о реальном количестве читателей, а, скорее, об узнаваемости бренда массмедиа, цифра 1 177 400 весьма внушительна.

Перечисленные факты дают основание полагать, что командой журналистов и издателей «Популярной механики» производится востребованный и качественный научно-популярный медиапродукт. Различные аспекты этой практики, на наш взгляд, достойны внимательного изучения.

**Структура и методология исследования**

Целью данной работы является изучение содержательной модели журнала «Популярная механика» на современном этапе развития. Также проанализированы сущностно связанные с содержанием журнала функционально-целевые и аудиторные характеристики издания. Учитывая важную содержательную роль, которую играет визуальная составляющая в процессе популяризации достижений науки и техники в журнальном формате, на качественном уровне были рассмотрены некоторые особенности дизайнерской модели «Популярной механики».

Вслед за медиаисследователями И.М. Дзялошинским и М.И. Дзялошинской под содержательной моделью журнала мы будем понимать ключевой элемент общей концепции периодического издания, состоящий из следующих элементов:

- тематические направления;
- жанровая палитра;
- модальность материалов (знак информации);
- локальность материалов;
- источники информации;
- лексико-стилистические особенности (Дзялошинский, Дзялошинская, 2012).

В начале работы анализируются заявленные редакцией «Популярной механики» миссия издания и портрет целевой аудитории. Далее рассматривается первоначально разработанная содержательная модель журнала, которая отражается в структуре номера – в наборе рубрик, блоков, приложений и т. д. Затем методом контент-анализа изучается непосредственно содержание издания по

ряду параметров: тематика публикаций, их жанровое разнообразие[6], источники информации, авторский состав. Данные элементы, на наш взгляд, являются ключевыми составляющими содержательной модели периодического издания.

Контент-анализ позволил определить специфические особенности содержания исследуемого издания, а также эффективность реализации первоначально разработанной содержательной модели. Статья завершается рассмотрением некоторых особенностей оформления журнала, анализом характеристик реальной аудитории издания и выводами.

Эмпирической базой исследования послужили номера «Популярной механики» за 2014–2016 гг. и за первую половину 2017 г. (всего 42 номера). Данный временной интервал позволил изучить содержательную модель журнала на современном этапе развития, при этом проследив ее эволюцию, связанную, в первую очередь, со сменой главного редактора журнала в июне 2016 г. и последовавшим за этим частичным редизайном издания.

**Миссия издания и его целевая аудитория**

Содержание любого СМИ в идеале воплощает в себе миссию издания и отражает интересы его целевой аудитории (Маккей, 2012). Рассмотрим эти элементы концепции исследуемого журнала подробнее.

*«Популярная механика» – журнал о том, как устроен мир*, – слоган издания. Свое предназначение команда создателей русской «Популярной механики» видит так: *«Мы рассказываем о научных открытиях, сделанных в России и по всему миру, инновационных технологиях, последних разработках в области космоса, авиации, оружия, цифровых технологий и автомобилей. Словом, обо всех достижениях человеческой мысли, которые в скором будущем изменят нашу жизнь»*[7].

При этом доносить информацию до читателей предполагается в развлекательном ключе. Отвечая на вопрос «Имеет ли научно-популярная пресса отношение к дополнительному образованию?» в интервью образовательному онлайн-проекту «Теории и практики», главный редактор «ПМ» Сергей Апресов (возглавлял журнал с 2008 г. по май 2016 г.; ныне – главный редактор журнала «Вокруг Света») сказал: «Это скорее побочный эффект. Научно-популярная пресса прежде всего развлекает, а потом уже несет полезность»[8].

Аналогичной позиции придерживается нынешний главный редактор «ПМ» Александр Грек (возглавлял «ПМ» с 2002 по 2008 г.; с 2008 по 2016 г. работал главным редактором журнала «National Geographic. Россия»; в июне 2016 г. вновь вернулся на позицию главреда «ПМ»). Во время своего мастер-класса «Зачем и как ученым писать научно-популярные статьи» для студентов и сотрудников МФТИ А. Грек отметил: «Научно-популярные журналы занимаются не столько пропагандой науки, сколько мы развлекаем людей научными знаниями. Это называется эдьютейнмент»[9].

Портрет читателя «ПМ» редакция журнала описывает следующим образом:

*«Читатель "Популярной механики" – современный мужчина 25–45 лет, житель мегаполиса или крупного города, с высшим техническим или естественно-научным образованием.*

*Читатель "Популярной механики" стремится познавать мир, активно развиваться и проявлять себя в жизни, что делает его мнение авторитетным и значимым во многих сферах жизни, в кругу друзей, родных и коллег»*[10].

Издатели «ПМ» пытаются как можно точнее позиционировать журнал на медиарынке. Ориентация на определенный сегмент читательской аудитории выгодно отличает «Популярную механику» от многих отечественных научно-популярных печатных СМИ, целевая аудитория которых зачастую «размыта», точно не определена. Кроме того, данный тип целевой аудитории подразумевает включенность «ПМ» в конкурентную борьбу не только с игроками сегмента научно-популярной периодики, но и с мужскими журналами общего интереса, а также с предназначенными для мужчин специализированными журналами, в первую очередь – с представителями автомобильной прессы, занимающими лидирующие позиции на журнальном рынке России. Все это влияет на специфику содержательной модели «Популярной механики».

**Структура номера**

Журнал «Популярная механика» отличается хорошо развитой и детально проработанной структурой. Традиционно каждый номер открывает однополосная рубрика-колонка *«Письмо редактора»*. Отталкиваясь от тематики ключевых материалов номера, главный редактор рассуждает о влиянии новых технологий и научных открытий на свою собственную жизнь и жизнь читателей «ПМ».

*«Письма читателей»* – следующая однополосная рубрика. Ее наполняют 3–4 наиболее значимых, с точки зрения редакторов «ПМ», сообщений, в которых присутствует конструктивная критика ранее опубликованных материалов: выявляются ошибки и неточности, углубляется и дополняется их содержание. Автор лучшего письма, которое выделятся жирным шрифтом и помещается в отдельный блок, получает приз (наручные часы, смартфон, рюкзак, кроссовки и т. п.).

Расположенные далее однополосные рубрики – *«Экспонат»* и *«События»* – появлялись в журнале спорадически и исчезли после ноябрьского номера за 2015 г. Через год, в ноябре 2016 г., на их месте возникла постоянная рубрика *«Календарь»*.

Рубрика *«Экспонат»* (с подзаголовком *«Популярная механика» выбирает самые интересные экспонаты и подсказывает, где их можно увидеть»*) содержит большую фотографию ценного с научно-технической точки зрения объекта. Снимок сопровождается краткой исторической справкой и различного рода занимательными количественными и качественными характеристиками. В публикации указывается, где и когда можно наблюдать экспонат воочию. Например, экспонатом январского номера «ПМ» в 2014 г. стал ископаемый мамонтенок-самка по имени Люба, найденный в мае 2007 г. на полуострове Ямал и демонстрировавшийся в Государственном Дарвиновском музее на выставке «Мамонты идут» 19 января 2014 г.[11]

Рубрика *«События»* (подзаголовок *«Популярная механика» выбирает самые интересные мероприятия месяца и подсказывает, почему их стоит посетить»*) представляет собой обзор пяти мероприятий. Это могут быть выставки, лекции, специализированные слеты и шоу, тематика которых созвучна содержательной направленности издания и лежит среди областей науки, техники, оружия, истории, архитектуры, дизайна и их пересечения со сферой искусства. Дается краткий анонс каждого мероприятия, указываются время и место его проведения.

Появившаяся в конце 2016 г. постоянная рубрика *«Календарь»* (подзаголовок *«Популярная механика» рассказывает о самых интересных событиях месяца*) является наследницей рубрики *«События»,* однако оформление и подача информации стали иными. Большую часть полосы занимает прямоугольный календарь текущего месяца, на котором с помощью визуальных средств и текста отмечены важные, с точки зрения редакции, мероприятия, пере-

кликающиеся с тематикой журнала. Под календарем размещаются более подробные анонсы трех мероприятий. Так, в мартовском номере «ПМ» за 2017 г., речь шла об экспозиции «Первые моторы России», прошедшей с 8 по 12 марта 2017 г. в выставочном центре «Сокольники» и приуроченной к 110-летию Императора Николая II. Также оповещалось о запуске образовательного проекта московского научно-развлекательного центра «Экспериментариум» – «Ученые детям» и старте открытых показов ситкома «Теория большого взрыва», инициированного журналом «Популярная механика», телевизионным каналом Paramount Comedy и сетью кинотеатров «Люксор».

Еще одна однополосная рубрика, выполняющая функцию поддержания коммуникации с читателями журнала, – *«Вопросы и ответы»*. Ее содержание составляют ответы на присылаемые в редакцию «ПМ» неординарные вопросы, например: Как устроен водопровод в небоскребах? Может ли пассажирский самолет выполнить фигуру высшего пилотажа? Есть ли у растений нервная система? Как правило, несколько ответов снабжены поясняющими иллюстрациями. Рубрика содержит специальный блок *«Цифра»,* где приводится подборка любопытных количественных данных. Например, *«Цифра»* в майском номере «ПМ» за 2014 г. содержит следующую информацию: *«16 кг воздуха ежедневно вдыхает человек», «11 000 раз в секунду "обегает" протон 27-километровый круг БАК», «50–120 м/с составляет скорость воздуха в носоглотке при чихании», «70 сантиметров достигает в толщину слой подкожного жира гренландского кита»*.

Рубрика «*Технопарад*» с подзаголовком *«Экология. Авиация. Транспорт. Вооружение. Энергетика. Автоматика. Космос. Медицина. Компьютеры»* – крупнейшая новостная рубрика в журнале. Ее объем варьируется от 5 до 8 полос и в среднем составляет около 7 полос. Каждый новостной материал рубрики занимает не менее одной полосы и детально иллюстрирован, нередко инфографическим способом, что помогает уяснить смысл изложенного в нем описания устройства и назначения новой технологии. Тексты более краткого формата помещены в подрубрику *«Коротко»* (подрубрика исчезла из журнала после № 8 за 2016 г.).

Назначение следующей рубрики *«Слайд-шоу»* редакция журнала объясняет таким образом: *«В ней мы рассказываем не просто о самых интересных, но о самых красивых и эффектных в визуальном плане технических новинках и событиях»*. Объем рубрики в основ-

ном составляет 4 полосы. Главным содержательным элементом каждого материала *«Слайд-шоу»* является красочный фотоснимок или дизайнерский концепт, обычно занимающий целую полосу, реже – две полосы, иллюстрирующий высокотехнологичный объект, явление природы или момент научного исследования. Каждую иллюстрацию сопровождают текст (заголовок с кратким описанием предмета изображения) и схематичная карта мира, на которой отмечена страна, локализующая в себе источник информации.

Далее располагается корпус рубрик (*«Наука», «Технологии», «Автомобили», «Тест-драйв», «Мастер-класс», «Оружие», «Адреналин», «Артефакт»),* в которых публикуются объемные авторские материалы, подготовленные сотрудниками «ПМ» или внештатными авторами (в остальных рубриках, за исключением рубрики *«Опыт»*, авторство публикаций не указывается). Приведем редакционное видение их тематики и целевого назначения.

- *«Наука»*. Это рубрика о последних достижениях науки в самых различных областях. Статьи написаны простым и ясным языком, позволяющим донести до читателя даже самую сложную информацию.
- *«Технологии»*. Наша жизнь не меняется сама по себе – это происходит благодаря появлению новых технологий. Они окружают нас везде – дома, на работе, в автомобиле, ресторане и кино. Просто мы не всегда их замечаем. Обратить на них внимание поможет наш журнал.
- *«Автомобили»*. Нас не интересует количество бардачков и подстаканников, размер багажников и материал, которым обтянуты сиденья. Мы стараемся понять суть автомобиля: почему он устроен так, а не иначе и чем отличается от себе подобных.
- *«Тест-драйв»*. Этого не делает никто, кроме нас! Редакторы «ПМ» предлагают читателям вместе с ними поучаствовать в испытаниях разного рода аппаратов – от паровоза и экраноплана до боевого робота и танка. Незабываемые впечатления гарантированы! (По факту *«Тест-драйв»* является кочующей подрубрикой, чаще всего появляющейся в рубрике *«Автомобили»*, реже – в рубриках *«Технологии»* и *«Оружие»*.)
- *«Мастер-класс»*. Нет ничего приятнее, чем создать что-то своими собственными руками! Рецепты самодельного оружия, игрушек, транспортных средств и разнообразной тех-

ники, проведенные нашими редакторами на собственном опыте, помогут читателю почувствовать себя настоящим изобретателем. (Данная рубрика исчезла из журнала после октябрьского номера за 2016 г.).

- *«Оружие»*. Трудно найти мужчину, которого не интересовало бы оружие. В нашем журнале он найдет все – от инструкции по изготовлению мощного средневекового лука до схемы электромагнитной бомбы.
- *«Адреналин»*. Читатель этой рубрики узнает не только о новых моделях катеров, велосипедов, мотоциклов, парапланов, горных и водных лыж, но еще и о том, как они устроены, какие современные материалы и технологии применяются для того, чтобы сделать спорт и отдых более захватывающим.
- *«Артефакт»*. В мире существуют тысячи людей, которые создают невероятные, потрясающие воображение вещи. «ПМ» знакомит читателей с создателем доспехов для кошек и мышек, автором гигантских скульптур из деталей детского конструктора и многими другими изобретениями[12].

К рубрике *«Автомобили»* тематически примыкают обзорная рубрика *«Автофишка»*, занимающая две полосы и содержащая четыре заметки (без указания авторства), каждая из которых сфокусирована на описании какой-либо инновации («фишки»), реализованной в новой модели автомобиля, а также «плавающая» рубрика *«Автоликбез»* (присутствовала только в № 9, №12 за 2014 г. и в № 2 за 2015 г.) объемом две полосы, на которых размещается близкий по жанру к аналитической статье материал об устройстве и принципе работы нового технического решения в автомобильной промышленности.

После рубрики *«Оружие»* традиционно размещаются рубрики *«То что надо!»* и *«Опыт»*.

*«То что надо!»* – занимает в большинстве выпусков журнала шесть полос и содержит тексты (без указания авторства) потребительского характера о товарах, которые могут быть полезны читателям журнала. Долгое время название рубрики печаталось с подзаголовком: *«Новинки техники – от простых вещей до невероятно сложных, для дома и активного отдыха»*, однако в № 9 за 2016 г. он приобрел более краткий вид: *«Новое и лучшее»*. Публикации охватывают широкий диапазон товаров: часы, автомобили, бытовая, компьютерная, фото- и видеотехника, одежда, парфюмерия и т. д.

Однако тематический фокус смещен на представление именно высокотехнологичной продукции. Здесь же, в специальном блоке, озаглавленном как *«Гид покупателя»*, размещена информация о том, где можно купить товары, упомянутые на страницах журнала.

Рубрика *«Опыт»* обычно занимает две полосы. Представляет рубрику один материал, в котором описывается эксперимент, наглядно демонстрирующий действие законов природы (в основном физики или химии), и который читатель «ПМ» может повторить самостоятельно. Все детали и этапы постановки эксперимента проиллюстрированы фотографиями, сделанными во время подготовки и демонстрации опыта в редакции «ПМ». Авторы большинства материалов рубрики – сотрудники журнала, однако публикуются здесь и внештатные авторы. Например об оригинальном способе «увидеть в домашних условиях субатомные частицы, образующиеся при радиоактивном распаде» рассказал магистрант Национального исследовательского ядерного университета МИФИ Игорь Егоров[13].

На протяжении многих лет финальной рубрикой журнала была однополосная *«История простых вещей»*. «Нам кажется, что они были всегда, – говорится в редакционном описании данной рубрики. – Торговые марки, связанные с этими предметами, во многих случаях стали настолько привычными, что превратились в нарицательные имена. Эти вещи столь прочно и естественно вписались в окружающий нас мир, что мы склонны забывать об истории их возникновения. «Популярная механика» решила восполнить этот пробел». За исследуемый период редакцией журнала были рассказаны истории изобретения таких простых вещей, как памперсы, караоке, пластиковые пакеты, сырный рубанок и других.

Однако начиная с № 8 за 2016 г. до февральского номера 2017 г. рубрика уступает место колонке научного журналиста Аси Казанцевой под общим тематическим заголовком *«Поведение homo sapiens»*. В пояснении к заголовку сказано: «Ася Казанцева – научный журналист, биолог по образованию, лауреат премии «Просветитель» за книгу «Как мозг заставляет нас делать глупости». Она ведет в «Популярной механике» колонку об экспериментальных исследованиях поведения человека.

С марта 2017 г. и по сегодняшний день журнал заканчивается рубрикой *«Что общего?»*, в которой рассказывается о неочевидной связи двух объектов, например раков и спутникового телевидения (№ 5 за 2017 г.) или пауков и астероидов (№ 6 за 2017 г.).

После возвращения Александра Грека на пост главного редактора «Популярной механики» в июне 2016 г. в журнале появляются новые рубрики. Это *«Большая разборка»*, которая позиционируется как «Самый лучший способ понять, как работает какое-то устройство, – разобрать его до последнего винтика», чем и занимается редакция в рубрике *«Большая разборка»*, а по сути является аналогом существовавшей ранее эпизодической рубрики *«В разрезе»*. И *«Стиль жизни»* – «В этой рубрике секретами своего успеха делятся люди, шагающие в авангарде технического прогресса. Ученые и спортсмены, изобретатели и космонавты, дизайнеры и инженеры мирового класса рассказывают о том, как они каждый день меняют нашу жизнь к лучшему»[14].

Начиная с апрельского номера 2017 г. в журнале появляется рубрика *«Образование»*, содержание которой составляют авторские материалы, посвященные современным образовательным траекториям и практикам. Публикации ориентированы, в первую очередь, на читателей журнала, имеющих детей.

Подводя итоги обзора структуры номера журнала «Популярная механика», можно сделать следующие выводы.

Рубрикация журнала «Популярная механика» строится по тематическому принципу. За исключением незначительного количества «плавающих» разделов, структуру номера формируют устойчивый комплекс рубрик*: «Письмо редактора», «Письма читателей», «Календарь», «Технопарад», «Слайд-шоу», «Наука», «Технологии», «Автомобили», «Автофишка», «Оружие», «Адреналин», «То что надо!», «Артефакт», «Опыт», «Что общего?»*. Можно выделить содержательное ядро журнала, состоящее из ряда постоянных ключевых рубрик – «*Наука», «Технологии», «Автомобили», «Оружие», «Адреналин», «Артефакт»*, в которых публикуются большие авторские материалы, подготовленные редакционным коллективом «ПМ» и внештатными авторами. Структура издания не статична, она постепенно эволюционирует, что выражается в появлении новых (*«Стиль жизни», «Образование», «Что общего?»*), отмирании и видоизменении старых рубрик (*«Календарь», «Большая разборка»*).

Четкая ориентация на мужскую аудиторию прослеживается уже на уровне анализа структуры номера. Новые технологии, автомобили, оружие, экстремальные виды спорта – темы-доминанты журнала «Популярная механика» интересны, в первую очередь, читателям-мужчинам.

Издание широко использует интерактивные форматы подачи информации, что выражается в виде непринужденного общения и полезных советов (рубрики *«Письмо редактора», «Календарь», «То что надо!»*), наличии непосредственной обратной связи со своими читателями (рубрики *«Письма читателей», «Вопросы и ответы»*).

Для ответа на вопрос, как именно структурная модель «Популярной механики» воплощается на практике, обратимся к контент-анализу содержания ключевых рубрик исследуемого издания.

**Содержательное ядро журнала**

Средний объем журнала «Популярная механика» за исследуемый период составил 117 полос. Рекламные объявления занимали в среднем 14% объема издания (речь идет о материалах, помеченных указателем «реклама»). Средняя эффективная площадь журнала (свободная от рекламы) составила 97,4 полос. От этого показателя рассчитан объем (в %) ключевых рубрик: *«Наука», «Технологии», «Автомобили», «Оружие», «Адреналин», «Артефакт»* (см. табл. 1).

*Таблица 1*

**Объемы ключевых рубрик журнала «Популярная механика»**

| Название рубрики | Средний объем рубрики в одном номере, количество полос | Средний объем рубрики в одном номере, % | Средний объем одной публикации в рубрике, количество полос |
|---|---|---|---|
| Наука | 11,3 | 11,6 | 3,8 |
| Технологии | 31,8 | 32,6 | 4,1 |
| Автомобили | 3,3 | 3,4 | 3,5 |
| Оружие | 11,1 | 11,4 | 4,8 |
| Адреналин | 4,5 | 4,6 | 4,5 |
| Артефакт | 4,1 | 4,2 | 4,1 |

Как следует из таблицы 1, на ключевые рубрики приходится 67,8% всей эффективной площади журнала. При этом три крупнейшие из них – *«Технологии», «Наука» и «Оружие»* – занимают более половины издания – 55,6%. Материалы именно этих рубрик

попадают на обложку издания, формируя главную иллюстрацию передовицы. Так, публикации рубрики *«Технологии»* занимали обложку в 48% случаев, рубрики «Оружие» – 38% и «Наука» – 14%, что наглядно демонстрирует тематическую специфику издания «ПМ».

Контент-анализ ключевых рубрик «ПМ» позволил получить следующие результаты.

*«Наука»*. Достижениям в области медико-биологических наук посвящено 50% всех публикаций рубрики. При этом больше всего внимания уделяется биотехнологиям и нейронаукам. Среди приоритетных находится и тема исследования космоса – 23% всех текстов рубрики. Инфоповодом для остальных публикаций послужили открытия в химии, физике, материаловедении, информатике, лингвистике и других науках.

Наибольшее число публикаций рубрики посвящено работе американских ученых – 37% текстов. Достижения исследователей из России послужили поводом для 21% публикаций. Почти столько же (22%) приходится на материалы о деятельности ученых из стран Европейского союза (больше всего из Великобритании – 9% публикаций). В определенной массе текстов (14%) рассказывается о работе международных коллективов, где трудно отдать предпочтение специалистам из какой-либо одной страны. Герои оставшихся 6% материалов – граждане развитых стран Азии (Израиля, Южной Кореи, Японии).

59% публикаций рубрики «Наука» подготовлено сотрудниками редакции «ПМ», остальные – внештатными авторами журнала. В их числе известные научные журналисты Сергей Попов, Айк Акопян, Алексей Водовозов, Алексей Левин, Виталий Егоров, Александр Панчин, Ася Казанцева и другие. Многие авторы – дипломированные, заслуженные ученые.

Расширенная новостная заметка с элементами анализа и статья – основные жанры публикаций рубрики «Наука» (86% всех материалов). К жанру «обзора» можно отнести 12% текстов. В основном это обзоры работ, удостоенных престижных научных премий (Нобелевской премии или, например, ее шуточного аналога Шнобелевской премии). К жанру «репортажа» относится незначительное количество текстов – 2%.

*«Технологии»*. Тематику крупнейшей рубрики журнала составляют публикации об авиации, космонавтике, информационных технологиях, робототехнике, судостроении, перспективных средствах

транспорта, часовых механизмах, новых технологиях в архитектуре, спорте, киноиндустрии и биотехнологиях.

В 44% всех материалов речь шла о разработках российских инженеров и конструкторов. 29% публикаций были посвящены достижениям их американских коллег. Героями 15% текстов были специалисты из стран Европейского союза. География источников информации остальных материалов охватывает Японию, Китай, Южную Корею, Индию, Бразилию, Белоруссию и международные команды разработчиков.

70% всех публикаций рубрики «Технологии» было подготовлено редакторами «ПМ», включая главного редактора журнала. 18% материалов написаны внештатными авторами, среди которых профессиональные научные журналисты Алексей Паевский, Илья Ферапонтов, популяризатор космонавтики Виталий Егоров, историк инженерии и руководитель проекта «Москва глазами инженера» Айрат Багаутдинов и другие. Остальной контент рубрики (12%) представляет собой перевод текстов американской версии «Популярной механики». За исследуемый период количество переводного контента уменьшилось с 1–2 материалов в номере до нуля. На сегодняшний день содержание журнала составляют, за редким исключением, самобытные материалы.

Жанр большинства публикаций рубрики «Технологии» можно отнести к аналитической статье – 39% всех текстов. В жанрах «репортажа» и «обзора» реализованы 25% и 22% всех материалов соответственно. 10% публикаций выполнены инфографическим способом, хотя данный метод подачи информации часто используется в материалах других жанров, например в аналитических статьях. Незначительное количество материалов написано в жанре очерка – 3% и интервью – 1%.

*«Оружие»*. Тематика публикаций данной рубрики посвящена огнестрельному оружию, боевой авиации, бронетехнике, военно-морскому флоту, ракетно-космическим войскам и в целом военному делу. Помимо текстов, посвященных современным образцам военной техники, здесь публикуются материалы на исторические темы.

«Оружие» – наиболее патриотичная рубрика журнала. Источники информации в 54% всех публикаций локализованы в Российской Федерации или на территории бывшего Советского Союза. В 13% текстов рассказывается об оружии США. Образцы вооружений из Германии и Великобритании присутствуют в рав-

ных долях – по 9% публикаций. Остальные материалы посвящены образцам военной техники Франции, Китая, Северной Кореи и других стран мира.

Редакционный контент занимает 63% объема рубрики. Остальные материалы написаны внештатными авторами, среди которых специалисты по соответствующей тематике, например, частым автором журнала «ПМ» является кандидат исторических наук и автор книг по истории Великой Отечественной войны Алексей Исаев.

Подавляющее большинство материалов рубрики выполнено в жанре статьи – 73%. Репортажи составляют 19% всех публикаций. К жанру обзора можно отнести оставшиеся тексты.

Подводя итог контент-анализу трех крупнейших, формулирующих облик журнала рубрик, можно сделать следующие выводы.

1. Редакция журнала стремится освещать, с одной стороны, актуальные события научно-технологического развития мирового масштаба, а с другой – достижения российских инженеров, конструкторов, исследователей. Доля материалов, посвященных отечественным разработкам, явно коррелирует с уровнем развития в РФ соответствующих научно-технических областей.

Россия является крупнейшим (после США) мировым экспортером вооружения[15], мы вправе гордиться достижениями наших специалистов ВПК, что и находит отражение более чем в половине текстов рубрики *«Оружие»*. Успехи российских инженеров прошлых лет и сегодняшнего дня в таких областях, как космонавтика, авиация, информационные технологии, робототехника, архитектура и судостроение, обеспечили высокий процент публикаций рубрики *«Технологии»* (47%).

Иную картину мы наблюдаем в рубрике *«Наука»*, сосредоточенной в большей мере на освещении кластера медико-биологических наук. Это наиболее динамично развивающееся направление современной науки, лидерами которой по числу научных статей и Нобелевских премий являются американские ученые, что объясняет высокий процент материалов рубрики (37%), источники информации которых локализованы в США. Достижения в традиционно развитых в нашей стране науках – физике, химии, исследовании космоса – послужили поводом для меньшей, но все же довольно большой доли материалов (21%).

2. Около 65% контента трех крупнейших рубрик журнала подготовлено штатными сотрудниками издания – тремя редакторами

и главным редактором, который пишет наравне с остальными сотрудниками. Среди внештатных авторов издания преобладают специалисты в соответствующих областях и профессиональные научные журналисты.

Гендерный анализ авторов журнала показал, что лишь 4% всех материалов исследуемых рубрик написано женщинами. Больше всего авторов-женщин пишет для рубрики «Наука» – 9% публикаций, что вполне ожидаемо. В рубрике «Технологии» доля материалов, созданных представительницами прекрасного пола, составляет 3%. Авторство текстов рубрики «Оружие» – сугубо мужское дело. Следовательно, «Популярная механика» – это журнал о науке и технологиях, который создается мужчинами и для мужчин.

3. Существенная доля репортажей, присутствующих в рубриках «Технология» и «Оружие» (25% и 19% соответственно), является несомненным достоинством журнала. Сотрудники описывают работу технологических компаний, промышленных предприятий, участвуют в испытаниях различных образцов военной и гражданской техники, что называется «изнутри», являясь непосредственными наблюдателями или участниками описываемых событий, собеседниками реальных участников научно-технической деятельности.

Причина наличия малого количества репортажей в рубрике «Наука» объясняется тем, что данный жанр предполагает описание журналистом динамично меняющегося события, а работа ученого в лаборатории зачастую носит однообразный, долговременный, статичный характер.

Статья – ведущий жанр авторских публикаций в журнале «Популярная механика». В каждом материале, помимо описания самого изобретения или научного открытия, анализа его влияния на развитие общества и соответствующих научно-технических областей, всегда дается конкретная ссылка на первоисточник информации, присутствуют комментарии авторов изобретения или экспертов, что вызывает доверие у читателей и отвечает критерию качества текстов научно-популярной проблематики (Фролова, Суворова, Ильченко, Бугаева, 2016). Нередко рассказывается о судьбе самого исследователя или коллектива разработчиков, что приближает такие тексты к жанру очерка.

Прием персонализации научно-технической информации, когда рассказ об исследовании или новой технологии ведется через историю ее авторов, широко применятся создателями «ПМ». В журнале существует отдельная рубрика, материалы которой пи-

шутся исключительно в жанре очерка – *«Артефакт»*. Данная рубрика рассказывает о современных художниках, работающих на пересечении сфер искусства и технологий (в основном про представителей так называемого «кинетического искусства»).

Качественный анализ содержания журнала показал, что тематика издания после возвращения на пост главного редактора Александра Грека постепенно эволюционирует от журнала об изобретениях к журналу об изобретателях. Все больше героев публикаций попадают на обложку издания, все чаще используется прием персонализации, появляется рубрика «Стиль жизни». На наш взгляд, журнал стремится к модели, которую можно условно назвать мужским научно-популярным лайфстайл-журналом.

Логика и выводы в данном случае справедливы и для анализа контента оставшихся ключевых рубрик журнала – *«Автомобили», «Адреналин», «Артефакт»*, – занимающих в среднем 12,2% эффективной площади журнала.

По причине технологического отставания отечественной автомобильной отрасли рубрика «Автомобили» в основном сосредоточена на описании импортных автоновинок из стран Европейского союза: Германии, Швеции, Швейцарии, Великобритании и т. д. (56% текстов). О продукции российского автопрома рассказывалось лишь в 13% публикаций.

Большинство очерков рубрики «Артефакт» посвящено деятелям современного искусства из стран, задающих тренды развития в данной сфере: США (38%), стран Евросоюза (38%), Японии и Южной Кореи (13%).

В то же время распространенное среди россиян увлечение экстремальными видами спорта (альпинизм, скалолазание, парусный спорт, аквабайк, катание на снегоходах, мотокросс и т. д.) послужило поводом для 55% публикаций рубрики «Адреналин», посвященной технике и технологиям экстремальных видов спорта. Остальные страны удостоились меньшего внимания: США – 15%, страны ЕС – 10% и т. д.

Большая часть контента данных рубрик создана редакторами «ПМ»: «Автомобили» – 79%, «Адреналин» – 87%, «Артефакт» – 67%. Подавляющее большинство авторов материалов – мужчины.

Если в рубрике «Артефакт» публикуются очерки, то в рубриках «Автомобили» и «Адреналин» преобладают статьи и репортажи: 64% – статьи и 29% – репортажи в рубрике «Автомобили», 60% – статьи и 27% – репортажи в рубрике «Адреналин».

**Оформление журнала**

Подробный анализ дизайнерской модели журнала «Популярная механика» не входил в задачи данного исследования, однако, учитывая эффективную роль визуализации как средства популяризации достижений науки и техники (Герасимова, 2016), были проведены некоторые качественные наблюдения[16].

Журнал печатается на высококачественной мелованной бумаге. Его оформление находится на высоком уровне, визуальный контент богат и разнообразен. Наличие «глухих» полос (заполненных исключительно текстом) в журнале – редкое явление. Иллюстративный материал, по сравнению с текстом, зачастую доминирует на страницах издания и привлекает внимание читателя. Объяснение устройства сложных механизмов и экспериментальных установок, технологических процессов и научных исследований, требующее цифр и большого количества деталей, дается с использованием графических средств: фотографии, схемы, инфографика. Употребление в публикациях сразу нескольких типов визуализации (например, фотографий и инфографики) делает материал более увлекательным и информативным. Существуют отдельные публикации и целые рубрики (*«Слайд-шоу», «В разрезе»*), в которых визуальная составляющая играет главную содержательную роль.

На сегодняшний день в журнале «Популярная механика» используется прямая, по большей части двухколонная верстка, однако в крупных тематических материалах может использоваться и трехколонный вариант. Броские заголовки, выделяющиеся на фоне основного текста большим размером и цветовой гаммой, вместе с яркими буквицами создают отчетливую «точку входа» в материал. Оформленные похожим образом подзаголовки облегчают читателям навигацию при беглом ознакомлении с публикацией. Применяется гротескный (без засечек) шрифт. Антиквенным шрифтом набрано только размещенное на обложке название журнала.

Несмотря на обилие визуального и текстового контента, дизайнеры журнала сумели создать ощущение свободного пространства, что создает общий эффект аккуратных и легких для чтения, но одновременно информационно насыщенных материалов на страницах издания «ПМ».

**Реальная аудитория журнала**

Уместно привести имеющиеся данные о реальной аудитории издания, чтобы оценить ее соответствие с обозначенным редакцией «ПМ» портретом целевой аудитории. Цифры об охвате общероссийской аудитории «ПМ» приводились в начале статьи. Обратимся к информации, характеризующей структуру читательской аудитории журнала.

Большую часть аудитории журнала (40%) формируют мужчины от 25 до 44 лет. 19% составляют мужчины 16-24 лет, и 23% – 45+. На женскую аудиторию разных возрастов приходятся оставшиеся 18%[17].

Характерная черта аудитории «Популярной механики» – высокая степень ее лояльности. Лояльные читатели – это часть аудитории одного номера издания, которая объединяет людей, читающих или просматривающих каждый или почти каждый номер. У «Популярной механики» самый высокий процент лояльной аудитории среди ее основных конкурентов сегмента успешных научно-популярных и познавательных журналов:

- Популярная механика – 23,4%
- National Geographic – 19,4%
- Geo – 15,8%
- Вокруг Света – 13,8%[18]

Так и в сегменте глянцевых мужских ежемесячников:

- Популярная механика – 17,8%
- Men'sHealth – 14,6%
- Esquire – 13,9%
- GQ – 12,8%
- Maxim – 12%
- Playboy – 12%[19]

Социальный статус читателей «ПМ» представлен следующим образом:

- Специалисты – 31%
- Руководители – 27%
- Рабочие – 15%
- Служащие – 9%
- Другие – 18%[20]

Портрет целевой аудитории «ПМ» во многом соответствует облику ее реальной аудитории. Это означает, что создатели журнала смогли правильно определить целевую аудиторию, а реализуемая

на практике содержательная модель издания действительно отражает ее интересы. Учитывая, что 55% читателей журнала обладают доходом выше среднего уровня, «Популярная механика» является весьма привлекательным для рекламодателей СМИ.

Способы монетизации научно-популярных изданий – одна из острейших проблем данного сегмента массмедиа. На наш взгляд, журнал «Популярная механика» эффективно реализует свои рекламные возможности, что может послужить темой отдельного исследования. По нашим подсчетам, количество рекламы в журнале в среднем составляет около 30% всей площади журнала. При этом 14% журнала занимают явные рекламные сообщения, а остальные 16% составляют отдельные рубрики или материалы, в которых упоминаются различные продукты с указанием, где их можно приобрести, а также совместные проекты, партнерская и нативная реклама. Например, материал, косвенно рекламирующий машинное масло известной марки, может представлять собой научно-популярную статью о технологии синтеза жидких углеводородов из природного газа[21]. А репортаж, посвященный устройству маяков, расположенных на берегу Ладожского озера и Финского залива, может одновременно являться тест-драйвом нового внедорожника, на котором перемещался автор текста[22]. Подобные материалы зачастую гармонично вписываются в общее нерекламное содержание журнала.

**Выводы**

Изученная тематическая направленность издания «Популярная механика» позволяет отнести его к типу универсального научно-популярного журнала с техническим уклоном. По функциональной специфике «Популярная механика» соответствует категории «рекреативная журнальная периодика», способствующей организации «полезного досуга» своей аудитории (Шостак, 2009).

Журнал ориентирован на определенную целевую аудиторию: мужчин 25–45 лет, жителей крупных городов, с высшим техническим или естественнонаучным образованием, интересующихся наукой и технологиями. Реализованная на практике содержательная модель издания удовлетворяет интересам данной аудитории, что выражается в соответствующей тематической направленности издания, специфике его авторского состава, источниках информации и их географической локации, а также в жанровом разнообразии материалов.

Так, большинство доминирующих тем журнала призвано вызвать интерес именно у мужской аудитории: технологии, оружие, автомобили, экстремальные виды спорта. При этом уделяется внимание как научно-техническим достижениям мирового уровня, так и разработкам отечественных исследователей и инженеров, публикации о которых всегда востребованы национальной аудиторией.

Ссылка в материалах «ПМ» на первоисточник, наличие комментариев авторов исследования/изобретения и экспертов повышает доверие к изложенной информации. Широкое использование приемов репортажного письма и персонализации информации дает читателям журнала возможность наглядного представления о работе технологических компаний и промышленных предприятий, исследовательской «кухне» и человеческом измерении научно-технической деятельности, что редко можно встретить на страницах других СМИ, пишущих о науке и технике (Аникина, 2015). В исследовании отмечена тенденция эволюции журнала «Популярная механика» от журнала об изобретениях к журналу об изобретателях, постепенное движение к модели, которую можно условно назвать, мужской научно-популярный лайфстайл-журнал.

Гендерный состав авторов журнала соответствует целевой аудитории: «Популярная механика» – это журнал, создаваемый мужчинами для мужчин. Помимо штатных сотрудников издания, «ПМ» активно сотрудничает с известными научными журналистами, действующими инженерами и учеными – специалистами в соответствующих научно-технических областях.

Широкое и умелое использование дизайнерами журнала современных средств визуализации делает контент «Популярной механики» более увлекательным и информативным.

В результате характеристики реальной аудитории издания во многом совпадают с образом целевой аудитории в представлении редакции «ПМ». А эффективная реализация своих рекламных возможностей позволила изданию достичь статуса успешного медийного бизнес-проекта.

В своей колонке праздничного (в честь 15-летия издания «Популярной механики» в России) номера главный редактор Александр Грек писал: «Первые два года (существования журнала «ПМ». – *Прим. авт. статьи*) нас постоянно хотели закрыть издатели: уж больно чудно мы смотрелись в глянцевом портфолио нашего ИД. А потом мы стали приносить деньги, в нас поверили чи-

татели и рекламодатели, и тиражи начали расти как на дрожжах. Это может показаться невероятным, но мы обогнали все мужские журналы, включая те, на обложках которых блистают полуобнаженные красавицы»[23].

Полученные в ходе исследования данные и обозначенные перспективные направления дальнейших исследований практики журнала «Популярная механика» могут способствовать оптимизации существующих и разработке новых конкурентоспособных моделей научно-популярных СМИ.

**Примечания**

[1] Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года // Сайт правительства России: http://government.ru. Режим доступа: http://government.ru/docs/9282/ (дата обращения: 03.11.2017).

[2] MediaKit журнала «Популярная механика» на 2018 г. Режим доступа: http://www.imedia.ru/portfolio/popular-mechanics.php (дата обращения: 07.11.2017).

[3] Конкурс «Лидер продаж на рынке печатных СМИ». Режим доступа: http://www.arpp.ru/konkurs-lider-prodazh.html (дата обращения: 05.11.2017).

[4] О премии «За верность науке». Режим доступа: http://truescience.ru/about (дата обращения: 10.11.2017).

[5] Используются данные компании TNS Russia (Опрос: NRS-Россия (16+), март–июль 2017 г.), приведенные в MediaKit журнала «Популярная механика» на 2018 г. Режим доступа: http://www.imedia.ru/portfolio/popular-mechanics.php (дата обращения: 07.11.2017).

[6] При анализе жанрового разнообразия текстов журнала была использована системы жанров, разработанные отечественными исследователями СМИ Тертычным А.А. (Тертычный, 2017) и Лазутиной Г.В. (Лазутина, 2011).

[7] MediaKit журнала «Популярная механика» на 2016 г.

[8] *Попова А.* Интервью с главным редактором журнала «Популярная механика» Сергеем Апресовым // Теории и практики, 2011. Режим доступа: https://theoryandpractice.ru/posts/2107-intervyu-s-glavnym-redaktorom-zhurnala-populyarnaya-mekhanika-sergeem-apresovym (дата обращения: 13.11.2017).

[9] *Грек А.* Зачем и как ученым писать научно-популярные статьи // Мастер-класс для студентов МФТИ, 2016. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=C1b1Nx80T8E (дата обращения: 13.11.2017).

[10] MediaKit журнала «Популярная механика» на 2016 г.

[11] Самый сохранившийся мамонтенок // Популярная механика. 2014. №1.

[12] MediaKit журнала «Популярная механика» на 2016 г.

[13] *Егоров И.* Проследить за электроном // Популярная механика. 2014. № 7.

[14] MediaKit журнала «Популярная механика» на 2018 г.

[15] Крупнейшие экспортеры вооружений и их покупатели // Военное обозрение, 2017. Режим доступа: https://topwar.ru/114321-krupneyshie-eksportery-vooruzheniy-i-ih-pokupateli.html (дата обращения: 20.11.2017).

[16] При анализе оформления журнала «Популярная механика» мы опирались на работу «Дизайн газет и журналов» исследователя СМИ из Ливерпульского университета Джона Мура (Liverpool John Moores University) Криса Фроста (Фрост, 2012).

[17] Используются данные компании TNS Russia (Опрос: NRS-Россия (16+), март–июль 2017 г.), приведенные MediaKit журнала «Популярная механика» на 2018 г. Режим доступа: http://www.imedia.ru/portfolio/popular-mechanics.php (дата обращения: 07.11.2017).

[18] Там же.

[19] Там же.

[20] Там же.

[21] *Мамонтов Д.* Голландский жемчуг // Популярная механика. 2014. № 8.

[22] *Грек А.* Путеводные звезды // Популярная механика. 2016. № 9.

[23] *Грек А.* Письмо редактора // Популярная механика. 2017. № 11.

## Библиография


*Акопов В.В.* Типология советских научно-технических журналов: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 1979.

*Аникина М.Е.* Медиатизация науки глазами исследователей // Осторожно, лженаука! Вып. 1: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под. ред. *Е.Л. Вартановой*. М.: Ф-т журн. МГУ, 2015. С. 8–17.

*Вартанов С.А.* Медиапотребление молодежи и научно-популярные СМИ // Осторожно, лженаука! Вып. 1: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под. ред. *Е.Л. Вартановой*. М.: Ф-т журн. МГУ, 2015. С. 28–47.

*Вартанова Е.Л.* О важности противостояния лженауке // Осторожно, лженаука! Вып. 1: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под. ред. *Е.Л. Вартановой*. М.: Ф-т журн. МГУ, 2015. С. 3–7.

*Гурова Е.К.* Популяризация науки: задачи, стратегии, технологии. Методическое пособие для журналистов: Аналитическое исследование по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под ред. *Е.Л. Вартановой*. М.: Ф-т журн. МГУ, 2016.

*Герасимова И.С.* Зарубежный опыт визуализации научной информации в массмедиа // Медиаскоп. 2016. № 4.

*Дзядевич В.М.* Первые советские научно-популярные журналы для детей: «Знание – сила» и «Юный натуралист»: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 1988.

*Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И.* Концепция современного периодического издания. М.: МедиаМир, 2012.

*Комарова Е.В.* Журнал «Вокруг света»: история и функционирование на современном этапе: дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 2014.

*Лазаревич Э.А.* Популяризация науки в России. Книга. Газета. Журнал: дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10. М., 1981.

*Лазутина Г.В.* Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011.

*Маккей Д.* Все о журналах. М.: ИД «Университетская книга», 2012.

*Панков А.В.* Популяризация науки в периодической печати (на материале литературно – общественно – политических журналов): Специфика жанров: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 1973.

*Парафонова В.А.* Научно-популярные журналы в структуре современных СМИ: типологические и профильные особенности: дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2017.

*Суворова С.П.* Предметно-функциональные особенности современных российских научно-популярных журналов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 128–134.

*Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2017.

*Фролова Т.И., Суворова С.П., Ильченко Д.С., Бугаева А.С.* К проблеме качества текстов научно-популярной тематики в средствах массовой информации // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 2. С. 233–246.

*Фролова Т.И.* Наука, СМИ, общество: как достичь взаимопонимания. Ч. 1. Научный журналист: миссия, задачи и компетенции. Методическое пособие по выявлению признаков лженауки: Аналитическое исследование по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под ред. *Е.Л. Вартановой*. М.: Ф-т журн. МГУ, 2015.

*Фрост К.* Дизайн газет и журналов. М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012.

*Хаскина М. И.* Современный научно-популярный журнал. Структура издания. Специфика жанров: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 1980.

*Шостак М.И.* Журналы в системе СМИ: типология и «ниши» изданий // Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / под ред. *М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской*. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 79 – 92.

*Яковенко И.А.* Аналитический обзор «Рынок научно-популярных журналов» // Национальная Тиражная Служба. Режим доступа: http://pressaudit.ru/rynoknauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/ (дата обращения: 01.11.2017).

## Notes

*Grek A. Zachem i kak uchenym pisat‘ nauchno-populyarnyy stat‘i* [Why and How Scientists Should Write Popular Science Articles] (In Russian). Available at: https://www.youtube.com/watch?v=C1b1Nx80T8E (accessed at: 13.11.2017).

*Konkurs «Lider prodazh na rynke pechatnykh SMI»* [Competition “Top Seller in the Print Media Market”] (In Russian). Available at: http://www.arpp.ru/konkurs-lider-prodazh.html (accessed at: 05.11.2017).

Krupneyshie eksportery vooruzheniy i ikh pokupateli [The Largest Exporters of Arms and Their Buyers] (In Russian). *Voennoe obozrenie*. Available at: https://topwar.ru/114321-krupneyshie-eksportery-vooruzheniy-i-ih-pokupateli.html (accessed at: 20.11.2017).

*MediaKit zhurnala «Populyarnaya mekhanika» na 2018 god* [MediaKit of the Populyarnaya Mekhanika Magazine for 2018] (In Russian). Available at: http://www.imedia.ru/portfolio/popular-mechanics.php (accessed at: 07.11.2017).

*O premii «Za vernost' nauke»* [On the Award "For Commitment to Science"] (In Russian). Available at: http://truescience.ru/about (accessed at: 10.11.2017).

*"Populyarnaya mekhanika"*.

Popova A. Interv'yu s glavnym redaktorom zhurnala «Populyarnaya mekhanika» Sergeem Apresovym [An Interview with Editor-in-Chief of the Populyarnaya Mekhanika Magazine Sergei Apresov] *Teorii i praktiki*. Available at: https://theoryandpractice.ru/posts/2107-intervyu-s-glavnym-redaktorom-zhurnala-populyarnaya-mekhanika-sergeem-apresovym (accessed at: 13.11.2017).

*Strategiya innovatsionnogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2020 goda* [Strategy for the Innovative Development of the Russian Federation for the Period up to 2020] (In Russian). Available at: http://government.ru/docs/9282/ (accessed at: 03.11.2017).

*TNS Russia*.

## References

Akopov V.V. (1979) *Tipologiya sovetskikh nauchno-tekhnicheskikh zhurnalov: dis. ... kand. filol. nauk: 10.01.10.* [Typology of Soviet Scientific and Technical Journals: PhD philol. sci. diss.: 10.01.10] (In Russian). Moscow.

Anikina M.E. (2015) Mediatizatsiya nauki glazami issledovateley [Science Mediatization Through the Eyes of Researchers]. In E.L. Vartanova (ed.) *Ostorozhno, lzhenauka! Vyp. 1: Analiticheskie issledovaniya po gosudarstvennomu kontraktu № 14.597.11.0010.* [Beware Pseudoscience! Issue 1: Analytical Research Under the State Contract № 14.597.11.0010]. (In Russian). Moscow, Faculty of Journalism. Pp. 8–17.

Dzyadevich V.M. (1988) *Pervye sovetskie nauchno-populyarnye zhurnaly dlya detey: «Znanie – sila» i «Yunyy naturalist»: dis. ... kand. filol. nauk: 10.01.10.* [The First Soviet Popular Science Magazines for Children: Znanie – Sila and Yunyi Naturalist: PhD philol. sci. diss.: 10.01.10]. (In Russian). Moscow.

Dzyaloshinskiy I.M., Dzyaloshinskaya M.I. (2012) *Kontseptsiya sovremennogo periodicheskogo izdaniya*. [The Concept of a Modern Periodical]. (In Russian). Moscow: MediaMir Publ.

Frolova T.I. (2015) Nauka, SMI, obshchestvo: kak dostich' vzaimoponimaniya. Ch. 1. Nauchnyy zhurnalist: missiya, zadachi i kompetentsii. [Science, Media, Society: How to Build Rapport. Part 1. Science Journalist: Missions, Tasks and Competencies]. In E.L. Vartanova (ed.) *Metodicheskoe posobie po vyyavleniyu priznakov lzhenauki: analiticheskoe issledovanie po gosudarstvennomu kontraktu № 14.597.11.0010* [Study Guide on Recognizing the Signs of Pseudoscience: Analytical Research Under the State Contract № 14.597.11.0010]. (In Russian). Moscow, Faculty of Journalism.

Frolova T.I., Suvorova S.P., Il'chenko D.S., Bugaeva A.S. (2016) K probleme kachestva tekstov nauchno-populyarnoy tematiki v sredstvakh massovoy informatsii [Towards the Quality of Popular Science Texts in the Media]. (In Russian). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 5(2): 233–246.

Frost K. (2012) *Dizayn gazet i zhurnalov*. [Newspaper and Magazine Design]. (In Russian). Moscow: Shkola izdatel'skogo i media biznesa.

Gerasimova I.S. (2016) Zarubezhnyy opyt vizualizatsii nauchnoy informatsii v massmedia. [Foreign Experience of Visualization of Scientific Information in Mass Media]. (In Russian). *Mediaskop* 4.

Gurova E. K. (2016) Populyarizatsiya nauki: zadachi, strategii, tekhnologii. [Science Popularization: Tasks, Strategies and Technologies]. In E.L. Vartanova (ed.) Metodicheskoe posobie dlya zhurnalistov: analiticheskoe issledovanie po gosudarstvennomu kontraktu № 14.597.11.0010 [Study Guide for Journalists: Analytical Research Under the State Contract № 14.597.11.0010]. (In Russian). Moscow, Faculty of Journalism.

Khaskina M. I. (1980) *Sovremennyy nauchno-populyarnyy zhurnal. Struktura izdaniya. Spetsifika zhanrov: dis. ... kand. filol. nauk: 10.01.10.* [A Modern Popular Science Magazine. Publication Structure. Genre Specifics: PhD philol. sci. diss.: 10.01.10]. (In Russian). Moscow.

Komarova E.V. (2014) *Zhurnal «Vokrug sveta»: istoriya i funktsionirovanie na sovremennom etape: dis. ... kand. filol. nauk*. [The Vokrug Sveta Magazine: History and Functioning at Present: PhD philol. sci. diss.] (In Russian). Nizhniy Novgorod.

Lazarevich E.A. (1981) *Populyarizatsiya nauki v Rossii. Kniga. Gazeta. Zhurnal: dis. ...doct. filol. nauk: 10.01.10.* [Science Popularization in Russia. A Book. A Newspaper. A Magazine: Dr. philol. sci. diss.: 10.01.10]. (In Russian). Moscow.

Lazutina G.V. (2011) *Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva*. [Genres of Journalistic Creative Work]. (In Russian). Moscow: Aspekt Press Publ.

Makkey D. (2012) *Vse o zhurnalakh*. [Everything About Magazines]. (In Russian). Moscow: Universitetskaya kniga Publ.

Pankov A.V. (1973) *Populyarizatsiya nauki v periodicheskoy pechati (na materiale literaturno – obshchestvenno – politicheskikh zhurnalov): Spetsifika zhanrov: dis. ... kand. filol. nauk: 10.01.10.* [Science Popularization in the Periodical Press (a case study of literary – social – political journals): Genre Specifics: PhD philol. sci. diss.: 10.01.10]. (In Russian). Moscow.

Parafonova V.A. (2017) *Nauchno-populyarnye zhurnaly v strukture sovremennykh SMI: tipologicheskie i profil'nye osobennosti: dis. ... kand. filol. nauk*. [Popular Science Magazines Within Modern Media: Typological and Profile Characteristics: PhD philol. sci. diss.] (In Russian). Tver'.

Vartanov S.A. (2015) [Youth Media Consumption and Popular Science Media]. In E.L. Vartanova (ed.) *Ostorozhno, lzhenauka! Vyp. 1: Analiticheskie issledovaniya po gosudarstvennomu kontraktu № 14.597.11.0010.* [Beware Psedoscience! Issue 1: Analytical Research Under the State Contract № 14.597.11.0010]. (In Russian). Moscow, Faculty of Journalism. Pp. 28–47.

Vartanova E.L. (2015) O vazhnosti protivostoyaniya lzhenauke [On the Importance of Counteracting Pseudoscience]. In E.L. Vartanova (ed.) *Ostorozhno, lzhenauka! Vyp. 1: Analiticheskie issledovaniya po gosudarstvennomu kontraktu № 14.597.11.0010.* [Beware Pseudoscience! Issue 1: Analytical Research Under the State Contract № 14.597.11.0010]. (In Russian). Moscow, Faculty of Journalism. Pp. 3–7.

Shostak M.I. (2009) Zhurnaly v sisteme SMI: tipologiya i «nishi» izdaniy [Magazines in the Media System: Typology and Niches of Publications]. In M.V. Shkondin, L.L. Resnyanskaya (eds.) Tipologiya periodicheskoy pechati: ucheb. posobie dlya studentov vuzov [Typology of the Periodical Press: study guide for university students]. (In Russian). Moscow: Aspekt Press Publ. Pp. 79–92.

Suvorova S.P. (2013) Predmetno-funktsional'nye osobennosti sovremennykh rossiyskikh nauchno-populyarnykh zhurnalov. [Subject Matter and Functional Characteristics of Modern Russian Popular Science Magazines]. (In Russian). *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika* 6: 128–134.

Tertychnyy A.A. (2017) *Zhanry periodicheskoy pechati.* [Genres of the Periodical Press]. (In Russian). Moscow: Aspekt Press Publ.

Yakovenko I.A. *Analiticheskiy obzor «Rynok nauchno-populyarnykh zhurnalov»* [Analytical Review " The Market for Popular Science Magazines"]. (In Russian). Available at: http://pressaudit.ru/rynoknauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/ (accessed at: 01.11.2017).

Поступила в редакцию
20.12.2017