

Вероника Михайловна Болонева,

студент 4-го курса

Гуманитарного института

*Новосибирский национальный исследовательский государственный
университет*

НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЕ ВИДЕО ЦЕНТРОВ ЯДЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: СТРУКТУРНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. Описываются современные аудиовизуальная продукция (видеосюжеты) новосибирского, российского и международного центров ядерных исследований последних трех лет сравниваются по форматам, тематикам, выразительным средствам и тенденциям.

Ключевые слова: научная коммуникация, видеоформаты, плейлист, YouTube, Центр ядерных исследований, формат видеопроизведения.

Veronika Boloneva,

undergraduate student of the 4th year

Institute for the Humanities

Novosibirsk State University

POPULAR SCIENCE VIDEOS OF NUCLEAR RESEARCH CENTRES: STRUCTURAL AND CONTENT ASPECT

Abstract. The article describes the modern audiovisual products (videos) of the Novosibirsk, Russian and international centers for nuclear research of the last three years and compares them by formats, themes, means of expression and trends.

Keywords: science communication, video, playlist, YouTube, nuclear research center, format.

Мы поставили цель сопоставить современные научно-популярные видеосюжеты Европейского центра ядерных исследований (ЦЕРН), Национального исследовательского центра «Курчатовский

институт» (НИЦ «Курчатовский институт») и Института ядерной физики им. Г. И. Будкера СО РАН (ИЯФ СО РАН). Нами была выдвинута гипотеза: в современном мире популяризация науки усиливается через аудиовизуальные материалы.

Аудиовизуальный отдел ЦЕРН создает видеоматериалы для официального сайта ЦЕРН и для двух своих YouTube-каналов: основного «CERN» (131 тыс. подписчиков) и дополнительного «CERN Lectures». Видеостудия НИЦ «Курчатовский институт» снимает видео для официального сайта и для своего YouTube-канала «НИЦ Курчатовский институт». У обеих организаций есть материалы, которые выложены как на сайте, так и на YouTube-канале. Контент на YouTube у ЦЕРН нацелен на рассказ о людях, создающих науку (длинные экспертно-личностные интервью из серии «Sparks!» или портретные из «Women in Science»), а у НИЦ «Курчатовский институт» — на рассказ об организации (серия информационных репортажей «Курчатовец 21 века. Научная весна»). Пресс-служба ИЯФ СО РАН выкладывает на YouTube-канал «Институт ядерной физики им. Г. И. Будкера СО РАН» видео, которое создают на аутсорсинге местные телеканалы или отдельные авторы.

На YouTube-канале ЦЕРН 49 плейлистов (альбомов с видеосюжетами одной тематики и формата), на канале «НИЦ Курчатовский институт» — 11; на канале «Институт ядерной физики им. Г. И. Будкера СО РАН» — 2. С 2018 по 2020 г. для YouTube аудиовизуальный отдел ЦЕРН создал 7 альбомов (77 видеосюжетов с экспертными и портретными интервью), НИЦ «Курчатовский институт» — 4 (14 видеосюжетов с информационными репортажами и экспертными интервью), ИЯФ СО РАН — 2 (7 видеосюжетов с записью мероприятий).

С 2018 г. в ЦЕРН видеопродукция превалирует над иными материалами. Пресс-служба НИЦ «Курчатовский институт», как и ИЯФ СО РАН, больше всего выпускают печатные материалы. Аудиовизуальный отдел ЦЕРН рассказывает не только о физике частиц, но и об интересных сотрудниках Центра. Пресс-служба НИЦ «Курчатовский институт» на YouTube продвигает только свою организацию. На канале нет воспроизводимых форматов, плейлисты возникают в основном с определенными событиями организации.

Пресс-служба ИЯФ СО РАН на YouTube пробует выпускать видео разных форматов, но в основном старается делать популярной то же лишь свою организацию.

УДК 009

Елизавета Андреевна Горячева,

студент 2-го курса

Гуманитарного института

Новосибирский государственный университет

ИНТЕРВЬЮ И ИНТЕРВЬЮИРУЕМЫЕ НА САЙТАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ г. НОВОСИБИРСКА

Аннотация. В представленном исследовании показано, насколько интервью как жанр журналистики популярен в региональных интернет-СМИ. На материалах крупнейших интернет-СМИ г. Новосибирска было выявлено, какой процент занимает интервью от общего числа материалов, какие типы интервью представлены в СМИ, какие герои преобладают и какую коммуникативную стратегию выбирают для себя интервьюер и интервьюируемый.

Ключевые слова: интервью, интернет-СМИ, интервьюер, интервьюируемый, коммуникативные стратегии интервью.

Elizaveta Goryacheva,

undergraduate student of the 2nd year

Institute of Humanities

Novosibirsk State University

INTERVIEWS AND INTERVIEWEES ON THE WEBSITES OF REGIONAL MASS MEDIA OF NOVOSIBIRSK

Abstract. The presented research work shows how popular interview as a genre of journalism is in regional Internet media. With the help of materials from the largest Internet media in Novosibirsk, it was revealed what