

видеоконтентом; инфоповодом для них, как правило, служат новости об интересных научных открытиях; в данных материалах сложные термины используются по минимуму. Важной особенностью контента социальных сетей является заимствование приемов и жанров из других видов СМИ. К примеру, мы установили, что большой популярностью пользуется контент, позволяющий увидеть объекты и явления не доступные человеческому глазу (например, замедленная съемка различных процессов). Данный прием довольно часто используется в телевизионных программах, в интернет-материалах он приводится как в видеоформате, так и в качестве gif-изображений. При анализе некоторых сообществ было установлено, что пользователи часто предпочитают такой формат восприятия информации: графическое изображение с добавлением нескольких строк описания. Это на наш взгляд можно сравнить с жанром фотогалереи на сайтах и журналах (например, он активно используется изданием National Geographic). В результате проведенного нами анализа мы видим социальные сети как весьма перспективное и удобное медиапространство для развития научно-популярной журналистики.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Винник В. Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // *Философия науки*. – 2012. – №4.
2. Воронкин А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // *Образовательные технологии и общество*. – 2014. – № 1.– С. 650–675.
3. Литке М. В. Гносеологические и коммуникативные установки авторов журнала «Вокруг света» // *Вестник Томского государственного университета. Серия Филология*. – 2013. – № 5. – С. 116–126.
4. Мукашева М. Научно-познавательная журналистика [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.enu.kz/repository/repository2014/razvitie-nauchnoi.pdf>

*В. В. Сынгаевская*

### **КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ**

Все критерии можно разделить на две категории: общие и индивидуальные. Общие критерии привлекают внимание читателей и придают текстам побуждающий к волонтерству настрой. Индивидуальные критерии усиливают значение первых. Они формируются на основе жанра работы.

Мы поделили общие критерии на внешние (визуальные) и внутренние (смысловые). Начнем с внешних параметров. Большое значение имеет иллюстрация материала. Лучше всего ей быть в яркой цветовой палитре и с короткой побуждающей надписью. Особо значим заголовок материала. Он не должен быть шаблонным. Название должно заинтриговать читателя, побудить его прочитать текст.

Важно место размещения материалов. Чем удобнее (выше, крупнее и красочнее) оно представлено читателям, тем лучше. Например, во «ВКонтакте» можно закреплять тексты на самом верху страницы. Большое значение имеют

хэштеги и контактная информация. Любопытство людей способна удовлетворить даже одна ссылка или хотя бы имя автора, которого с легкостью можно найти в социальных сетях и связаться с ним.

Конечно же, материал должен быть написан грамотно и без «воды». Лучший стиль оформления – разговорный. Он сразу настраивает на доверие с читателем и не загружает канцеляризмами. История героя сюжета должна быть интересной, запоминающейся.

Если все вышеперечисленные критерии соблюдены, то это, вероятнее всего, принесет желанные плоды в виде нового волонтера и помощи пострадавшему.

Рассмотрим проявление индивидуальных критериев для популярнейших жанров социальной журналистики. Начнем с заметок. Максимально эффективными станут событийные заметки с фактологической и нормативной информацией. Нормативные данные выступают в роли рекомендации или вышеназванного посыла. В финале заметки желателен посыл для волонтеров («Приглашаем принять участие в благотворительном мероприятии...»).

Что касается интервью, что здесь очень важно организовать контакт между читателем и вашим собеседником в публикации. Стоит рисовать образ волонтера не как супергероя, а как обычного человека. Читатель поймет, что быть добродетелем вовсе не сложно. Стоит попробовать найти эмоциональный и чувственный отклик в аудитории. Тема посылов тоже актуальна. Здесь они проявляются как пожелания для аудитории.

Перейдем к обзорам. Лучше всего подавать подобную информацию исходя вопроса, озвученного в названии материала («Почему благотворительность полезна?»). Цепляющее название – ключ к прочтению текста. Рассуждения должны быть лаконичны, содержать статистические данные, упоминания популярных людей и мотивирующий посыл.

Перейдем к эссе. В нем можно сделать ставку на эмоции. Жанр позволяет вести дружественное общение с читателем и так наталкивать его на мысли о благотворительном пути. В завершении текста стоит также оставить позитивный посыл: «Мы желаем вам успехов на вашем личном благотворительном пути!»

Текст – главный посредник между автором и читателем. Материал должен побуждать читателя к совершению благотворительных поступков. Автор должен соблюдать сформулированные критерии для привлечения новых людей в эту сферу. Будущее благотворительности и ее популяризация – в удачных текстах журналистов.

***А. В. Трусев***

## **НОМИНАЦИИ МУЖЧИН В ФЕМИНИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ (НА ПРИМЕРЕ СООБЩЕНИЙ СМИ)**

Феминизм как общественное движение, направленное на борьбу с гендерным неравенством, выступающее против дискриминации женщин, – актуальная тема многих публикаций СМИ, все чаще появляющихся в последнее время в России. Один из множества методов борьбы с сексизмом и гендерным угнетением