

4 сөс тоғасча: *суғ харагады, черек чистегі, чычырган, көк хат*; прай диалектерде тоғасчатхан 5 сөс таныхталған: *хызылгат, тағ харагады, аба чистегі, харагат, нымырт*.

2. тиксі хакас тілінде паза аның диалектерінде тоғасчатхан 130 сөс көр салғабис; педізі хоостыра чистектер аттары олаңай паза хадыл сөстерге чарылчалар: чарыдың палғалыстың паза піріккен хадыл сөстерге 103 сөс кірче, олаңай сөстерге 27 сөс кірче.

3. адаан хоостыра көбізі:

а) чир-чайааннаң палғалыстың сөстер полча. Пеер чирнең, тимірлернең, суғнаң, өзімнернең, аңнарнаң, ибдегі мал-хустарнаң, хустарнаң, хурт-хоостарнаң паза ан. п. нимелернең палғалыстың аттар кірчелер [12, с. 407]. Аңнарнаң палғалыстың сөстер: *тиин хады, пеер хат, хозан черегі, телге чистегі, хозан эмхегі*; ибдегі малларнаң палғалыстың сөстер: *ат харагы, адай чистегі, адай кетені, ит қјтені, адай ызырғазы, ітіген, іт тігін, іт хат*; хустарнаң палғалыстың сөстер: *турна азы, хусхахах чистегі, хусхун хады, турна көбігей*; чирнең палғалыстың сөстер: *чир чистегі, сас чистегі, хайа харагады, көдірее чистегі, тағ харагады, суғ харагады, кезергет*; өзімнернең палғалыстың сөстер: *іскіт пазы, ағас чистегі, тіген тоо, тіген пажы, торбас чистегі*;

б) өңнернең палғалыстың сөстер: *хара тоо, хызыл нир, хызыл көбігей, көк көбігей, хара нир, пора чистек хызылиат, көк нир*;

в) өскен ондайы хоостыра адалған сөстер: *чайзаң харагат, сайзаң харагат, чабызах харагат, чабыс хат*;

г) адааны сылтаа чох сөстер: *мелтек чистегі, чычырган, мялтек, ескет / мескет, саңас, индірбес, шійге, ноңных, могоан, маган чистегі*.

Библиографический список

1. Боргояков, В. А. Хакас тілінің хай-пірее чистектер аттарынаңар / В. А. Боргояков // Ежегодник института Саяно-Алтайской тюркологии. – Абакан: ХГУ им. Н. Ф. Катанова, 2009. – С. 16–17.
2. Каскаракова, З. Е. Названия растений в хакасском языке / З. Е. Каскаракова. – Абакан: ООО «Книжное изд-во "Бригантина"», 2018. – 172 с.
3. Хакасско-русский словарь / сост. О. П. Анжиганова [и др.]. – Новосибирск: Новосиб. отд-ние изд-ва «Наука», 2006. – 1114 с.
4. Курпешко-Таннагашева, Н. Н. Шорско-русский и русско-шорский словарь. / Н. Н. Курпешко-Таннагашева, Ф. Я. Апонькин. – Кемерово: Кемеровское кн. изд-во, 1993. – 146 с.
5. Кызыл-оол, И. Т. Русско-тувинский словарь сельскохозяйственных терминов. / И. Т. Кызыл-оол; под ред. Я. Ш. Хертека; Тувин. НИИ яз., лит. и ист. – Кызыл: Тувин. кн. изд-во, 1987. – 264 с.
6. Северотян, Э. В. Этимологический словарь тюркских языков. Общетюркские и межтюркские основы на гласные / Э. В. Северотян; АН СССР, ИН-т языкознания. – М.: Наука, 1974. – 768 с.
7. Серенот, С. К. Тувинская народная медицина: лекарственные растения, травы, лишайники, грибы с параллельным описанием их использовании в китайской, монгольской и тибетской медицинах / С. К. Серенот. – Кызыл: Тувинское кн. изд-во им. Ю. Ш. Кюнзегеша, 2009. – 264 с.
8. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. Лексика. – 2-ое доп. изд. – М.: Наука, 2001. – 822 с.
9. Кручкин, Ю. Большой современный русско-монгольский – монгольско-русский словарь / Ю. Кручкин. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2006. – 921, [7] с.
10. Боргояков, В. А. Хакас диалектерінде чистектернің тиксі аттары / В. А. Боргояков, А. Н. Мистриков // Ежегодник института Саяно-Алтайской тюркологии. – Абакан: Изд-во ХГУ им. Н. Ф. Катанова, 2004. – С. 33–36.
11. Этимологический словарь тюркских языков. Общетюркские и межтюркские лексические основы на буквы «К» («Г») и «Қ» («К» – «К»). Выпуск первый / Российская академия наук. Институт языкознания / отв. ред. д.ф.н. Г. Ф. Благова. – М.: Языки русской культуры, 1997. – 368 с. [ЭСТЯ-1997, 332–333].
12. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. Пратюркский язык-основа. Картина мира пратюркского этноса по данным языка / [отв. ред. Э. Р. Тенишев, А. В. Дыбо]. – М.: Наука, 2006. – 908 с.

Информаторы

Аёшина Г. И., 1956 г. р., с. Полтаков; Дьяконова В. И. 1952 г. р., с. Трошкино; Идегечева В. Г., 1963 г. р., с. Подкамень; Казагашев И. П., 1928 г. р., с. Полтаков; Когаев В., 1953 г. р., с. Подкамень; Кокова В. М., 1945 г. р., с. Топаново; Кокова Л. Я., 1944 г. р., с. Топаново; Кокова М. И., 1929 г. р., с. Трошкино; Кольчинаева К. А., 1942 г. р., с. Усть-Сос; Котошев В. М., 1960 г. р., с. Топаново; Куртияков В., 1960 г. р., с. Подкамень; Осипенко В. И., 1948 г. р., с. Полтаков; Сагалаков Н. П., 1961 г. р., с. М. Монок; Сагалакова Е. Н., 1937 г. р., с. М. Монок; Сагалакова Х. Т., 1939 г. р., с. М. Монок; Спирина Н. П., 1953 г. р., с. Трошкино; Томоякова Р. Г., 1962 г. р., с. М. Монок; Тохтобин Г. Г., 1949 г. р., с. Усть-Сос; Чепчигашева Л. И., 1949 г. р., с. М. Монок; Чепчигашева Т. Г., 1959 г. р., с. Полтаков; Шиголакова Н., с. Талкин ключ; Янгуловы В. М. и Г. Ю., с. Трошкино; Тохтобина Е. А., 1955 г. р., с. Малый-Монок; Тюмерекон Н. Л., 1972 г. р., с. Таштып; Боргоякова М. П., 1930 г. р., с. Усть-Чуль.

© Боргояков В. А., Аёшина А. П., 2018

УДК 81'42:659.4

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НАУЧНОГО PR

Е. Н. Винокурова

Научный руководитель – И. В. Гужова, кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций
Национальный исследовательский Томский государственный университет

В современном мире разрыв между наукой и обществом актуализируется как проблема, решению которой способствует тренд популяризации науки. Научные субъекты активно вовлекаются в распространение научных знаний и формирование интереса к науке в доступной форме. Благодаря использованию современных коммуникативных технологий научные субъекты не только решают «миссионерскую» задачу сближения науки и общества, но и реализуют собственные имиджевые интересы. В данной статье описаны коммуникативные возможности технологий Art Science, Science Busking и научного краудсорсинга, а также представлен практический опыт их использования в сфере научного PR.

Ключевые слова: научный PR, коммуникативные технологии, Art Science, Science Busking, научный краудсорсинг.

На протяжении продолжительного времени статус науки по отношению к обществу претерпевал изменения. Сегодня можно наблюдать увеличение разрыва между этими двумя сферами, вызванного рядом социокультурных факторов в современном мире, среди которых обычно называют следующие: снижение авторитета учёных; демократический дефицит; изменение характера производства знаний; развитие информационных технологий [1]; появление сети Интернет и т. д. Также причиной увеличения дистанции между наукой и обществом являются некоторые стереотипы, которые сформировались в общественных кругах: наука интересна только учёным и студентам; учёные не любят выступать перед ненаучной общественностью; наука не может быть самоокупаемой [2].

Если посмотреть на сложившуюся проблемную ситуацию по отношению к науке и к научным субъектам со стороны общественности, то можно заметить её парадоксальность: само общество в силу своей природы должно быть заинтересовано наукой, следовательно, интересоваться и деятельностью субъектов, занимающихся её производством. Здесь можно выделить как минимум четыре аргумента, обосновывающих это утверждение. Во-первых, наука затрагивает коренные изменения в обществе, поэтому важно, чтобы общественность могла адекватно интерпретировать фундаментальные научные идеи по поводу общественных изменений. Во-вторых, ведущие общества нуждаются в технологизации производства, а научные разработки способны увеличить уровень производства благодаря усовершенствованию его автоматизации. В-третьих, наука представляет собой достояние всего общества и должна быть признана им как культурное наследие. В-четвёртых, наука способна дать людям утилитарные знания, которые будут полезны для решения ежедневных задач.

Следовательно, для уменьшения дистанции между наукой и обществом необходимо использование специальных технологий, которые позволили бы актуализировать роль самой науки в развитии современного общества, тем самым обеспечить интеграцию двух по своей сущности тесно взаимосвязанных сфер. Это становится возможным благодаря применению технологий PR в научной сфере. Данное направление профессиональных коммуникаций получило название научный PR.

Одной из задач научного PR, направленной на уменьшение разрыва между научной и общественной сферами, является популяризация науки, заключающаяся в распространении научных знаний в форме, доступной для понимания широкой общественности. При этом за наукой всегда стоят субъекты, которые её производят: учёные, университеты, научно-исследовательские центры, лаборатории и т. д., соответственно, обеспечение интеграции науки и общества путём популяризации науки является их миссией. В этом случае они выступают в роли коммуникаторов. Однако сейчас, в эпоху повышенной конкуренции, вызванной увеличением числа организаций в сфере науки, научным субъектам с каждым годом становится сложнее удерживать конкурентоспособные позиции. Поэтому им важно грамотно выстраивать коммуникацию не только с широкой общественностью, но и с другими сегментами, а именно: с бизнес-сектором, который является потенциальным заказчиком научных исследований и внедряет их в своё производство; с органами государственной власти, ведь научные субъекты финансируются из средств государственного бюджета; с молодыми учёными, студентами и школьниками по той причине, что будущее науки в их руках. В данном контексте научные субъекты занимают позицию базисных субъектов PR и, наряду с «миссианской» задачей, также решают конкретные собственные PR-задачи: повышение узнаваемости, формирование положительного имиджа и общественного мнения, доверия со стороны общественности; сама наука в данном случае является некой ценностью, способствующей развитию её репутационного капитала.

Долгосрочное решение обозначенных выше задач будет достигнуто при одновременном соблюдении двух условий: 1) если базисные субъекты научного PR смогут сделать науку понятной обществу, интересной, необходимой [3]; 2) если они выберут релевантные сегодняшнему дню технологии для достижения поставленных задач. В связи с этим мы считаем необходимым обратиться к технологиям, часто используемым для реализации целей научного PR, а также на практических примерах рассмотреть современные технологии, соответствующие современным трендам популяризации науки.

Итак, к технологиям научного PR, давно применяемым научными субъектами, можно отнести следующие: организация специальных мероприятий (научных фестивалей, конференций, форумов, выставок и др.), организация просветительских лекций и ТВ-передач и т. д. Данные технологии выступают в качестве базовых для решения задачи популяризации науки. В соответствии с определённым временным промежутком, тенденциями в сфере научных коммуникаций, они модифицируются и принимают новые вариации, что обеспечивает их эффективное применение.

Основная цель популяризации науки – сделать её понятной и необходимой общественности, направленной на сокращение разрыва между самой наукой и обществом. В этой связи анализ мирового опыта позволяет сегодня выделить три направления в популяризации науки, воплощённые в определённых технологиях:

- сокращение дистанции между наукой и обществом за счёт соединения науки с искусством, которое достигается посредством технологии Art Science;
- сокращение дистанции между наукой и обществом за счёт интеграции науки с бытовой сферой, которое возможно при использовании технологии Science Busking;
- сокращение дистанции между наукой и обществом за счёт проекции той или иной научной роли на саму общественность, которое достигается с помощью применения технологии научного краудсорсинга.

Рассмотрим на конкретных практических примерах преимущества использования указанных технологий.

Одной из таких технологий, как было уже сказано, является Art Science. Она сочетает в себе области когнитивного и эстетического воздействия, которые ранее, в эпоху модерна, казались несовместимыми, однако по

своей природе они являются близкими синкретизму человеческого опыта [4]. Подобная технология включает в себя разнообразные художественные формы презентаций научных исследований, объединяющих в себе различные способы интерпретации и репрезентации окружающего мира. Таким образом, происходит объединение науки и искусства. В результате на пересечении этих двух областей – науки и искусства – возникают оригинальные формы интерпретации научных разработок, художественно оформленных и представленных. Сфера искусства привносит момент событийности в научные формы знаний, тем самым позволяет рассказывать общественности о научных исследованиях интересно и необычно. Популяризация научных разработок подобным образом способствует борьбе со стереотипом, что наука интересна только учёным, ведь благодаря использованию Art Science она может быть представлена через различные формы искусства: изобразительное, танцевальное и т. д., а это интересно многим, соответственно и сама наука становится интересной общественности.

Приведём пример использования технологии Art Science Физиологическим обществом («The Physiological Society»), которое в 2015 году организовало интерактивный театр «Гармония Гормонов» («Hormone Harmony») в рамках ежегодного фестиваля музыки и искусств «Зелёный человек» («Green Man Festival»), проводимого в Уэльсе [5]. Целью «Гармония Гормонов» являлось создание научно-театральной площадки как места вовлечения зрителей в понимание процесса влияния гормонов на чувства, поведение и физиологию человека в целом. Целевую аудиторию проекта представляли взрослые жители Уэльса, пришедшие на фестиваль, гости, а также школьники среднего и старшего возраста. Сама концепция мероприятия напоминала действия, происходящие на античной сцене. В «Гармонии Гормонов» участвовали три актёра, исполнявших роль древнегреческих героев. Эти персонажи стремились к совершенству – физиологическому балансу, раскрывая мифы и легенды мира гормонов. Героев по мере рассказов сопровождали «оракулы» (два учёных), которые комментировали научно-популярным языком суждения древнегреческих персонажей. Способы вовлечения общественности в мероприятие включали следующее: исполнение весёлых песен вместе с актёрами; участие аудитории во взаимодействиях с персонажами во время раскрытия мифов; консультации «с оракулами» (учёными); возможность каждому проверить свой уровень гормонов. Данный интерактивный театр позволил Физиологическому обществу повысить свою узнаваемость, вовлечь общественность в решение жизненно важных проблем, а также информировать о состоянии здоровья каждого.

Art Science – это технология, позволяющая интегрировать науку и искусство, представляя первую в формате второго. Однако совсем недавно получила своё распространение технология – Science Busking, которая является синтезом науки и «повседневности». Под «повседневностью» в данном контексте следует понимать окружающую человека среду, включая и утилитарные предметы быта. Учёные стремятся донести до общественности свои исследования на ненаучном языке, используя для объяснения своих опытов бытовые предметы.

Так, в 2017 году Национальный университет Сингапура провёл ряд экспериментов, направленных на популяризацию науки с помощью технологии Science Busking. Первый эксперимент получил название «Marshmallow Cannon» («Пушка из зефира»). Необходимо было «выбросить» зефир с помощью полой трубки, дуя в неё. Участникам было предложено «отправить зефир в полёт» как можно дальше. Затем учёные из университета объяснили с физической точки зрения стратегию движения зефира и обсудили параметры, влияющие на расстояние, пройденное зефиром [6].

Другой эксперимент учёных из Национального университета Сингапура под названием «Elephant Toothpaste» («Гигантская зубная паста») демонстрировал каталитическое разложение перекиси водорода в воде и кислороде. Для увеличения количества первоначального вещества – зубной пасты, в него был добавлен тензид. Участники мероприятия могли подобный эксперимент повторить в домашних условиях, так как он был безопасным [6].

Применение научными коммуникаторами технологии Science Busking позволяет увеличить интерес к науке со стороны общественности за счёт её доступного объяснения и демонстрирования того, что наука окружает человека даже в повседневной жизни. Подобные форматы мероприятий также работают на репутационный капитал научных субъектов, проводящих их.

Существует ещё одна из наиболее популярных технологий в сфере научных коммуникаций – научный краудсорсинг. Он направлен на вовлечение общественности в деятельность научного субъекта посредством организации пространства участия в научных исследованиях, когда каждый представитель общественности может почувствовать себя в роли учёного, внести свой вклад в решение глобальных проблем. Это связано с концепцией гражданской науки, которая заключается в привлечении добровольцев к участию в научных исследованиях [7]. Вовлечение общественности с помощью применения технологии научного краудсорсинга происходит за счёт того, что у её представителей присутствует желание внести индивидуальный вклад во что-то значимое, а проекты гражданской науки позволяют реализовать это [8].

Применение данной технологии в online-формате иллюстрирует проект Лондонского общества естественной истории «London Bird Records» [9]. С целью восстановления исторических данных о популяциях птиц на территории Лондона и оптимизации процесса обработки информации, собранной в течение XX века, записанной вручную на специальных картах, на платформе гражданской науки «Zooniverse» был разработан инновационный способ расшифровки карт с данными о популяциях птиц, населявших территорию Лондона в прошлом веке. Лондонское общество естественной истории с помощью вовлечения широкой общественности, имеющей доступ к сети Интернет, стремится оцифровать данные с карт. Это позволит улучшить знания о популяциях птиц и их распределении в Лондоне, а также использовать исторические данные в целях научных исследований. В базу, расположенную на «Zooniverse», были занесены отсканированные рукописные карты о популяциях

птиц, которые появляются на данной платформе, если представитель общественности решит помочь расшифровать данные. Вместе с отсканированной картой появляются вопросы, позволяющие собрать необходимую информацию о её содержании.

Популяризируя науку через научный краудсорсинг и проблему, связанную с обработкой информации о популяциях птиц, Лондонское общество естественной истории позиционирует себя как социально ответственного научного субъекта, решающего реально существующие проблемы.

Таким образом, применение технологий научного PR, соответствующих современным трендам популяризации науки и направленных на сокращение дистанции между наукой и обществом различными способами, позволяет обеспечить эффективность научных коммуникаций за счёт одновременного решения нескольких задач. Во-первых, популяризируя науку подобным образом, субъекты решают собственные исследовательские задачи. Во-вторых, благодаря их использованию разрушаются сложившиеся в обществе стереотипы о науке, формируется её ценностный имидж для общественного развития, тем самым научные субъекты исполняют свой «миссионерский долг» перед обществом. В-третьих, субъекты решают собственные PR-задачи, ориентированные на наращивание символического капитала. Всё перечисленное выше свидетельствует о высоком потенциале использования данных технологий в сфере современного научного PR.

Библиографический список

1. Bultitude, K. The Why and How of Science Communication / K. Bultitude // Rosulek, P., ed. "Science Communication". – Pilsen: European Commission, 2011. – 18 p.
2. Формула научного PR 3.0: сборник лучших практик в области научных коммуникаций. – СПб: Университет ИТМО, 2017. – 109 с.
3. Формула научного PR / Агентство SPN Communications по заказу РВК. – М., 2014. – 148 с.
4. Хабермас, Ю. Модерн – незавершенный проект / Ю. Хабермас // Вопросы философии. – 1992. – № 4. – С. 40–52.
5. Public Engagement grant-funded projects. – URL: <http://www.physoc.org/public-engagement-grant-projects> (дата обращения: 20.08.2018).
6. Science Busking at NUS Open Day 2017. – URL: <https://abucketfullofscience.wordpress.com/2017/03/15/science-busking-at-nus-open-day-2017/> (дата обращения: 04.03.2018).
7. Cooper, C. B. Links and Distinctions Among Citizenship, Science, and Citizen Science. A Reponse to "The Future of Citizen Science". Democracy and Education, 20 (2), Article 13. Available at. – URL: <https://democracyeducationjournal.org/home/vol20/iss2/13> (дата обращения: 23.05.2018).
8. Хау Джефф. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
9. London Bird Records. – URL: <https://www.zooniverse.org/projects/gigl/london-bird-records/about/research> (дата обращения: 01.10.2018).

© Винокурова Е. Н., 2018

УДК 070:821.161.1Акунин

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖУРНАЛИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ В СЕРИИ Б. АКУНИНА «ПРИКЛЮЧЕНИЯ ЭРАСТА ФАНДОРИНА»

А. А. Журавко

*Научный руководитель – А. В. Кузнецов, ст. преподаватель кафедры журналистики
Тюменский государственный университет*

Борис Акунин в серии книг «Приключения Эраста Фандорина» часто упоминает периодические издания, используя их для передачи информации как читателям, так и героям. Воображаемый мир в книгах Б. Акунина близок к действительности, хотя часть персонажей, в том числе и главный герой его произведений, вымышлены. В работе, построенной на материале детектива «Турецкий гамбит», выясняется, существовали ли данные газеты в реальности или это авторский вымысел. Целью исследования стала попытка объяснить, почему автор использует данный способ информирования читателей.

Ключевые слова: Борис Акунин, «Турецкий гамбит», периодическое издание, газета, информация.

Произведения Бориса Акунина нередко строятся на основе реальных исторических событий, а персонажи его книг являются прототипами известных личностей описанной эпохи. Во многих книгах этого автора встречаются вырезки из различных периодических изданий, часть которых также является прототипом реальных газет того времени. На примере шпионского детектива «Турецкий гамбит», в котором описаны события русско-турецкой войны 1877–1878 гг., нами была сделана попытка определить, насколько формат и содержание названных в книге СМИ соответствует их историческим аналогам.

Как известно, приём включения в структуру авторского текста элементов (вкраплений) из других текстов принято обозначать термином «текст в тексте». «Текст в тексте – это введение в оригинальный авторский текст чужого текста. Таким образом, представление о тексте как о единообразном смысловом пространстве можно дополнить или уточнить указанием на возможность вторжения в него разнообразных элементов из других текстов. В качестве «чужого» текста может оказаться и текст данного автора, взятый из предшествующих произведений. Более того, таким может оказаться и текст, созданный тем же автором, но как бы вставленный в качестве текста другого автора». [1]

К данному приёму в своих произведениях обращались многие писатели. Одним из ярких примеров текста-вкрапления является отрывок из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев», в котором известный фельетонист Принц Датский написал статью об экстравагантном появлении Ипполита Матвеевича Воробьянинова с двумя совершенно голыми дамами. Газетные отрывки чередуются с язвительными комментариями и тем самым показывают отношение к происходящему: «Событие это, взволновавшее передовые круги старгородско-