

ПАБЛИК «ОБРАЗОВАЧ» И ЕГО СОЗДАТЕЛЬ А.КОНЯЕВ

Миронов В. О.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

Паблик – сокращенное название от термина «публичная страница». Пользователи социальной сети могут подписаться на такую страницу, их также могут подписать на нее. Формат паблика удобен тем, что в него может зайти любой желающий, тогда как группы могут быть закрыты. Поэтому паблик и называется публичной страницей – он открыт для всех. Но паблик создается, не для обсуждения, а для чтения информации или созерцания картинок и комиксов. Поэтому паблики часто используются как средство информирования.

Андрей Коняев стал использовать паблики и современные инструменты подачи информации именно для научной коммуникации. То есть коммуникации научного сообщества с «внешними» целевыми аудиториями: широкая общественность, бизнес, власть, СМИ и др. Один из его проектов - это новостной паблик о науке «Образовач» в социальной сети «ВКонтакте»

Андрей Коняев – российский журналист, издатель проекта N+1, основатель сообществ «Лентач» и «Образовач», ведущий программы о науке «На пальцах» («Эхо Москвы»), подкаста KuJi Podcast. Он известен своей работой во многих направлениях. В разное время он пробовал себя как колумнист, преподавал в университете и стал издателем научно-популярного интернет-издания, был шеф-редактором отдела новостного сайта и проявлял себя в других проектах.

Андрей Коняев интересен для тамбовчан еще и тем, что он родился в ХХХ году в Тамбове. С 1998 по 2002 год обучался в Тамбовском областном физико-математическом лицее. Как ученик принимает активное участие в олимпиадах по математике, физике, информатике, английскому языку. После окончания лицея с золотой медалью Коняев поступает на механико-математический факультет МГУ. Мехмат по специальности «Математика. Прикладная математика» Коняев окончил с красным дипломом в 2007 году. В 2011 году он защитил кандидатскую диссертацию, с 2010 года герой нашего материала – сотрудник кафедры дифференциальной геометрии и приложений мехмата МГУ.

С 2008 года Андрей Коняев связывает свою жизнь с журналистикой – становится редактором новостей портала «Лента.ру». Он - автор множества статей, колонок. Однако его все время интересует научно-популярная журналистика, поэтому он с 2012 года он возглавляет рубрику «Наука и техника». Возможно читатели помнят такие его публикации, как «О вреде пользы», «Вызывающе геометрические объекты», «В шаге от

абсолюта». С 2011 года руководит пабликом «Ленты.ру» ВКонтакте (негласное название «Лентач»¹).

Вместе с большинством сотрудников уходит из Ленты в 2014 году после увольнения главного редактора Галины Тимченко. Паблик ВКонтакте тогда переименовывается в «Лентач», он согласно данным Википедии, передан в управление группе читателей.

В 2014 году вместе с Антоном Носиком Коняев основал SMM-агентство «Мохнатый сыр». Примерно в это время в это время он создает во ВКонтакте паблик о науке «Образовач».

В апреле 2015 года на базе «Образовач» запускает издание о науке N+1. В сентябре 2015 года детище Коняева получило премию журнала «Сноб» «Сделано в России» в категории «Медиа». В феврале 2016 года N+1 получил премию Министерства образования и науки РФ «За верность науке» в категории «Лучший онлайн-проект о науке».

Андрей Коняев считает, что с читателями нужно говорить на одном языке, пусть он и не всегда цензурный: даже далекий от науки человек заинтересуется новостью, если подать ее при помощи мемов. «Образовач» — пристанище для смешных картинок и комиксов на основе научных новостей. Одни листают его ради смеха, другие же действительно пытаются разобраться трендах мира науки².

Как можно понять из всего вышесказанного, мемы играют достаточно важную роль в жизни современного общества. Изначально они создавались как развлекательный контент, направленный на то, чтобы вызвать добрый смех над глупой или нелепой ситуацией. Однако со временем мемы обрели большую популярность, и это не странно — ведь они учат воспринимать все с улыбкой и иронией. Благодаря мемам люди учатся смеяться над собой, своими неудачами и проблемами. Мемы способствуют развитию творческих навыков, провоцируют дискуссии и обсуждения, и даже служат в качестве замены многих фраз в диалогах.

Самый простой способ подружиться с аудиторией — вместе посмеяться над чем-то. Этот принцип действует и в научных коммуникациях, ведь нет ничего более пагубного для науки, чем говорить о ней «со звериной серьезностью».

¹ Невесенко Е. Д. Воздействие интернет-сообществ на социальную деятельность пользователей. [Текст] / Е. Д. Невесенко // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. М.: – 2019. – № 160. С. 174

² Почему все стали писать о науке: колонка создателя Паблика «Образовач» Андрея Коняева [Электронный ресурс]: режим доступа – <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/175933-konyaev-o-nauke> (дата обращения 04.05.2020)

В этом смысле один из самых эффективных инструментов – мемы, которые, как ни странно, могут быть вполне себе научными. Здесь действуют сразу два аспекта:

- во-первых, эмоциональная составляющая, благодаря которой читатель оказывается вовлеченным в контент.
- во-вторых, встраивание в контекст.

Чтобы пошутить о научном открытии и тем более сделать из него в мем, нужно очень хорошо разбираться в массовой и интернет-культуре. Привязка научной новости к актуальной повестке позволяет сделать его актуальным, а значит, зацепить даже того читателя, который бы оставил без внимания традиционную научную новость.

По мнению А. Коняева, «подача контента должна вызывать какие-то эмоции, чтобы люди не просто пролистывали записи, а делали социальные действия: лайкали, шерили, оставляли комментарии. И самый простой способ заинтересовать кого-то, добиться лояльности и подружиться – рассмешить»³.

Научные коммуникации – это работа со сложным контентом, в своем базовом виде непонятным человеку без специального образования. Превратить этот контент в понятную и при этом интересную и полезную информацию, не исказив факты, – сложная задача, которую должны решать все участники процесса. Сделать это можно разными способами. Пути научного коммуникатора неисповедимы: наряду с традиционными форматами общения с аудиторией, в этой области открывается большое поле для экспериментов⁴.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, наука нуждается в обеспечении информационных связей с массовой аудиторией. Есть разные способы достичь взаимодействия с целевой аудиторией. Важное значение надо уделять структурам, занимающимся популяризацией науки, и большую роль играют научные журналисты.

Литература:

1. Научный корреспондент [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nauchkor.ru/pubs/sotsialnaya-set-kak-instrument-prodvizheniya-smi-na-primere-instagram-5c1a53397966e104f6f852a2>

³ Невесенко Е. Д. Воздействие интернет-сообществ на социальную деятельность пользователей. [Текст] / Е. Д. Невесенко // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. М.: – 2019. – № 160. С. 174

⁴ Устинкина, К. Г. Виртуальные социальные сети как объект изучения. [Текст] / К. Г. Устинкина // Социология науки и технологий. – 2016. – Том 7. – № 1 – С. 194-200.

2. Материалы итоговой студенческой научной конференции Удмуртского госуниверситета [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://udsu.ru/files/nauka/ConfXLVI.pdf#3>