Челябинский гуманитарий. 2026. № 3 (76). С. 94–110.
ISSN 1999-5407 (print).
Chelyabinskij Gumanitarij. 2026; 3 (76), 94–110.
ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья
УДК 070
DOI 10.47475/1999-5407-2026-76-3-94-110

ПРИЕМЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ В НАУЧНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ СПЕЦПРОЕКТАХ

Ксения Александровна Болдина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия
ya@kboldina.ru, ORCID https://orcid.org/0000-0003-4841-1581, SPIN-код 1525-0730

Аннотация. Статья посвящена выявлению и систематизации приемов визуальной подачи информации в научно-просветительских спецпроектах российских СМИ. Исследование выполнено на пересечении трех направлений – визуализации в медиа, научно-популярной и просветительской журналистики и мультимедийного лонгрида, – синтез которых применительно к конкретным редакционным практикам остается малоизученным. Теоретической основой послужили работы отечественных и зарубежных исследователей в области визуальной коммуникации, популяризации научного знания и мультимодальной организации цифровых медиатекстов. Методом количественного контент-анализа изучены 35 научно-просветительских мультимедийных лонгридов информационного агентства ТАСС, опубликованных в 2016–2025 годах. Выборка включает как материалы, транслирующие результаты конкретных научных исследований, так и авторские просветительские проекты, в которых журналист самостоятельно систематизирует специализированное знание для широкой аудитории. Выбор издания обусловлен предварительным анализом архивов пяти крупных российских СМИ, показавшим, что ТАСС располагает наибольшим числом научно-просветительских спецпроектов и наиболее высокой их долей среди редакционных материалов. Каждый спецпроект анализировался по четырем группам параметров: формальные характеристики, объем текста, типы визуальных элементов и приемы веб-дизайна. Установлено, что соотношение визуальных элементов и текста системно обусловлено природой популяризируемого знания: естественнонаучные и инженерно-технические темы тяготеют к высокой визуальной плотности, тогда как гуманитарные требуют более развернутого текстового аппарата. Выявлена двухуровневая структура визуальной подачи: традиционные средства визуализации, непосредственно передающие содержание, и приемы веб-дизайна, организующие взаимодействие читателя с материалом через движение нарратива, инструктирование и интерактивное вовлечение. Зафиксирована тенденция к стандартизации интерактивных решений в более поздних проектах. Результаты вносят вклад в понимание специфики визуальной коммуникации в научно-просветительской журналистике и могут быть использованы при разработке редакционных стратегий создания мультимедийных просветительских материалов.

Ключевые слова*:* цифровая журналистика, научно-популярная журналистика, просветительская журналистика, мультимедийный лонгрид, визуализация информации, веб-дизайн в журналистике.

Для цитирования: Болдина К. А. Приемы визуальной подачи информации в научно-просветительских спецпроектах // Челябинский гуманитарий. 2026. № 3 (76). С. 94–110. doi: 10.47475/1999-5407-2026-76-3-94-110

Original article

TECHNIQUES OF VISUAL PRESENTATION OF INFORMATION IN SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL SPECIAL PROJECTS

Ksenia A. Boldina
Lobachevsky State University, Nizhny Novgorod, Russia
ya@kboldina.ru, ORCID https://orcid.org/0000-0003-4841-1581

Abstract. This article is devoted to identifying and systematizing techniques of visual information presentation in science educational special projects of Russian media. The study is conducted at the intersection of three research areas – visualization in

media, science educational journalism, and multimedia longread – the synthesis of which as applied to specific editorial practices remains understudied. The theoretical foundation is provided by works of Russian and international scholars in the fields of visual communication, popularization of scientific knowledge, and multimodal organization of digital media texts. Using the method of quantitative content analysis, 35 sciences educational multimedia longreads published by the TASS news agency between 2016 and 2025 were examined. The sample includes both materials that communicate the results of specific scientific research and original educational projects in which the journalist independently systematizes specialized knowledge for a broad audience. The choice of this outlet was determined by a preliminary analysis of the archives of five major Russian media organizations, which showed that TASS possesses the largest number of science educational special projects and the highest proportion of such materials among its editorial content. Each special project was analyzed according to four groups of parameters: formal characteristics, text volume, types of visual elements, and web design techniques. It was established that the ratio of visual elements to text is systematically determined by the nature of the knowledge being popularized: natural science and engineering topics tend toward high visual density, whereas humanities topics require a more extensive textual apparatus. A two-level structure of visual presentation was identified: traditional visualization tools that directly convey content, and web design techniques that organize the reader's interaction with the material through narrative progression, user guidance, and interactive engagement. A trend toward standardization of interactive solutions in more recent projects was also observed. The results contribute to understanding the specifics of visual communication in science educational journalism and can be applied in developing editorial strategies for creating multimedia educational materials.

Key words: digital journalism, popular science journalism, educational journalism, multimedia longreads, information visualization, web design in journalism

For citation: Boldina K. A. (2026). Techniques of visual presentation of information in scientific and educational special projects. Chelyabinskij Gumanitarij, 3 (76), 94–110. doi: 10.47475/1999-5407-2026-76-3-94-110 (In Russ.)

Введение

Просветительская функция отечественной журналистики формировалась и эволюционировала на протяжении многих десятилетий в условиях существования постоянного общественного запроса. Потребность в широком распространении научных знаний возникла еще в эпоху петровских преобразований, когда развитие промышленности и самой науки потребовало притока образованных, любознательных людей. На протяжении трех столетий менялись каналы доставки этого знания: от книг к периодическим изданиям, затем к радио и телевидению (Тертычный 2013: 212), а в последние десятилетия – к цифровым медиа. Каждая технологическая смена носителя и канала информации не просто расширяла аудиторию, но и трансформировала сам язык, которым наука обращается к обществу.

Одним из ключевых преобразований последних десятилетий стало стремительное возрастание роли визуального начала. Визуальное восприятие превращается в доминантный способ познания мира. Этот процесс имеет глубокие культурные корни: еще в XX веке в гуманитарных дисциплинах наметилось смещение исследовательского интереса от вербальной информации к визуально-образной, и стало очевидно, что механизмом осмысления действительности служит не только язык, но и множество иных репрезентаций, прежде всего зрительный образ (Симакова 2018: 226). На практике это выражается в широком арсенале визуальных средств современных медиа: фотографии и иллюстрации, инфографика в разнообразных формах (диаграммы, таймлайны, интерактивные карты), а также мультимедийный контент: видеоролики, анимация, слайд-шоу (Симакова 2018: 227).

Для журналистики, занимающейся популяризацией знания, визуальная составляющая приобретает особое значение. Сложность научного материала требует не только доступного изложения, но и наглядных способов представления данных, процессов, взаимосвязей. Мультимедийные форматы, прежде всего лонгриды и иные спецпроекты, открывают для этого богатые возможности, позволяя соединять текст, графику, анимацию и интерактивные элементы в едином повествовании. Сегодня такие форматы активно используют не только специализированные научные издания, но и крупные информационные агентства, новостные порталы и другие СМИ широкого профиля, стремящиеся привлечь массовую аудиторию к сложным темам из области науки, техники, истории и культуры.

Вместе с тем круг просветительских материалов в современных медиа существенно шире, чем предмет научно-популярной журналистики в ее традиционном понимании. Научно-популярная журналистика в строгом смысле предполагает, что журналист выступает посредником между наукой и аудиторией: сообщает о результатах исследований, открытиях, достижениях ученых, то есть транслирует «первичное» научное знание в доступной форме. Однако значительная часть просветительских спецпроектов крупных СМИ устроена иначе: журналист самостоятельно собирает, систематизирует и представляет специализированное знание (историческое, искусствоведческое, лингвистическое, инженерное), не привязываясь к конкретному научному открытию как информационному поводу. Такие материалы опираются на научные источники и экспертизу, отвечают критериям достоверности и доступности, но по своей природе являются не трансляцией чужих исследований, а авторскими просветительскими проектами. В настоящей работе мы используем термин «научно-просветительские» для обозначения обеих разновидностей – как материалов, транслирующих результаты конкретных научных исследований, так и авторских просветительских

проектов, в которых журналист доступно излагает систематическое знание из различных дисциплинарных областей. Объединяющими признаками таких материалов выступают: научное знание в основе нарратива, достоверность содержания, ориентация на широкого читателя и занимательность изложения.

Вопрос о том, как именно визуальные приемы применяются в научно-просветительских материалах СМИ широкого профиля, остается малоизученным. Большинство существующих работ сосредоточено либо на роли журналистики в популяризации науки в целом, либо на специфике научно-популярных изданий. При этом визуализация информации в журналистике исследуется достаточно активно, однако на пересечении этих направлений, а именно в области визуальной подачи научно-просветительского контента в медиа общего профиля, образуется заметная исследовательская лакуна. Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы частично заполнить этот пробел: выявить и систематизировать приемы визуальной подачи информации в научно-просветительских спецпроектах на примере материалов информационного агентства ТАСС.

Обзор литературы

Проблематика настоящего исследования находится на стыке нескольких направлений, каждое из которых обладает различной степенью теоретической разработанности. Визуализация информации в журналистике изучена достаточно подробно: отечественные и зарубежные авторы рассматривают функции, инструменты и эффекты визуального контента в медиа. Научно-популярная и просветительская журналистика также являются предметом устойчивого исследовательского интереса, однако большинство работ сосредоточено на специализированных изданиях или на общих вопросах популяризации знания. Мультимедийный лонгрид как формат описан в ряде значимых исследований, но, как правило, без привязки к тематической специализации материалов. Наименее изученным остается именно пересечение этих трех направлений: визуальная подача научно-просветительского контента в спецпроектах качественных универсальных СМИ. Ниже мы последовательно рассмотрим каждое из указанных направлений, чтобы обозначить теоретическую рамку нашего исследования и очертить границы существующей лакуны.

Наиболее значимыми в этом контексте являются работы по визуализации С. И. Симаковой. В своих трудах исследователь неоднократно подчеркивает, что именно визуальные элементы материала позволяют наиболее лаконично фиксировать информацию, передавать то, что технически сложно выразить словами. Помимо этого, визуализация выполняет ряд практических функций: помогает отсеивать информацию, на прочтение которой потребовалось бы значительное время, разрывает длинные текстовые блоки, предотвращая рассеивание внимания читателя, а также стимулирует интерес к прочтению всего материала, акцентируя внимание на наиболее значимых фрагментах (Симакова 2017а: 92). Иными словами, визуализация в современной журналистике выступает не столько декоративным дополнением к тексту, сколько функциональным инструментом повышения эффективности коммуникации с аудиторией.

Эту позицию разделяет исследователь М. А. Иванникова. По ее оценке, главным преимуществом визуализации является возможность передавать сложную и детализированную информацию в понятной и адаптированной под новые цифровые площадки форме: при использовании графических изображений человек значительно быстрее анализирует данные и, как следствие, лучше их запоминает (Иванникова 2022: 35). Можно утверждать, что визуализация задействует два ключевых механизма восприятия: повышает скорость осмысления материала и глубину его запоминания, становясь незаменимым инструментом в условиях информационной перегрузки.

При этом важно отметить, что ключевым следствием технологической эволюции становится трансформация визуального образа из пассивного объекта созерцания в активный интерфейс взаимодействия. Чтобы получить данные, скрытые за графиком, пользователь должен кликнуть на него; чтобы увидеть фотографию «до и после» – провести курсором; чтобы «прогуляться» по виртуальному музею – выбрать маршрут с помощью стрелок. Другими словами, визуализация сегодня – это не только собственно изображение, но и интерфейс, через который пользователь взаимодействует с контентом (Симакова 2026: 583).

Выводы теоретиков находят подтверждение в эмпирических работах о практике российских СМИ. С. С. Еременко и С. И. Симакова, исследуя медиаэстетику анимации и видео на сайтах, фиксируют устойчивый общественный запрос на визуальный контент. Он проявляется в активном использовании анимационных приемов и обязательном присутствии видеоряда в тексте (Еременко, Симакова 2024). По словам авторов, журналистика сегодня эволюционирует сразу в двух направлениях: это ставка на визуализацию данных и наращивание доли развлекательных форматов. Е. И. Масленникова и А.С. Макушина, в свою очередь анализируя тенденции в более широком ключе, приходят к аналогичному выводу: инфографика, видео и интерактив стали обыденностью, расширив выразительные границы профессии журналиста. Дальнейшее развитие отрасли, полагают они, будет определяться степенью мультимедийной интеграции и гибкостью в ответ на меняющиеся предпочтения аудитории (Масленникова, Макушина 2025: 44), для которой, что вполне ожидаемо, ключевым фактором становится увлекательность даже самых серьезных публикаций.

Если роль визуализации в журналистике в целом исследована достаточно подробно, то вопрос о ее специфике применительно к научно-популярным и просветительским публикациям заслуживает отдельного рассмотрения.

Научно-популярная журналистика представляет собой особое направление, призванное сделать научное знание доступным массовой аудитории. С. А. Панюкова в обзоре исследований по данной теме указывает, что задача журналиста в этой сфере не ограничивается информированием: она включает анализ информации, демонстрацию причин и последствий различных явлений, разъяснение доступным языком сложных вещей. Среди незыблемых принципов научно-популярной журналистики исследователи выделяют глубинное осмысление научного материала журналистом, доступность и занимательность изложения (Панюкова 2018).

С. П. Суворова детально раскрывает задачи журналистских научно-популярных публикаций: 1) своевременное информирование читателей о появлении новых продуктов, явлений и фактов науки; 2) содействие освоению массовой аудиторией особенностей продуктов науки (прояснение их основных смыслов, выявление значения и последствий научных открытий для развития науки и общества), а также знакомству с судьбами и личностями ученых, определяющих ход науки; 3) побуждение адресата информации к обсуждению событий научного мира (сопоставление точек зрения, оценок, аргументов), к интеллектуальному обогащению; 4) побуждение ученых, субъектов научной деятельности, к рефлексии, а при необходимости – к коррекции исследовательской позиции. Таким образом, заключает С. П. Суворова, основная функция научно-популярных публикаций – просветительская (Суворова 2009: 18). Эти критерии существенны для нашего исследования, поскольку задают ту систему координат, в которой визуализация оказывается не факультативным дополнением, а органичным средством решения редакционной задачи: наглядная подача данных, схемы, инфографика и интерактивные элементы способны одновременно обеспечить и достоверность представления научного материала, и его доступность, и занимательность для широкого читателя, что эффективно помогает реализации просветительской функции.

Вместе с тем практика современных цифровых медиа показывает, что границы научно-популярной журналистики в ее традиционном понимании зачастую пересекаются с границами просветительского контента. Наряду с материалами, транслирующими результаты конкретных научных исследований, в цифровом пространстве активно развивается схожая по целям и приемам подачи материала просветительская журналистика – направление, задачу которого А. Р. Медведева определяет как обзор познавательного информационного поля, способствующего расширению культурного знания читателя (Медведева 2021: 115). Просветительская журналистика при этом реализует уникальную культуроформирующую функцию: она не обязательно привязана к конкретному научному открытию как информационному поводу, но систематизирует и делает доступным специализированное знание – историческое, искусствоведческое, лингвистическое, техническое. Как показывает А. Р. Медведева на примере портала «Арзамас», функционирование такой журналистики в цифровом пространстве неразрывно связано с логикой интерфейса: аффордансы веб-страницы (скроллинг, акцентирование, переключение, целенаправленный перенос) становятся не просто техническими средствами навигации, а материализацией самих способов работы с познавательным контентом (Медведева 2021: 118). Это наблюдение существенно для нашего исследования, поскольку подтверждает, что приемы веб-дизайна как в просветительских материалах, так и в научно-популярных выполняют не только оформительскую, но и содержательную функцию.

А. В. Чутчева, В. В. Витвинчук и М. С. Лаврищева, проведя контент-анализ десяти российских просветительских ресурсов (в том числе «ПостНауки», «Арзамаса», ТАСС и др.), предложили классификацию мультимедийных жанров, применяемых в просветительской журналистике: информативные (статичная и анимированная инфографика), иммерсионные (аудио- и видеоподкасты, создающие эффект присутствия), иллюстративные (фотогалереи, 3D-модели) и интерактивно-навигационные (тесты, таймлайны, интерактивная инфографика) (Чутчева, Витвинчук, Лаврищева 2021: 16). Авторы приходят к выводу, что перспектива развития просветительской журналистики связана именно с расширением спектра мультимедийных модальностей, а цифровая среда обладает практически безграничным потенциалом для производства новых форм бытования информации (Чутчева, Витвинчук, Лаврищева 2021).

С. А. Панюкова на материале портала «Постнаука» фиксирует последовательный рост доли новых цифровых жанров – лонгрида, игры, подкаста, – отражающий переход научно-популярных медиа к мультимедийным и интерактивным формам подачи информации (Панюкова 2022). С. К. Карпова и В. Т. Абишева, анализируя предметно-тематическую специфику научно-популярных онлайн-ресурсов, дополняют эту картину: разные сайты формируют свой устойчивый набор жанров, обусловленный потребностями аудитории и целями создателей, а их материалы представляют собой стремительно развивающееся явление, сочетающее слияние научных и развлекательных стилей с элементами информационно-аналитических и художественных жанров (Карпова, Абишева 2020: 30). Таким образом, научно-популярный и просветительский контент в интернете не просто воспроизводит сложившиеся

жанровые модели, но и активно трансформирует их, опираясь на мультимедийные возможности цифровой среды.

Центральное место среди этих возможностей занимает формат мультимедийного лонгрида. А. В. Колесниченко, предпринявший масштабное исследование лонгридов в российских СМИ, определяет его как полижанровый формат с доминирующей текстовой основой значительного объема и разнообразными мультимедийными элементами, не избыточными по отношению к текстовой информации (Колесниченко 2022: 4). Исследователь выделил шесть типов мультимедийных лонгридов по смысловой основе: аналитическую статью, расследование, реконструктор, репортаж, обзор и портрет. В числе основных мультимедийных элементов – репортажные съемки, видеоинтервью и архивные кадры, то есть преимущественно малобюджетный контент (Колесниченко 2022: 11–12). Это может говорить о том, что даже при наличии богатого мультимедийного инструментария практика его использования в российских СМИ остается ограниченной.

Проанализировав свыше ста наиболее популярных и цитируемых сайтов, А. В. Колесниченко обнаружил мультимедийные лонгриды лишь на 15 из 114 ресурсов и зафиксировал общую тенденцию интернет-среды к мономедийности (Колесниченко 2022: 8, 15). В. Е. Соломин, проведя сравнительный анализ лонгридов ТАСС, Lenta.ru и «Таких дел» за 2014–2024 годы, уточняет эту картину: те издания, которые все же используют формат мультимедийного лонгрида, движутся в сторону упрощения не столько содержания, сколько структуры спецпроектов. Запрос аудитории на быстро поглощаемый контент привел к тому, что журналисты, не отказываясь от мультимедийной формы, стали сокращать объем текста и использовать мультимедийные элементы, не требующие длительного взаимодействия с читателем (Соломин 2024: 169). Эти выводы задают важный контекст для нашей работы: анализируя спецпроекты ТАСС за десятилетний период (2016–2025), мы сможем проверить, проявляется ли данная тенденция к упрощению в научно-просветительских материалах агентства и как она соотносится с эволюцией визуальных приемов.

Существенный вклад в понимание того, как устроен мультимедийный лонгрид с точки зрения визуальной структуры и веб-дизайна, вносят зарубежные исследования.

Т. Хиппала в работе «The multimodality of digital longform journalism» предпринял детальный анализ мультимодальной организации 12 лонгридов, опубликованных в The New York Times, The Wall Street Journal, Rolling Stone и The Telegraph в 2012–2013 годах (Hiippala 2016). Исследователь разработал систему описания визуальной структуры лонгрида, выделив в ней несколько семиотических модусов: текстовый поток (text-flow), полноэкранную фотографию, динамический видеопоток (dynamic image-flow), картографические элементы, анимацию и макетную организацию (page-flow). Анализ корпуса из 206 «экранов» (составляющих частей отобранных для анализа лонгридов) показал, что доминирующим модусом является текстовый поток, составляющий 42% всех «экранов». За ним следуют полноэкранная фотография (29%) и динамический видеопоток (18%), тогда как анимация, интерактивные карты и иные элементы встречаются значительно реже (Hiippala 2016).

Т. Хиппала в своем исследовании обращает внимание на ключевую структурную особенность лонгрида – линейность подачи материала. Если главные страницы новостных ресурсов строятся по принципу двумерного макета, позволяя одновременно демонстрировать разнородную информацию, то лонгрид устроен иначе: в каждый момент времени он полностью занимает экран лишь одним типом контента. Подобную организацию исследователь называет «неглубокой» структурой, которая, отсылая к термину Д. Даулинга и Т. Вогана, формирует эффект «когнитивного контейнера». Иными словами, такая среда ограждает пользователя от привычных отвлекающих триггеров интернет-серфинга и способствует его полному погружению в историю (Hiippala 2016).

Важную роль в этой конструкции играют визуальные переходы между отдельными блоками или «экранами»: прокрутка, параллакс-скроллинг (наплыв) и растворение. Как показывает Т. Хиппала, эти приемы пришли из киноязыка, однако в пространстве лонгрида они обретают иную функцию. Если в фильме они служат смене кадров, то здесь они становятся маркерами, сигнализирующими о переключении между разными семиотическими системами – например, переходе от текста к видео или от статичной графики к интерактивному элементу.

Исследование Т. Хиппалы представляет для нашей работы особую методологическую ценность, поскольку предлагает систематический подход к описанию визуальных и структурных элементов лонгрида с фиксацией типов контента, способов перехода между ними и принципов организации пространства материала. Именно эти параметры (типы визуальных элементов, их соотношение с текстом и способы взаимодействия пользователя с материалом) лежат в основе нашего контент-анализа спецпроектов ТАСС.

Таким образом, в научной литературе сложилась ситуация, при которой каждый из ключевых для нашей темы аспектов (визуализация в медиа, научно-популярная и просветительская журналистика, мультимедийный лонгрид) разработан по отдельности, однако их синтез применительно к конкретным редакционным практикам остается за пределами исследовательского внимания. Описанные выше

работы формируют теоретическую и методологическую базу, опираясь на которую мы можем перейти к эмпирическому анализу: рассмотреть, как именно информационное агентство ТАСС реализует приемы визуальной подачи информации в своих научно-просветительских спецпроектах, какие типы визуальных элементов преобладают, как они соотносятся с текстовой составляющей и какие элементы веб-дизайна определяют характер взаимодействия читателя с материалом.

Методы исследования

Для достижения поставленной цели в качестве основного метода был выбран количественный контент-анализ, позволяющий систематически зафиксировать и измерить визуальные и структурные характеристики анализируемых материалов. Эмпирической базой исследования послужили научно-просветительские спецпроекты информационного агентства ТАСС в формате мультимедийного лонгрида.

Выбор именно этого издания обусловлен результатами предварительного отбора, проведенного на материале пяти крупных российских СМИ: сетевых изданий Lenta.ru, «Коммерсантъ» и «Известия», а также информационных агентств ТАСС и «РИА Новости». В ходе этого этапа были изучены все имеющиеся редакционные (не партнерские и не рекламные) спецпроекты в формате мультимедийного лонгрида, представленные в архивах указанных СМИ за период с 2014 по 2025 год. Из общего массива были отобраны материалы научно-просветительской тематики – публикации, посвященные не только естественным, точным и техническим наукам, но и общественным и гуманитарным дисциплинам (например, история феминистского движения в России, процесс проведения археологических раскопок и т.п.), при условии что они отвечают критериям, позволяющим квалифицировать материал как научно-просветительский: научное знание в основе нарратива, достоверность содержания, выраженная ориентация на широкого читателя, доступность и занимательность изложения. Как было обосновано во введении, в выборку включались как материалы, транслирующие результаты конкретных научных исследований (что соответствует традиционному пониманию научно-популярной журналистики), так и авторские просветительские проекты, в которых журналист самостоятельно систематизирует и доступно излагает специализированное знание, не привязываясь к конкретному научному открытию как информационному поводу.

Всего в архивах пяти изданий за указанный период было рассмотрено 350 редакционных мультимедийных лонгридов, из которых лишь 47 (13,4 %) относятся к научно-просветительской тематике. Распределение оказалось крайне неравномерным: Lenta.ru – 1 из 65 спецпроектов (1,5 %), «Коммерсантъ» – 1 из 7 (14,3 %, однако столь малый объем не позволяет делать выводы о редакционной стратегии), «Известия» – 3 из 110 (2,7 %), «РИА Новости» – 5 из 31 (16,1 %), ТАСС – 37 из 137 (27 %). Таким образом, ТАСС не только располагает наибольшим абсолютным числом научно-просветительских лонгридов, но и демонстрирует наиболее высокую их долю среди спецпроектов – более чем каждый четвертый. Это позволяет говорить не о случайных редакционных решениях, а об устойчивой стратегии агентства, в рамках которой просвещение аудитории является одним из приоритетных направлений работы со сложными мультимедийными форматами, и делает архив ТАСС наиболее репрезентативной базой для изучения визуальных приемов в научно-просветительских спецпроектах.

Из 37 первоначально отобранных материалов ТАСС два спецпроекта («Все в порядке. Как устроен мир вокруг нас» (2025) и «Образ будущего» (2025)) были исключены из итоговой выборки, поскольку представляют собой не мультимедийные лонгриды, а наборы отдельных статей, объединенных общими экранами с дизайнерским оформлением, на которых размещены ссылки на эти статьи. Хотя их содержание безусловно относится к научно-просветительской тематике, по своей структуре и верстке они не могут быть отнесены к мультимедийным лонгридам. Таким образом, итоговая выборка составила 35 спецпроектов ТАСС, опубликованных в период с 2016 по 2025 год.

Каждый материал анализировался по нескольким группам параметров.

Первая группа – формальные характеристики материала, в числе которых дата публикации, название, тематика.

Вторая группа – текстовая составляющая. Мы посчитали объем текста в знаках без пробелов в каждом материале, что позволило оценить его информационную насыщенность и проследить взаимосвязь размеров текстовой основы и тематики. Также мы определяли жанр смысловой основы в соответствии с типологией мультимедийных лонгридов А.В. Колесниченко. Нами было выявлено преобладающее количество статей (29), 1 репортаж, 3 реконструктора и 2 гибридных материала (статья с элементами реконструктора).

Третья группа – визуальные элементы. Мы фиксировали следующие категории визуальных элементов: фотографии (в том числе полноэкранные), иллюстрации, инфографические вставки, видеоролики, анимированные вставки, а также аудиофрагменты. Для каждого материала подсчитывалось общее количество визуальных элементов, что позволяло определить соотношение визуальной и текстовой составляющих.

Четвертая группа – элементы веб-дизайна и интерактивности, определяющие характер взаимодействия читателя с материалом. Вслед за А. Р. Медведевой (2021), рассматривающей аффордансы интерфейса

как материализацию траекторий работы с контентом, мы учитывали типы пользовательских действий: скроллинг (вертикальная или горизонтальная прокрутка как основной способ навигации), клик (нажатие на элементы для раскрытия дополнительного содержания, переключения между вкладками или запуска мультимедиа), драг (перетаскивание элементов, в том числе слайдеры сравнения изображений), а также hover-эффекты (изменение состояния элемента при наведении курсора). Кроме того, фиксировались такие приемы, как параллакс-скролл (многоплановое движение фоновых и переднеплановых элементов при прокрутке), полноэкранные переходы между блоками, всплывающие окна и иные специфические решения веб-дизайна.

Данные контент-анализа заносились в кодировочную таблицу, после чего подвергались количественной обработке: вычислялись средние значения и медианы по обозначенным параметрам, прослеживалась динамика показателей по годам, а также выявлялись устойчивые сочетания визуальных приемов, характерные для научно-просветительских спецпроектов ТАСС.

Результаты исследования

Все 35 спецпроектов итоговой выборки могут быть квалифицированы как научно-просветительские на основании критериев, сформулированных во введении: научное знание в основе нарратива, достоверность содержания, ориентация на широкого читателя, доступность и занимательность изложения. При этом выборка охватывает широкий дисциплинарный спектр, что позволяет выделить несколько тематических кластеров.

Первый и наиболее обширный кластер составляют материалы, посвященные космосу, астрономии и связанным с ними природным явлениям. Он включает 13 спецпроектов: «Марс-бросок» (2016) о российско-европейской миссии «Экзомарс», «Спутник один» (2017) о запуске первого советского спутника, «Первые космические» (2017) об ученых, внесших вклад в развитие космонавтики, «Тунгусский метеорит. Что упало, то пропало» (2018) о расследовании причин Тунгусского феномена, «Буран: разбор полета» (2018) о советском космическом корабле многоразового использования, «Луна. Первый контакт» (2019) о первом искусственном объекте на Луне, «Плутон» (2020) об утрате Плутоном статуса планеты, «Леонов, твой выход!» (2020) о первом выходе человека в открытый космос, «Экспресс до МКС» (2021) о схемах полетов к Международной космической станции, «Летучие корабли» (2022) об истории и перспективах российских экранопланов, «Свет далеких планет» (2023) о методах поиска экзопланет, «Шоу по расписанию» (2023) о метеорных потоках и «Магнитные бури» (2024) о влиянии солнечной активности на Землю. Все эти материалы опираются на верифицируемые научные данные и при этом излагают их языком, доступным неподготовленному читателю, широко используя аналогии, исторические нарративы и элементы занимательности. Часть проектов этого кластера (например, «Марс-бросок» или «Свет далеких планет») ближе к научно-популярной журналистике в узком смысле, поскольку транслирует результаты конкретных исследований и миссий, тогда как другие (например, «Первые космические» или «Буран: разбор полета») представляют собой авторские просветительские материалы, систематизирующие историко-техническое знание.

Второй кластер объединяет материалы из области истории и общественных наук. Сюда входят: «Генеалогия протеста» (2017) о 95 тезисах Мартина Лютера и истории протестантизма, «Круги Данте» (2020) о биографии поэта в контексте средневековой философии и теологии, «Поколение Д» (2020) – масштабное историко-политическое исследование декабристского движения, «Ретрофеминизм» (2022) об истории женского движения в России, «Без царя во главе» (2023) о политических механизмах избрания Михаила Романова, «Иконографика» (2023) – искусствоведческое пособие по чтению икон, «Мавзолей Ленина» (2023) об архитектурной и политической истории мавзолея, «Петр I праздновать велел» (2023) об истории новогодних традиций в России, «Бескрайний крайний» (2023) – комплексное исследование освоения Дальнего Востока, и «Гнёздово» (2025) о древнерусском археологическом комплексе. Каждый из этих материалов основан на научных источниках (исторических, археологических, искусствоведческих), содержит ссылки на экспертов и исследования и реализует просветительскую задачу, делая специализированное гуманитарное знание доступным широкой аудитории. Именно этот кластер наиболее наглядно демонстрирует правомерность использования термина «научно-просветительский»: подавляющее большинство входящих в него проектов не привязаны к конкретным научным открытиям или исследованиям, а представляют собой авторские просветительские нарративы, в которых журналист самостоятельно собирает, систематизирует и доступно излагает специализированное гуманитарное знание.

Третий кластер представлен материалами из области наук о Земле, палеонтологии и природных явлений: «Меркатор. О дивный плоский мир» (2019) о создании карты материков, «Вымершие. Семь динозавров России» (2021) – палеонтологический обзор, основанный на данных российских раскопок, «Гнев Земли» (2023) о вулканах и их потенциальных угрозах для цивилизации, «Мертвое солнце» (2023) о причинах аномального затмения на Ямале, «Редкий день календаря» (2024) об астрономических основаниях високосного года. Научное содержание этих материалов охватывает геологию, атмосферную физику и

палеонтологию, при этом каждый из них выстроен как увлекательное расследование или объяснительный нарратив.

Четвертый кластер – лингвистические и этнографические материалы: «Понять Африку» (2021) о непереводимых словах из африканских языков, «Дары речи» (2025) об исчезающих языках России и «Бестиарий. 10 эпических монстров России» (2019), который, несмотря на мифологическую канву, содержит этнографический и фольклористический контекст. Все три проекта опираются на данные лингвистических и этнографических исследований и представляют собой образцы популяризации гуманитарного знания.

Наконец, в отдельную группу можно вынести спецпроекты об инженерии и технике: «Вперед, акванавты!» (2022) о советских подводных домах, «Высокие отношения» (2022) о строительстве сталинских высоток, «Шаболовка в авангарде» (2021) о памятниках советской архитектуры и «Пневмопочта ТАСС» (2024) об устройстве уникальной пневматической системы агентства. Эти материалы популяризируют инженерное знание и историю технологий, сочетая техническую точность с доступностью изложения. Их объединяет интерес к «инженерной археологии» – реконструкции и популяризации забытых или малоизвестных технологических достижений, что составляет своеобразную нишу в научно-просветительском контенте ТАСС.

Само по себе тематическое разнообразие уже показательно: оно говорит о том, что в ТАСС к просветительской деятельности подходят широко, не замыкаясь на естественных науках.

Анализ 35 спецпроектов показывает явное преобладание двух крупных тематических блоков. Безусловный лидер – космос и астрономия. Этой теме посвящены 13 работ, то есть 37,1 % от общего числа. Интерес к ней устойчив на протяжении всего исследуемого периода – от «Марс-броска» в 2016 году до «Магнитных бурь» в 2024-м. Здесь сошлись сразу несколько факторов: традиционно высокая роль космонавтики в отечественной научной популяризации и обилие зрелищного визуального материала (от снимков планет до трехмерных моделей кораблей), который идеально ложится в мультимедийный формат. Вторую строчку занимает история и общественные науки – 10 проектов (28,6 %). Примечательно, что большинство из них вышли в 2020–2023 годах. Возможно, это сигнал о том, что редакция постепенно расширяет горизонты, двигаясь от привычной естественнонаучной тематики в сторону гуманитарного знания. Далее распределение выглядит так: науки о Земле и палеонтология – 5 материалов (14,3 %), лингвистика и этнография – 3 (8,6%), инженерия и техника – 4 (11,4 %).

Объем текста в проектах варьируется в очень широких пределах – от 190 знаков (без пробелов) в спецпроекте «Леонов, твой выход!» до 71 700 знаков в «Ретрофеминизме». Медианное значение держится в районе 16 200 знаков, среднее – примерно 19 700. Такой разброс объясняется не случайностью, а природой самих тем и форматов.

Минимум текста (190 знаков) зафиксирован в проекте «Леонов, твой выход!». Это, по сути, иммерсивная 3D-реконструкция исторического события. Слова здесь уходят на второй план, выполняя роль лидирующего абзаца, коротких подписей к картинке и звуку. Всю историю рассказывают трехмерная графика, архивные кадры и аудиоряд. Перед нами почти чистый пример «визуального сторителлинга», где вербальная составляющая сведена к необходимому минимуму. Та же логика, хоть и не в такой радикальной форме, прослеживается в проектах «Понять Африку» (4700 знаков), «Спутник один» (4500 знаков) и «Пневмопочта ТАСС» (5600 знаков). Они построены вокруг интерактива и визуальных образов, а текст лишь дополняет происходящее.

На другом полюсе – материалы, которые по объему и глубине проработки приближаются к научным статьям. «Ретрофеминизм» (71700 знаков) – это развернутое историческое исследование женского движения в России с эпохи Александра II до 1930-х годов. «Поколение Д» (58 500 знаков) столь же подробно разбирает историю декабристов. «Бескрайний крайний» (50600 знаков) охватывает многовековую историю освоения Дальнего Востока. Все три проекта объединяет историческая тематика, масштабный временной охват и стремление к исчерпывающему изложению. И это показательно: гуманитарные сюжеты, будь то биографии, политические движения или культурные сдвиги, требуют развернутого текстового повествования. В отличие от физики или техники, где схема, 3D-модель или инфографика могут передать смысл быстрее и нагляднее, история без текста существовать не может.

Космическая тематика интересна внутренним контрастом: здесь соседствуют проекты-антиподы – от уже упомянутых 190 знаков до 29900 знаков в «Первых космических». За этим выбором стоят разные редакционные стратегии: либо полное погружение в визуальную среду с минимальным текстовым сопровождением, либо основательное историко-научное повествование, где визуал лишь дополняет слово. Медианный объем космических проектов (примерно 11650 знаков) ощутимо ниже, чем у исторических (около 32500 знаков). Эта цифра лишний раз подтверждает: гуманитарная проблематика по своей природе более «текстоемка». Материалы по наукам о Земле занимают промежуточное положение с медианным объемом около 11100 знаков. Инженерно-технические проекты также тяготеют к средним значениям (медиана – около 18950 знаков), однако внутри этой группы выделяется «Вперед, акванавты!» (32700

знаков), чей значительный объем объясняется не столько технической сложностью предмета, сколько богатством исторического контекста – проект реконструирует малоизвестную программу подводных домов, требующую детального изложения.

Количество визуальных элементов в спецпроектах варьируется столь же существенно, как и объем текста: от 10 элементов в «Бестиарии» и «Тунгусском метеорите» до более чем 110 в «Ретрофеминизме» (свыше 70 портретов и около 40 элементов инфографики). Однако абсолютное число визуальных компонентов само по себе мало что говорит о характере визуальной подачи – более показательным является соотношение визуальных элементов и текстового объема, которое позволяет оценить «визуальную плотность» материала. Для выявления этого соотношения мы рассчитали условный коэффициент визуальной насыщенности – количество визуальных элементов, приходящихся на 1000 знаков текста.

Наиболее высокую визуальную плотность демонстрируют проекты, построенные по принципу иммерсивной реконструкции. «Леонов, твой выход!» с его 190 знаками текста и более чем 10 визуальными элементами (3D-модель, фотографии, видео, инфографика, аудио) представляет собой отдельный случай: здесь на каждую тысячу знаков приходится свыше 50 визуальных компонентов. Разумеется, этот показатель в значительной мере обусловлен минимальным объемом текста, однако он наглядно демонстрирует саму возможность научно-просветительского повествования, почти полностью реализованного визуальными средствами. Проект «Спутник один» (4500 знаков, 21 визуальный элемент) также отличается высокой плотностью – около 4,7 элемента на 1000 знаков. Умеренно высокую визуальную плотность обнаруживают проекты, в которых инфографика и схемы выступают не иллюстрацией к тексту, а самостоятельным каналом передачи информации. «Буран: разбор полета» (7900 знаков, 16 визуальных элементов, коэффициент – около 2,03) построен вокруг детальных технических схем этапов полета, 3D-модели и инфографики сопоставления характеристик, которые передают основной массив технических данных, тогда как текст выполняет связующую и контекстуализирующую функцию. Похожим образом устроен проект «Пневмопочта ТАСС» (5600 знаков, 9 визуальных элементов, коэффициент 1,61). Здесь трехмерная модель транспортной капсулы и схемы пультов управления берут на себя основную объяснительную работу: читатель может своими глазами рассмотреть устройство, которое в ином случае пришлось бы долго и подробно описывать словами. Визуализация в данном случае не просто дополняет текст, а во многом заменяет его. Распределение материалов по коэффициенту визуальной плотности наглядно представлено на Рисунке 1.

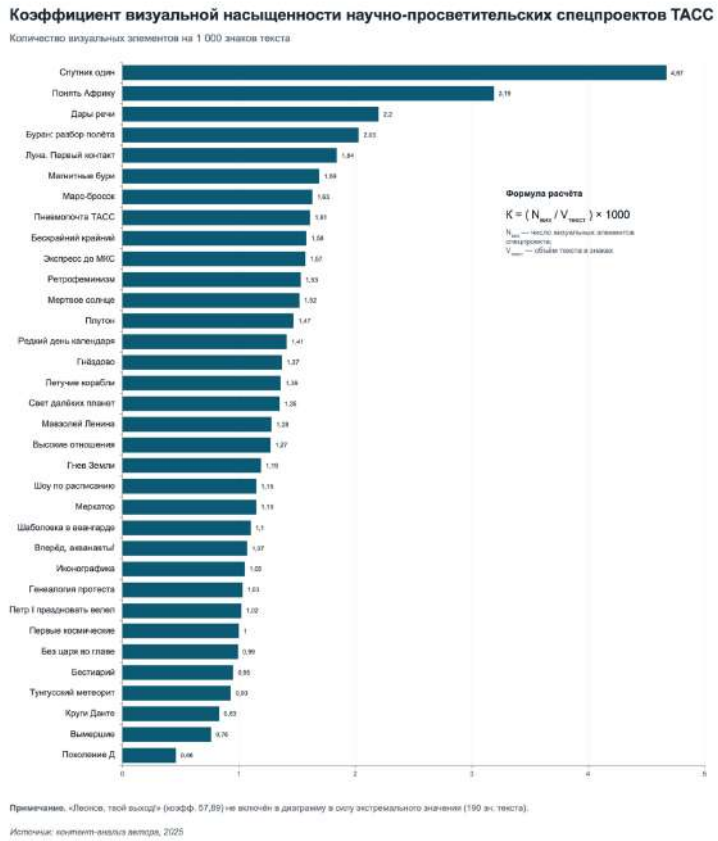

Рис. 1. Визуальная плотность научно-просветительских материалов ТАСС

Высокая визуальная плотность характерна прежде всего для двух категорий проектов. Первая – материалы, посвященные технике и инженерным решениям. Здесь картинка работает эффективнее текста: схема стыковки корабля или чертеж экраноплана передают информацию одновременно и экономнее, и точнее, чем самое подробное описание. Вторая категория – исторические реконструкции. Трехмерные модели, анимированные карты и визуальные эффекты, синхронизированные с прокруткой, создают ощущение погружения в эпоху – эффект, которого трудно добиться одними словами. Важно подчеркнуть: обилие визуала в таких проектах – не признак упрощения или облегчения контента. Просто визуальный канал принимает на себя ту смысловую нагрузку, которая в классических текстовых форматах ложилась бы на вербальное описание.

На другом полюсе располагаются материалы с низкой визуальной плотностью. «Поколение Д» (58500 знаков, около 27 иллюстраций и схем, коэффициент – 0,46) наглядно демонстрирует этот тип: несмотря на наличие интерактивных картин и биографических карточек, основную нарративную функцию здесь выполняет текст, а визуальные элементы играют поддерживающую роль. «Ретрофеминизм» (71700 знаков, около 110 визуальных элементов, коэффициент – 1,53) на первый взгляд опровергает это наблюдение, поскольку абсолютное число визуальных элементов здесь максимально по выборке. Однако при нормировании на объем текста проект оказывается лишь умеренно насыщенным визуально: большинство из более чем 70 фотографий выполняют иллюстративную функцию – показывают портреты участников событий, но не несут самостоятельной информационной нагрузки, не заменяют текст, а сопровождают его. Столь же умеренный коэффициент у «Бескрайнего крайнего» (50600 знаков, около 80 элементов, коэффициент – 1,58).

Закономерность здесь достаточно отчетлива: материалы, посвященные историческим процессам, идеологическим движениям, биографиям и культурным трансформациям, как правило, требуют развернутого текстового изложения, которое не может быть заменено визуализацией без потери смысловой глубины. Причинно-следственные связи между историческими событиями, мотивации исторических деятелей, идейные влияния и политические контексты по своей природе являются вербальными объектами – они описываются языком, а не изображением. Визуальные элементы в таких проектах выполняют преимущественно иллюстративную и ритмическую функцию: портреты и картины создают эмоциональный фон, инфографика структурирует хронологию, карты задают пространственную привязку, но собственно объяснение (почему произошло то или иное событие, в чем состояло значение того или иного явления) остается делом текста.

Напротив, материалы о физических явлениях, технических устройствах и пространственных объектах допускают и даже требуют иного баланса. Схема строения вулкана, 3D-модель космического корабля, анимированная визуализация траектории полета или интерактивная карта звездного неба не просто иллюстрируют текст – они являются информацией, без которой понимание предмета было бы неполным. В этих случаях визуальный элемент функционирует как полноценная единица содержания, а текст выступает «каркасом», связывающим визуальные блоки в единое повествование.

Однако соотношение визуальной плотности и текстового объема – лишь один из аспектов визуальной подачи информации. Не менее существенным является вопрос о том, какие именно инструменты визуализации используются в научно-просветительских спецпроектах ТАСС и какие функции они выполняют. Контент-анализ позволил выявить две принципиально различные группы таких инструментов: традиционные средства визуализации, непосредственно передающие содержание, и приемы веб-дизайна, которые организуют взаимодействие читателя с этим содержанием. Такое разделение согласуется с наблюдением А. В. Чутчевой, В. В. Витвинчука и М. С. Лаврищевой (2021) о том, что мультимедийные жанры в просветительской журналистике различаются по характеру отношения к содержанию: одни (информативные, иллюстративные) передают смысл непосредственно, другие (интерактивно-навигационные) организуют траектории работы с ним.

К традиционным инструментам визуализации относятся фотографии и иллюстрации, инфографика (схемы, диаграммы, таймлайны, карты), видеоролики, анимация и 3D-модели. Каждый из этих инструментов обладает собственной информационной спецификой и используется в спецпроектах ТАСС с различной частотой и в различных функциях.

Фотография является наиболее распространенным визуальным элементом выборки: она присутствует в подавляющем большинстве из 35 спецпроектов. Однако функциональная роль фотографии существенно различается в зависимости от тематики материала. Для описания этих различий мы используем авторские рабочие наименования, выведенные в ходе контент-анализа: документальной мы называем функцию визуального элемента, выступающего свидетельством описываемых событий, объектов или эпохи; атмосферной – функцию создания визуального контекста и эмоционального вовлечения читателя, при которой элемент не несет самостоятельной информационной нагрузки. В исторических проектах («Ретрофеминизм», «Гнёздово», «Мавзолей Ленина», «Бескрайний крайний») фотографии и репродукции

выполняют преимущественно документальную и атмосферную функции: архивные снимки, портреты исторических деятелей, репродукции картин и гравюр создают визуальный контекст эпохи, эмоционально вовлекают читателя, но редко несут самостоятельную информационную нагрузку, которую нельзя было бы передать текстом. В проектах естественнонаучной тематики фотография, напротив, нередко выступает источником данных: архивные фотографии экранопланов в «Летучих кораблях» и подводных домов в материале «Вперед, акванавты!», полноэкранные фотографии в «Гневе земли» являются не иллюстрациями к тексту, а визуальными свидетельствами, без которых научное повествование было бы неполным.

Иллюстрации и авторские рисунки встречаются реже фотографий, но выполняют специфическую задачу, недоступную фотографии: визуализацию объектов, не имеющих фотографического аналога. В «Бестиарии» иллюстрации мифологических существ являются единственно возможным способом визуального представления фольклорного материала. В «Вымерших» реконструкции облика динозавров дополняют палеонтологические данные, превращая абстрактные научные описания в наглядные образы. В «Кругах Данте» авторские иллюстрации визуализируют структуру дантовского Ада – объект, существующий только в пространстве литературного текста. Во всех этих случаях иллюстрация не дублирует текст, а создает визуальное измерение, принципиально отсутствующее в вербальном нарративе.

Инфографика (схемы, диаграммы, таймлайны, статистика, сравнительные таблицы, карты) представляет собой наиболее информационно емкий инструмент визуализации в выборке. Именно инфографика в наибольшей степени реализует ту функцию, которую С.И. Симакова определяет как способность визуальных элементов лаконично фиксировать информацию и передавать то, что технически сложно выразить словами (Симакова 2017а). В спецпроекте «Буран: разбор полета» сравнительная инфографика характеристик «Бурана» и Space Shuttle позволяет читателю одним взглядом охватить десятки параметров, изложение которых потребовало бы нескольких абзацев текста. В «Экспрессе до МКС» схемы орбитальных маневров и траекторий сближения передают пространственно-временную информацию, по своей природе плохо поддающуюся вербализации. Таймлайны в «Ретрофеминизме», «Поколении Д» и «Первых космических» структурируют многодесятилетнюю хронологию событий, давая читателю возможность ориентироваться в сложном историческом материале. Карты в материалах «Бескрайний крайний», «Меркатор», «Гнёздово» и «Вымершие» задают пространственную привязку повествования, превращая абстрактные географические указания в наглядную картину. Примечательно, что инфографика равномерно распределена по всем тематическим кластерам, однако ее функция различается: в естественнонаучных и инженерных материалах она передает количественные и пространственные данные (размеры, расстояния, траектории, сравнительные характеристики), тогда как в гуманитарных – структурирует темпоральные и каузальные связи (хронологии, генеалогии идей, маршруты исторических процессов).

Видеоролики присутствуют в малой части спецпроектов, их использование неоднородно. В ряде материалов видео выполняет документальную функцию: например, архивные кадры запуска «Бурана» в одноименном проекте и запуск ракеты с Байконура в «Марс-броске». В других проектах видеоролики носят объяснительный характер: анимированные видеофрагменты в «Летучих кораблях» визуализируют представленные в материале схемы (например, физику подъема судна с воды) – представлено на Рисунке 2. Наконец, в отдельных проектах видео создает эмоциональное погружение: в «Леонов, твой выход!» видеофрагменты интегрированы в 3D-среду и работают не как самостоятельные информационные единицы, а как элементы иммерсивного опыта.

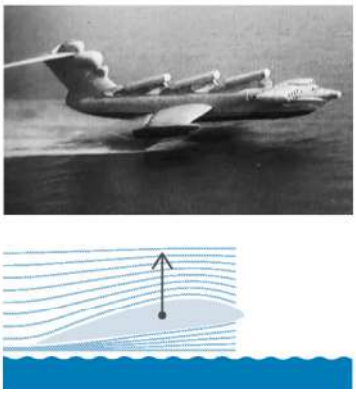

Рис. 2. Видео, сопровождающее схему подъема судна с воды в материале «Летучие корабли»

Анимация и 3D-модели представляют наиболее технически сложный, но, по данным контент-анализа, частый инструмент визуализации. Полноценные трехмерные модели зафиксированы сразу в нескольких проектах («Леонов, твой выход!», «Буран: разбор полета», «Пневмопочта ТАСС», «Спутник один», «Луна.

Первый контакт»), и именно в этих случаях визуализация достигает максимальной информационной эффективности. 3D-модель космического корабля «Буран», представленная на Рисунке 3, позволяет читателю рассмотреть конструкцию с разных ракурсов; модель пневматической капсулы в «Пневмопочте ТАСС» делает наглядным устройство, которое невозможно увидеть вживую. Анимация в более широком смысле (плавное появление элементов, анимированные переходы) распространена значительно шире и зачастую функционирует на границе между визуализацией содержания и приемом веб-дизайна.

Рис. 3. Интерактивная 3D-модель корабля в материале «Буран: разбор полета»

Именно эта граница подводит нас ко второй группе инструментов – приемам веб-дизайна, которые не передают научно-просветительское содержание непосредственно, но организуют способ взаимодействия читателя с материалом. Контент-анализ позволил выделить три основные функции, которые выполняют эти приемы в спецпроектах ТАСС: движение нарратива, инструктирование пользователя и вовлечение через интерактивность. Эта функциональная триада перекликается с типологией аффордансов интерфейса, предложенной А.Р. Медведевой: скроллинг как базовая операция считывания структуры контента, акцентирование как траектория углубления в материал и переключение как смена одной системы знаний на другую (Медведева 2021).

Функция движения нарратива реализуется прежде всего через скроллинг и связанные с ним эффекты. Вертикальная прокрутка является базовым механизмом навигации во всех 35 спецпроектах, однако в ряде материалов она превращается из технического средства в повествовательный прием. Параллакс-скролл (или скроллителлинг) – многоплановое движение фоновых и переднеплановых элементов с различной скоростью, которое создает ощущение глубины пространства и бесшовности визуального полотна нарратива. Полноэкранные переходы между блоками, при которых прокрутка сменяет один визуальный экран другим, маркируют смену тематических разделов подобно монтажным склейкам в кинематографе – наблюдение, согласующееся с выводами Т. Хиппалы о заимствовании лонгридом кинематографического языка переходов (Hiippala 2016). В ряде проектов скроллинг синхронизирован с изменением визуального контента: по мере прокрутки обновляются данные на инфографике, сменяются этапы на схеме или разворачивается анимация, что превращает саму прокрутку в инструмент пошагового раскрытия информации.

Функция инструктирования пользователя проявляется в тех случаях, когда спецпроект содержит нестандартные элементы интерфейса, требующие от читателя действий, выходящих за рамки привычного скроллинга. Текстовые подсказки («нажмите», «перетащите», «наведите курсор»), индикаторы направления прокрутки, выделенные цветом точки на картах – все эти микроэлементы обеспечивают навигационную поддержку и снижают когнитивный барьер при взаимодействии со сложными мультимедийными конструкциями. В «Иконографике» подсказки помогают читателю освоить интерактивную систему дешифровки иконографических символов. В «Спутнике один» они позволяют запустить взаимодействие с 3D-моделями. В материале «Экспресс до МКС» схемы помогают неподготовленному читателю изучить сложные взаимосвязи с помощью прямой и обратной прокрутки, что продемонстрировано на Рисунке 4.

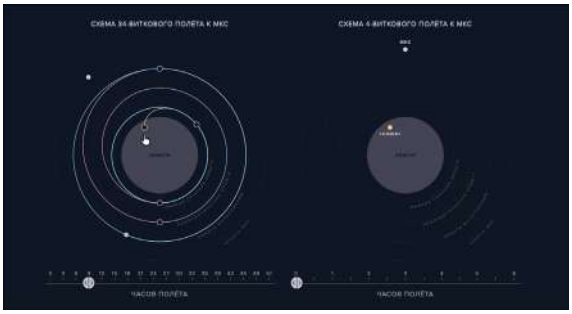

Рис. 4. Интерактивные схемы в материале «Экспресс до МКС»

Для научно-просветительских проектов функция инструктирования приобретает особое значение. Аудитория у таких материалов заведомо широкая и неоднородная: среди читателей запросто могут оказаться как специалисты, глубоко разбирающиеся в теме, но неуверенно чувствующие себя в сложных веб-интерфейсах, так и те, кто впервые столкнулся с мультимедийным форматом, но отлично ориентируется в цифровой среде. Инструкция помогает сгладить эту разницу и сделать взаимодействие комфортным для всех.

Вовлечение через интерактив строится на элементах, которые требуют от читателя осознанного действия: кликнуть, перетащить, навести курсор.

Самый распространенный инструмент в изученных проектах – клик. С его помощью запускаются видео и аудиофайлы, переключаются режимы отображения данных, открываются новые вкладки. Но главная задача клика – раскрывать дополнительные смысловые слои: вызывать всплывающие окна с биографическими справками, определениями терминов или подробными комментариями к иллюстрациям. В материале «Тунгусский метеорит» с помощью клика пользователь может познакомиться с иллюстрированной панорамой места события в режиме 360 градусов, что показано на Рисунке 5.

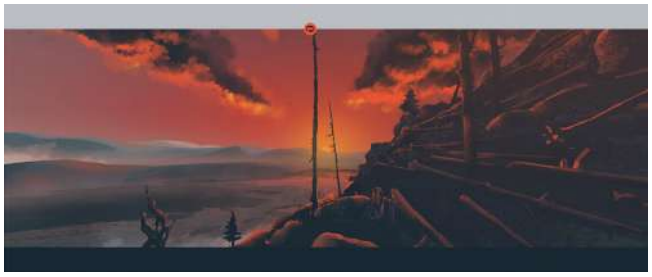

Рис. 5. Панорама 360 градусов, активируемая кликом, в материале «Тунгусский метеорит. Что упало, то пропало»

Драг (более сложный тип взаимодействия) зафиксирован в нескольких проектах и чаще всего реализован в форме слайдера сравнения изображений (например, «до и после» в архитектурных и исторических проектах) или перемещения элементов на интерактивной схеме. Пример из материала «Мавзолей Ленина» представлен на Рисунке 6.

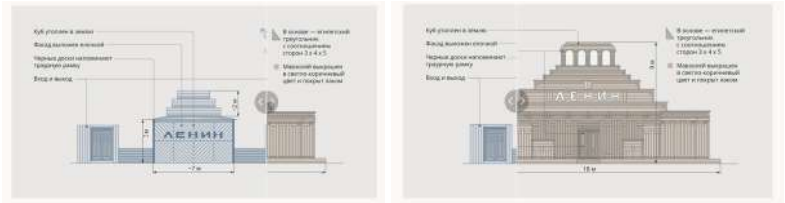

Рис. 6. Сопоставление картинок с помощью драга в материале «Мавзолей Ленина»

Hover-эффекты (появление дополнительной информации при наведении курсора) создают ощущение «слоистости» контента: базовый визуальный слой содержит основную информацию, а интерактивный слой, доступный при наведении, раскрывает детали и подробности, не перегружая основной экран. Пример из материала «Поколение Д» показан на Рисунке 7.

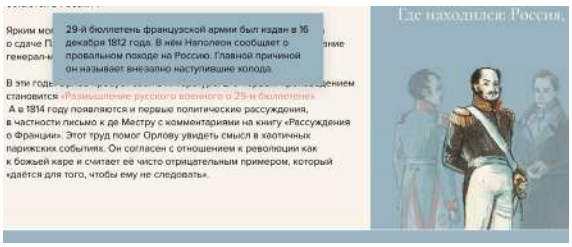

Рис. 7. Всплывающий элемент текста, появляющийся при наведении курсора на выделенный красным текст в материале «Поколение Д»

Принципиально важно, что интерактивные элементы в научно-просветительских спецпроектах ТАСС выполняют не только развлекательную, но и когнитивную функцию. Когда читатель самостоятельно «раскрывает» дополнительный информационный слой кликом, перетаскивает ползунок для сравнения двух состояний объекта или наводит курсор на выделенные в тексте слова для получения пояснения, он совершает осознанное действие, требующее внимания и вовлеченности. Это активное взаимодействие

с материалом принципиально отличается от пассивного чтения или просмотра и способствует более глубокому усвоению информации. В контексте научного просвещения, где задача состоит не просто в передаче сведений, а в формировании понимания сложных явлений, интерактивность оказывается не декоративным дополнением, а функциональным инструментом, напрямую работающим на достижение редакционной цели.

Вместе с тем контент-анализ обнаруживает неравномерность распределения интерактивных элементов по выборке. Наиболее технически сложные и разнообразные интерактивные решения сосредоточены в проектах 2017–2020 годов («Спутник один», «Буран: разбор полета», «Луна. Первый контакт», «Леонов, твой выход!»), тогда как более поздние материалы (2022–2025) чаще используют стандартный набор из скроллинга, клика и полноэкранных переходов. Эта тенденция согласуется с наблюдением В. Е. Соломина об упрощении структуры спецпроектов под влиянием аудиторного запроса на быстро поглощаемый контент, а также с выводом А. В. Чутчевой, В. В. Витвинчука и М. С. Лаврищевой о том, что большинство просветительских ресурсов по-прежнему предпочитают иллюстративные форматы из арсенала традиционных медиа. Применительно к научно-просветительским материалам ТАСС эта тенденция проявляется не столько в сокращении объема визуализации, сколько в стандартизации интерактивных решений: от уникальных, создававшихся под конкретный проект, к типовым, воспроизводимым от материала к материалу.

Совокупность выявленных инструментов и приемов позволяет говорить о сложившейся в спецпроектах ТАСС многоуровневой системе визуальной подачи научно-просветительской информации. На первом уровне находятся традиционные визуальные элементы – фотографии, иллюстрации, инфографика, видео, 3D-модели, – которые непосредственно передают содержание, дополняя или замещая текст. На втором уровне – приемы веб-дизайна, которые не несут содержания сами по себе, но определяют, каким образом читатель воспринимает и осваивает это содержание: скроллинг задает темп повествования, параллакс создает ощущение пространственной глубины, интерактивные элементы обеспечивают активное вовлечение, а инструктирующие подсказки снижают барьер входа. Эти два уровня работают в неразрывной связке: эффективность визуальных решений зависит не только от их качества, но и от того, как они встроены в нарративный поток, – статически или в динамическом развитии по мере прокрутки, доступны ли целиком или раскрываются послойно через клики и hover-эффекты.

Заключение

Проведенный контент-анализ 35 материалов, опубликованных в 2016–2025 годах, позволил сформулировать ряд выводов, значимых как для теоретического осмысления визуализации в научно-популярной и просветительской журналистике, так и для редакционной практики.

Первый вывод касается места научно-просветительской тематики в практике российских мультимедийных спецпроектов. Предварительный анализ архивов пяти крупных СМИ показал, что просвещение аудитории остается периферийным направлением для большинства редакций: лишь 13,4% от общего массива выявленных мультимедийных лонгридов могут быть отнесены к научно-просветительским. На этом фоне ТАСС выделяется как издание с последовательной стратегией в данной области – более четверти его спецпроектов носят просветительский характер, что свидетельствует о системном, а не эпизодическом интересе к популяризации знания средствами мультимедийного формата.

Второй вывод связан с тематическим разнообразием выборки и правомерностью использования термина «научно-просветительский». Спецпроекты ТАСС охватывают широкий дисциплинарный спектр – от астрофизики и палеонтологии до археологии, лингвистики и истории архитектуры. Часть из них транслирует результаты конкретных научных исследований и миссий, что соответствует узкому пониманию научно-популярной журналистики; другая и количественно преобладающая часть представляет собой авторские просветительские проекты, в которых журналист самостоятельно систематизирует и доступно излагает специализированное знание, реализуя ту культуроформирующую функцию, которую А. Р. Медведева описывает применительно к просветительской журналистике в цифровом пространстве. Это расширение, однако, не является стилистически однородным: оно порождает принципиально различные модели визуальной подачи, обусловленные природой самого знания.

Третий и центральный вывод состоит в том, что соотношение визуальных элементов и текста в научно-просветительских спецпроектах не является произвольным – оно системно детерминировано характером популяризируемого знания. Естественнонаучные и инженерно-технические темы тяготеют к высокой визуальной плотности, поскольку оперируют объектами и процессами, имеющими пространственное, количественное или динамическое измерение, которое эффективнее всего передается визуальными средствами. Гуманитарные и исторические темы, напротив, требуют более развернутого текстового аппарата: причинно-следственные связи, мотивации, идейные влияния по своей природе вербальны и не поддаются полноценной визуализации без потери смысловой глубины. Этот вывод имеет практическое значение: выбор баланса между текстом и визуализацией в научно-просветительском спецпроекте должен

определяться не абстрактными представлениями о «мультимедийности», а модальностью, в которой информация передается наиболее точно и доступно.

Четвертый вывод касается многоуровневой структуры визуальной подачи. Контент-анализ выявил два функционально различных уровня визуальных инструментов. Первый – традиционные средства визуализации (фотографии, иллюстрации, инфографика, видео, 3D-модели), непосредственно передающие содержание. Второй – приемы веб-дизайна (скроллинг, параллакс, клик, драг, hover-эффекты, инструктирующие подсказки), которые не несут содержания сами по себе, но определяют способ его восприятия, выполняя три ключевые функции: движение нарратива, инструктирование пользователя и вовлечение через интерактивность. Эффективность научно-просветительского спецпроекта обеспечивается не каждым из этих уровней по отдельности, а их согласованной работой – тем, как визуальный элемент встроен в нарративный поток, как он раскрывается через взаимодействие читателя с интерфейсом. Это наблюдение подтверждает тезис А. Р. Медведевой о том, что аффордансы интерфейса в просветительской журналистике являются не просто техническим функционалом, а материализацией самих способов работы с познавательным контентом.

Полученные результаты позволяют соотнести практику ТАСС с рекомендациями, сформулированными в новейших исследованиях. Так, А. А. Кабатчикова предлагает использовать визуальные элементы, соответствующие теме, приблизительно через каждую тысячу символов текста, отмечая преимущество оригинальных изображений (Кабатчикова 2024: 335). Спецпроекты ТАСС в целом соответствуют этому ориентиру – медианный коэффициент визуальной насыщенности выборки близок к одному элементу на тысячу знаков, однако наш анализ показывает, что универсальная количественная норма нуждается в тематической корректировке: для инженерно-технических и естественнонаучных материалов оптимальная плотность визуализации существенно выше, тогда как для историко-гуманитарных – ниже. Иными словами, рекомендация «один визуальный элемент на тысячу знаков» может служить полезным отправным ориентиром, но не должна применяться механически, без учета природы популяризируемого знания.

Вместе с тем необходимо учитывать и оборотную сторону нарастающей визуализации. Как отмечает С. И. Симакова, нарастающая визуализация медиапотока способствует клиповизации восприятия: аудитория утрачивает навык аналитической работы с информацией (Симакова 2017b). Это предостережение особенно значимо для научно-просветительской журналистики, цель которой – не просто донести информацию, а сформировать у читателя понимание сложных явлений. Визуализация, сведенная к декоративной функции или подменяющая собой аналитическое осмысление, рискует превратить просветительский материал в поверхностное зрелище. Контент-анализ спецпроектов ТАСС свидетельствует о том, что в лучших образцах выборки этот риск минимизирован: визуальные элементы функционируют не как замена мышления, а как его инструмент – схема орбитального маневра, интерактивная карта археологического комплекса или 3D-модель космического корабля требуют от читателя не меньшей когнитивной вовлеченности, чем текст. Однако выявленная тенденция к стандартизации интерактивных решений в более поздних проектах (2022–2025) заставляет задуматься о том, не ведет ли упрощение веб-дизайна к постепенному сдвигу от активного взаимодействия читателя с материалом к пассивному потреблению визуального потока.

Проведенное исследование, естественно, не исчерпывает проблематику визуальной подачи информации в научно-просветительских спецпроектах и открывает ряд направлений для дальнейшей работы. Во-первых, перспективным представляется сравнительный анализ визуальных стратегий в просветительских лонгридах различных изданий (российских и зарубежных), который позволил бы установить, являются ли выявленные закономерности специфической чертой ТАСС или отражают более общие тенденции в мультимедийном просвещении. Во-вторых, отдельного изучения заслуживает рецептивная сторона вопроса: как аудитория воспринимает различные типы визуализации в просветительских материалах, какие приемы способствуют более глубокому усвоению информации, а какие остаются незамеченными или отвлекают от содержания. В-третьих, зафиксированная тенденция к стандартизации интерактивных решений нуждается в верификации на более широком материале и в более длительной хронологической перспективе: является ли она устойчивым трендом, обусловленным изменением аудиторных предпочтений, или циклическим колебанием, за которым последует новая волна экспериментальных форматов. Наконец, стремительное развитие генеративного искусственного интеллекта и инструментов автоматической визуализации данных ставит вопрос о том, как эти технологии изменят практику создания научно-просветительских спецпроектов – расширят ли они арсенал визуальных средств или, напротив, приведут к дальнейшей унификации визуального языка.

Список источников

Еременко С. С., Симакова С. И. Медиаэстетические особенности анимации и видеоконтента на сайтах СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 4 (54). С. 24–30. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-54-4-24-30.

Иванникова М. А. Визуализация как актуальное направление распространения информации // Вопросы медиабизнеса. 2022. Т. 1, № 4. С. 34–36. https://doi.org/10.24412/3034-1930-2022-0270.

Кабатчикова А. А. Инфотейнмент в научно-популярной журналистике // Динамика медиасистем. 2024. Т. 4, № 2. С. 330–338. https://doi.org/10.47475/2949-3390-2024-4-2-330-338.

Карпова С. К., Абишева В. Т. Развитие научно-популярной журналистики в эпоху глобализации // Polish Journal of Science. 2020. № 26-3(26). С. 28–31.

Колесниченко А. В. Типология мультимедийных лонгридов // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2022. № 4. С. 3–20. https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2022.320.

Масленникова Е. И., Макушина А. С. Тенденции будущего в журналистике: от визуала до аудиоформата // Архонт. 2025. № 10(61). С. 40–45.

Медведева А. Р. Аффордансы интерфейса культурно-просветительской журналистики (на примере сайта «Арзамас») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2 (40). С. 115–120. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10213

Панюкова С. А. Научно-популярная журналистика и ее визуализация в Интернете: обзор исследований по теме // Медиасреда. 2018. № 13. С. 139–143.

Симакова С. И. Визуальный поворот – новая философия образа в средствах массовой коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 10(420). С. 225–232. https://doi.org/10.24411/1994-2796-2018-11032.

Симакова С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: инфографика // Вестник Челябинского государственного университета. 2017a. № 61 (402). Филологические науки. Вып. 106. С. 91–93.

Симакова С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017b. № 2 (24). С. 107–118.

Симакова С. И. Технологическая эволюция визуальных форматов в журналистике: от статичной иллюстрации до иммерсивного сторителлинга // Неофилология. 2026. Т. 12, № 3. С. 579–595. https://doi.org/10.20310/2587-6953-2026-12-3-579-595.

Соломин В. Е. Трансформация формата мультимедийного лонгрида в современном медиапространстве // Журналистика в поисках моделей развития : материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции, Томск, 25–26 сентября 2024 года. Томск : Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2024. С. 165–170. https://doi.org/10.17223/9785907890312/2024/24.

Суворова С. П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2009. № 6. С. 14–23.

Тертычный А. А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2013. № 2. С. 212–217.

Чутчева А. В., Витвинчук В. В., Лаврищева М. С. Трансформация просветительской журналистики в условиях функционирования новых медиа // Меди@льманах. 2021. № 2 (103). С. 14–24. https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.2.2021.1424.

Hiippala T. (2016). The multimodality of digital longform journalism // Digital Journalism. 5(4), P. 420–442. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1169197.

References

Eremenko, S. S., Simakova, S. I. (2024). Mediaesteticheskiye osobennosti animatsii i videokontenta na saytakh SMI [Media aesthetic features of animation and video content on media websites]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 4 (54), 24–30. DOI https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-54-4-24-30. (In Russ.).

Ivannikova, M. A. (2022). Vizualizatsiya kak aktual'noe napravlenie rasprostraneniya informatsii [Visualization as a current trend in information dissemination]. *Voprosy mediabiznesa*, t. 1, 4, 34–36. DOI https://doi.org/10.24412/3034-1930-2022-0270. (In Russ.).

Kabatchikova, A. A. (2024). Infoteynment v nauchno-populyarnoy zhurnalistike [Infotainment in popular science journalism]. *Dinamika mediasistem*, t. 4, 2, 330–338. DOI https://doi.org/10.47475/2949-3390-2024-4-2-330-338. (In Russ.).

Karpova, S. K., Abisheva, V. T. (2020). Razvitie nauchno-populyarnoy zhurnalistiki v epokhu globalizatsii [Development of popular science journalism in the era of globalization]. *Polish Journal of Science*, 26-3(26), 28–31. (In Russ.).

Kolesnichenko, A. V. (2022). Tipologiya mul'timediynykh longridov [Typology of multimedia longforms]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 4, 3–20. DOI https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2022.320. (In Russ.).

Maslennikova, E. I., Makushina, A. S. (2025). Tendentsii budushchego v zhurnalistike: ot vizuala do audioformata [Future trends in journalism: from visual to audio format]. *Arkhont*, 10(61), 40–45. (In Russ.).

Medvedeva, A. R. (2021). Affordansy interfeisa kul'turno-prosvetitel'skoy zhurnalistiki (na primere sayta "Arzamas") [Interface affordances of cultural and educational journalism (on the example of the Arzamas website)]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 2 (40), 115–120. (In Russ.). DOI https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10213

Panyukova, S. A. (2018). Nauchno-populyarnaya zhurnalistika i ee vizualizatsiya v Internete: obzor issledovaniy po teme [Popular science journalism and its visualization on the Internet: a review of studies]. *Mediasreda*, 13, 139–143. (In Russ.).

Simakova, S. I. (2018). Vizual'nyy povorot – novaya filosofiya obraza v sredstvakh massovoy kommunikatsii [The visual turn – a new philosophy of the image in mass communication]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 10(420), 225–232. DOI https://doi.org/10.24411/1994-2796-2018-11032. (In Russ.).

Simakova, S. I. (2017a). Instrumenty vizualizatsii informatsii v SMI: infografika [Tools for information visualization in the media:

infographics]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 61 (402). F*ilologicheskie nauki. Vypusk 106*, 91–93. (In Russ.).

Simakova S. I. Klipovizatsiya myshleniya u molodezhi kak sledstvie razvitiya vizual'nykh kommunikatsiy v SMI [Clip-thinking among young people as a consequence of the development of visual communications in the media]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2017b, no. 2 (24), pp. 107–118. (In Russ.).

Simakova S. I. Tekhnologicheskaya evolyutsiya vizual'nykh formatov v zhurnalistike: ot statichnoi illyustratsii do immersivnogo storitellinga [Technological evolution of visual formats in journalism: from static illustration to immersive storytelling]. *Neofilologiya*, 2026, vol. 12, no. 3, pp. 579–595. DOI https://doi.org/10.20310/2587-6953-2026-12-3-579-595. (In Russ.).

Solomin, V. E. (2024). Transformatsiya formata mul'timediynogo longrida v sovremennom mediaprostranstve [Transformation of the multimedia longform format in the modern media space]. *Zhurnalistika v poiskakh modeley razvitiya: materialy VIII Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Tomsk, 25–26 sentyabrya 2024 goda. Tomsk: Natsional'nyy issledovatel'skiy Tomskiy gosudarstvennyy universitet*. 165–170. DOI https://doi.org/10.17223/9785907890312/2024/24. (In Russ.).

Suvorova S. P. (2009) Zhurnalistika nauchnaya i nauchno-populyarnaya: osobennosti predmetnoy oblasti, funktsiy, zadach [Science journalism and popular science journalism: specifics of the subject area, functions and tasks]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 6: 14–23. (In Russ.).

Tertychnyy, A. A. (2013). Byt' li nauchno-populyarnoy zhurnalistike? [Is popular science journalism to be?]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*, 2, 212–217. (In Russ.).

Chutcheva, A. V., Vitvinchuk, V. V., Lavrishcheva, M. S. (2021). Transformatsiya prosvetitel'skoy zhurnalistiki v usloviyakh funktsionirovaniya novykh media [Transformation of educational journalism in the context of new media]. *Medi@l'manakh*, 2 (103), 14–24. DOI https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.2.2021.1424. (In Russ.).

Hiippala, T. (2016). The multimodality of digital longform journalism. *Digital Journalism*. 5(4), P. 420–442. DOI https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1169197.

Информация об авторе

К. А. Болдина – кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

Information about the author

K. A. Boldina – cand. pol. sci., associate professor of the Department of Journalism, Institute of Philology and Journalism, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 22.04.2026, одобрена после рецензирования 16.07.2026, принята к публикации 20.08.2026.

The article was received by the editors on 22.04.2026, approved after review on 16.07.2026; accepted for publication on 20.08.2026.