

Шаповалова Г. В.

<https://orcid.org/0000-0001-8935-5673>

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Саєнко Н. А.

<https://orcid.org/0009-0004-2696-1069>

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

СТРАТЕГІЇ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАУКИ В УКРАЇНСЬКИХ ТА УГОРСЬКИХ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ «КУНШТ» І «QUBIT» 2024–2025 РР.)

У статті здійснено порівняльний аналіз підходів до популяризації наукових знань в українських та угорських медіа на прикладі онлайн-видань «Куншт» і «Qubit» 2024–2025 років. Актуальність розвідки зумовлена зростанням ролі наукової комунікації в сучасному інформаційному суспільстві й необхідністю протидії дезінформації та ворожій пропаганді в умовах російсько-української війни. Порівняльний аналіз стратегій популяризації знань в українських та іноземних медіа залишається недостатньо розробленим, що й визначає наукову новизну цієї розвідки. Метою дослідження є виявлення й зіставлення стратегій популяризації науки в аналізованих науково-популярних медіа. Для цього застосовано низку наукових методів, зокрема контент-аналіз, дискурс-аналіз та порівняльний метод, які дали змогу простежити жанрово-тематичні й форматні особливості медійних текстів науково-популярної проблематики, інструменти популяризації знань, а також розглянути специфіку взаємодії медіа з аудиторією. На основі аналізу виокремлено інформаційно-пояснювальну, сторителінгову, експертну, мультимедійну й інтерактивну стратегії популяризації науки в досліджуваних інформаційних ресурсах. З'ясовано, що українське медіа «Куншт» відає перевагу аналітичності викладу, сторителінгу й інтегрує науковий зміст у воєнний контекст. Угорська платформа «Qubit» поєднує аналітичні матеріали з потужною новинною складовою, забезпечуючи різноманітність та оперативність контенту, а також активно використовує інтерактивні форми для зворотного зв'язку з аудиторією. Ефективність популяризації науки в обох медіа обумовлена фаховою достовірністю, доступністю подання інформації, а також застосуванням мультимедійних форматів і динамічною взаємодією з читачами. Відмінності у виборі стратегій пов'язані з соціополітичними обставинами функціонування медіа: «Куншт» реалізує адаптивну модель популяризації науки в умовах війни, а «Qubit» спирається на діалогічну модель у більш стабільному суспільно-політичному середовищі. Дослідження можна розвивати в напрямі розширення емпіричної бази, осмислення моделей просування наукового контенту в українських та іноземних реаліях і поглиблення аналізу взаємодії з аудиторією.

Ключові слова: наукова комунікація, стратегії популяризації, науково-популярні медіа, «Куншт», «Qubit», медіатекст.

Постановка проблеми. У сучасному медійному просторі, де домінує розважальний контент, популяризація наукових знань набуває надзвичайної ваги. Це сприяє розвитку суспільства та формує здатність критично осмислювати інформацію. Роль науково-популярної журналістики особливо зростає в часи російсько-української війни, адже науково обґрунтована інформація є інструментом опору шкідливим інформаційним впливам, воро-

жій пропаганді та дезінформації. «Наукова журналістика, – зазначають автори посібника «Наукова журналістика», – здатна скеровувати суспільство у свідомому виборі оптимальних шляхів для подолання найскладніших викликів не лише сьогодення, але й близького чи віддаленого майбутнього» [1, с. 5]. Науково-популярні медіа використовують новітні підходи до поширення досягнень і зацікавлення аудиторії науковим контентом.

Порівняння українського та угорського досвіду допоможе виявити найбільш ефективні стратегії репрезентації наукової тематики в медіа, здатних функціонувати як у складних, так і в стабільних соціополітичних умовах, що й зумовлює актуальність нашої розвідки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні засади нашого дослідження становлять праці українських науковців – фахівців у галузі соціальних комунікацій. Загальні засади функціонування медіа висвітлено в роботах В. Здоровеги [5], І. Михайлина [8], В. Різуна [10]. Дослідженню власне наукової журналістики, осмисленню її специфіки, її соціально-культурної функції й жанрово-стилістичної системи присвячено посібник С. Абрамовича та О. Волковинського «Наукова журналістика» [1]. Ґрунтовно окреслено взаємозв'язок і диференціацію понять «наукова журналістика» і «науково-популярна журналістика», подано типологію українських медіа, які пишуть про науку, в розвідці О. Кирилової «Наукова та науково-популярна журналістика: складності дефініції понять і типологізації медіа» [7]. Проте зауважимо, що вважаємо такі видання, як «Куншт», зразками не наукової (як зазначає О. Кирилова), а науково-популярної журналістики, оскільки вони орієнтовані на широку аудиторію, пропонують різногалузевий контент, дохідливо пояснюють наукові гіпотези, теорії, факти, мають відповідне мовностилістичне втілення, своєрідну рубрикацію (напр., «До ворожки не ходи», «Треба розжувати») тощо, та й саме медіа позиціонує себе як науково-популярне, та й саме медіа позиціонує себе як науково-популярне, яке «пише доступно й якісно» (<https://www.kunsht.com.ua/redaktsiyna-polityka>). Розглядаючи стан наукової журналістики, М. Бутиріна в статті «Популяризація науки в Україні: мас-медійні тренди» [2] вказує на брак ефективної комунікації науковців із масовою аудиторією й зміну підходів до подання наукової інформації, зокрема перехід від традиційних до цифрових форматів, а також торкається питання ролі медіа у формуванні іміджу української науки. Серед проблем дослідниця зазначає недостатню увагу українських медіа до фундаментальних наукових галузей, некоректне висвітлення наукової проблематики, зменшення обсягів науково-популярного контенту тощо. Пропагування української науки в медіа стало предметом аналізу й у публікації М. Іваницької «Популяризація наукового контенту в Україні: на прикладі «Моя наука», «Куншт», «Громадське» (наука)», де авторка, крім іншого,

приділяє увагу основним платформам поширення наукової інформації, проблемам її доступності широкому загалу, наголошує на необхідності адаптації складного матеріалу для масової аудиторії й, підсумовуючи, зазначає, що ефективна популяризація науки є вагомим умовою розвитку освіти й суспільства [6]. О. Живага, О. Вовченко та Н. Петренко в розвідці «Сучасні соціальні медіа як інструмент популяризації науки в умовах інформаційного суспільства» підкреслюють, що в умовах інформаційного суспільства головним інструментом популяризації стають соціальні медіа. На думку науковців, саме соцмережі дозволяють науці конкурувати за увагу користувача в насиченому інформаційному потоці [4]. Популяризацію знань як важливу тенденцію розвитку сучасної науки розглянуто також у статті О. Вознюк, О. Рибалки [3].

Сучасні іноземні дослідники приділяють багато уваги вивченню пропагування наукових знань у суспільстві й розглядають популяризацію науки як процес комунікації між науковцем, медіа і суспільством. Так, Б. Тренч і М. Буккі окреслюють наукову комунікацію як інтерактивний процес, який передбачає не тільки передачу знань, а й залучення аудиторії до діалогу [12]. М. Буккі торкається питання якості наукової інформації й окреслює ключові виклики сучасної наукової комунікації – забезпечення достовірності, експертності і збереження балансу між доступністю й точністю наукових знань [13]. І в цьому контексті особливої ваги набувають моделі та стратегії наукової комунікації. В сучасних працях виокремлюють три основні моделі: трансляційну, діалогічну й партисипативну [14]. Автори ґрунтовної публікації «Science communication objectives and actual practices of science news websites as a showcase for gaps between theory and practice» зазначають, що хоча медіа мали б сприяти критичному мисленню й залученню громадян, насправді вони переважно зосереджуються на поширенні знань і розважальному контенті; подають готові факти без належного наукового пояснення; практикують здебільшого трансляційний підхід до поширення наукової інформації, не залучаючи аудиторію до діалогу; віддають перевагу сенсаційності й клікабельності, а не глибині аналізу. Для подолання розриву між теоретичними цілями й практикою науковці пропонують медіа змістити акцент з інформування на виховання наукової грамотності [15]. Цю думку поділяють і Г. Акін та Д. Шойфеле. В оглядовому розділі «Огляд науки про наукову комунікацію» вони, крім іншого, зазначають, що замість про-

стого передавання технічних знань слід надавати громадськості можливість орієнтуватися в складній науковій інформації й розпізнавати надійні джерела [11].

Однак, попри наявність ґрунтовних досліджень, порівняльний аналіз стратегій популяризації науки в українських та іноземних медіа залишається недостатньо розробленим, що й визначає наукову новизну цієї розвідки.

Постановка завдання. *Мета* дослідження полягає у вивченні й порівняльному аналізі стратегій популяризації науки в українських та угорських науково-популярних медіа. Досягненню мети сприятиме реалізація таких завдань: проаналізувати теоретичні підходи до популяризації науки; визначити основні формати й інструменти популяризації; виокремити ключові стратегії для кожного з аналізованих ресурсів; здійснити їх порівняльний аналіз.

Емпіричну базу розвідки становлять матеріали науково-популярних медіа на прикладі онлайн-видань «Куншт» і «Qubit» 2024–2025 рр. Одиницею аналізу є окрема публікація, що містить елементи популяризації наукових знань. У дослідженні застосовано контент-аналіз для виявлення тематичних, жанрових та форматних особливостей медіатекстів, дискурс-аналіз – для з'ясування комунікативних стратегій популяризації науки. Порівняльний метод дав змогу зіставити українські та угорські медійні практики, визначити їхні спільні та відмінні риси.

Під стратегією популяризації науки розуміємо сукупність комунікативних підходів, спрямованих на адаптацію й поширення наукових знань для масової аудиторії. На основі вивчення інвентарю фактів виокремлено інформаційно-пояснювальну, сторителінгову, експертну, мультимедійну й інтерактивну стратегії.

Виклад основного матеріалу. Стратегії реалізації науково-популярного контенту виявляються на різних рівнях, і передусім на тематичному. Українське видання «Куншт» є потужною мультимедійною платформою, яка еволюціонувала від нішевого культурно-наукового видання, що фокусувалося на якості, глибині й тривалій цінності матеріалів, до гнучкої мультимедійної інформаційно-просвітницької системи, що адаптується до суспільно-політичних викликів і змін у споживанні наукового контенту. Особливо цінними зараз є просвітницькі проекти «Куншту» для дітей і молоді («Пруф», «Фактопія», «Кунштики», «Навчання для стійкості» та ін.), а також ініціативи, спрямовані на підтримку української науки

в умовах війни та її інтеграцію в міжнародний контекст (напр., «Наука в безпеці»).

Тематика матеріалів «Куншту» 2024–2025 рр. багатоманітна, різногалузева й тісно пов'язана з війною в Україні. Поряд із публікаціями з фізики, астрономії, біології, новітніх технологій і штучного інтелекту вагоме місце посідають тексти про психологічне здоров'я, ПТСР, інформаційну безпеку, пропаганду й дезінформацію, оскільки це життєво важливо в умовах війни. Помітну нішу займають тексти історичного та загалом культурно-просвітницького спрямування, присвячені питанням деколонізації України, збереженню національної пам'яті, мовної політики та ін. Таким чином, «Куншт» поєднує пропагування фундаментальних знань із поясненням актуальних соціальних процесів.

Істотною в контексті вивчення стратегій популяризації наукових знань є жанрова специфіка й мультимедійність медіа. «Куншт» тяжіє до аналітичних і гібридних форм – розлогих статей, інтерв'ю, подкастів, сторителінгу, – що забезпечують докладне пояснення наукових явищ. Важливе місце тут посідають пояснювальні медіатексти (експлейнери – [16]) як різновид статей, орієнтованих на інтерпретацію складних концепцій та адаптацію їх для масової аудиторії (статті «„Малювання світлом“: як працює фізика фотографії», «Межі елегантних: як зоологи визначають, де завершуються видові ареали», сторителінг «Пів сотні нових видів: як слизовики влаштували науковцям величезний сюрприз»). Крім того, видання публікує науково-популярні огляди, в яких узагальнено результати досліджень.

Визначально, що авторами «Куншту» є не тільки журналісти, а й науковці, експерти (напр., мікробіологиня А. Зазуля, астрофізик М. Ціж, біохімік Л. Сіщук, психологиня М. Гончарова). Це посилює фаховість публікацій і реалізує модель безпосередньої комунікації з аудиторією. Інтерв'ю з фахівцями, провідними українськими та закордонними вченими, нобелівськими лауреатами («Як освіта і наука покращують суспільство: інтерв'ю з астрономкою Мір'яною Повіч», «Солодке – не вовк: інтерв'ю з Ольгою Дорош», «Ми стоїмо на межі наукової катастрофи»: інтерв'ю з Нобелівським лауреатом Кіпом Торном»), що примножує довіру до контенту й персоналізує науку. Значну роль відіграють просвітницькі спецпроекти («Пруф», «Фактопія» та ін.) для різних вікових категорій, а також практика ознайомлення читачів з науково-популярною літературою й публікація фрагментів книг («Про ака-

демічний фемінізм і гендерну соціологію. Уривок з книжки «Безстрашні: Історія українського фемінізму в інтерв'ю», «Mag multivessésvit: rozmova z Davidom Doychem. Уривок з книжки «Чому існує світ»). На ютуб-каналі медіа є спеціальний проєкт «Зміст» (11 відео), кожний епізод якого присвячений окремій науково-популярній книзі.

Мультимедійність контенту «Куншту» реалізується через подкасти («Пост правди» (3 сезони), «Хвиля йде», «Іжа для роздумів» та ін.), відео-проєкти, аудіоверсії матеріалів, які розширюють доступ до наукового контенту людям із слабким зором і відповідають сучасним тенденціям у споживанні інформації. Крім того, для спільноти Друзів Куншт, які фінансово підтримують медіа, ресурс пропонує цікавий проєкт «Куншткамера», в якому спілкується з відомими науковцями про важливі питання науки.

Таким чином, жанрова організація «Куншту» виявляється в поєднанні аналітичності й мультимедійності, що забезпечує оптимальну адаптацію наукових знань до потреб масової аудиторії.

Угорське медіа «Qubit» функціонує як інформаційно-аналітична платформа, орієнтована, як зазначено в розділі «Alapelveink» / «Наші принципи», на ґрунтовне й достовірне висвітлення науково-технічних новин, подій і суспільних тенденцій в Угорщині та світі, поєднуючи наукову точність із доступною подачею. Тематична гама охоплює природничі науки, технології, медицину, екологію, історію й культуру. Контент організований за базовими тематичними розділами («Tudomány» / «Наука», «Gazdaság» / «Економіка», «Vélemény» / «Думка»), а також за категоріями «Podcast», «Live» і «Hírlevél» / «Інформаційний бюлетень», «Qubit+» (передплатний сервіс). Матеріали на ресурсі організовані за принципом тегів та спеціальних проєктів. Медіа приділяє багато уваги технологіям та впливу штучного інтелекту, алгоритмізації й радикалізації в соціальних мережах, порушує етичні питання, проводить експерименти (рубрики «Tech», «Mesterséges intelligencia» / «Штучний інтелект»).

Цікавою є рубрика «Quász», де представлені зворушливі меморіальні матеріали про видатних людей, які відійшли у вічність: «Elhunyt Ferge Zsuzsa» / «Померла Жужа Ферге», «94 éves korában meghalt Peter Higgs, az „isteni részecske” atyja» / «Пітер Гігс, батько «божественної частинки», помер у віці 94 років», «„Jó, látom, figyeltek!” – Gerőcs László matematikatanár emlékére» / «Гаразд, бачу, ви уважні!» – На згадку про вчителя математики Ласло Герьокса» Це сприяє збереженню

пам'яті про їхні досягнення, надає контенту емоційності й персоніфікованості.

Отже, контент науково-популярного ресурсу «Qubit» стосується широкого кола тем і проблем (від історії, культури, технологій до медицини й екології), актуальних не тільки для національного, а й для світового товариства. Аналітичні матеріали супроводжуються легкою, часом іронічною подачею, що робить їх привабливими для масової аудиторії. А воєнна проблематика, на відміну від «Куншту», не є тут визначальною.

Угорський ресурс «Qubit» характеризується розмаїттям жанрів, поєднанням інформаційних та аналітичних форматів (заміток, інтерв'ю, репортажів, статей, подкастів), що забезпечує баланс між оперативністю й ґрунтовністю. Прикметно, що медіа має стрічку новин, представлену переважно короткими повідомленнями про наукові відкриття, дослідження тощо (напр., «Hitler hangját is képesek utánozni AI-eszközökkel, ami segítheti a szélsőjobb erősödését» / «Вони навіть можуть імітувати голос Гітлера за допомогою інструментів штучного інтелекту, що може допомогти ультраправим зміцнити свої позиції», «Orgonahangolók feljegyzései segítettek a klímakutatóknak a hőmérsékletváltozás felderítésében» / «Нотатки настроювачів органу допомогли кліматологам відстежувати зміни температури»). Глибше осмислення наукових явищ і концепцій втілене у формі аналітичних текстів (зокрема й експлейнерів), що поєднують ґрунтовність аналізу з доступністю, історичним і соціальним контекстом (напр., «Alig tettük el a készpénzt, máris újra divatba jött» / «Ми ледве закопали готівку, а вона знову в моді», «Elképesztő természetpusztítást végezhetnek a Zagyva kikotrásával az aszály elleni védelemre hivatkozva» / «Вони можуть завдавати неймовірної шкоди природі, поглиблюючи річку Заги́ва, посилаючись на захист від посухи»). Істотне значення мають інтерв'ю з експертами, які пояснюють та оцінюють наукові факти, розповідають про їхнє значення для життя людини, прогнозують розвиток процесів («„Ami a Gladiátorban működött, az ebben a filmben hamis” – a Gladiátor II egy történész szemével» / «„Те, що спрацювало у «Гладиаторі», у цьому фільмі хибне» – «Гладиатор II» очима історика»).

Зазначимо, що «Qubit» пропонує читачам цікаві ігрові формати – логічні та математичні задачі (в рубриці «Ész Ventura»), матеріали у форматі «питання – відповідь», орієнтовані на активну взаємодію з аудиторією. Важливими є й огляди, редакційні добірки та підсумкові публікації, в яких систематизовано наукові події та представлено новинки видавничої продукції. Медіа

також створює подкасти (напр., «Darwin démonai» / «Демони Дарвіна»), організовує наукові заходи (зокрема конференції «Qubit Live»), вибудовуючи з аудиторією науковий діалог.

Угорське медіа, таким чином, реалізує стратегію популяризації науки, яка поєднує інформаційність, аналітичність та інтерактивність.

Істотною складовою комунікативних стратегій медіа є візуальні рішення. Так, головна сторінка «Куншту» має мінімалістичний дизайн і добре структурована, що сприяє зручній навігації та легкому орієнтуванню в контенті. Візуальний стиль медіа ґрунтується на білому тлі та акцентних кольорах, які позначають рубрики. Це допомагає легко ідентифікувати тематичне спрямування і формат публікацій. Більшість матеріалів супроводжуються авторськими ілюстраціями (Д. Стрибченко та К. Большакової), які виконують не лише декоративну, а й пояснювальну функції. Залежно від змістових і функціональних особливостей тексти доповнюються схемами, інфографікою, колажами, репродукціями мистецьких творів, фотографіями та ін. із зазначенням авторів ілюстрацій.

Прикметною рисою аналізованого медіа є мультимедійність, озвучування публікацій, що робить контент доступним для людей із порушеннями зору й користувачів, які віддають перевагу аудіоформату. Візуальна складова органічно доповнює науково-популярний контент, посилює переконливість матеріалів і надає їм естетичної привабливості.

Дизайн угорського науково-популярного медіа також належно продуманий і чіткий, має стриману кольорову гаму й концентрує увагу на змісті публікацій. Кожен матеріал супроводжується зображенням-візуальною обкладинкою, що відображає сутність публікації. Ілюстративний матеріал представлений якісними фотографіями, колажами, рідше – інфографікою, яка супроводжує переважно аналітичні тексти. Стрічка новин побудована за картковим принципом: це полегшує навігацію й орієнтування читача в контенті. Мультимедійні складові інтегровані в структуру публікацій, проте рекламні повідомлення дещо відволікають від сприйняття наукової інформації. «Qubit» має стриманий дизайн, який вдало та якісно доповнює зміст.

Загалом візуальне рішення науково-популярних платформ безпосередньо узгоджуються з їхніми назвами. Українське «Куншт» позначає картинку, малюнок, а назва угорської платформи «Qubit» відсилає до поняття квантового біта – одиниці інформації в квантових обчисленнях. Порівняльний аналіз дав можливість виокремити такі стратегії популяризації науки: інформаційно-

пояснювальну, сторителінгову, експертну, мультимедійну й інтерактивну.

Висновки. Проведений аналіз показує, що результативність популяризації науки в досліджуваних медіа зумовлена кількома істотними чинниками: аналітичним і доступним викладом матеріалу, а також застосуванням мультимедійних та інтерактивних форматів. Розглянуті науково-популярні ресурси інформують аудиторію про найважливіші факти й події наукового життя, але реалізують це різними способами. «Куншт» віддає перевагу аналітичним матеріалам, а «Qubit» має якісну новинну стрічку й комбінує інформаційний та аналітичний підходи у висвітленні наукової тематики. При цьому обидва медіа використовують мультимедійні формати для поширення наукової інформації. «Qubit», крім того, активно задіює різноманітні форми взаємодії з читачами, щоб зацікавлювати й залучати до обговорення наукових явищ ширшу аудиторію. Дизайн медіа чіткий, добре продуманий і полегшує сприйняття наукового контенту масовою аудиторією. «Куншт» має більш яскраве візуальне втілення, ефективно використовує авторські ілюстрації, колажі, інфографіку, репродукції творів мистецтва. «Qubit» оформлений більш стримано й віддає перевагу якісним фотографіям та інфографіці, які підкреслюють змістовий компонент публікацій.

Обидва медіа, як переконаємося, реалізують подібні ключові стратегії популяризації наукових знань, зокрема інформаційно-пояснювальну, сторителінгову, експертну, мультимедійну й інтерактивну, однак відрізняються пріоритетами. «Куншт» тяжіє до аналітики й сторителінгу, інтегрує контент у воєнний контекст і спрямований на підтримку стійкості українського суспільства. Натомість «Qubit» поєднує аналітичні матеріали з потужною новинною складовою. Відмінності спостерігаємо і в способах взаємодії з аудиторією: українське медіа віддає перевагу експертному поясненню й просвітницьким проектам, а угорський ресурс більш активно використовує інтерактивні формати й події заходи.

Отже, «Куншту» притаманна передусім адаптивна модель популяризації науки в умовах війни, а «Qubit» – діалогічна модель у відносно стабільному середовищі. Це дає підстави стверджувати, що на вибір комунікативних стратегій впливають соціополітичні умови функціонування медіа. Дослідження можна розвивати в напрямі розширення емпіричної бази, вивчення моделей просування наукового контенту й поглиблення аналізу взаємодії з аудиторією.

Список літератури:

1. Абрамович С., Волковинський О. *Наукова журналістика*. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет ім. І. Огієнка, 2021.
2. Бутиріна М. Популяризація науки в Україні: мас-медійні тренди. *Вісник Харківського національного університету. Сер. «Соціальні комунікації»*. 2020. Вип. 17.
3. Вознюк О., Рибалка, В. Популяризація знань як наріжна тенденція розвитку сучасної науки. *Психологія і життя*. 2024. № 5. С. 260–263.
4. Живага О. В., Вовченко О. В., Петренко Н. С. (2020) Сучасні соціальні медіа як інструмент популяризації науки в умовах інформаційного суспільства. *Наука та наукознавство*. 2020. № 4 (110). С. 88–109. <https://doi.org/10.15407/sofs2020.04.088>
5. Здоровега В. Й. *Теорія і методика журналістської творчості*. Львів: ПАІС, 2008.
6. Іваницька М. Популяризація наукового контенту в Україні: на прикладі «Моя наука», «Куншт», «Громадське» (наука). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістика*. 2021. № 2. С. 24–32. <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.024>
7. Кирилова О. Наукова та науково-популярна журналістика: складнощі дефініції понять і типологізації медіа. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2021. Т. 27, № 3. С. 141–148. <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2021.3.3>
8. Михайлин І. Л. *Основи журналістики*. К.: Центр учбової літератури, 2011.
9. Натаров О. Популяризація науки в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення: роль наукових бібліотек. *Věda a perspektivy. Série "Sociální komunikace"*. 2024. № 4(35). С. 451–463. [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-4\(35\)-451-463](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-4(35)-451-463)
10. Різун В. В. *Теорія масової комунікації*. К.: Просвіта, 2008.
11. Akin H., Scheufele D. Overview of the science of science communication. In K. H. Jamieson, D. M. Kahan & D. A. Scheufele (Eds.). *The Oxford handbook of the science of science communication*. Oxford University Press. 2017. P. 25–33.
12. Bucchi M., Trench B. Rethinking science communication as the social conversation around science. *JCOM20:Y01*. 2021. <https://doi.org/10.22323/2.20030401>
13. Bucchi M. Facing the challenges of science communication 2.0: Quality, credibility and expertise. In Bucchi, M., & Trench B. (Eds.). *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology*. Routledge. 2014.
14. Giuffredi R., Grasso V., L'Astorina A. (2024). Web-based science communication at Research Institute level: balancing dissemination, dialogue and promotion in a major Italian scientific institution. *Sec. Science and Environmental Communication*, 2024. 9. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1427033>
15. Zimmerman I., Baram-Tsabari A., Tal T. Science communication objectives and actual practices of science news websites as a showcase for gaps between theory and practice. *JCOM*. 2024, 23(01), A05. <https://doi.org/10.22323/2.23010205>
16. Zou H. J., Hyland K. "Let's start with the basics of the virus": Engaging the public in two forms of explainers. *Journal of English for Academic Purposes*. 2024, Vol. 68. <https://doi.org/10.1016/j.jeap.2024.101353>

Shapovalova H. V., Saienko N. A. SCIENCE POPULARIZATION STRATEGIES IN UKRAINIAN AND HUNGARIAN POPULAR SCIENCE MEDIA: A CASE STUDY OF THE ONLINE PUBLICATIONS "KUNSHT" AND "QUBIT" (2024–2025)

This article presents a comparative analysis of approaches to the popularisation of scientific knowledge in Ukrainian and Hungarian media, using the online publications "KunshT" and "Qubit" from 2024–2025 as examples. The relevance of this study stems from the growing role of scientific communication in today's information society and the need to counter disinformation and hostile propaganda in the context of the Russian-Ukrainian war. Comparative analysis of strategies for popularising knowledge in Ukrainian and foreign media remains under-researched, which accounts for the scientific novelty of this study. The aim of the study is to identify and compare strategies for popularising science in the popular science media under analysis. To this end, a range of scientific methods were applied, including content analysis, discourse analysis and the comparative method, which made it possible to trace the genre, thematic and format characteristics of media texts on popular science topics, the tools used to popularise knowledge, and to examine the specifics of media interaction with the audience. Based on the analysis, informational-explanatory, storytelling, expert, multimedia and interactive strategies for popularising science were identified in the information resources under study. It has been established that the Ukrainian media outlet "KunshT" favours an analytical style of presentation and storytelling, and integrates scientific content into a military context. The Hungarian platform "Qubit" combines analytical materials with a strong news component, ensuring the diversity and timeliness

of content, and actively uses interactive formats for feedback from the audience. The effectiveness of science communication in both media is due to professional credibility, the accessibility of the information presented, as well as the use of multimedia formats and dynamic interaction with readers. Differences in the choice of strategies are linked to the socio-political circumstances in which the media operate: “Kunsht” implements an adaptive model of science communication in wartime conditions, whilst “Qubit” relies on a dialogical model in a more stable socio-political environment. Further research could focus on expanding the empirical base, examining models for promoting scientific content in Ukrainian and international contexts, and deepening the analysis of audience engagement.

Keywords: *scientific communication, popularization strategies, popular science media, “Kunsht”, “Qubit”, media text.*

Дата першого надходження статті до видання: 14.04.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 01.05.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026