



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Институт социально-гуманитарных наук
Факультет «Журналистика»
Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, корреспондент
медиахолдинга «ОТВ»
_____ В.В. Чухров
« ____ » _____ 2019 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.фил.н., доц.
_____ Л.П. Шестеркина
« ____ » _____ 2019 г.

НАУКА И МЕДИА: ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ НАУЧНОГО ЖУРНАЛИСТА В РОССИИ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЕ

ЮУрГУ–42.03.02.2019.406.ПЗ.ВКР

Консультант

_____ / А.Ю. Исмаилов /
« ____ » _____ 2019 г.

Руководитель ВКР, к. фил. н., доцент

_____ А.В. Красавина
« ____ » _____ 2019 г.

Автор ВКР

студент группы СГ-403
_____ Ю.Д. Вознесенская
« ____ » _____ 2019 г.

Нормоконтролер, преподаватель

_____ А.В. Красавина
« ____ » _____ 2019 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ... 7	
1.1. Жанрово-тематические особенности научно-популярной журналистики..... 7	
1.2. Функции и задачи научно-популярной журналистики	14
1.3. Профессиональные компетенции научного журналиста	28
2 ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ	35
2.1. Особенности развития современных отечественных научно-популярных СМИ на примере журнала «Наука и жизнь».....	35
2.2. Особенности развития современных зарубежных научно-популярных СМИ на примере журнала «MIT Technology Review»	40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	45
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	48

ВВЕДЕНИЕ

Масштабное развитие науки поставило перед СМИ важную задачу — популяризацию научного знания. Это связано с тем, что одним из важнейших средств, оказывающим содействие социальному, экономическому, культурному развитию страны, является популяризация науки, которая представляет собой деятельность журналиста по распространению научного знания в обществе и адаптации его к уровню понимания массовой аудиторией.

Научно-популярная журналистика представляет собой сложный социокультурный феномен, основной целью которого являются поддержка интеллектуального развития современного общества на высоком уровне. Перед научными журналистами стоит задача знакомить потребителей медиа с современной научной картиной мира, сообщая о последних разработках и результатах исследований.

Актуальность исследования обуславливается тем, что журналистика является не только отражением светской и бытовой сторон общественной жизни, но и информирует массовую аудиторию о новейших достижениях в развитии науки и техники. Из этого следует, что современные средства массовой информации много и охотно пишут о жизни ученых, мировой науке, проблемах научно-технической революции, перспективах прогресса.

По результатам проведенных социологических исследований ВЦИОМ, более половины жителей нашей страны интересуются событиями в научном мире¹. При этом, население уделяет особое внимание темам изучения космоса, технических достижений (в том числе интернет-технологий) и медицине.

Научное медиапространство относится к специфическим областям журналистского мастерства. Это связано с тем, что она предполагает у

журналиста наличие особых компетенций и навыков для работы со сложным для восприятия аудиторией научным материалом, а также обладает набором отчетливых тематических и отраслевых признаков.

Средства массовой информации освещают проблемы, связанные с достижениями современной медицины, развитием информационных технологий, новейшими открытиями науки и техники, которые коренным образом обещают поменять привычный жизненный уклад. Однако, позиция научной журналистики в современных российских СМИ неопределенно: достаточно активно присутствуя в интернете в форме научных сообществ, порталов, рубрик серьезных новостных и аналитических изданий, онлайн-журналов, она практически не представлена в крупных федеральных массовых СМИ². Как правило, средства массовой информации освещают политические, организационные и финансовые проблемы российской науки. Количество публикаций о научных открытиях составляет около 6% от общего объема научно-образовательной информации в масс-медиа. Это объясняется нехваткой журналистов, пишущих о науке, а также нежеланием научных центров популяризировать свои достижения³.

Важно отметить, что целевая установка текста научно-популярной тематики значительно меняется в зависимости от характеристик аудитории конкретных средств массовой информации.

Так, например, в универсальных периодических изданиях («Комсомольская правда», «Аргументы и факты» и др.) на первый план выходит неординарность исследования, его сенсационность, а не практическая польза и новизна.

Одной из основных проблем в области научно-популярной журналистики являются особенности взаимодействия журналистов и ученых (специалистов-экспертов), ведь от правильности выбора респондента во многом зависит качество

¹ Коняева, Ю.М. Текст научно-популярной журналистики: композиционно-стилистические особенности. – СПб. – СПбГУ, 2018. – 25с.

² Солдаткина Я.В. Современная научная журналистика в России: основные тенденции развития и стратегии презентации // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). – 2014. – Том 2. – № 11. – с. 26-31.

³ «Коммуникации в российской научно-образовательной сфере: проблемы, практики, перспективы» // SPNCommunications. – 2014

публикации, ее научный или псевдонаучный характер. Поэтому исследование данной темы, на наш взгляд, достаточно важно и актуально.

Степень научной разработанности проблемы: большая часть ученых, которая занимается изучением сферы коммуникации и журналистики, пришли к мнению, что средства массовой информации влияют на познание человеком окружающего мира, социализацию личности, выработку человеческих ценностей, воспитание и просвещение, распространение культуры. Они отмечают также регулятивное и контрольное участие СМИ в управлении общественными процессами, в снабжении каждого индивидуума утилитарными сведениями, социальной защите людей. Этим вопросам посвящены работы таких авторов, как В.В. Ворошилов, Г.В. Лазутина, Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина, В.Ф. Олешко, С.Г. Корконосенко, Л.Г. Свитич, А.А. Тертычный и др.

В последнее время исследователи все чаще уделяют внимание проблемам научной журналистики, ее функциям и задачам. Об этом пишут Ю.М. Батурин, Д. Вибе, Р.С. Гиляревский, В.М. Егикова, Ю.М. Коняева, Э.А. Лазаревич, Н.А. Мулякова, М.П. Сенкевич, С.И. Сметанина, Я.В. Солдаткина и др.

Многие ученые анализируют проблему подготовки специальных журналистов, умеющих создавать доступные и интересные массовому читателю научно-популярные тексты: А.Е. Бовин, А.А. Грабельников, Е. Гудилин, В.А. Садовничий, А. Субботин, В.И. Штепа и др.

Проблеме взаимодействия журналистов и ученых с целью создания качественных научно-популярных публикаций и сюжетов на ТВ посвящены статьи и учебные пособия таких исследователей, как Е.Б. Александров, Е.Д. Эйдельман, Д. Губин, Е.Г. Константинова, Е.Е. Макарова, Т. Пичугина, Е. Стащенюк, Л.Н. Стрельникова и др.

Объект исследования — научно-популярная журналистика. Предмет — особенности функционирования научно-популярной журналистики в современных медиа.

Цель исследования — изучить современное состояние научно-популярной журналистики в России, на примере таких медиа, как:

1. Печатные СМИ («В мире науки», «National Geographic — Россия», «Техника молодежи», «Наука и жизнь»)
2. Аудиовизуальные СМИ («Наука», «Т 24», «Discovery Channel»)
3. Интернет СМИ («N+1», «postnauka.ru», «elementy.ru»)

Задачи исследования:

1. Рассмотреть жанрово-тематические особенности научно-популярной журналистики
2. Проанализировать функции и задачи научно-популярной журналистики
3. Рассмотреть профессиональные компетенции научного журналиста
4. Изучить особенности развития современных отечественных и зарубежных научно-популярных СМИ

Данная работа может представлять интерес для журналистов, работающих в сфере научной журналистики.

Методы исследования:

В работе использовались традиционные методы исследования — изучение научной литературы, описание, а также сравнительно-сопоставительный анализ публикаций, параметры которого были составлены на основе изученной литературы, в том числе различных методик оценки качества научно-популярных материалов, предложенных отечественными и зарубежными исследователями.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

1.1. Жанрово-тематические особенности научно-популярной журналистики

Научной тематике посвящено достаточно большое количество материалов в СМИ. Причем, зачастую сугубо научные проблемы обсуждаются в популярных и общественно-политических медиа. Информация о научных открытиях отображается в специализированных средствах массовой информации. Это связано с тем, что в популярных и общественно-политических медиа большим спросом пользуются материалы о нехватке финансирования в научной сфере, а не о новейших разработках, а также с тем, что для популяризации научной информации необходимы журналисты, обладающие компетентными знаниями в этой области.

Научная информация – это процессы представления, передачи и получения научных данных, которые в совокупности образуют механизм развития и существования науки. Формируется научная информация в процессе познания как логическая информация, адекватно отражающая законы и явления природы, мышления, общества и использующаяся в социальной практике⁴. По мнению исследователей, «научной может быть лишь информация, получаемая в процессе познания, основу которого составляет практика, материальное производство, социальная жизнь общества, научное исследование и все другие виды активной деятельности людей по преобразованию природы и общества⁵».

В современной теории журналистике принято выделять научную журналистику в отдельный самостоятельный раздел творческой деятельности журналиста, требующий от автора определенной подготовки (например, обучение

⁴ Современные проблемы науки и журналистика: учеб. пособие / сост. С.И. Сметанина. – СПб.: С. Петерб. гос. ун-т, 2012. – 150 с.

⁵ Гиляревский, Р. С. Введение в интеллектуальную коммуникацию: учеб. пособие. – М.: Изд-во Рос. открытого ун-та, 1992. – 131 с.

по специальной программе в Санкт-Петербургском государственном университете) и навыков. Таким образом, научная журналистика — это журналистская область, в основе которой лежит создание контента на научные темы. Научная журналистика в общем виде рассматривается как «перевод» научного исследования с научного языка на обывденный, доступный массовой аудитории СМИ, без искажения смысла⁶.

Исследователь С.П. Суворова предлагает разграничивать научную и научно-популярную журналистику, не считать эти понятия синонимичными. Под научной журналистикой автор понимает рецензии, аннотации, статьи, которые публикуются в научных журналах и предназначены для академического сообщества, а не для массовой аудитории. А научно-популярная журналистика — это особый вид профессионального творчества журналиста.

Материалы на научно-популярные темы публикуются в специальных изданиях, а также в массовых, общественно политических, универсальных и качественных средствах массовой информации. Популяризация научного знания активно публикуется также в интернет-медиа, на телевидении, также научно-популярную тематику можно встретить в лентах информационных агентств. Научно-популярные журналистские материалы ориентированы на большую массовую аудиторию и являются приспособленным для средств массовой информации оперативное знание о достижениях и людях науки и излагаются на общедоступном и понятном языке⁷.

Проблему жанров научно-популярных зданий изучал в своих работах А.Ф. Коновец. Он сформировал утверждение о том, что «усиление влияния науки на общественную жизнь значительно обогатило содержание публицистики, а это потребовало для более адекватного отражения действительности, расширения

⁶ Наука и журналистика // МедиаТренды: Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова на события в СМИ. № 5 (10). 16 апр. 2010. // URL: http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2010.pdf (дата обращения 27.04.19).

⁷ Суворова, С.П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. — 2009. — Серия 10: Журналистика. — № 6. — с. 14-23.

жанровой палитры»⁸. Он пришел к выводу, что в научной публицистике сформировалась особая система жанровых вариантов, наделенная особенными чертами. Она возникла в ходе развития специфических жанров научных медиа (научное обозрение, научный комментарий), модификации жанров (научное эссе, научный этюд, статья-гипотеза) и соединении жанровых структур. В 1980-х гг. многие авторы говорили о том, что основная тенденция жанрообразования — синтез жанров, с целью обогащения структуры и возможности глубокого аналитического комментирования. Это явило для научных журналистов такие жанры, как статья-гипотеза, научное эссе, научный этюд. После арсенал жанров пополнился жанрами пресс-релиза, журналистского расследования, рейтинга, мониторинга, блиц-опроса, социологического резюме. В свою очередь традиционные жанры журналистики, такие как интервью, корреспонденция, отчет приобрели уточнение: аналитическое или информационное. Эти жанры используются и в современных научно-популярных СМИ.

Научно-популярные средства массовой информации — это издания, которые публикуют интервью, новости и репортажи научной тематики, учитывая неподготовленность аудитории. В таких СМИ сложная информация подается простым языком. Работающим в таких медиа журналистам необходимо принимать во внимание жанровые особенности изданий — не использовать в текстах сложную терминологию, но приводить примеры, ясные и простые аналогии, красочное описание материала, яркие образы, параллели и учитывать то, что акцент должен быть на пояснении значимости того или иного научного открытия и его потенциала для практической жизни людей. Для привлечения широкой аудитории материал должен быть и интересным, и понятным.

Также отметим, что развития научно-популярной журналистики привело к появлению новой формы подачи материала — научный стенд-ап. Это телевизионная программа на канале «Россия К», которая является адаптацией формата Science Slam: участники-ученые должны за 7 минут максимально

⁸ Коновец А.Ф. Популяризация науки: исторические параллели, парадоксы современности, поиски

доступно, емко и весело рассказать аудитории о своем исследовании. По мнению директора ассоциации Science Slam Россия Никиты Соловьева, данный формат способствует популяризации научного знания по трем причинам:

«1. Он приносит науку туда, где ее никогда не было — в бары и рок-клубы. Именно это создает ту неформальную атмосферу, которая привлекает сотни людей по всей России.

2. Молодые ученые — это лучшие евангелисты научного взгляда на мир. Они остроумны, говорят с аудиторией на одном языке и занимаются реальным делом.

3. Проект изначально строился на принципах социального предпринимательства — он всегда окупался за счёт привлечения спонсоров и продажи билетов. Это позволило сделать проект устойчивым в долгосрочной перспективе и распространить его в 25-ти регионах России»⁹.

Для того, чтобы определить какие жанры наиболее востребованы в научно-популярных медиа в России, мы рассмотрим несколько изданий в различных типах СМИ.

1. Печатные СМИ («В мире науки», «National Geographic Россия», «Техника - молодежи»).

Для анализа мы рассмотрели по три номера каждого издания:

1. «В мире науки» — №11, 2018 г; №12, 2018 г; №1-2, 2019 г. В каждом выпуске встречаются такие жанры журналистики, как статья, рейтинг, интервью, корреспонденция, колонка и обозрение. В номере 11, 2018 г. есть рецензия и комментарий. В номере 12, 2018 г. есть социологический опрос. В номере 1-2, 2019 г. есть два репортажа. Наиболее востребованы жанры статья (более 5-и материалов в каждом номере), корреспонденция (2-3 материала на номер) и интервью (4-5 материалов в одном номере). Наименее востребованы жанры колонка (1 материал в номере), рейтинг (2 материала) и обозрение (1-2 материала).

альтернатив. – Киев: Ун-т им. Т.Г. Шевченко. – 1991. – 219 с.

⁹ Щербаков, М. Правила научного стендапа // URL: newtonew.com (дата обращения: 24.04.2019).

2. «National Geographic Россия» — №11, 2018 г.; №12, 2018 г.; №1, 2019 г. В каждом номере журнала есть следующие жанры: корреспонденция, репортаж, колонка, письмо, заметка, обозрение. В номере 11, 2018 г. использованы жанры рейтинг и интервью. В номерах 11 и 12 2018 г. есть заметка. Чаще всего встречаются жанры корреспонденция (3-5 материалов в каждом номере) и репортаж (2-4 материала). Реже используются жанры рецензия (в среднем 1 материал на номер) и колонка (1-2 материала в номере). Отметим также, что в издании используется большое количество иллюстраций, которые могут занимать целый разворот журнала.

3. «Техника - молодежи» — №15, 2018 г.; № 16, 2018 г.; №1, 2019 г. Во всех рассмотренных выпусках журнала используются жанры статья, корреспонденция, заметка. В №15, 2018 г. есть обозрение и некролог, в №1, 2019 г. — рейтинг. Статья встречается в журнале в 4-5 материалах, корреспонденция — 4-7, заметка — 5-8 материала в выпуске. Также в каждом номере журнала есть отрывок из художественного произведения.

На основе проанализированных изданий можно сделать вывод, что в печатных научно-популярных изданиях в России наиболее востребованы жанры статья и корреспонденция. Наименее популярные жанры — социологический опрос (1 материал на 9 отсмотренных выпусков), комментарий (2 материала), некролог (2 материала). Также отметим, что в каждом издании есть большое количество иллюстраций и инфографики (минимум 2 в каждом отсмотренном выпуске).

2. Телевидение («Наука», «Т 24», «Discovery Channel»)

Мы проанализировали программу трех эфирных дней каждого телеканала.

1. «Наука» — 15.05.2018 г.; 16.05.2018 г.; 17.05.2018 г. Ежедневно на данном телеканале выходит около 35 передач (жанр корреспонденция по А. А. Тертычному), 6 программ в жанре эксперимент и 6 документальных фильмов.

2. «Т 24» — 15.05.2018 г.; 16.05.2018 г.; 17.05.2018 г. На данном телеканале транслируются жанры корреспонденция (>14 материалов в день),

документальные фильмы (5-6 материалов) и художественный фильм (1 фильм несколько (5-6) раз в день).

3. «Discovery Channel» — 15.05.2018 г.; 16.05.2018 г.; 17.05.2018 г. Ежедневно на данном телеканале транслируются реалити-шоу (12-14 эфиров в день), корреспонденция (>17 материалов в день) и документальный фильм (1-2 в день).

На основе анализа вышеперечисленных телеканалов можно сделать вывод, что в научно-популярном телевидении наиболее востребованы жанры корреспонденция и документальный фильм.

3. Интернет СМИ («N+1», «postnauka.ru», «elementy.ru»).

Для того, чтобы определить наиболее и наименее востребованные жанры в научно-популярных Интернет СМИ, мы проанализировали три портала.

1. «N+1» — данный Интернет-портал позиционирует себя как развлекательное научно-популярное издание. Оно информирует о том, что происходит в науке, технике и технологиях. Жанры, которые используются на сайте «N+1» — новостная заметка, статья, блог, колонка, обозрение.

2. «postnauka.ru» — это сайт, который знакомит читателей с современной фундаментальной наукой и создающими ее учеными. На портале используются жанры статья, корреспонденция, комментарий, интервью, рейтинг, информационная заметка.

3. «elementy.ru» — портал, на котором рассказывают о фундаментальной науке, о том, что выяснили ученые и каким образом они это сделали. На данном сайте используются жанры статья, корреспонденция, комментарий, интервью, рейтинг, информационная заметка, обзор СМИ.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее часто встречающиеся жанры в научно-популярных Интернет-СМИ — информационная заметка и статья.

С.И. Сметанина в работе «Современные проблемы науки и журналистика», ссылаясь на повышение уровня научно-технического прогресса и образования населения, а также на интенсивное проникновение современных технологий в

организацию быта и их влияния на стиль жизни, предлагает современную журналистику, касающуюся проблем науки, называть «научно-познавательной, исходя из задач, которые она решает, и репертуара речевых средств, востребованных для решения этих задач¹⁰».

Предметом научно-популярной журналистики, согласно С.П. Суворовой, являются¹¹: «научное знание, нуждающееся в популяризации. Люди науки – субъекты научной деятельности».

¹⁰ Современные проблемы науки и журналистика: учеб. пособие / сост. С.И. Сметанина. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2012. – 150 с.

¹¹ Суворова, С.П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. – 2009. – Серия 10: Журналистика. – № 6. – с. 14-23.

1.2. Функции и задачи научно-популярной журналистики

«На всем протяжении истории книгопечатания в России до 1700 г. было выпущено около тысячи изданий. Среди них не было ни одной книги по технике»¹². Активная популяризация науки в России началась в XVIII веке. За первые четверть века было напечатано около 200 книг, в которых затрагивались вопросы промышленности и техники. А в 1755 году в Санкт-Петербурге начал издаваться первый русский научно-популярный журнал «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие».

В то время формируются основные функции популяризации науки: информационная, мировоззренческая и практическая. Развитие наук и увеличение их результатов привело к взаимосвязи информационной и мировоззренческой функций (важнее вторая). Это произошло по причине необходимости отбора проблематики популяризации научных знаний, истолкования и оценки достижений науки.

Современные функции научно-популярной журналистики были сформулированы Э. А. Лазаревич в 70-е гг. прошлого века. Он выделил три основные функции научно-популярной журналистики:

1. Информационная (аудитория должна иметь объективную, то есть именно научную информацию об окружающем мире);
2. Мировоззренческая (аудитория должна строить свое мировоззрение на основе этой информации);
3. Практическая (умение применять полученные после прочтения знания в повседневной жизни)¹³.

Современные исследователи, учитывая предметную область научно-популярных текстов, делают упор на культурно-просветительскую функцию научно-популярной журналистики. С ее помощью массовая аудитория научно-популярных медиа обеспечивается текстами журналистов, где отражены новые,

¹² Данилевский В. В. Русская техническая литература первой четверти XVIII в. М.; Л.: Изд-во Академии наук СССР. – 1954. – 358 с.

уникальные и еще не ознакомленные аудиторией по разным причинам продукты особых видов творчества — науки, культуры и искусства, имеющие в своей основе общественно и социально значимые знания, нормы и ценности. Также в этих текстах анализируются эти продукты с точки зрения соответствия гуманистическим тенденциям современного общественного развития. «Именно популяризация является в данном случае основным инструментом просветительства в научно-популярных СМИ и реализации просветительской функции журналистики¹⁴». Однако стоит отметить, что зачастую тексты, написанные в научно-популярной тематике, многофункциональны: они не только объясняют массовой аудитории суть научных явлений (просветительская функция), но и дают анализ их социальным последствиям.

Система популяризации научного знания среди массовой аудитории включает в себя все средства массовой информации. Данная система должна решать задачу информирования общества о важных и новейших достижениях науки.

Важные задачи журналиста, популяризирующего научное знание и являющегося автором публикации научного направления¹⁵:

1. своевременное информирование массовой аудитории медиа о появлении новых продуктов, явлений и фактов в науке;
2. содействие освоению аудиторией СМИ особенностей научных продуктов (объяснение их важнейших и фундаментальных смыслов, определение значения научных открытий и выявление их последствий для развития науки и социума), а также знакомству с биографией ученых, чьи открытия определили ход науки;
3. побуждение аудиторию СМИ к комментированию событий и явлений научного мира (сопоставление различных точек зрения, оценок и аргументов), а также содействие к интеллектуальному обогащению общества;

¹³ Лазаревич, Э. А. Искусство популяризации науки. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1978. – 224 с.

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

¹⁵ Суворова, С.П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. – 2009. – Серия 10: Журналистика. – № 6. – с. 14-23.

4. побуждение ученых, субъектов научной деятельности, к рефлексии, а при необходимости — к коррекции и изменению исследовательской позиции.

Рассмотрение функций и задач научно-популярной журналистики невозможно без освещения профессиональной этики научно-популярного журналиста. Специфику этических проблем в этой сфере рассмотрел Г.А. Сахаревич. Он определил три основные специфические этические проблемы освещения темы науки в средствах массовой информации:

1. Повышенная ответственность автора журналистского материала за сообщение искаженной или неверной информации;
2. Согласование информации с экспертом в той или иной области науки как обязательный этап подготовки научно-популярного текста;
3. Сложность или невозможность релевантной передачи смыслов при упрощении¹⁶.

Первую проблему, ответственность за искаженную информацию, Г.А. Сахаревич анализирует, приводя в пример сообщение томских журналистов об изобретении местными томскими учеными новейшего уникального препарата в 2015 году. Данный препарат представлял собой лекарство против ишемии. Он также успел пройти доклинические лабораторные испытания. Новость об этом событии сообщили сразу несколько томских региональных средств массовой информации. Это были сухие новостные сообщения, знакомящие аудиторию с открытием ученых. Однако, издание Atas.info опубликовало материал об этом под заголовком: «Ученые нашли панацею от ишемии». Рассуждая об этом инциденте, Г. А. Сахаревич отмечает, что данная конструкция некорректна, «так как речь шла о прохождении препаратом лишь доклинических испытаний, а оценочное слово «панацея» давало читателю надежду на немедленное достижение результата»¹⁷. Впоследствии изобретатель данного лекарства рассказывал, что некоторые читатели данного издания обращались к нему с просьбой продать «волшебный»

¹⁶ Г.А. Сахаревич. Специфика профессиональной этики в научно-популярной журналистике // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. – №4 (15). – с. 103-104.

препарат. Таким образом, искаженная и неточно поданная в заголовке информация о научном достижении способствовала тому, что респондент оказался в неудобном положении.

Вторая проблема — обязательное согласование информации с научным экспертом. Г.А. Сахаревич отмечает в своей работе, что профессиональные кодексы журналистской деятельности, существующие в различных изданиях разных стран, на сегодняшний день не имеют к единому точки зрения в проблеме о необходимости согласования текста журналиста с источником информации. Так, например, в профессиональном журналистском кодексе ежедневной английской газеты *The Guardian* есть отдельный параграф, в котором сообщается о том, что отправлять материал на согласование перед его публикацией не следует. Однако, если корреспондент трудится над материалом на специфическую и трудную научную тематику, то как правило, зачастую он должен отступить от этого пункта в кодексе в пользу повышения качества итогового продукта. Причина этому отступлению от существующих в редакции правил — некомпетентность журналиста в научных вопросах. Поэтому, отвечать за корректность переданной информации и нести за нее ответственность, а также подтверждать данные о каком-либо научном открытии или явлении может только эксперт в этой области.

Третья проблема — невозможность релевантной передачи смыслов при упрощении. Эта проблема появилась в следствии того, что одна из основных задач журналиста, работающего над материалом в научно-популярной тематике, является перевод научной сложной информации на простой и доступный для широкой массовой аудитории язык. Для того, чтобы исполнить данную задачу, журналист «разбавляет» текст. Для этого он использует большое количество метафор, сравнений и приводит различные аналогии. Однако, на этапе исследования, науке присуща неоднозначность формулировок и неуверенность.

¹⁷ Г.А. Сахаревич. Специфика профессиональной этики в научно-популярной журналистике // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. – №4 (15). – с. 104.

Это противоречит стилистике СМИ, где в текстах присутствует множество обобщений. Из этого следует искажение информации.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что склонность к упрощению, отказ от согласования текстов и непонимание сферы научной журналистики, в которой на первый план выходит стандартизированная объективность, взвешенность, а также проверенная и достоверная информация, приводит к снижению качества текста на научную тему.

Стоит отметить, что в процессе научных коммуникаций задействовано сразу несколько участников: это и общество, и сами учёные, и пресс-секретари научных организаций, и государство, и, разумеется, научные журналисты. Все больше и больше изданий научной тематики и разделов о науке появляется сегодня в российских медиа.

Именно журналисты являются основной точкой сбора и обработки информации: им поступают данные от учёных и научных организаций и им нужно эти данные, во-первых, отсортировать и выбрать то, что заинтересует именно их читателя/слушателя/зрителя, а, во-вторых, преподнести это так, чтобы материал был понятен, но при этом не искажал факты. Опыт, получаемый журналистами в процессе такой работы, бесценен, чем они с удовольствием и делятся.

Научная новость, пресс-релиз по мотивам научной статьи – самый распространенный и охватный способ рассказать о том или ином научном открытии. Такой пресс-релиз имеет четкую структуру и небольшой объем, а потому содержит в себе самую важную информацию об исследовании. К тому же пресс-релиз – это тот жанр, который позволяет рассказать об исследовании максимально широко: достаточно отправить его в СМИ, и, если тема окажется интересной, материал обязательно опубликуют, в том или ином виде.

Основы научной журналистики были определены еще М.В. Ломоносовым в сочинении «Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими

сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии¹⁸». Настоящий расцвет научно-популярной журналистики наступил в СССР во второй половине XX века. В это время физики стали героями романов и фильмов. Снимались художественные киноленты об ученых, издавались красочные, многотиражные журналы: «Наука и жизнь», «Знание и сила», «Юный техник», «Эврика», научно-популярные телепередачи пользовались популярностью у телезрителей.

Однако после 1990-х в России начался спад интереса к научной тематике в СМИ, количество и объем материалов научно-популярного характера существенно снизились, а на смену качественным материалам о науке и технологиях в общественно-политических СМИ пришли лженаучные сенсации.

По мнению многих исследователей очевидно, что научная картина мира формируется у аудитории с помощью научной журналистики. Журналист, работающий в этой сфере, должен формировать у аудитории положительный образ ученого, повышать интерес к исследованиям и образованию, а также стать своеобразной преградой лженаучным концепциям. В настоящее время основным аппаратом по борьбе с лженаукой является Комиссия Российской академии наук по борьбе с лженаукой и фальсификацией научных исследований. Это научно-координационная организация при Президиуме Российской академии наук, образованная в 1998 году. Однако, по мнению Е. Л. Вартановой, в последнее время возникла необходимость создания новых стратегий по борьбе с лженаучными знаниями. Она утверждает, что большая часть аудитории СМИ обладает низким или недостаточным уровнем научных знаний. Из этого следует, что журналист обязан корректно, достоверно и объективно информировать общество о науке.

По мнению члена Комиссии РАН по борьбе с лженаукой В. А. Кувакина, «опасность лженауки заключается в том, что она подделывается под научное

¹⁸ Наука и журналистика // МедиаТренды: Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова на события в СМИ. № 5 (10). 16 апр. 2010 // URL.: http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2010.pdf (дата обращения: 25.04.19).

знание, а это дискредитирует науку, а также провоцирует некомпетентность в структурах управления сложными технологическими проектами»¹⁹.

В современном обществе существует множество лженаучных исследований. Рассмотрим наиболее популярные из них:

1. Аквалогия. Данный вид исследования изучает целебные свойства воды, возникшие от нехимических воздействий.

2. Астрология. Это совокупность различных своеобразных магических традиций и практик, которые осуществляют воздействие небесных тел на нашу планету и людей. По мнению людей, занимающихся данным лженаучным направлением, особая комбинация этих небесных тел способна определить темперамент, характер, поступки человека, а также повлиять на его дальнейшую судьбу.

3. Ауравидение. В основе этого учения, его сторонники имеют способность «видеть» и изучать некую уникальную и постоянную ауру, которую имеет каждый человек.

4. Гемосканирование. В основе этого учения также лежит исследование крови человека. Сторонники этого направления лженауки способны поставить диагноз и назначить лечение пациентам, опираясь на диагностику их капли крови.

5. Гомеопатия. Распространенный вид альтернативной медицины (гомеопатические препараты широко представлены в аптеках), который предполагает, что сильное разведение медицинских препаратов, способны вызвать у больного те же симптомы, что и сама болезнь. То есть концепция лечения по псевдонаучному принципу «подобное подобным». Стоит отметить, что данный принцип в корне противоречит принципам рациональной фармакотерапии и широко осуждается представителями медицинского сообщества.

¹⁹ МедиаТренды. Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ. – 2015. – №4(53).

6. Литотерапия. Это лженаучное течение, представляющее собой вид альтернативной медицины, в основе которой используется метод лечения камнями — на различные точки на теле человека воздействуют камнями различной формы и температуры.

7. Мировое правительство. Сторонники этого направления убеждены в том, что миром управляет некая секретная организация, которая стремится к тотальному контролю и власти над всем человечеством.

8. Спиритизм. Магическая практика, допускающая общение с духами умерших. Сторонники данного учения утверждают о существовании привидений, духов и прочих потусторонних сил.

Это далеко не полный список околонуучных течений. Популярность таких направлений в журналистике объяснил директор Института истории естествознания и техники им. С.И. Вавилова РАН, член-корреспондент РАН, профессор факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова Ю. М. Батурич: «Главные причины массового распространения околонуучных течений кроются отнюдь не в журналистике, а в особенностях социальнокультурного рельефа страны. Отметим общее снижение уровня образования и культуры, а также кардинальную смену ценностей: теперь все продается и покупается, знания перестают цениться, творчество и созидание как личностные ориентиры заместились накоплением и потреблением. Произошел и спад уровня общественного сознания, снизились требования к журналисту со стороны работодателя, да и степень ответственности работников уменьшилась. Также очевидно снижение роли науки в государстве и уважения к ней в обществе. Формируется социальный запрос на чудо, а массовое сознание требует чего-нибудь оккультного и сенсационного. Все это возникает на фоне ослабления направляющей функции государства, которое обязано обеспечивать свою и общества безопасность при воздействии агрессивной антинауучной среды»²⁰. Таким образом, для развития и процветания лженауки в человеческом сознании

существует благодатная почва, а ее проявления многообразны. Это объясняется тем, что псевдонаучные теории привлекают и журналистов, и аудиторию парадоксальностью взглядов на традиционные теории, фантастичностью последствий и новыми оригинальными терминами.

Ю. М. Батури́н провел исследование и предложил классификацию околону́чных течений в публикациях СМИ. В частности, Ю.М. Батури́н выделяет следующие типы околону́чных течений:

1. Паранаука. Совмещает в себе как ошибочные знания, так и истинно научные, отклоняется от научных стандартов, ссылается на такие источники, как «опыт предков» или «рассказ очевидца»;

2. Квазинаука. Второе название — наука непрофессионалов, отличительный признак — притязание на компетентность во всех областях науки;

3. Псевдонаука. Отклоняется от научной этики, имитирует, симулирует и фальсифицирует научные знания, ссылается на секретность;

4. Шоу-наука. Интерпретирует научные результаты сенсационным заявлением, часто встречается формулировка «ученые не могут объяснить»;

5. Монетарное наукообразие: «научная» терминология, используемая в рекламе, рекламируемый продукт всегда неестественно быстро действенный, универсальный и без побочных эффектов, а также без необходимой лицензии.

Говоря о причинах востребованности околону́чных теорий и фактов, исследователь выделяет 3 фактора:

1. «текучесть» журналистики – рейтинги, сенсации, массовость аудитории;

2. «гравитация» в журналистике – фрактальность границ между наукой, ненаукой и лженаукой; именно фрактальный характер границы обуславливает взаимное притяжение указанных зон;

3. «перепады высот» в журналистике – ненаука проще, чем наука.

Можно выделить некоторые общие показатели лженаучности. Ненаучными являются:

²⁰ Батури́н Ю. М. Журналист должен быть ответственен перед временем // МедиаТренды. Экспертный взгляд

1. Концепции, направленные на отрицание всей предшествующей науки, так как она должна быть согласована с законами ранее подтвержденных фундаментальных принципов;

2. Всеобщие и глобальные теории, так как данным теориям противоречит сложность устройства мира;

3. Теории, отличающиеся туманностью и непонятностью доказательств, так как если понятия принципиально не определимы, то скорее всего такая расплывчатость маскирует отсутствие доказательной базы;

4. Бессистемные и внутренне противоречивые теории;

5. Теории, в которых смешиваются научные термины и понятия из сферы мистики, религии или обычным понятиям придается «сокровенный» смысл (Свет, Начало, Разум, Природа и т. д.);

6. Непроверяемые теории, поскольку они основаны на нерационализме.

Кроме того, в лженаучной среде зачастую выдвигаются новые гипотезы для поддержки своих теорий, а не для получения нового знания, как это происходит в фундаментальной науке.

В некоторых случаях вера в псевдонаучные темы приводит к еще более печальным последствиям. Для того, чтобы разобраться с этим, обратимся к истории. 11 сентября 2001 года. Терракт в США. Эта трагедия породила множество теорий заговора, на YouTube существует десятки видеороликов, где рассказывается «Правда про 11 сентября». Как правило, это видео, в которых приводятся якобы доказательства вины государства в случившемся и разоблачения теорий заговора. Некоторые разоблачители не ограничились только роликами в интернете. Джон Патрик Беделл в 2010 году напал на охранников Пентагона. Он был приверженцем теорий заговора и обещал «открыть всю правду», а также считал себя знатоком истины.

Уязвимость научных и научно-популярных материалов заключается в презумпции честности, принятой в научном сообществе. Иногда в научных

журналах ученые, ввиду сильной конкуренции, публикуют непроверенные исследования. Однако, по мнению ученого сообщества, смелые гипотезы полезны для развития науки.

Лженаучные материалы встречаются во всех видах СМИ. Существуют целые издания, специализирующиеся на псевдонаучных фактах, как телеканал РЕН-ТВ, газеты «Оракул», «Секретные архивы», «Тайны XX века», «Тайны и загадки». Как правило, в таких изданиях не указывается на отсутствие фактического материала, и вся информация преподносится как правдивая и достоверная.

Однако, лженаучные материалы встречаются и в научно-популярных изданиях. В 2013 году канал Discovery Channel анонсировал цикл документальных фильмов «Неделя акул». Один из фильмов был посвящен Мегалодону. Это вид вымерших акул, существовавших в миоцене и плиоцене, также есть данные о более древних акулах. Однако в рамках «Недели акул», на Discovery Channel было показано интервью, «доказывающее» существование Мегалодона в настоящее время. Спустя год на канале повторили цикл фильмов. После этого ученый, интервью с которым было показано в фильме о древней акуле, выступил с заявлением о том, что сотрудники телеканала на самом деле задавали вопросы о другой акуле, а после подтасовали ответы в свою пользу. После этого заявления на Discovery Channel посыпались обвинения в том, что научно-популярный телеканал опубликовал лженаучную информацию (дважды). Сотрудники убрали фильм из эфира и выпустили опровержение. Однако, на YouTube фильм Discovery Channel о мегалодоне посмотрело более 3 млн. человек, а опровержение всего 250 тыс. человек.

Лженаука – серьезный деструктивный фактор общественной жизни страны. Это не только «тень» науки, но и «тень» морали, «тень» права, «тень» экономики, поскольку лженаука в России доросла до организованной преступности и создала криминальный рынок товаров и услуг. Борьба с данным явлением необходимо системно и постоянно.

Одной из основных стратегий противодействия лженаучному знанию является популяризация научного. Первостепенная задача по реализации данного направления лежит на журналистике и российских вузах как центрах академического, исследовательского и научного знания.

Главная проблема заключается в том, что оно детерминировано выбором точки отсчета: только внутринаучное позиционирование субъекта анализа позволяет идентифицировать лженаучность тех или иных исторических воззрений.

Для обывателя существует не лженаука, а наука, в которой одни и ученые по тем или иным причинам (чаще всего к науке не имеющим отношения) критикуют и отрицают достижения других.

Иначе говоря, диалог лженауки и общества последним весьма часто воспринимается как диалог с наукой. Беспомощность представителей научного сообщества в решении задачи дистанцирования от лженаучных определяется нерешенностью проблемы демаркации научного знания, спецификой научного этоса, неразвитостью PR-практик в научной жизни.

Неоднократно было отмечено, что результаты псевдонаучной деятельности и недоброкачественной исследовательской практики (research misconduct) часто попадают в рецензируемые журналы. Авторы таких публикаций ставят своей целью не выработку научного знания, а получение различных преференций, привлечения финансирования и т.п. И потворствует этому существующая журнальная система.

В настоящее время существуют две модели журналов: классические и Open Access. Журналы классической модели, как правило, принимают статьи бесплатно, но за доступ к ним берут плату. Фундаментальная проблема этой схемы заключается в том, что такие журналы являются монополистами по определению: каждая статья – эксклюзив, и больше ни у одного журнала ее нет. И журналы строго следят за соблюдением этого правила: если автор замечен в публикации одной и той же статьи в нескольких журналах, сотрудничество с ним

прекращают. Также журналы ограничивают возможности использования текста публикации самим автором (препринты, постпринты и т.п.). Второй тип, Open Access, позволяет получить бесплатный доступ к материалам любому пользователю интернета. Оплата открытого доступа чаще всего осуществляется внесением авторами платы на счёт издателя. Открытый доступ к результатам научных исследований важен для общества по нескольким причинам. Один из аргументов в его пользу состоит в том, что большинство исследований оплачено налогоплательщиками, которые должны иметь право доступа к результатам того, что они профинансировали. В развивающихся странах депонирование и публикация материалов в открытом доступе приобретает важное значение, так как учёные, медики не имеют возможности централизованного получения научной литературы.

Академик В.Л. Гинзбурга писал: «Мы сейчас знаем, что теплота – это мера хаотического движения молекул. Но это когда-то не было известно. И были другие теории, в том числе теория теплорода, состоящая в том, что есть какая-то жидкость, которая переливается и переносит тепло. И тогда это не было лженаукой, вот что я хочу подчеркнуть. Но если сейчас к вам придёт человек с теорией теплорода, то это невежда или жулик²¹».

Стремление разделить все научные теории на истинные и ложные, как и любое чёрно-белое видение мира, приводит нас порой к тому, что некоторые достойные имена оказываются в списке лжеучёных. С другой стороны, ошибки и заблуждения, признанных «подлинных» учёных, вуалируются; более того, этим неправильным взглядам пытаются найти объяснение с позиций современного знания, что только запутывает студентов и молодых специалистов.

Популярной сейчас стала тема научной журналистики. Здесь необходимо отметить, что в настоящее время сформировалась прослойка известных ученых, которые имеют и способности, и желание к написанию обобщающей литературы. Р. Докинз, С. Хокинг, А. Марков, Ф. де Вааль, Ш. Кэррол, Л. Рэндалл, В.

²¹ Ворошилов, В.В. Журналистика. – СПб.: СПбГУ, 1999. – 103 с.

Рамачандран и многие другие. На наш взгляд, родился новый жанр литературы, выполняющий важную методологическую роль синтеза знаний в век узкой специализации.

Ещё в 1930-е гг. замечательный испанский мыслитель Х. Ортега-и-Гассет назвал узкую специализацию «варварством специализма»²², поскольку она превращает современных научных работников в обычных дилетантов вне сферы своей узкой проблематики. И очень хорошо, что появилась целая плеяда квалифицированных «синтезаторов».

Такая «синтетическая» литература отделилась от обычной просветительской научно-популярной литературы. Просветительская литература, конечно, осталась, а вот уровень обобщающей литературы существенно вырос.

²² Стащенюк, Е. Популяризация науки, или аксиомы творчества. // URL: <http://sciencemedialab.ru/news/51/> (дата обращения: 25.04.19).

1.3. Профессиональные компетенции научного журналиста

Министерство образования и науки Российской Федерации в 2014 году учредило премию «За верность науке». Данная награда присуждается специалистам в области популяризации научных и академических успехов.

На одном уровне с учеными-популяризаторами, в популяризации науки и научного знания, важным звеном являются научные журналисты. На протяжении нескольких последних лет в правительстве проходят круглые столы и конференции. На них поднимаются вопросы о специальной профессиональной подготовке медиаспециалистов в сфере научной журналистики. Достаточно часто на мероприятиях данного типа возникает обсуждение компетенций и компетентности научно-популярных журналистов. Следует отметить, что понятия «компетенция» и «компетентность» на протяжении долго времени считались в российской научной теории синонимичными.

Рассмотрим, как данные понятия трактуются в различных словарях.

Понятие «компетенция» (от лат. *compeo* — добиваюсь; соответствую, подхожу) согласно данным Большого энциклопедического словаря, : 1) круг полномочий, предоставленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу; 2) знания, опыт в той или иной области».

Н. Ю. Шведова в толковом словаре русского языка под редакцией С. И. Ожегова, дает определение понятию «компетенция»: «и, ж. (книжн.). 1. Круг вопросов, в которых кто-н. хорошо осведомлен. 2. Круг чьих-н. полномочий, прав. К. суда. Дело не входит в чью-н. компетенцию».

В толковом словаре Ушакова понятие «компетентность» трактуется как: «компетентность, мн. нет, ж. (книжн.). Отвлеч. сущ. к компетентный. Компетентность суждения. || Осведомленность, авторитетность. Компетентность в вопросах политики».

Однако, развитие в педагогических, управленческих и социологических науках компетентного подхода привело к тому, что в настоящее время появляется

большая дифференциация и создание более точных определений понятий «компетенция» и «компетентность». Компетентностный подход берет свое начало в работах теоретиков менеджмента Ф. Тейлора, Г. Форда, Г. Эмерсона, Э. Мейо в XX в.

Вопрос о том, каковы границы и как происходит взаимопроникновение этих понятий, на сегодняшний день, поднимается и активно обсуждается среди филологов. Например, в нашей стране эту проблему пытаются решить такие специалисты, как А. А. Вербицкий; А. М. Павлова, Э. Ф. Зеер; В. И. Загвязинский; Э. Э. Сыманюк; И. А. Зимняя; Ю. Г. Татур; А. В. Хуторской; М. А. Холодная и др.

Исходя из тех определений данных понятий, которые дает М. А. Холодная, «компетенции — это умение применять практико-ориентированные знания в бытовых, социальных и профессиональных видах деятельности («знаю, как, где и когда»)». Компетентность — это характеристика индивидуальных интеллектуальных ресурсов, предполагающая высокий уровень усвоения разных типов знаний, включая знания в конкретной предметной области, сформированность определенных качеств мышления, мотивацию к данному виду деятельности, готовность принимать решения в соответствующих предметных ситуациях, наличие системы ценностей»²³.

Рассмотрим подходы популяризации научного знания. В мировой практике сложились два основных подхода, которые были обозначены еще в XX веке. Они принципиально различны в своей основе.

Первый подход популяризации возник во Франции. Это подход фундаментализма, или, сайентизм, как его реже называют. Сторонники этого подхода популяризации научного знания утверждают, что правильно освещаться научная информация должна в наиболее полной и развернутой форме. Они считают главной проблемой в области популяризации науки погоню за развлекательностью и сенсационностью. Эта тенденция, по их мнению, приводит

²³ Расширенный текст доклада профессора М. А. Холодной на IV Всероссийском съезде психологов образования России «Психология и современное российское образование» // URL: http://ipras.ru/cntnt/rus/novosti/rus_news1/n2742.html (дата обращения: 24.04.2019).

к тому, что наука становится вульгарной и теряет большую часть своей информативности. Подход фундаментализма подразумевает, что освещение идей науки должно быть подробным и обстоятельным. Так же для сторонников необходимо полное отсутствие «занимательности» изложения²⁴.

Второй подход популяризации научного знания прямо противоположен фундаментализму. Он называется актуализм и сформировался в Америке. Его основной смысл заключается в том, что изложение должно быть понятным и простым. Сторонники этого подхода допускают, что часть какой-либо важной научной информации может отсутствовать, но при этом необходимо делать акцент на том, что изложение должно быть доступным и развлекательным. Основал данный подхода популяризации науки ученый физик Фрэнк Оппенгейер, который также является основателем уникального научного музея «Эксплораториум» в Сан-Франциско. Последователи этого подхода привлекают массовую аудиторию СМИ к научным вопросам с помощью использования громких сенсационных заголовков, большого количества иллюстраций, развлекательной и неформальной подачи текста. Стоит отметить, что такой способ подачи текстовой информации тесно связан с понятием «инфотеймент» — это уникальный способ подачи материала, который одновременно и развлекает, и информирует аудиторию.

Журналист, при популяризации научного знания в медиа, сам делает выбор в пользу того или иного подхода. В зависимости от своего выбора, он обретает особый комплект разного рода полномочий.

Впервые сформировать список качеств и правил поведения (этический кодекс) журналистов попытался М. В. Ломоносов. Он описал их в 1755 г. в своем научном труде «Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии». В данном труде М. В. Ломоносов представил список из 7 правил, опираясь на которые должен работать журналист:

²⁴ Лапина И. Ю. Научно-популярное телевидение: драматургия мысли / И. Ю. Лапина. – М. – Аспект-Пресс, 30

1. Взвесить свои силы, так как он затевает трудную и очень сложную работу, в которой должен докладывать об общих местах и вещах, уже известных, а выявлять новое и существенное, в произведениях, создаваемых часто величайшими людьми;

2. Уметь избавиться от предубеждений и предвзятости к автору, то есть быть объективным;

3. Разделять описываемые сочинения на две группы: отдельных авторов и написанных учеными сообществами. Здесь Ломоносов призывает к особой внимательности журналиста к трактуемому тексту во избежание досадных упущений, небрежности, опрометчивых суждений;

4. Не спешить осуждать гипотезы, которые могут быть единственным путем постижения истины величайшими умами;

5. Не присваивать себе мысли и суждения других лиц;

6. Журналист может опровергать некоторые учения, позиции, но только после досконального изучения вопроса и глубоких рассуждений;

7. «Никогда не должен создавать себе слишком высокого представления о своем превосходстве, о своей авторитетности, о ценности своих суждений»²⁵.

Отметим, что данный список правил можно считать универсальным списком журналистских компетенций для работников всех специализаций СМИ. Однако, М. В. Ломоносов составил эти качества именно для тех журналистов, чей род деятельности заключается в написании материалов о научных исследованиях и открытиях. Эти правила применимы для медиаспециалистов и в современном мире. Отметим также, что сформированы они, опираясь на принцип компетенций, а не компетентности. То есть М. В. Ломоносов описал именно действия журналиста в той или иной ситуации, а не его знания об исследуемом предмете.

Однако, специалисты утверждают, что из-за того, что Интернет активно проникает в средства массовой информации, данный список правил требует

2007.

²⁵ Ломоносов М. В. Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии / М. В. Ломоносов. – 1755.

пересмотра. Например, изучающий данную проблему декан школы коммуникаций Гарвардского университета Грейс Лоусон-Бордес утверждает, что «что увеличение количества платформ потребления контента потребует дополнительной компетенции от автора, который должен учитывать множественность способов коммуникации с потребителем»²⁶. То есть он предполагает, что главной компетенцией журналиста является навык создания уникального контента, в котором изначально заложена адаптация под различные медиа платформы.

Несколько последних десятилетий специалисты ознаменовали периодом размытия границ. Границы стираются между традиционными и новыми медиа (конвергенция), информационным и развлекательным контентом (infotainment), журналистикой и обществом, источниками и представителями аудитории, журналистами и издателями. Кроме того, такие социальные изменения, как информатизация, индивидуализация, интенсификация и интернационализация создали новую информационную и коммуникационную структуру, привели к фрагментации аудитории, формированию «непрерывной» культуры и глобализованных рынков²⁷.

Профессор М. В. Загидулина в своей работе «Мастерство популяризации науки» перечислила основные принципы грамотной, с профессиональной точки зрения, популяризации науки. Она выделила шесть принципов:

1. Редуцирование сложного научного явления до некоторой формулы, общего представления в зависимости от степени популяризации. Ученый предлагает несколько различных уровней популяризации: первая степень – для своего научного сообщества, но с разъяснением особой узкой сферы специалистам смежных областей, вторая степень – для специалистов близких дисциплин, третья – в рамках цикла научных дисциплин, например, биологи объясняют геохимикам, четвертая – для представителей другого цикла дисциплин – скажем, социолог

²⁶ Lawson-Borders, Gracie L. Media organizations and convergence : case studies of media convergence pioneers. Routledge, 2006.

объясняет физикам, пятая – для людей, не связанных с научным знанием, то есть массовой аудитории;

2. Использование принципа аналогии. В таком случае научное явление сравнивается с бытовым, чтобы первое стало понятно;

3. Принцип эмоционального отношения к научному явлению, открытию, научной деятельности. Журналист, взявшийся за составление сообщения из сферы науки, не может быть полностью равнодушен к этому явлению;

4. Принцип практического прогноза. Для популяризатора науки чрезвычайно важным становится выяснение практической значимости того научного события, о котором он рассказывает;

5. Принцип пропаганды;

6. Общий принцип для всей профессиональной культуры журналиста, без учета конкретной сферы деятельности – мастерство изложения материала²⁸.

Стоит отметить, что наиболее значимым принципом в профессиональной популяризации науки, М. В. Загидуллина называет последний, шестой, принцип.

Также профессор выделяет три задачи, стоящие перед популяризатором:

1. Создание союза между ученым и журналистом. Ученый излагает суть своего открытия, журналист редуцирует его, постоянно сверяясь с ученым – предлагая тому оценить степень точности такой редукции и уместность аналогии;

2. Глубокое проникновение в тему, о которой пишет журналист;

3. Поиск грамотной аналогии.

На базе Европейской ассоциации преподавателей журналистики (ЕЖТА) проводился социологический опрос среди европейских профессионалов из медиа индустрии. Согласно его результатам, наиболее популярными и востребованными в следующее десятилетие профессиональными компетенциями стали:

1. Умение выявлять главную информацию;

²⁷ Нико Дрок. «Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании» / Нико Дрок // Mediascope. – Вып. № 3. – 5 авг. – 2011 г.

²⁸ Загидуллина М. В. Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста / М. В. Загидуллина // Современная журналистика : дискурс профессиональной

2. Нести ответственность за журналистскую работу;
3. Работать в команде²⁹.

Также отметим, что последние несколько лет в университетах России на факультетах журналистики стали появляться кафедры и направления магистратуры, задачей которых является выпуск журналистов, которые являются специалистами в популяризации науки.

Однако, Б. П. Пастухова, аспирант Московской Академии Медиainдустрии, в своей статье «Популяризации науки: компетенции научных журналистов» утверждает, что «важно, чтобы при прохождении обучения по направлению «Научная журналистика» в ведущих вузах и иных образовательных организациях у студентов формировались эффективные компетенции, применимые в сегодняшних реалиях массовых медиа»³⁰.

культуры / [под ред. В. Ф. Олешко]. – Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, Издательский Дом «Филантроп», 2005.

²⁹ EJTA/IAM (2010). The weighting of different journalistic competences. Research report by Carmen Koch and Vinzenz Wyss, in cooperation with Nico Drok. Maastricht/ Winterthur: European Journalism Training Association/Institut für Angewandte Medienwissenschaft

³⁰ Пастухова Б. П. Популяризации науки: компетенции научных журналистов// Вестник ВГУ// – №2. – 2017 г. – с. 112.

2 ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

2.1. Особенности развития современных отечественных научно-популярных СМИ на примере журнала «Наука и жизнь»

В 1890 году М. Н. Глубоковский основал журнал «Наука и жизнь». Это было небольшое 16-ти страничное издание, выходящее каждую неделю, целью которого была популяризация науки. Годовая подписка на журнал обходилась читателям в 5 рублей. В таком виде издание просуществовало 10 лет. В 1900 году редактор М. Н. Глубоковский тяжело заболел, и выход журнала приостановили.

Возобновили издание журнала уже в Советском Союзе. Первый номер ежемесячного научно-популярного журнала «Наука и жизнь» вышел в октябре 1934 года под редакцией Н. Л. Мещеркова. В советское время этот журнал являлся органом Академии Наук СССР. В 1977 году в номере 8 журнала вышла статья «Проект Конституции СССР. Всенародное обсуждение»³¹. 80-е годы тираж журнала составлял 3 400 000 экземпляров. Это один из самых высоких показателей тиража в Советском Союзе. В 1984 году журнал был награжден орденом Трудового Красного Знамени.

С 1948 по 1990 год журнал издавался Всесоюзным обществом по распространению политических и научных знаний. А в 1990 году издательские права перешли новому учредителю — редакции и издательству «Правда». Сегодня главным редактором научно-популярного журнала «Наука и жизнь» является кандидат физико-математических наук Е. Л. Лозовская. Средний тираж выпуска — 36 000 экземпляров. Согласно данным с последней страницы (не считая обложки) — выпуск осуществлен при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Стоит отметить, что редакция журнала гордится более чем вековой историей «Науки и

³¹ Проект Конституции СССР. Всенародное обсуждение // Наука. и жизнь. – 1977. – № 8. – с. 2–4.

жизни». «На страницах журнала собрана целая летопись развития науки и технологий, наших представлений об устройстве мира, о судьбе страны. С 1934 года журнал издается непрерывно, его выпуск не прекращался ни в период Великой Отечественной войны, ни во время экономических кризисов»³².

Один номер научно-популярного журнала «Наука и жизнь» состоит из 144 страниц. Издание поделено на 5 рубрик:

1. Наука на марше (подрубрики: Человек и общество; Экономические беседы; Науки о Земле; Физика, астрономия, математика, космос; Техника, Технология, Химия; Информатика; Биология, Медицина; Экология; История; Отечество; По Москве исторической; Строительство и архитектура; Страны и народы. Геральдика; Наука и искусство. Музей);

2. Ваше свободное время (подрубрики: Рассказы, повести, очерки; Воспоминания, из семейного архива; Люди науки; Литературоведение. Языкознание; Размышления у книжной полки; Маленькие рецензии. Новые книги; Лицом к лицу с природой; Переписка с читателями; Научно-техническое любительство; Самообразование; Физпрактикум; Любителям астрономии; Туристскими тропами; Спортшкола. Любителям спорта для повышения эрудиции; Человек с видеокамерой; Коллекционеру на заметку);

3. Коротко о науке и технике (подрубрики: БНТИ (бюро научно-технической информации); БИНТИ (бюро иностранной научно-технической информации); Рефераты; Наука и жизнь 100 лет назад; Фотоблокнот; Кунсткамера);

4. Дела домашние (подрубрики: Маленькие хитрости; Как это устроено. Новые товары; Школа практических занятий. С инструментом в руках; Для тех кто вяжет; Хозяйке на заметку; О братьях наших меньших. Зооуголок на дому; Ваши растения; На садовом участке; Садоводу на заметку. Рефераты; Бизнес на грядке);

5. Развлечения не без пользы (подрубрики: Кунсткамера. Лаборатория на дому; Психологический практикум. Математические досуги; Логические игры.

³² Электронный портал «Наука и жизнь» // URL: <https://www.nkj.ru/about/> (дата обращения: 20.05.2019).

Головоломки; Кроссворд с фрагментами; Шахматы; Ответы и решения; Стереостраничка).

Стоит отметить, что такие подрубрики, как «Маленькие хитрости», «Кроссворд с фрагментами», «Кунсткамера», «БИНТИ» специально сохранены редакцией журнала, так как эти подрубрики знакомы многим поколениям читателей «Науки и жизни». Сотрудники редакции утверждают, что следование сохранившимся советским традициям придает журналу узнаваемость среди аудитории. Хотя иногда редакция и создает что-то новое в своем журнале. Так, например, в 2007 году в редакции было принято решение о создании нового раздела, предназначенного для юных читателей — «Ума палата». В этот раздел, - который является познавательным-развивающим, входят отрывки художественных произведений, материалы с «занимательными фактами» (например, история фамилий), развлекательный контент (кроссворд или эксперименты), ответы на вопросы и научно-популярные статьи, написанные учеными специально для читателей школьного возраста.

Журнал «Наука и жизнь» выполняет функции научно-популярного средства массовой информации. Он информирует читателей о научных знаниях и открытиях, при этом материал преподносится простым и понятным массовому читателю языком. Тексты представляют собой адаптированное для каналов массовой коммуникации оперативное знание о продуктах науки и тех, кто их создает. Также в журнале использовано большое количество иллюстраций.

Заметим также, что публикации в научно-популярных журналах в целом полифункциональны: они не только информируют и просвещают, но выполняют также ряд важных коммуникативных задач:

- содействие организации всестороннего взаимодействия науки и общества;
- формирование общественного мнения о научных проектах и открытиях;
- привлечение внимания общества к науке как социальному институту, материально-техническим условиям и проблемам научной деятельности;

- этическая и законодательная экспертиза безопасности и социальных последствий научных открытий;
- содействие актуализации научных знаний, продвижению и внедрению продуктов научной деятельности в повседневную практику

На страницах журнала представлены такие жанры, как статья, корреспонденция, интервью, заметка, рейтинг, обозрение, письмо, художественные произведения.

Редакция научно-популярного издания «Наука и жизнь» состоит как из штатных журналистов, так и из авторов, которые присылают свои материалы в журнал. Причем для публикаций этих авторов в издании существует ряд правил (рукописи не возвращаются; не принимаются статьи не специалистов, если это не письмо; необходимо разрешение на использование иллюстраций).

Отметим также, что среди авторов, материалы которых публикуются в научно-популярном журнале «Наука и жизнь» есть как научные сотрудник (доценты, профессора, академики и т.д.), так и обычные читатели. Первые публикуют научные статьи, корреспонденцию, а вторые чаще всего присылают письма со своим взглядом на ранее опубликованные в журнале материалы.

Штатные журналисты отвечают за публикацию обозрения, интервью, новостных заметок. Также редакция журнала составляет рейтинги, развлекательный контент, создает материалы на основе зарубежных порталов и переводит статьи.

Заметим, что в разное время в научно-популярном журнале «Наука и жизнь» работали и публиковались дочь Первого секретаря ЦК КПСС Н. С. Хрущева Р. Н. Аджубей, главный библиограф и историк Научной библиотеки МГУ В. В. Сорокин, член Академии Наук СССР Н. Л. Мещеряков и многие другие выдающиеся ученые и публицисты.

Также стоит отметить, что на сегодняшний день журнал «Наука и жизнь» не только является печатным изданием, но и активно развивается в интернете. Штат издания разделен на две редакции — интернет и печать. В интернет-портале

научно-популярного издания «Наука и жизнь» можно ознакомиться с электронной версией журнала, прочитать статьи, не опубликованные в основном номере, оставить комментарий и отправить свою статью в редакцию.

Из-за того, что наполненность журнала «Наука и жизнь» зависит от присылаемых авторами материалов, тематическая наполненность номера разнообразна. Однако, темой номера становится наиболее важное научное событие за последнее время. Так, например, в крайнем выпуске научно-популярного журнала «Наука и жизнь» (№5, 2019), темой номера, выделенной на первой полосе, стала новость о публикации первой фотографии черной дыры. Поэтому, нужно отметить, что журнал информирует читателей о последних событиях и открытиях в мире науки.

Рассмотрим также дизайн журнала «Наука и жизнь». Если изучить выпуски издания, выходящие в советское время, то можно заметить, что за время существования журнала (кроме выпусков 180-1900 гг.), его внешний вид не изменился. Редакция сохранила шрифты, аббревиатуры (БИНТИ — бюро иностранной научно-технической информации; БНТИ — бюро научно-технической информации), советский герб под оглавлением номера. Рубрики в журнале «Наука и жизнь» также не менялись с советского времени.

Но в современное время научно-популярный журнал «Наука и жизнь» имеет не такую популярность как в СССР — тира издания упал в несколько раз. Однако, редакция продолжает свою деятельность, развивает свой контент в интернете и публикует на своих страницах последние новости и статьи молодых ученых. Он выполняет одну из важнейших функций научно-популярного издания — доносит научную информацию до аудитории простым и понятным языком, а также знакомит своего читателя с научными трендами. Журнал существует в печатном и цифровом варианте, что позволяет аудитории выбрать способ чтения издания. «Наука и жизнь» сохраняет те тенденции, которые были заложены в научно-популярные СМИ в СССР и остается старейшим научно-популярным изданием в России.

2.2. Особенности развития современных зарубежных научно-популярных СМИ на примере журнала «MIT Technology Review»

«MIT Technology Review» — это американский научно популярный журнал, который полностью принадлежит Массачусетскому технологическому институту. Однако, журнал не зависит от университета в отношении редакции. Издание было основано в 1899 году как «The Technology Review». 23 апреля 1998 года журнал потерпел изменения — он был перезапущен уже без «The» в своем названии издателем Р. Брюсом Дж. В сентябре 2005 года, он пережил еще одно изменение формы, которая стала напоминать журнал исторической направленности. В тот период, Джейсон Понтин стал новым издателем, и редактором.

В период переиздания журнала в 1998 году, тогдашний редактор объявил, что «от старого журнала ничего не останется, кроме названия». В следствии этого сейчас, изучая историю этого журнала, требуется раскрыть отличия между современным и историческим «Technology Review». Ассоциацией выпускников Массачусетского технологического института был издан исторический журанл, он был очень тесно связан с интересами самих выпускников Массачусетского технологического института, в связи с этим журнал тон журнала был более интеллектуальный и, в связи с этим меньше всего направлен на массового читателя. То есть в тот период времени данный журнал имел скорее научный характер, чем научно-популярный.

Научно-популярный характер и массового читателя журнал приобрел в виде, в котором начал издаваться с 1998 по 2005 год как «MIT's Magazine of Innovation» (журнал инноваций MIT), а с 2005 года как просто «Published by MIT» (издаваемый MIT). На его страницах появились материалы, посвященные новым научным технологиям и способам их коммерциализации и нацелено новое издание было на руководителей высшего звена, исследователей, финансистов и политиков, а также выпускников MIT.

В 2011 году «Technology Review» получила награду Utne Reader Independent Press Award за лучшую научную и технологическую информацию.

В настоящее время журнал претендует на звание «старейшего научно-популярного журнала в мире». Еще в далеком 1899 году газета «Нью-Йорк Таймс» прокомментировала: «Сердечно приветствуем № 1 Тома Я из «Technology Review», ежеквартального журнала, связанного с Массачусетским технологическим институтом, изданного в Бостоне под руководством Ассоциации секретарей классов. Его обложка, бумага, типография и иллюстрации соответствуют сильным характеристикам учреждения, которое оно представляет. Этот журнал, как объявляют его редакторы, призван стать «информационным центром информации и мышления» и, с точки зрения Технологического института, «увеличить свою мощь, минимизировать потери, застраховать среди его бесчисленных друзей самое совершенное сотрудничество»³³.

Стоит отметить тот факт, что достаточно часто, в журнале исторического направления «Technology Review», публиковались материалы, которые противоречили или прямо критиковали некоторые конкретные научные технологии. Как один из примеров, в номере 1980 года, Джерома Виснера осуждал стратегию ядерной обороны администрации Рейгана. На обложке выпуска 1983 года говорилось: «Даже если программа синтеза производит реактор, никто не захочет его», и в ней содержалась статья Лоуренса М. Лидски, заместителя директора Центра плазменного синтеза МИТ, в которой оспаривалась возможность синтеза. Майский выпуск 1984 года содержал информацию об опасностях производства микрочипов.

Стоит отметить, что в разное время в журнал писали известные авторы. Среди них были Томас А. Эдисон, Уинстон Черчилль и Тим Бернерс-Ли.

Еще одни перемены в журнале произошли 30 августа 2005 г. Тогда «Technology Review» объявила, что новым главным редактором станет

³³ Нью-Йорк таймс, 21 января 1899 г, с. 33

Джейсон Понтин, вместо Р. Брюса Журни, который являлся издателем с 1996 по 2005 гг. Джейсон Понтин принял решение о уменьшении выпуска печатного издания. Вместо одиннадцати номеров в год, сделал шесть, однако в то же время принял решение сделать ставку на формирование интернет-издания и приступить к созданию интернет публикаций. Boston Globe охарактеризовал данное изменение как «стратегический ремонт». Редактор и издатель Джейсон Понтин выступил с заявлением, что он «сфокусирует печатный журнал на том, что печатная продукция делает лучше всего: представляет более длинные, исследовательские истории и красочные образы». По словам Понтина³⁴, веб-сайт «Technology Review» будет освещать актуальные ежедневные новости и создавать аналитические материалы на научную тему (тогда как раньше он просто переиздавал статьи печатного журнала). Наконец, Понтин сказал, что истории «Technology Review» в печатном и онлайн-изданиях позволят выявить и проанализировать новые технологии. Этот фокус напоминает исторический «Technology Review».

В мире журнал наиболее известен благодаря своим спискам. Ежегодно MIT Technology Review публикует три ежегодных списка:

1. Новаторы до 35 лет (ранее TR35). Это ежегодный список, который публикует журнал MIT Technology Review, где названы 35 лучших новаторов мира в возрасте до 35 лет. Награждение из года в год проводится в различных подкатегориях, однако в основном делается акцент на биомедицине, вычислительной Атехнике, коммуникациях, бизнесе, энергетике, материалах и Интернете. В номинациях принимают участие новаторы со всего мира, которые оцениваются специальной коллегией экспертов. В некоторые годы из числа победителей также выбирают победителя в специальных категориях. Таких, как Инноватор года. Главная цель награды и конкурса в целом — почтить

³⁴ Джейсон Понтин (2005). «Письмо выпускникам MIT». Обзор технологий. Получено 2006-06-26.

«достижения, которые могут оказать существенное влияние на мир, каким мы его знаем».

2. 10 прорывных технологий. Издание MIT Technology Review представляет список из десяти технологий, которые в ближайшие годы окажут ключевое влияние на экономику и политику, медицину и культуру. Так, например, в этот список вошли: избавление от паралича, беспилотные грузовики, функциональные квантовые компьютеры и 360-градусные селфи.

3. 50 самых умных компаний. Ежегодно престижный технологический институт в мире — MIT (Massachusetts Institute of Technology/Массачусетский технологический институт), создает рейтинг наиболее наукоемких компаний в мире, которые используют и предоставляют пользователям результаты последних научных разработок.

Также издание имеет большое количество престижных наград:

1. В 2006 году Technology Review стала финалистом Национальной Журнальной Премии в категории «Общее превосходство».

2. В 2010 году Technology Review получил золотые и серебряные призы за лучший полный выпуск технологического журнала (за ноябрь и июнь 2009 года) и золотые, серебряные и бронзовые призы за лучшую отдельную статью в технологическом журнале.

3. В 2007 году Technology Review стала обладателем бронзовых наград в журнале Folio Magazine Eddie Awards в номинациях «Лучший выпуск технологического журнала» и «Лучшая статья о технологии». В том же году technologyreview.com получил третье место в номинации MPA Digital Awards за лучший веб-сайт, который посвящен новостям и бизнесу, и второе место за лучшее онлайн-видео или видео сериал.

4. В 2008 году Technology Review завоевала золотой приз за лучший выпуск журнала о технологиях (за выпуск за май 2008 года); золотые, серебряные и бронзовые призы стали наградой за лучшие отдельные статьи в технологическом журнале.

22 июня 2018 года «MIT Technology Review» представила редизайн своего журнала вместе с новой миссией, направленной на принятие более информированных и более осознанных решений о технологиях с помощью авторитетной, влиятельной и заслуживающей доверия журналистики. Новый бренд «MIT Technology Review» и миссия способствуют повышению ответственности научной журналистики.

Также издание имеет и множество других премий.

Элизабет Брамсон-Будро, генеральный директор и издатель «MIT Technology Review», сказала: «Сейчас, как никогда, технологическая среда играет важную роль в публичном разговоре о том, как технологии меняют общество, экономику, политику и повседневную жизнь. ребрендинг, редизайн и обновленная миссия «MIT Technology Review» сохранят и будут опираться на наше лидерство в освещении этих важных историй. Наша цель состоит в том, чтобы технологии развивались по тем путям, которые делают жизнь лучше для всех, а не только для немногих счастливицов»³⁵.

В печатном виде каждый выпуск будет отформатирован в виде книги, в которой рассматривается отдельная технология или тема с разных сторон, рассматриваются некоторые более глубокие вопросы о том, как технологии влияют на наш мир и как принимаются решения по этому поводу. В Интернете читатели могут наслаждаться тем же самым широким спектром новых технологий, которые они ожидают, от коротких новостей до подробных отчетов, а также освещения в новых битвах, таких как киборги и будущее компьютеров.

На сегодняшний день общий печатный тираж — 161 529 экз. Издание утверждает, что его сайт ежемесячно просматривают 4,1 миллиона человек, а с сентября 2015 по сентябрь 2016 года сайт посмотрели 30 миллионов уникальных посетителей.

³⁵ MIT Technology Review. — MIT Technology Review представляет новый журнал и новую миссию. — 22 июня. — 2018 г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе данной работы была рассмотрена сфера научно-популярной журналистики и определена специфика работы научного журналиста в России.

Всего в данном исследовании было изучено 10 отечественных научно-популярных медиа в различных типах СМИ:

1. Печатные СМИ («В мире науки», «National Geographic — Россия», «Техника молодежи», «Наука и жизнь»)

2. Аудиовизуальные СМИ («Наука», «Т 24», «Discovery Channel»)

3. Интернет СМИ («N+1», «postnauka.ru», «elementy.ru»)

Это позволило достигнуть поставленной цели и решить обозначенные задачи. В первой главе были рассмотрены следующие вопросы, касающиеся научно-популярной журналистики:

1. Изучены жанрово-тематические особенности научно-популярных средств массовой информации. В ходе исследования было выявлено, что наиболее часто встречающиеся жанры в научно-популярных медиа — статья, корреспонденция и новостная заметка. Это говорит о том, что чаще всего в научно-популярной публицистике журналисты передают аудитории аналитические и новостные материалы о последних событиях в научной сфере. Эти жанры встречаются в каждом типе СМИ. Кроме того, развитие научно-популярной журналистики привело к слиянию (синтезу) жанров. Эта тенденция сформировала такие жанры, как научный комментарий, научное обозрение, статья-гипотеза, научный этюд и научное эссе.

2. Были проанализированы функции и задачи научного журналиста. Выяснено, что научно-популярная журналистика выполняет следующие функции:

- Информационная (доставлять до аудитории объективную информацию об окружающем мире);
- Мировоззренческая (на основе полученной информации аудитория формирует свое мировоззрение);

- Практическая (умение аудитории применять полученную информацию в повседневной жизни).

Сделан вывод о том, что основной задачей журналиста, работающего в научно-популярной сфере, является донесение научной информации до аудитории простым и доступным массовому читателю языком. Также среди задач — своевременное информирование об инновациях, знакомство аудитории с учеными и изобретениями, объяснять смысл научных открытий, побуждение к обсуждению и сопоставлению точек зрения. Так же изучены особенности профессиональной этики научного журналиста. Выяснено, что в освещении науки в СМИ существует три этические проблемы:

- Журналист несет ответственность за публикацию искаженной или ложной информации;

- Работающий в научной сфере журналист должен на этапе подготовки материала согласовать текст со специалистом — подтвердить корректность информации может только эксперт;

- При «переводе» с научного языка на доступный для массовой аудитории появляется проблема релевантности передачи смыслов, что ведет к искажению информации.

В этом же параграфе исследована такая проблема, как борьба с лженаучным знанием. Эта проблема возникла из-за роста публикаций лженаучных сенсаций в средствах массовой информации. Из этого следует, что для того, чтобы у аудитории медиа формировался правильный образ научной картины мира, журналисты, работающие в научно-популярной сфере, должны не только повышать интерес к исследованиям, но и корректно и достоверно информировать аудиторию о науке.

3. Также в данной работе были рассмотрены профессиональные компетенции научного журналиста. Их набор зависит от того, каким именно подходом пользуется журналист в популяризации науки — подходом фундаментализма (освещение научной информации в наиболее полной форме) или актуализма

(простое и развлекательное изложение). Однако, при обоих подходах научный журналист должен взаимодействовать с ученым, глубоко проникнуть в тему и искать грамотную аналогию.

Во второй главе на примере двух изданий («Наука и жизнь» и «MIT Technology Review») были изучены особенности развития отечественных и зарубежных научно-популярных СМИ. Было выявлено, что в настоящее время печатные тиражи научно-популярных средств массовой информации уменьшились в несколько раз, по сравнению с показателями тиража в прошлом веке. По мнению аналитиков, это связано, во-первых, с переходом части аудитории в интернет-пространство, а во-вторых, с отсутствием профильного рекламного сегмента, который есть, например, в журналах для женщин или автомобилистов. Однако, и западные, и отечественные медиа создают уникальный, отличный от печатного варианта, контент в интернет-пространстве — например, появляется формат лонгридов и возможность прямого общения с авторами. Тенденция конвергенции СМИ распространяется в том числе и на научно-популярные издания.

Обобщающие выводы по работе:

1. Научный журналист в России должен простым и доступным языком доносить до аудитории научное знание, а также новости о последних научных событиях и открытиях;
2. В современном научно-популярном медиапространстве необходимо вести борьбу с лженаучным знанием и популяризировать науку;
3. Большая часть современных российских печатных научно-популярных СМИ — издания, оставшиеся со времен СССР (советская научно-популярная периодика).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Батулин, Ю.М. Причины появления и признаки околонучных течений в СМИ // Медиаскоп. – 2015. – Выпуск №2. // URL: <http://www.mediascope.ru/node/1746> (дата обращения: 25.04.19).
2. Ворошилов, В.В. Журналистика. – СПб.: СПбГУ, 1999. – 103 с.
3. Власов В. В. Лженаука на марше: на пути к гибели научных журналов // Лженаука в современном мире: медиасфера, высшее образование, школа: Сборник материалов Второй Международной научно- практической конференции имени В. Л. Гинзбурга и Э. П. Круглякова, проходившей в Санкт-Петербургском государственном университете 27–28 июня 2014 г. СПб.: Изд-во ВВМ, 2014. С. 30–35.
4. Гиляревский, Р. С. Введение в интеллектуальную коммуникацию: учеб. пособие. – М.: Изд-во Рос. открытого ун-та, 1992. – 131 с.
5. Итоги научно-просветительского форума «Ученые против мифов-4» // URL: <http://antropogenez.ru/forum4-itogi/> (дата обращения: 29.04.19).
6. Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2005. – № 1. – С. 29–55, № 2. С. 56–76.
7. Коняева, Ю.М. Текст научно-популярной журналистики: композиционно-стилистические особенности. – СПб. – СПбГУ, 2018. – 25с.
8. Лазаревич, Э. А. Искусство популяризации науки. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1978. – 224 с. // URL: http://publ.lib.ru/ARCHIVES/L/LAZAREVICH_Eleonora_Anatol'evna/Lazarevich_E.A..html (дата обращения: 25.04.19).
9. Лебедев С. А. Философия науки: Словарь основных терминов. М.: Академический Проект, 2004. — 320 с.
10. Макарова Е. Е. Популяризация науки в Интернете: содержание, формы, тенденции развития. 2014. // URL:

http://library.by/portalus/modules/science/readme.php?subaction=showfullid=1401461862&archive=&start_from=&ucat= (Дата обращения: 28.04.19).

11. Максимчик О.А., Макеева Е. Ю. Библиометрия в оценке результатов эффективности научных исследований и влияния журналов: целесообразность и перспективы // Известия Самарского научного центра РАН. 2014. № 2–4

12. Мильнер Б. З., Румянцева З. П., Смирнова В. Г., Блинникова А. В. Управление знаниями в корпорациях. – 2006, М.: Дело, 2006.

13. Наука и журналистика // МедиаТренды: Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова на события в СМИ. № 5 (10). – 16 апр. 2010. // URL: http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2010.pdf (дата обращения: 27.04.19)

14. Петров А. Е. Перевернутая история. Лженаучные модели прошлого // Новая и новейшая история. – 2004. № 3. С. 36–59.

15. Солдаткина Я.В. Современная научная журналистика в России: основные тенденции развития и стратегии презентации // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). 2014 – Том 2. – № 11. – с. 26-31.

16. Современные проблемы науки и журналистика: учеб. пособие / сост. С.И. Сметанина. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2012. – 150 с.

17. Соколов А. Б. Мифы об эволюции человека. М.: Альпина-нон-фикшн. – 2015. – 392 с

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

19. Стащенюк, Е. Популяризация науки, или аксиомы творчества // URL: <http://sciencemedialab.ru/news/51/> (дата обращения: 25.04.19).

20. Стрельникова Л.Н. О тенденциях в мировой журналистике и месте науки в СМИ // Стенограмма мастер-класса «Наука в СМИ сегодня. // Опыт

русской и британской журналистики» в рамках «Недели науки в г. Санкт-Петербурге», 4–5 апреля 2003 г.

21. Шамрай Д.Д. Ф. Эмин и судьба рукописного наследия М. В. Ломоносова // XVIII век. – Сборник. № 3. – М.; Л., 1958. – С. 471–472.

22. Расширенный текст доклада профессора М. А. Холодной на IV Всероссийском съезде психологов образования России «Психология и современное российское образование» // URL: http://ipras.ru/cntnt/rus/novosti/rus_news1/n2742.html (дата обращения: 24.04.2019).

23. Лапина И. Ю. Научно-популярное телевидение: драматургия мысли // И. Ю. Лапина. – М.: Аспект-Пресс, 2007.

24. Ломоносов М. В. Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии / М. В. Ломоносов. – 1755.

25. Lawson-Borders, Gracie L. Media organizations and convergence: case studies of media convergence pioneers. – Routledge. – 2006.

26. Нико Дрок. «Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании» / Нико Дрок // Mediascope. – Вып. № 3. – 5 авг. – 2011 г.

27. Загидуллина М. В. Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста / М. В. Загидуллина // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры / под ред. В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, Издательский Дом «Филантроп», 2005.

28. EJTA/IAM (2010). The weighting of different journalistic competences. Research report by Carmen Koch and Vinzenz Wyss, in cooperation with Nico Drok. Maastricht/ Winterthur: European Journalism Training Association/Institut für Angewandte Medienwissenschaft.

29. Лазутина Г.В. Жанры журналистского творчества. – М.: Аспект Пресс, 2011.

30. Маккей Д. Все о журналах. – М.: ИД «Университетская книга». – 2012.
31. Панков А.В. Популяризация науки в периодической печати (на материале литературно – общественно – политических журналов): Специфика жанров: дис. канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 1973.
32. Парафонова В.А. Научно-популярные журналы в структуре современных СМИ: типологические и профильные особенности: дис. канд. филол. наук. Тверь, 2017.
33. Суворова С.П. Предметно-функциональные особенности современных российских научно-популярных журналов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 128–134.
34. «Коммуникации в российской научно-образовательной сфере: проблемы, практики, перспективы» // SPNCommunications. – 2014
35. Коновец А.Ф. Популяризация науки: исторические параллели, парадоксы современности, поиски альтернатив. – Киев: Ун-т им. Т.Г. Шевченко. – 1991. –219 с.
36. Щербаков, М. Правила научного стендапа // URL: newtonew.com (дата обращения: 24.04.2019).
37. Данилевский В. В. Русская техническая литература первой четверти XVIII в. – М.; Л. – Изд-во Академии наук СССР. – 1954. 358 с.
38. Г.А. Сахаревич. Специфика профессиональной этики в научно-популярной журналистике // Верхневолжский филологический вестник. –2018. – №4 (15). – с. 103-104.
39. Батурин Ю. М. Журналист должен быть ответственен перед временем // МедиаТренды. Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ. – 2015. – №4(53). – с. 5.
40. Расширенный текст доклада профессора М. А. Холодной на IV Всероссийском съезде психологов образования России «Психология и

- современное российское образование» // URL:
http://ipras.ru/cntnt/rus/novosti/rus_news1/n2742.html (дата обращения: 20.05.2019).
41. Лапина И. Ю. Научно-популярное телевидение : драматургия мысли / И. Ю. Лапина. – М. – Аспект-Пресс. – 2007.
42. Lawson-Borders, Gracie L. Media organizations and convergence: case studies of media convergence pioneers. – Routledge, 2006.
43. Проект Конституции СССР. Всенародное обсуждение // Наука. и жизнь. – 1977. – № 8. – с. 2 – 4.
44. Электронный портал «Наука и жизнь». // URL:
<https://www.nkj.ru/about/> (дата обращения: 20.05.2019). – О журнале «Наука и жизнь».
45. Нью-Йорк таймс. – 21 января 1899 г. – с. 33
46. Джейсон Понтин (2005). – «Письмо выпускникам MIT». – Обзор технологий. – Получено 2006-06-26 .