

*Крохина Юлия Владимировна,*

*магистрант 2 курса направления «Реклама и связи с общественностью»,*

*ВПО «Брянский государственный университет*

*ФГБОУ имени академика И. Г. Петровского» (БГУ),*

*г. Брянск*

## **ПОЛОЖЕНИЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ПЕРИОДИКИ И ЖУРНАЛИСТИКИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Научные и технические открытия, актуальная информация из различных областей знаний зачастую остаются не освоенными нами. Почему это происходит? Часто из-за того, что форма, в которой они представлены, для неподготовленного человека требует дешифровки. Для этого существует научно-популярная журналистика. «Ее тексты предназначены для массовой аудитории, излагаются на общедоступном языке и представляют собой адаптированное для каналов массовой коммуникации оперативное знание о продуктах науки и тех, кто их создает» [10, с. 14].

Обратимся к проблеме существования научно-популярных текстов в информационной среде. «В российском медиапространстве, вмещающем в себя множество существующей и развивающейся периодики, научно-популярные издания нашли свою нишу и читателя с далеких времен» [8, с. 72]. Однако, у научно-популярных книг, журналов, такого рода литературы в целом сейчас далеко не завидное положение. Далее, чтобы не быть голословными, мы приведем выдержки из работ, посвященных обозначенной проблеме, а также цифры статистики.

Одну из своих статей Александр Тертычный начинает так: «Потребность в широком распространении научных знаний в России появилась впервые, в связи с проводимым Петром I её социально-экономическим преобразованием... В трех последующих веках совершенствовались средства донесения научных популярных знаний до населения. <...> В советский период популяризация науки достигла наиболее высокого уровня развития» [11, с. 212]. Небольшой

экскурс в историю дает представление о важной задаче, возложенной на научно-популярную литературу, а потом и журналистику. О последней он говорит буквально следующее: «В отечественных СМИ в течение почти трех столетий одним из важнейших направлений творчества выступала научно-популярная журналистика» [11, с. 212]. Это, действительно, правда. Стоит только обратиться к цифрам тиражей и десяткам названий – остается только искренне удивляться, задавая себе снова и снова вопрос: «Как?».

«В 1947 году с целью распространения научных знаний в стране было создано Всесоюзное общество «Знание». За время существования общества свыше 370 тысяч ученых, специалистов народного хозяйства, деятелей культуры, прочитали слушателям несколько десятков миллионов лекций» [6, с. 14].

«Однако в современный период в российских СМИ произошли серьезные изменения, связанные с социально-экономическими и политическими трансформациями, которые определили изменения как в работе СМИ в целом, так и в сфере научно-популярных журналов в частности» [8, с. 73]. «Начатая в стране в конце 80-х годов прошлого века «перестройка», а затем – развал Советского Союза привели общество к глубочайшему кризису, в том числе – кризису сферы научной популяризации» [4, с. 31]. «Почти полностью была разрушена её инфраструктура, перестали существовать... просветительские общества и т. п. Изменения происходили и во всех звеньях системы научно-популярных СМИ. Резко уменьшились их количество и тиражи» [2, с. 56]. Почему вдруг упали показатели тиражей, что произошло за столь небольшой промежуток времени, какие процессы негативно повлияли на развитие такого благодатного и, казалось, благодарного, направления в литературе и журналистике? Многие ученые пытаются найти ответы на эти вопросы.

«По данным Центра исследований и статистики науки Министерства образования и науки РФ (2005 г.), из 13 оценивавшихся с точки зрения их престижности занятий в России профессия ученого оказалась на одиннадцатом месте» [3, с. 34]. «И такое снижение престижа науки и ученых... произошло за

исторически кратчайшее время» [1, с. 12]. «Научно-популярная литература (ее тиражи, в частности) – всего лишь своеобразный интегральный индикатор «температуры» общества по отношению к научно-технологической сфере» [2, с. 64]. И, в общем-то, с этим нельзя не согласиться. «Согласно опубликованному в декабре 2006 г. исследованию «Левада-Центра», 37% россиян вообще не читают книг. Читают от случая к случаю – 40%. Постоянно читают – 23%. Только 4% респондентов имеют свои библиотеки. (В 1996 г. никогда или практически никогда не читали книги 18% опрошенных) [14]. Наверное, здесь можно сделать поправку на то, что в 1996 г. часть респондентов просто стыдилась признаться, что они не читают книг. Через десять лет уже не стесняются. Что, впрочем, само по себе о многом говорит» [2, с. 65].

Простая экономическая формула «спрос рождает предложение» действует и здесь. Если качество и знания не в чести, значит... Информационный рынок не просто заполняется – «заваливается» продуктом, важность которого для сохранения и развития общества равна нулю. Исследователи отмечают основные причины развала системы научной популяризации в России:

1. снижение престижа профессии учёного;
2. отсутствие внятной государственной политики в отношении научной популяризации;
3. падение уровня покупательной способности аудитории;
4. снижение уровня образованности массовой аудитории и изменение ценностных представлений о мире;
5. отсутствие рекламы научно-популярных СМИ;
6. отсутствие корпорации научно-популярных СМИ, которая могла бы сплоченно действовать на поле научной популяризации, в форме обмена опытом, и защиты своего коммуникационного сегмента от шарлатанов, выступающих под маской популяризаторов науки [7, с. 15].

«Одну из главных причин кризиса популяризации науки в СМИ некоторые исследователи видят также и в их коммерциализации, в трудности

конкурирования в условиях рынка с развлекательными программами, передачами, изданиями» [5, с. 11].

«Возможно, что популяризация науки изжила себя, стала излишней в современном российском обществе? А если она нужна, то кому и зачем? По мнению участников круглого стола, организованного редакцией сайта STRF.RU. на все эти вопросы есть один главный ответ: популяризация науки жизненно необходима» [11, с. 214]. Она нужна не только самой науке, но и государству, бизнесу, обществу [11, с. 214].

И снова не ясно, если направление научной популяризации развиваться должно, то – как? Где находятся нужные рычаги, которые вновь сделают научно-популярную литературу востребованной, вернут тиражи на прежний уровень? Гендиректор агентства «МедиаМарк» Константин Исаков уверен: «Пока не будет значительных инвестиций в науку, научно-популярные журналы не будут востребованы» [13]. Недостаток финансирования науки – это с одной стороны. А с другой – «стремительная утрата интереса и доверия к ней у населения и подмена критического научного мышления псевдонаучными и псевдорелигиозными мифами» [11, с. 214]. Практически беспрепятственно по каналам массовой коммуникации транслируется «информационный мусор»: немислимые астропрогнозы, колонки целителей и ясновидящих, рассказы о сверхъестественном и мистическом и т.д., и т.п. Всё это низводит «настоящую науку до уровня лишь «одного из мнений» в ряду псевдотеорий» [11, с. 214]. Причем государство и наука не проявляют никакого противодействия этому процессу.

Однако вернемся к главному вопросу: «Какая же сила может возродить научную популяризацию, российскую научно-популярную журналистику в полном объеме, придать им тот статус в обществе, который они заслуживают на самом деле?» [12, с. 9-10]. «Некоторые исследователи видят её в повышении активности самих ученых и информационной элиты» [9, с. 19] в плане донесения мысли о важности популяризации науки, как до самого общества, так и до представителей государства, или уповают на помощь, которую могут

оказать ей некие спонсоры – радетели просвещения народа. Признавая важность подобных усилий, мы, все-таки, полагаем, что главным объективным фактором, способствующим развитию научной популяризации, является рост экономики страны (причем, независимо от того, какой социальной строй в ней существует) [11, с. 215]. Об этом писал журнал «Наука и жизнь»: «интерес общества к науке и научно-популярной литературе не зависит от социальной системы и определяется тем, на каком этапе экономического развития находится общество» [15]. Ведь, как показывает опыт, «в странах с высоким уровнем экономического развития, независимо от их социального строя... наука, ученые, научная популяризация находились и находятся на первом плане» [11, с. 215].

Развитие научной популяризации, выход из кризиса этого направления возможен, на наш взгляд, при условии создания и реализации единой программы «повышения имиджа» науки, учёного. Конечно, осуществление такого комплекса мероприятий невозможно без поддержки, участия государства. «Научно-популярная литература – не популярна», – сегодня, к сожалению, говорим мы. И всё же она есть. У неё свой круг читателей. В настоящее время она существует на другом уровне. В первую очередь, превращаясь в журналистские публикации, которые находят свой «дом» в различных периодических изданиях.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баренбаум И.Е. История книги: учебник. – М.: Книга, 1984. – 248 с.
2. Ваганов А.Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании / А.Г. Ваганов // Российский Химический Журнал (ЖРХО им. Д. И. Менделеева). – 2007. – Т. 51. – № 3.
3. Данилевич Я.Б., Коваленко С.А. Имидж ученого: современные PR-технологии в экономике знаний // Вестник Российской академии наук. – 2005. – Т.75. – № 1. – С. 32–35.
4. Константинова Е.Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития: дис. канд. фил. наук. 10.01.10 /Е.Г. Константинова / МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2010. – 54 с.

5. Константинова Е.Г. Популяризация науки на современной этапе: кризис направления и пути преодоления: автореф. Дис. канд. фил. наук. 10.01.10 / Е.Г. Константинова / МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2010. – 24 с.
6. Лазаревич Э.А. Научно-популярный журнал как тип издания / Э.А. Лазаревич // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 1972. – № 1.
7. Макарова Е.Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности : автореф. дис. канд. фил. наук. 10.01.10 / Е.Е. Макарова // МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2013. – 24 с.
8. Серебренникова Д.Г. // Журналист. Социальные коммуникации. – 2013. – № 4 (12). – 144 с. – С. 72-73.
9. Сладкомедова Ю.Ю. Культурно-просветительские программы на государственном радио: структурно-функциональные и жанрово-тематические особенности. Автореф. дис... канд. фил. наук. 10.01.10 / Ю.Ю. Сладкомедова / МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2010. – 24 с.
10. Суворова С.П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестн. Моск. Ун-та, Сер. 10. Журналистика. М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2009, № 6;
11. Тертычный А.А. // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – №2. – 224 с.
12. Фейгельман М. О популяризации и дереве фундаментальной науки / М. Фейгельман, Г. Цирлина // Наука и общество. – 2011. – № 89.
13. Интернет-ресурс: <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=16987>.
14. Интернет-ресурс: [http://www.biblio-globus.ru/inter\\_analytics.aspx](http://www.biblio-globus.ru/inter_analytics.aspx).
15. Интернет-ресурс: <http://www.nkj.ru/archive/articles/11016/>.