

ПОДХОДЫ К ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ В МЕДИА

С. С. Распопова

*Московский политехнический университет,
ул. Большая Семеновская, 38, 107023, г. Москва, Россия,
ccpmiass@mail.ru*

С помощью науки человек осваивает закономерности объективного мира. Задача журналистики – перевод научных знаний на язык массовой аудитории. Развитие информационных технологий, которые поставили в равные позиции журналистов и блогеров, обнажили проблему верификации научной информации. Кроме того, современный мир стал намного сложнее, а коммуникации в нем многообразнее, что проявилось особенно ярко в период пандемии COVID-19. С учетом этих и других факторов сформируем цель нашего исследования – обозначить новые задачи, которые стоят перед научными журналистами и блогерами в популяризации науки. Ценность и практическое значение исследования определяется запросами современной аудитории, для которой научные знания из элитарных переходят в разряд жизненно необходимых. Это ставит журналистов перед необходимостью получения новых профессиональных компетенций.

Ключевые слова: наука; популяризация; научно-популярная журналистика; блогер, верификация.

APPROACHES TO POPULARIZING SCIENCE IN THE MEDIA

S. S. Raspopova

*Moscow Polytechnic University,
38, Bolshaya Semenovskaya Str., 107023, Moscow, Russia
Corresponding author: S. S Raspopova (ccpmiass@mail.ru)*

With the help of science, a person masters the laws of the objective world. The task of journalism is to translate scientific knowledge into the language of a mass audience. The development of information technologies, which have placed journalists and bloggers in equal positions, has exposed the problem of verifying scientific information. In addition, the modern world has become much more complex, and the communications in it are more diverse, which became especially evident during the COVID-19 pandemic.

Key words: science; popularization; popular science journalism; blogger; verification.

Наука является частью культуры наравне с искусством, идеологией и политикой. Задача журналистики – популяризация научных знаний естественного, общественно-гуманитарного и технического характера. Предметно-функциональные характеристики научно-просветительской журналистики были рассмотрены отечественными исследователями: Э. А. Лазаревич [2], Г. В. Лазутиной [3], С. П. Суворовой [6], Т. И. Фроловой [7], Ю. М. Батуриным [1], С. С. Распоповой [5], которые охарактеризовали научную популяризацию как особое направление в журналистике, охарактеризовав ее предмет – оперативное журналистское знание о научном знании. Сошлемся на Г. В. Лазутину, по ее мнению журналист «должен отвечать и требованиям научного и требованиям журналистского творчества» [3, 245]. Надо сказать, что тема научно-популярной журналистики в последние годы вызывала активный интерес исследователей. Основными направлениями исследований стали:

- предметные характеристики научно-популярного творчества;
- компетенция научного журналиста;
- жанры и форматы медиатекстов научной тематики;
- научно-популярные СМИ;
- научная коммуникация;
- научные мистификации в СМИ и др.

Журналистика в период пандемии COVID-19 встала перед необходимостью решать новые задачи. Исследования, посвященные теме коронавируса, указывают на то, что СМИ в условиях этой чрезвычайной ситуации должны были помогать людям в преодолении негативных последствий для их психического здоровья. В этих условиях одной из ведущих задач стала популяризация знаний по психологии.

От журналиста потребовалось умение транслировать советы опытных психологов по минимизации стресса в условиях социального ограничения. В их числе – оценка правдивости информации, социальная поддержка, дестигматизация в адрес лиц, перенесших заболевание или находящихся на карантине, максимальное приближение к «нормальной жизни» и стимуляция активного использования онлайн-связи [5].

Все эти положения нашли отражение в выпущенной Европейским региональным бюро Всемирной организации здравоохранения брошюре «COVID-19. Информационное руководство. Советы журналистам».

В издании обобщены и систематизированы требования к созданию журналистских материалов о коронавирусе и пандемии. Прежде всего, в нем подчеркивается, что СМИ принадлежит ключевая роль в обеспечении населения ясной, понятной информацией, а также в пропаганде поведения, позволяющего людям защитить свое здоровье и здоровье своих родных и близких. «Распространяя точную информацию, СМИ также могут свести к минимуму слухи и дезинформацию и тем самым помочь уменьшить тревогу и страхи населения по поводу этой новой угрозы» [8].

Ведущим каналом распространения научно-познавательного контента в информировании населения сегодня является видеохостинг YouTube. Теме коронавируса там было посвящено значительное количество просветительских материалов, и они пользовались большой популярностью у аудитории. Апеллируя к статистике, авторитетным мнениям ученых с добавлением динамического повествования, ассоциативных иллюстраций блогеры доносили до аудитории актуальную и важную информацию о коронавирусе, внося свой вклад в борьбу с инфодемией. Популяризация научных знаний блогерами, которые использовали простые алгоритмы к предъявлению информации, с помощью которой люди могли обезопасить себя и окружающих, требует внимания исследователей медиа. Кроме того, они показали эффективность сатирических и юмористических жанров, которые позволили им высмеять бесполезные, а порой и вредные методы лечения коронавируса.

Сказанное выше позволяет сделать вывод о том, что в условиях быстро меняющейся реальности перед научными журналистами и блогерами поставлены задачи, которые не сводятся только к адаптации новых открытий в науке. Сегодня популяризация уже не сводится к простому «переводу» на язык массовой аудитории произведений науки. Журналист, блогер, который сообщает информацию о чрезвычайных ситуациях, которые ставят человека перед прямой опасностью его жизни, должны выступать наравне с учеными и медицинскими работниками, интерпретируя и популяризируя жизненно важные научные знания. В условиях развития массовых коммуникаций, которые активизировали псевдонауку, журналисты и блогеры должны проводить фактчекинг научной информации и избегать скорополюительных выводов о значимости тех или иных научных открытий.

Верификация подлинно научного знания поможет журналисту выявить научную мистификацию, коммуникативным намерением автора научного текста является не сенсация, а адаптация научных знаний для массовой аудитории.

Библиографические ссылки

1. *Батурин Ю. М.* Причины появления и признаки околонаучных течений в СМИ // Медиаскоп. 2015. № 2.
2. *Лазаревич Э. А.* Искусство популяризации науки. М. : Наука.1978. 224 с.
3. *Лазутина Г. В.* Жанры журналистского творчества: Учеб. пособие для студентов вузов М.: Аспект-Пресс, 2012. 320 с.
4. *Островский Д. И., Иванова Т. И.* Влияние новой коронавирусной инфекции COVID-19 на психическое здоровье человека (Обзор литературы) // Омский психиатрический журнал. 2020. 2 (24). С. 6.
5. *Распопова С. С.* Фейковые новости: информационная мистификация. М. : Аспект-Пресс, 2018. 112 с.
6. *Суворова С. П.* Журналистика и достижения современной науки // Вест. Моск. ун-та. Сер.10 Журналистика. 2009. № 6.
7. *Фролова Т. И.* К проблеме качества текстов научно-популярной журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 2. С. 233–244.
8. COVID-19. Информационное руководство [Электронный ресурс]. URL: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/339257/WHO-EURO-2021-1936-41687-57039-rus.pdf> (дата обращения: 14.02.2024).