
ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРАКТИКА

JOURNALISTIC PRACTICE

УДК 070.1

DOI [10.17150/2308-6203.2016.5\(2\).233-246](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5(2).233-246)



Фролова Татьяна Ивановна

доктор филологических наук, профессор, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: t_frolova@bk.ru

Tatiana I. Frolova

Dr. in Philol., Professor, Department of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya St., 125009, Moscow, Russian Federation, e-mail: t_frolova@bk.ru



Суворова Софья Петровна

кандидат филологических наук, доцент, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: sofia.s@mail.ru

Sofya P. Suvorova

PhD in Philol., Associate Professor, Department of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya St., 125009, Moscow, Russian Federation, e-mail: sofia.s@mail.ru



Ильченко Даниил Сергеевич

аспирант, научный сотрудник, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: mil-liya@yandex.ru

Daniil S. Ilchenko

PhD student, Researcher, Department of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya St., 125009, Moscow, Russian Federation, e-mail: ilchenkod@yandex.ru



Бугаева Анастасия Сергеевна

аспирант, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: as_t90@mail.ru

Anastasia S. Bugaeva

PhD student, Department of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya St., 125009, Moscow, Russian Federation, e-mail: as_t90@mail.ru

К ПРОБЛЕМЕ КАЧЕСТВА ТЕКСТОВ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация. В статье, основанной на результатах мониторинга общероссийских СМИ 2014–2015 гг., поставлена проблема качества и достоверности текстов научно-популярной проблематики, являющаяся основным предметом данного исследования. В мотивационной части рассмотрены причины лженаучных сообщений, получивших распространение в средствах массовой информации. Методология исследования основана на понимании миссии СМИ как эффективного средства популяризации науки, продвижения научных достижений и базировалась на использовании метода экспертного чтения текстов СМИ. Использовались также такие методы исследования как традиционный качественный анализ, контент-анализ, типологический анализ. В исследовании выявлено соотношение предметно-функциональных характеристик научно-популярных текстов; сформулированы признаки, которые свидетельствуют о достоверности такой информации в СМИ; проанализировано несколько сотен текстов на наличие данных признаков. Полученные результаты позволили описать задачи и компетенции научного журналиста. Научный журналист должен быть разносторонне образованным, уметь работать с источниками информации, хорошо писать и логично мыслить, иметь исследовательские навыки. Кроме того, научному журналисту необходимо владеть специфическими умениями и знаниями, позволяющими ориентироваться в мире науки и выстраивать научные коммуникации.

Ключевые слова. Наука, научная популяризация, лженаука, научный журналист, критерии достоверности, компетенции.

Информация о статье. Дата поступления 26 февраля 2016 г.; дата принятия к печати 15 марта 2016 г.; дата онлайн-размещения 20 апреля 2016 г.

THE PROBLEM OF THE QUALITY OF POPULAR SCIENCE TEXTS IN THE MEDIA

Abstract. The article, based on the results of monitoring national media 2014–2015, raised the problem of the quality and authenticity of the texts of popular issues, which is the main subject of this study. The motivation of the reasons considered pseudoscientific reports spread in the media. The research methodology is based on understanding the mission of the media as an effective means of popularizing science, promoting scientific advances and based on the method of expert reading. Also used such research methods as a traditional qualitative analysis, content analysis, typological analysis. The study showed the ratio of subject-functional characteristics of popular scientific texts; formulated signs that indicates the reliability of such information in the media; analyzed hundreds of text for these signs. The results obtained allowed to describe the tasks and competence of the scientific journalist. Science journalist should be broadly educated, able to work with sources of information, write well and think logically, to have investigative skills. In addition, science journalists need to possess specific skills and knowledge to navigate the world of science and to build communication in science.

Keywords. Science, science popularization, pseudoscience, science journalist, validation criteria, competence.

Article info. Received February 26, 2016; accepted March 15, 2016; available online April 20, 2016.

НАУКА И СМИ: ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ

В последние годы проблема распространения квазинаучных сообщений посредством массовых коммуникаций стоит достаточно остро. Звучат предостережения относительно того, что на фоне гигантского роста объемов информации происходит обеднение духовного бытия человека. Речь о наметившейся на рубеже XX–XXI вв. общемировой тенденции, позволяющей говорить о глобальном цивилизационном кризисе, захватившем важнейшую часть духовной культуры общества — науку. В российском обществе названная опасность обостряется тем, что глобальное цивилизационное противоречие совпало с революционными изменениями общества и трансформацией социальной среды, «подогревшими» кризис научного знания. В нашу повседневную жизнь вошли и утвердились различные квазинаучные явления: зарегистрированы десятки «академий» оккультных наук; активно действуют тысячи практикующих колдунов, знахарей и лжеученых; финансовый оборот этой псевдонаучной среды составляет десятки миллиардов рублей. Лженаучные реалии многообразны [1] — они выступают и в форме научных фальсификаций, и в виде паранаучных построений, и в форме квазинаучных мифологий, и, что важно, реализуются при помощи псевдонаучных практик, нанося немалый вред и обществу, и отдельному человеку. Подавляющая их часть становится возможной при участии СМИ. Авторы псевдоконцепций стремятся к известности: они апеллируют к власти,

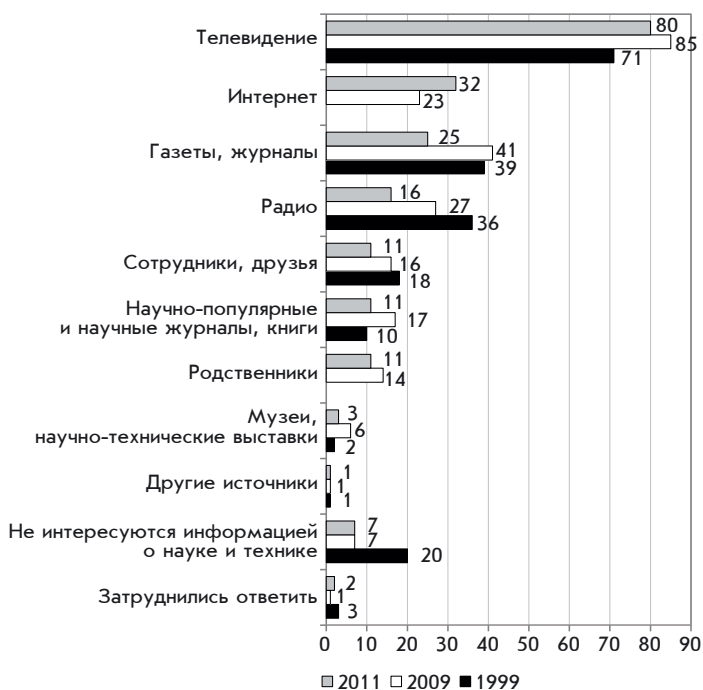
обращаются через СМИ к общественному мнению, страстно желая обретения популярности и общественного резонанса, чтобы придать вес своим «открытиям». Идет борьба за престиж и перераспределение денег [2, с. 417]. Это важно, если учесть данные о том, каким образом общество получает информацию о научных исследованиях (рис.).

Что же происходит? По поводу чего бьют тревогу ученые? Будем исходить из того, что наука — важнейшая форма духовной культуры человечества, производящая идеи, понятия, научные гипотезы и теории; наука выявляет и объясняет закономерности и внутреннюю структурную организацию конкретных систем реальности, что позволяет человеку переходить к практическому использованию свойств этих систем для целей своей жизнедеятельности. Глобальность содержания понятия «наука» раскрывается в его многозначности: современное мышление рассматривает состав науки как инновационную деятельность, как подсистему культуры, как познавательную деятельность, как систему знаний, как социальный институт [4]. Последнее особенно важно в контексте рассматриваемых нами проблем: «Именно существование науки в качестве особого социального института позволяет реконструировать не только когнитивную, но и социальную природу науки, социокультурную обусловленность процесса научного познания, социальный характер субъекта научного познания а также существенную взаимосвязь науки с другими социальными системами и институтами общества государством

(государством, правом, экономикой, идеологией, средствами массовой информации) [4, с. 105].

Главный оппонент науки — массовое обыденное сознание [4], содержащее пережитки прошлых исторических эпох; это сознание мифологическое, ненаучное. Между ними возникает противоречие: «Чем более дифференцированной, разветвленной, диверсифицированной становится по мере своего развития некоторая система духовного освоения мира, чем многообразнее ее структурная организация, чем опосредованнее исходные принципы и конечные результаты, чем более разнообразны составляющие ее элементы..., тем сложнее соблюдать базовые требования ее классического функционирования, тем в большей мере размываются ее границы и тем больше возможностей, каналов для появления «незаконно-

рожденных» плодов взаимодействия ее с другими системами духовной деятельности... Достигается такое состояние, когда отличить исходную форму от ее квазиформы не просто; это по силам не всем и не всегда. В частности, обыденное сознание попросту не различает их» [5, с. 72]. В результате, как отмечает Комиссия по борьбе с лженаукой и фальсификацией лженаучных исследований при Президиуме РАН, лженаука в России вышла из-под контроля и стала разрушительно сказываться на общественных институтах и безопасности на всех уровнях — от здоровья и образования граждан до разработки государственных программ и стратегий; в определенных аспектах, из-за проникновения лженауки на уровень принятия решений, в том числе государственных, ситуация приобрела характер, близкий к чрезвычайному [6].



Источники информирования населения России о науке и технике

Источник: [3, с. 336]

Понимание истоков распространения лженауки не означает, что общество в достаточной степени оснащено стратегиями противостояния лженауке. Актуальны такие задачи, как популяризация науки [7] в качестве важнейшего инструмента противодействия лженауке в новых условиях, повышение компетенций российских журналистов, пишущих о науке, инновациях, образовании в целом, максимально широкая медиатизация деятельности Комиссии РАН по борьбе с лженаукой и фальсификацией научных исследований [8].

Масштабный проект, осуществляемый исследователями и преподавателями факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, включает множество мероприятий, акций, научных исследований и разработок, ориентированных на решение данных задач [9]. В частности, сформулированы миссия, задачи и компетенции научного журналиста [10]. Это стало возможно на основе данных, полученных в ходе мониторинга российских СМИ, проведенного учеными факультета в 2014–2015 гг.

ПРОГРАММНЫЕ УСТАНОВКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Как базовое основание исследования, рассматривались следующие меры противодействия лженауке: изучение лженауки как опасного социального явления; ограничение вредного влияния лженаучной дезинформации в СМИ и учебно-просветительской литературе; защита журналистов и ученых, противодействующих лженауке, от нанесения им ущерба судебным преследованием со стороны лженаучных мошенников; защита граждан от навязывания им лженаучных услуг и товаров. Стремясь к выработке практических инструментов названных стратегий, мы посчитали необходимым состав-

ить исходное представление о характере научной, научно-популярной и научно-просветительской тематики в средствах массовой информации широкого профиля, а также принять ее анализ с позиций достоверности и доказательности, что могло бы позволить очертить круг профессиональных компетенций научных журналистов. Важно также было определить объемы присутствия научной тематики и некоторые качественные ее характеристики в общем медиаконтенте федеральных СМИ — это позволило бы сделать выводы о месте данной проблематики и вынести заключение о весьма распространенном суждении о том, что истинная наука вытесняется из медиaprостранства потоками лженаучной информации.

Методология исследования основана на понимании миссии СМИ как эффективного средства популяризации науки и ее конкретных функций по продвижению научных достижений и базировалась на использовании метода экспертного чтения текстов СМИ. Среди других методов использовались:

– *традиционный качественный анализ* — анализ качественных состояний контента на основе оценок смысловых компонентов журналистских текстов [11–14];

– *типологический анализ* — оценка контента отдельных коммуникационных каналов с учетом типологических характеристик (миссия, содержательная концепция, аудитория, медиаплатформа, особенности коммуникационного канала, тиражность и пр.) [15–17];

– *контент-анализ* — метод количественного анализа текста с выделением категорий анализа [18–20];

– *аналитические обзоры* — общие итоговые оценки научной повестки в типологических нишах СМИ [21].

Конкретные методики для решения задач мониторинга сложились из совокупности использования различных методов. Единица анализа — журналистский текст. В ходе исследования была сформирована выборка текстов СМИ на основе включения представителей от каждой типологической группы СМИ: качественных, массовых и качественно-массовых общероссийских газет («Известия», «Коммерсантъ», «Независимая газета», «Московский комсомолец», «АиФ-Москва», «Вечерняя Москва»), общественно-политических тематически универсальных еженедельных деловых и новостных журналов («Русский репортер», «Огонек», «Эксперт», «Коммерсантъ Власть»), глянцевого журнала («Красота и здоровье»); представителей радио- и телевизионных каналов («Первый канал», «Россия 1», «ТВ Центр», «НТВ», «Эхо Москвы»). По ключевым словам¹ отбирались тексты срединного месяца каждого квартала² Исследование проводилось в несколько этапов, что позволило составить общее представление о состоянии научно-популярной проблематики, а также сконцентрировать внимание на состоянии доказательной базы в таких текстах.

Основные результаты. Общая выборка по ключевым словам (выборка-1) составила 1 808 документов по 17 источникам. Исследование выявило следующие данные (табл. 1).

Выборка-2 — 603 текста — была сформирована методом ручной коррекции и исключения текстов выборки-1 со случайным упоминанием ключевых слов (табл. 2). В выбор-

ку-2 вошли разнообразные с точки зрения предметных характеристик материалы о различных аспектах научной деятельности (политический и правовой, экономический и технический, общественный, научно-образовательный и научный аспекты).

Таблица 1

**Выборка-1 — тексты
с упоминанием ключевых слов**

Месяц	СМИ			
	Газета	Журнал	Радио	ТВ/Радио
Февраль	230	43	15	96
Май	230	33	21	82
Август	162	0	11	97
Сентябрь	201	41	12	102
Ноябрь	245	36	19	132
<i>Всего</i>	1 068	153	78	509
	1 221		587	

Таблица 2

**Выборка-2 — тексты,
освещающие темы науки**

Месяц	СМИ			
	Газета	Журнал	Радио	ТВ/Радио
Февраль	45	80	3	23
Май	47	63	3	16
Август	35	0	2	15
Сентябрь	23	112	1	13
Ноябрь	35	82	1	4
<i>Всего</i>	185	337	10	71
	522		81	

В выборку-3 — 473 текста — включены только те тексты, которые посвящены популяризации науки, научным исследованиям, продуктам науки и субъектам научной деятельности (табл. 3).

Доля выборки-2 составляет 33 % от выборки-1, доля выборки-3 от выборки-2 составляет 78 %. Таким образом, менее трети текстов от первоначально сформированной выборки представляют научно-популярные тексты, но в текстах, посвященных науке, их доля значительна — более трех четвертей.

¹ Наук*, научн*, исследова*, лженаук*, комисси* по борьбе с лженаук*.

² Исключение составил третий квартал: изучались тексты как за август (в связи с ожидаемой паузой научной активности), так и за сентябрь (старт активности нового годового цикла).

Таблица 3
Выборка-3 — научно-популярные тексты

Месяц	СМИ			
	Газета	Журнал	Радио	ТВ/Радио
Февраль	25	77	2	8
Май	23	56	3	14
Август	22	0	2	9
Сентябрь	19	98	1	8
Ноябрь	27	75	1	2
Всего	116	306	9	41
	422		50	

В среднем, в газетах (в каждом источнике) выходит в месяц 6 материалов о научных исследованиях, в журналах — 14 материалов, на ТВ/РВ — 6 сюжетов. Всего во всех исследуемых СМИ (17 наименований) в среднем в месяц было размещено около 140 материалов, посвященных различным аспектам научной проблематики.

Таблица 4
Распределение материалов по типам СМИ, %

Тип СМИ	Среднее количество материалов в месяц по выборке-2
Газеты	37
Журналы	84
ТВ/Радио	16

Таким образом, научная тематика представлена в СМИ достаточно широко, однако значительные резервы по популяризации науки имеются. По времени публикации сбалансированы, временные колебания незначительны, наблюдается тенденция к увеличению публикаций. Печатные СМИ остаются местом наиболее заинтересованного отношения к научной проблематике, они значительно чаще (87–89 % по выборке-2 и выборке-3 соответственно) обращаются к теме науки, чем вещательные СМИ. Качественные издания публикуют материалы на научные темы чаще, чем массовые; наибольший интерес к науке

проявляют деловые и новостные журналы; немногочисленные публикации в гляцевых изданиях демонстрируют прагматико-потребительский интерес к научным достижениям; в телевизионных программах наиболее часто научная тематика используется в информационных и аналитических программах, реже — в социально-политических ток-шоу.

Сами по себе количественные данные внушают мысль о том, что российская аудитория достаточно хорошо осведомлена о состоянии научных исследований и достижений, однако выводы, построенные только на анализе общих цифр, преждевременны. В частности, противодействие лженауке как самостоятельное тематическое направление в практике СМИ в исследуемый период фактически отсутствует; деятельность Комиссии по противодействию лженауке упоминается крайне редко.

Более детально была исследована совокупность текстов, непосредственно отражающих проблематику науки. Выделение категорий анализа (предметно-функциональные характеристики, инфоповоды, источники информации, доказательная база и аргументация) была направлена на выявление качества журналистских текстов, в особенности степени их достоверности. Здесь проявляются достаточно тревожные симптоматические данные.

Для начала были выделены предметные характеристики (проблемно-тематические аспекты) — табл. 5. Обозначенные характеристики не всегда проявляются в «чистом» виде, в некоторых текстах могут сочетаться несколько аспектов — в таких случаях определялся доминирующий аспект, и текст относился к соответствующей группе. Такое предметное направление, как популяризация науки и просветительство, лидирует

с большим отрывом в основном за счет большого числа публикаций на темы науки в журналах (306 текстов). Интересные и показательные закономерности можно увидеть в том, как представлены предметные характеристики в различных типах СМИ.

Таблица 5

**Предметные характеристики
научно-популярных текстов, %**

СМИ	Наука и власть	Наука и общество	Наука и образование	Экономическая и техническая платформа науки	Популяризация научных достижений
ТВ/Радио	12	15	5	6	62
Газеты	8	15	3	11	63
Журналы	0	4	2	3	91
<i>Всего</i>	4	9	3	6	78

Выделив из всех «научных» текстов группу научно-популярных публикаций, мы проанализировали ее более основательно. Таким образом, дальнейшее исследование было сконцентрировано на определении качественных характеристик выборки-3. Анализ данных показал, что большинство исследуемых материалов выполнено в жанре информационной заметки (табл. 6). Популярными жанрами научной популяризации являются аналитическая статья, расширенная информация, интервью. Полученные данные демонстрируют ориентацию текстов на информирование аудитории, нередко с привлечением деталей и подробностей, немалая доля принадлежит и аналитическим текстам. Однако обращает на себя внимание эмоциональная сдержанность публикаций, сопровождающая данные жанры. Внутренняя среда науки, атмосфера научного поиска, ценностно-психологическая

мотивация ученых, как показывают цифры использования жанров, представлена очень скупо. Репортаж из научной лаборатории — редкий гость в СМИ. Это означает, что для аудитории наука остается закрытым, непознанным объектом, что, соответственно, не способствует привлечению молодых людей в эту сферу деятельности, не стимулирует интереса общества к научной деятельности. В этой связи становится понятно, почему российская аудитория относится к этой сфере деятельности с недоверием — она просто мало знакома с ней.

Таблица 6

**Функциональные характеристики
жанровых моделей, %**

Жанровые модели	Значение
Аналитический текст	19
Информационная заметка	52
Расширенная информация	15
Интервью	6
Репортаж	1
Другое (комментарий, опрос, статистика и др.)	7

Среди исследуемых материалов в прессе не встречается ни одного журналистского расследования на тему борьбы с лженаукой и псевдонаукой. Примечательны лишь отдельные факты: например, появление в ноябре 2014 г. на ТВ («Первый канал») цикла документальных фильмов под названием «Теория заговора», посвященных проблеме около-медицинского мошенничества.

Особое внимание в процессе исследования было уделено проблеме достоверности текстов научно-популярной проблематики. Изучив различные подходы к определению признаков лженаучности [9, с. 92–103] и классифицировав их по разным основаниям — предметным (сомнительные области научной деятельности), субъектным («подозрительные» ре-

галии и структуры), лингвистическим (нетрадиционная лексика и стилистика), мы сочли возможным обратить особое внимание на аргументацию и доказательную базу содержания текстов. Именно в этих качествах, на наш взгляд, в наибольшей степени проявляется собственно журналистская составляющая. Какие информационные поводы (табл. 7) вызывают интерес журналистов? Всегда ли присутствуют корректные ссылки на источники информации? Как часто журналисты обращаются к экспертам, ссылаются на результаты апробации научных открытий? В поисках ответов на эти вопросы были проанализированы тексты выборки-3.

Таблица 7

Характер информационных поводов в научно-популярных текстах, %

Характер информационных поводов	Значение
Научные мероприятия	8
Деятельность научных организаций	3
Техника и технологии (сообщения о новинках)	15
Научные достижения (результаты научных исследований, научные открытия)	64
Награды	2
Социально-экономические и политические изменения в мире	4
Результаты социологических исследований	4

Необходимым признаком качественной научно-популярной публикации в СМИ является наличие в ней ссылок на авторитетные источники информации и субъекты научной активности. Сюда же следует отнести комментарии ученых и специалистов — признанных научным сообществом экспертов в данной конкретной области науки, сотрудников известных научных и инновационных центров, а также данные об апробации результатов научной дея-

тельности (публикации в реферируемых научных журналах, информация о внедрении/применении наукоемкой продукции, данные патентных служб и т. д.). Полученные результаты представлены в табл. 8.

Таблица 8

Наличие в текстах ссылок на источники информации, %

Типы СМИ	Есть	Нет
Журналы	89	11
Газеты	60	40
ТВ/Радио	58	42

Анализ текстов на предмет наличия источников информации показал, что наибольшая доля текстов, в которых имеются ссылки на источники информации, принадлежит типологической группе «Журналы» (89 % текстов). В типологических группах «Газеты» и «ТВ/Радио» доля текстов, авторы которых пренебрегают ссылаться на какие-либо источники информации, составляет примерно одинаковый процент — 40 % и 42 % соответственно (см. табл. 8). В данную категорию текстов попадают наименее качественные тексты научно-популярного характера, в основном новостные заметки.

Из табл. 9 видно, что уровень достоверности текстов научно-популярной проблематики в российских СМИ недостаточно высок. Наиболее полно доказательная база информации присутствует в публикациях журнальных СМИ, а именно, на страницах деловых и новостных еженедельников. Тексты, в которых присутствуют комментарии ученого или специалиста, встречаются в типологической группе «Журналы» 1,4 раза чаще, в типологической группе «Газеты» и в 2,2 раз чаще, чем в группе «ТВ/Радио». Можно предположить, что новостная и деловая журнальная периодика является средством распространения наиболее качественного научно-по-

пулярного контента среди рассматриваемых в исследовании СМИ.

Таблица 9

Состояние доказательной базы научно-популярных текстов, %

Типы СМИ	Ссылки на субъекты научной активности		Наличие экспертных оценок		Данные об апробации	
	есть	нет	есть	нет	есть	нет
Журналы	77	23	70	30	83	17
Газеты	59	41	50	50	47	53
ТВ/Радио	58	42	32	68	56	44

Проблема качества текстов и в особенности обеспечения достоверности, стоит достаточно серьезно. От трети до половины текстов — в среднем — не опираются на доказательную базу, состоящую из корректных ссылок на источники, упоминание субъектов научной деятельности, наличие экспертных оценок и сведений об апробации. Косвенно этот вывод подтверждается тем фактом, что в число лидеров по количеству публикаций («Вечерняя Москва», ТВЦ) попали СМИ, которые не уделяют достаточного внимания качеству — те же самые СМИ лидируют и по признакам недостоверности текстов. Парадокс? Отнюдь. Данные о научных исследованиях и открытиях привлекательны для аудитории, в особой степени это касается медико-биологической сферы — СМИ охотно печатают и перепечатывают такие заметки, однако далеко не всегда находится время и желание позаботиться об аргументации, подкрепить информацию ссылкой на надежные источники. Но именно так — в силу отсутствия или неполноты в журналистских текстах доказательной базы — создается питательная среда для распространения недостоверных и лженаучных сведений.

Итак, к числу необходимых признаков качественной научно-попу-

лярной публикации в СМИ следует отнести:

- наличие ссылок на авторитетные источники информации;
- ссылки на субъекты научной активности — признанные научные учреждения: Российская академия наук (РАН), отраслевые академии, научные институты и лаборатории;
- комментарии ученых и специалистов — признанных научным сообществом экспертов в данной конкретной области науки, сотрудников известных научных и инновационных центров;
- данные об апробации результатов научной деятельности (публикации в реферируемых научных журналах, информация о внедрении/применении наукоемкой продукции, данные патентных служб и т. д.)

КОМПЕТЕНЦИИ НАУЧНОГО ЖУРНАЛИСТА

В свете обозначенных проблем возникает ряд актуальных вопросов: как повысить уровень достоверности научно-популярной журналистики? Какими компетенциями должен обладать такой журналист? Возможно ли достижение таких компетенций в процессе обучения?

Проясним прежде само понятие и назначение компетенций. Оно появилось в актуальном учебно-научном лексиконе несколько лет назад и сегодня активно употребляется как в высшей школе, так и среди представителей медиаиндустрии. Журналистское образование в целом меняется. Это вызвано поиском обществом современности понимания профессии журналиста, развитием цифровой революции, продолжающейся реформой российского образования. Прогресс технологий обозначил потребности в трансформации рынка профессий, обслуживающих новую отрасль. Ин-

формационная избыточность и перенасыщенность приводят к тому, что журналистам «все более необходимы практические навыки распознавания достоверной и ложной информации, почти мгновенной верификации любого факта, эффективного и быстрого поиска самого достоверного источника среди множества доступных» [22, с. 9]. Это ведет к интеграции профессиональных навыков и их диверсификации. Индустрия СМИ вынуждена формулировать новый запрос на медиапрофессионалов, отталкиваясь от потребностей аудитории. Все эти общие факторы имеют непосредственное отношение и к научной журналистике.

В журналистике стали востребованы специалисты, способные легко адаптироваться в быстро меняющихся жизненных ситуациях. Дальнейшее направление в развитии профессионального образования определилось следующим образом: от знаниевой парадигмы к компетентностного подходу: «...Компетентностный подход был заявлен как доминанта образовательного процесса. Это означало, что высшая школа ставит своей целью сформировать у будущих специалистов профессиональные умения и навыки еще на студенческой скамье, т. е. помочь им обрести нужные для дальнейшей работы компетенции» [16, с. 14–15]. Если традиционное обучение строилось в основном на приобретении знаний с незначительными выходами в область практического применения теории, то задача компетентностного подхода — переводить теоретические знания в плоскость их практических умений.

Исследование помогло предложить формулировки основных компетенций журналиста научной темы. Их дальнейшая разработка и следование главным правилам, включая общие принципы и инструменталь-

ные компетенции — один из путей противодействия лженаучным проявлениям. Популяризация является основным инструментом просветительства в СМИ. Понятие «популяризация» обозначает деятельность, направленную на превращение сложного, труднодоступного для понимания произведения в такое его отражение, посредством которого оно становится ясным, понятным, поддающимся освоению. Популяризация близка деятельности переводчика: она образует мост между языками специализированных видов духовного творчества и языком массовой аудитории, между учеными и широким читателем. Мы полагаем, что научный журналист должен:

- знать актуальные направления научной деятельности; иметь представление о науке как деятельности, социальном институте и объекте отражения СМИ;

- понимать место и роль научной журналистики в системе современных массовых коммуникаций;

- знать историю российской и зарубежной научной журналистики, факторы, определяющие ее развитие в разные исторические периоды и актуальные проблемы современной науки;

- понимать место научно-популярных СМИ на российском медиарынке, их аудиторию и уметь взаимодействовать с ней;

- знать базовые характеристики, принципы создания/редактирования научно-популярных журналистских текстов и разновидности научной популяризации в СМИ;

- владеть технологией профессиональной подготовки научно-популярного контента для любых медийных платформ;

- владеть профессиональными навыками работы журналиста, специализирующегося на освещении на-

учной проблематики, в зависимости от типа СМИ;

– владеть новейшими технологиями/интернет, применяемыми при создании научно-популярных журналистских текстов.

Если же из общих правил выделить наиболее важные правила и инструментальные компетенции, то в число особо значимых в практическом плане компетенций следует поместить следующее:

– способность определять социально значимую тематику в сфере науки и технологий;

– умение выстраивать коммуникацию с учеными;

– умение ориентироваться и работать с источниками информации и проверять факты («фактчекинг»), обеспечивая достоверность текста;

– умение «переводить» научный текст на общелитературный язык.

Итак, научный журналист должен быть хорошим журналистом, т. е. он должен быть разносторонне образованным человеком, уметь хорошо писать и говорить, работать с источниками информации, логично мыслить, иметь исследовательские навыки. Ему также необходимы специфические умения и знания, позволяющие ориентироваться в мире науки и выстраивать научные коммуникации. Все вышесказанное означает: российская журналистика нуждается в формировании собственной школы научных журналистов. Большинство экспертов высказывается в пользу такой подготовки, подчеркивая, что она должна идти в двух направлениях: специализация на фоне базовой подготовки журналистов и приобретение журналистских компетенций выпускниками других вузов, уже владеющими основными знаниями в области науки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Батулин Ю. М. Причины появления и признаки околонучных течений в СМИ [Электронный ресурс] / Ю. М. Батулин. — Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/1746>.
2. Степин В. С. История и философия науки / В. С. Степин. — Изд. 3-е. — М. : Акад. проект, 2014. — 526 с.
3. Индикаторы науки: 2014 : стат. сб. / Н. В. Городникова, Л. М. Гохберг, И. А. Кузнецова [и др.]. — М. : Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», 2014. — 336 с.
4. Лебедев С. А. Философия науки / С. А. Лебедев. — М. : Акад. проект, 2011. — 731 с.
5. Наука и квазинаука / под ред. В. М. Найдыша. — М. : Альфа-М, 2008. — 318 с.
6. Феномен лженауки в современном обществе и меры по противодействию лженаучным проявлениям [Электронный ресурс] : докл. Комис. по борьбе с лженаукой и фальсификацией лженаучных исслед. при Президиуме РАН. — Режим доступа : <http://klnran.ru/2014/06/sovbez/>.
7. Лазаревич Э. А. Искусство популяризации науки / Э. А. Лазаревич. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Наука, 1978. — 224 с.
8. Вартанова Е. Л. О важности противостояния лженауке / Е. Л. Вартанова // Осторожно, лженаука! / под ред. Е. Л. Вартановой. — М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2015. — Вып. 1. — С. 6–7.
9. Популяризация науки в России: стратегии медиатизации и противодействия лженауке : аналит. исслед. по гос. контракту № 14.597.11.0010 / под ред. Е. Л. Вартановой. — М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2015. — 184 с.
10. Фролова Т. И. Наука, СМИ, общество: как достичь взаимопонимания. Ч. 1. Научный журналист: миссия, задачи и компетенции : метод. пособие для журналистов по выявлению признаков лженауки / Т. И. Фролова ; под ред. Е. Л. Вартановой. — М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2015. — 24 с.
11. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста / Г. В. Лазутина. — 2-е изд. — М. : Аспект пресс, 2004. — 240 с.

12. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. — М. : Аспект пресс, 2011. — 320 с.
13. Тertychnyy A. A. Аналитическая журналистика / А. А. Тertychnyy. — М. : Аспект-Пресс, 2010. — 352 с.
14. Тertychnyy A. A. Методы профессиональной деятельности журналиста / А. А. Тertychnyy. — М. : ВК, 2011. — 552 с.
15. Средства массовой информации России : учеб. пособие / М. И. Алексеева [и др.] ; под ред. Я. Н. Засурского. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 391 с.
16. Типология периодической печати / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова [и др.] ; под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. — М. : Аспект Пресс, 2009. — 236 с.
17. Дзялошинский И. М. Современные концепции периодических изданий / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская. — М. : Медиамир, 2010. — 344 с.
18. Krippendorf K. Content Analysis. An Introduction to its Methodology / K. Krippendorf. — 3 ed. — California : SAGE Publication, 2013. — 441 с.
19. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации : учебник / Л. Н. Федотова. — СПб. : Питер, 2003. — 400 с.
20. Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. — М. : Наука, 2003. — 480 с.
21. Проблематика СМИ: информационная повестка дня / под ред. Г. С. Вычуба, Т. И. Фроловой, М. В. Шкондина. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 316 с.
22. Вартанова Е. Л. Предисловие / Е. Л. Вартанова // Современные образовательные технологии. Компетентностный подход. — М. : МедиаМир, 2011. — С. 9.

REFERENCES

1. Baturin Yu. M. *Prichiny poyavleniya i priznaki okolonauchnykh techenii v SMI* [Causes and symptoms of pseudo-scientific tendencies in the media]. Available at: <http://www.media-scopere.ru/node/1746>. (In Russian).
2. Stepin V. S. *Istoriya i filosofiya nauki* [History and philosophy of science]. 3rd ed. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2014. 526 p.
3. Gorodnikova N. V., Gokhberg L. M., Kuznetsova I. A. et al. *Indikatory nauki: 2014*. [Science's Indicators: 2014]. Moscow, The Higher School of Economics Publ., 2014. 336 p.
4. Lebedev S. A. *Filosofiya nauki* [Philosophy of science]. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2011. 731 p.
5. Naidysh V. M. (ed.). *Nauka i kvazinauka* [Science and kvazinauka]. Moscow, Al'fa-M Publ., 2008. 318 p.
6. *Fenomen lzhenauki v sovremennom obshchestve i mery po protivodeistviyu lzhenauchnym proyavleniyam. Doklad Komissii po bor'be s lzhenaukoi i fal'sifikatsiei lzhenauchnykh issledovaniy pri Prezidiume RAN* [Pseudoscience's phenomenon in contemporary society, and measures to counter pseudoscientific manifestation. Report of the Commission to Combat Pseudoscience and Falsification of pseudoscientific researches of the Presidium of Russian Academy of Sciences]. Available at: <http://klnran.ru/2014/06/sovbez/>. (In Russian).
7. Lazarevich E. A. *Iskusstvo populyarizatsii nauki* [Art of the popularization of science]. 2nd ed. Moscow, Nauka Publ., 1978. 224 p.
8. Vartanova E. L. About the importance of confrontation to pseudoscience. In Vartanova E. L. (ed.). *Ostorozhno, lzhenauka!* [Carefully, pseudoscience!] Moscow, Faculty of Journalism Lomonosov Moscow State University Publ., 2015, iss. 1, pp. 6–7. (In Russian).
9. Vartanova E. L. (ed.). *Populyarizatsiya nauki v Rossii: strategii mediati-zatsii i protivodeistviya lzhenauke. Analiticheskie issledovaniya po gosudarstvennomu kontraktu № 14.597.11.0010* [Popularization of science in Russia: the strategy of coverage of and combating pseudoscience. Analytical studies on the state contract № 14.597.11.0010]. Moscow, Faculty of Journalism Lomonosov Moscow State University Publ., 2015. 184 p.
10. Frolova T. I.; Vartanova E. L. (ed.). *Nauka, SMI, obshchestvo: kak dostich' vzaimoponimaniya. Ch. 1. Nauchnyi zhurnalist: missiya, zadachi i kompetentsii* [Science, media, society: how to achieve mutual understanding. Part 1. Science journalist: mission, tasks and competencies]. Moscow, Faculty of Journalism Lomonosov Moscow State University Publ., 2015. 24 p.
11. Lazutina G. V. *Osnovy tvorcheskoi deyatel'nosti zhurnalista* [Fundamentals of creative activity of journalists]. 2nd ed. Moscow, Aspekt press Publ., 2004. 240 p.

12. Lazutina G. V., Raspopova S. S. *Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva* [Genres of journalistic creativity]. Moscow, Aspekt press Publ., 2011. 320 p.
13. Tertychnyi A. A. *Analiticheskaya zhurnalistika* [Analytical journalism]. Moscow, Aspekt press Publ., 2010. 352 p.
14. Tertychnyi A. A. *Metody professional'noi deyatel'nosti zhurnalist* [Methods of professional activity of journalists]. Moscow, VK Publ., 2011. 552 p.
15. Alekseeva M. I. et al.; Zasurskii. Ya. N. (ed.). *Sredstva massovoi informatsii Rossii* [Russian mass media]. 2nd ed. Moscow, Aspekt press Publ., 2011. 391 p.
16. Anikina M. E., Baranov V. V., Voronova O. A. et. al.; Shkondin M. V., Resnyanskaya L. L. (eds). *Tipologiya periodicheskoi pechati* [The typology of the periodical press]. Moscow, Aspekt press Publ., 2009. 236 p.
17. Rossiishinskii I. M., Dzyaloshinskaya M. I. *Sovremennye kontseptsii periodicheskikh izdaniy* [Modern concepts of periodicals]. Moscow, Mediamir Publ., 2010. 344 p.
18. Krippendorf K. *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*. 3rd ed. California, SAGE Publication, 2013. 441 p.
19. Fedotova L. N. *Sotsiologiya massovoi kommunikatsii* [Sociology of Mass Communication]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2003. 400 p.
20. Osipov G. V. (ed.). *Rabochaya kniga sotsiologa* [Sociologist's working book]. Moscow, Nauka Publ., 2003. 480 p.
21. Vychub G. S., Frolova T. I., Shkondin M. V. (eds). *Problematika SMI: informatsionnaya povestka dnya* [The issue of media: information agenda]. Moscow, Aspekt press Publ., 2008. 316 p.
22. Vartanova E. L. Foreword. *Sovremennye obrazovatel'nye tekhnologii. Kompetentnostnyi podkhod* [Modern educational technology. Competence approach]. Moscow, MediaMir Publ., 2011, p. 9. (In Russian).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Фролова Т. И. К проблеме качества текстов научно-популярной проблематики в средствах массовой информации / Т. И. Фролова, С. П. Суворова, Д. С. Ильченко, А. С. Бугаева // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 2. — С. 233–246. — DOI : 10.17150/2308-6203.2016.5(2).233-246.

REFERENCE TO ARTICLE

Frolova T. I., Suvorova S. P., Ilchenko D. S., Bugaeva A. S. The problem of the quality of popular science texts in the media. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2016, vol. 5, no. 2, pp. 233–246. DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(2).233-246. (In Russian).