

СОЦИАЛЬНАЯ ТЕОРИЯ

УДК 304.2

Р.Н. Абрамов

ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ НАУЧНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ: СООБЩЕСТВО, ЗНАНИЕ, МЕДИА¹

Анализируется феномен научной журналистики в России с точки зрения социологии профессий и науки. Обращается внимание на генеалогию профессионального сообщества начиная с советского времени. Приводится оригинальная типология научной журналистики. Предлагается сжатая характеристика научно-популярных медиа как среды профессиональной деятельности научных журналистов. Работа опирается на материалы эмпирического исследования и доступную аналитику по теме.

Ключевые слова: популяризация науки, журналистика, экспертиза, профессионализация.

Трансформация мира профессий хорошо заметна, если анализировать занятия, которые находятся на пересечении интересов, экспертной власти и статусов различных профессиональных групп, что показано Э. Эбботом [3] и другими социологами занятий и профессий в своих работах [6]. Научная журналистика является именно такой сферой занятий, поскольку, во-первых, она связана с научным знанием и принципами его транслирования, во-вторых, она включена в нормативное и практическое поле журналистики как профессии, в-третьих, научные журналисты выполняют функции посредников между научным сообществом и широкой общественностью. Поэтому объектом моего исследования является научная журналистика в России как элемент системы медиализации научного знания [5, 9].

Профессионализация научной журналистики в России уходит корнями в советский проект Просвещения, когда научно-популярное знание в области естественных наук и технологий распространялось с помощью специальных журналов и книжных серий, выходивших большими тиражами. Журналы «Наука и жизнь», «Химия и жизнь», «Природа», «Техника – молодежи» и др. являлись основой популяризации науки в СССР и стали базой для формирования сообщества научных журналистов. Статус научного журналиста уже тогда был проблематизирован: с одной стороны, функции популяризаторов науки нередко брали на себя сами ученые, а с другой – жанр научно-популярной литературы требовал профессиональных навыков, которыми обладает журналист. Поэтому в научно-популярных изданиях нередко работали

¹ Материал подготовлен в рамках коллективного исследовательского проекта «Popular Science: к социологическому пониманию пограничных состояний научного знания» № 12-05-0016, поддержанного Научным фондом НИУ ВШЭ и реализуемого научно-учебной группой исследований науки и профессий - <http://soc.hse.ru/profscience/>.

ученые, которые не нашли себя в академической профессии. Специальная подготовка научных журналистов отсутствовала, хотя с 1980-х гг. при некоторых ведущих изданиях действовали неформальные «школы» и «семинары», где происходил обмен опытом и знаниями. Наше исследование показало, что главным источником кадров научных журналистов в СССР и России стала школа-студия при известном научно-популярном журнале «Химия и жизнь». Не имея официального статуса, семинары и занятия в ней стали началом профессиональной карьеры большинства научных журналистов среднего поколения. То, что школа была организована при журнале «Химия и жизнь», было неслучайно: начиная с середины 1960-х гг. именно этот журнал стал интеллектуальным центром популяризации науки. Он имел статус академического журнала, а также находился под опекой Министерства химической промышленности СССР, заинтересованного в формировании позитивного общественного мнения в отношении полимеров, пластмасс и минеральных удобрений на волне кампании «химизации» народного хозяйства¹:

«В конце 1980-х гг. случайно поступил в школу-студию научной журналистики при журнале «Химия и жизнь». Из нее вышло очень много известных журналистов. Это была замечательная двухгодичная школа-студия. Она не столько обучала писать, сколько погружала в атмосферу науки, атмосферу научной журналистики. Это были «чаепития», мы их так называли, собирались туда раз в неделю. Это длилось два года. По итогам после этого я начал публиковать в «Химия и жизнь» заметки» (редактор научно-популярного издания).

Переход научной журналистики в постсоветский период был болезненным, поскольку, во-первых, сильно сократились тиражи изданий из-за распада системы подписки и финансирования, и, во-вторых, миссия популяризации науки оказалась неостребованной, поскольку исчез идеологический советский проект, где научно-технические популяризированные знания играли заметную роль. Также на фоне экономических трудностей и политических катаклизмов проблематика науки отошла на второй план: население почти не интересовалось новостями науки и техники. Одновременно российская наука в середине 1990-х гг. оказалась в тяжелом положении. Резкое снижение государственного финансирования и инфляция свели к минимуму уровень заработной платы научных сотрудников и преподавателей вузов. Грантовая система, как и международное академическое сотрудничество, находились в стадии формирования. В результате многие молодые ученые, завершившие обучение в аспирантурах и защитившие диссертации, не имели возможности для продолжения академической карьеры. Значительная часть их ушли в бизнес. Некоторые перешли в научную журналистику. Несмотря на все экономические сложности, жизнь в редакциях научно-популярных журналов и профильных информационных агентствах продолжалась. Для людей, выпавших из академической среды, научная журналистика стала компромиссом, позволившим не разрывать полностью со своей исходной профессиональной

¹ Здесь и далее используются фрагменты полужоформализованных интервью с редакторами и журналистами ведущих российских научно-популярных медиа, которые были собраны в ходе исследовательского проекта «Popular Science: к социологическому пониманию пограничных состояний научного знания» в 2012 г.

сферой. Сами научные журналисты понимают и принимают произошедшие с ним статусные трансформации:

«В России в научную журналистику после перестройки пошло огромное количество ученых, им просто некуда было идти. Это люди, которые не состоялись в науке – я одна из них – из таких вот ученых-неудачников, они пришли в научную журналистику. Из этой среды они вытеснили людей с журналистским образованием. Сейчас везде, в крупном и мелком СМИ, наверное, кроме телевидения, сидят люди с естественнонаучным образованием и попробуй сядь на их место – не сядешь»(редактор научно-популярного интернет-портала).

«Вообще, я по образованию я ученый, я вообще, химик, лет 10 и даже больше я работала в научной лаборатории – занималась клеточной биологией, закончила химический факультет МГУ, вот 10 лет назад я занялась, собственно, журналистикой, я писала разные обзорные статьи и новостные материалы по биотехнологии, по химии для «Науки и жизнь» и для других изданий, редактировала материал» (редактор научно-популярного журнала).

Новый этап в становлении индустрии популяризации науки наступил в 2000-х гг. Экономическое положение научных учреждений улучшилось, так же как и общая социально-экономическая ситуация в стране. Это сопровождалось появлением и ростом новых и старых медиа, включая научно-популярные издания. Наряду с относительным возрождением научно-популярных журналов, основанных в советское время («Химия и жизнь», «Наука и жизнь», «Техника молодежи»), появились издания, взявшие за образец зарубежные образцы «Popular Science». Особенность новых форматов заключалась в более развлекательном способе подачи данных, иной стилистике иллюстраций и верстки, а также в появлении больших блоков рекламной и коммерческой информации. Примерами такого рода изданий стали «Популярная механика» (издается на русском языке с 2002 г.) и русскоязычная версия «National Geographic» (издается с 2003 г.). В этих изданиях стали более активно сотрудничать не только люди с академическим прошлым, но и профессиональные журналисты.

Во второй половине 2000-х гг. деятельность в области популяризации науки стала набирать скорость. Во-первых, массовое распространение Интернета позволило создавать научно-популярные ресурсы во Всемирной сети, включая индивидуальные блоги научных журналистов и ученых, заинтересованных в популяризации научного знания. Во-вторых, государство начало интенсивную реформу науки и высшего образования, а также стало обеспечивать системную поддержку программ научных исследований в области нанотехнологий, инженерных разработок, ИТ. Поэтому ряд научно-популярных ресурсов возник при государственной поддержке и стал центром распространения научных новостей. Примером такого ресурса, в частности, стал портал www.strf.ru, созданный в 2005 г. при поддержке Федерального агентства по науке и инновациям и Министерства образования и науки России. В-третьих, широкие и острые дискуссии вокруг реформы образования и науки породили потребность в медиаплощадках обсуждения хода и проблем реформирования. В результате появились медиа, где ученые и журналисты ведут политические и общественные дискуссии по этой проблематике.

Так началось становление гражданской и политической журналистики в области науки со своими принципами и стилем работы. Наиболее известными медиа в этой области стали газета «Троицкий вариант» и портал www.polit.ru.

На этом этапе возросли тиражи и обновилось содержание выживших научно-популярных журналов («Наука и жизнь», «Химия и жизнь») – они снова появились в газетных киосках. Продолжали создаваться новые журналы и интернет-ресурсы, специализирующиеся на популяризации науки, которые ориентировались на западноевропейские и американские стандарты популяризации науки как сферы медиа – Popular Science. В целом можно констатировать новый этап профессионализации научной журналистики в стране.

Легитимация статуса научного журналиста

Легитимация статуса научного журналиста тесно связана с его предыдущим образованием и принадлежностью к академической сфере. С одной стороны, медиа предпочитают брать на работу в отделы науки людей с образованием и научными степенями в области естественных наук: физики, химии, биологии. С другой стороны, наше исследование показало, что ученые более открыты к взаимодействию с журналистами, имеющими естественнонаучную подготовку, а не образование в области социальных и гуманитарных наук. То есть профессиональная роль научного журналиста тесно связана с символическим капиталом, обеспеченным соответствующим образованием и опытом работы. Эта традиция может быть описана в терминологии моделей популяризации науки, разработанной итальянским социологом Массимо Букки [4] – модель дефицита предполагает эпистемическую гегемонию ученых в сфере Popular Science, определяющих формы, объемы и идеологию трансляции научного знания на широкую аудиторию. Естественно, обладание символическим капиталом в виде научных степеней в области естественных наук давало преимущество в поле научно-популярных медиа, поскольку легитимировало экспертный статус его обладателя. Поэтому до недавнего времени большинство научных отделов российских изданий комплектовалось выпускниками аспирантур ведущих университетов и академических институтов страны.

«И.: Но много ли приходит с журналистским образованием в научную журналистику?»

Р.: Сейчас нет, я же говорю, вытеснили, им некуда приходиться, они не нужны. Если придет такой журналист на Ленту.ру и скажет «Здравствуйте, я хочу...», там вообще запрещено делать новости науки человеку, другому журналисту, чем тот, кто сидит там в отделе науки. А там сидят – один кандидат физ.-мат. наук, кандидат биологических наук» (редактор научно-популярного издания).

Только с возникновением новых научно-популярных медиа, где концепция edutainment сочетается с моделью диалога и Popular Science, доминирование людей с естественнонаучным образованием стало снижаться: гуманитарные ученые и профессиональные журналисты формируют новую модель научной журналистики. Экспертная позиция научного журналиста заключается в знании и практическом умении отбирать и адаптировать релевантные

научные знания для широкой аудитории «дилетантов». То есть научный журналист умеет работать со специализированным академическим знанием, отличая его от других видов знания («народное», «лженаучное») и семантически превращать это знание в понятное для людей, не включенных в узкоспециализированные научные дискурсы. Это создает напряжения в перспективах и возможностях профессионализации научной журналистики. Во-первых, научные журналисты вторгаются в сферу производства и оценки качества научного знания, что обычно является привилегией экспертов в той или иной научной области. Наше исследование показывает, что научные журналисты не слишком умело вербализуют проблемы, связанные с неопределенностью их профессиональной роли. Особенно это касается ученых, которые также профессионализировались в качестве научных журналистов, но всё еще остаются в академической сфере. Так, один из известных научных журналистов считает своей приоритетной профессиональной идентичностью астрономию и работу в академическом институте, хотя и констатирует важность деятельности в качестве научного журналиста. Судя по интервью, информант путается в своей профессиональной идентичности:

«Он сложный, потому что ответ может быть неправильно понят. В первую очередь себя считаю научным работником, и своей первоочередной деятельностью я считаю, что я делаю как научный работник. И если мне будет предложено выбрать, науку или научную журналистику, я, конечно, без вариантов выберу науку. Но при этом я много сил уделяю и научной журналистике тоже, потому что мне кажется это не настолько маловажная задача, даже по сравнению с наукой, чтобы ею можно было пренебрегать. Так что первостепенность науки безусловно, но она не очень значимая первостепенность. Потому что я много общаюсь с людьми, с людьми не занятыми в науке, и я знаю, какое катастрофическое сейчас с этим делом положение, скажем так, в широких <...> трудящихся» (научный журналист).

Во-вторых, научные журналисты активно влияют на публичный образ науки, давая характеристики как отдельным исследованиям, так и участвуя в формировании актуальной повестки дня – конструируя и вербализуя тематические запросы от общественности и стейкхолдеров к академическому сообществу. Медиализация [5, 9] научного знания касается не только его популяризации как включения в сферу поп-культуры, но и влияет на принятие решений о развитии или прекращении финансирования того или иного направления научного исследования. Ведь с точки зрения академического сообщества, правительственные чиновники, представители фондов-грантодателей чаще всего являются дилетантами, для которых требуется перевод научного знания на бюрократический язык. Так, для запуска государственных программ финансирования атомных проектов в США и СССР физики обращались с индивидуальными и коллективными письмами к своим правительствам, прибегая в первую очередь не к научным, а к политическим аргументам. Ядерная физика того времени была доступна для понимания узким кругом специалистов, и, соответственно, прямая апелляция к научной целесообразности не могла сработать, если обращение адресовалось «профанам». Собственно, доклады советских физиков для членов правительства и генералитета с опытом участия в Великой Отечественной войне о ходе реализации

атомного проекта можно рассматривать в качестве своеобразной формы популяризации научного знания для узкой аудитории, имеющей особый прагматический интерес к науке. В условиях неолиберальной менеджериализации сферы образования и науки от вненаучных представлений правительственных экспертов и администраторов относительно актуальности или неактуальности тех или иных научных проблем и целых направлений нередко зависят объемы финансирования академической сферы. Глобальная эпидемия нанотехнологий, обретшая влиятельных «фанов» в российских правительственных кругах, привела к созданию отдельной госкорпорации, целевым образом занятой развитием НИОКР в этой области и заботящейся о популяризации соответствующей области исследований.

В-третьих, научные журналисты изменяют семантику научного дискурса, адаптируя его к восприятию непрофессиональной аудитории, невольно ставя под сомнение обоснованность специализированного научного языка. Наше исследование показало, что и ученые-популяризаторы и научные журналисты затрудняются дать развернутый содержательный комментарий, касающийся практик и принципов реорганизации научного дискурса в контексте медиа. Научные журналисты указывают на сложность своей роли интерпретатора научного знания и его адаптации к возможностям восприятия широкой аудиторией: *«Научный журналист всё время находится “между молотом и наковальней”, чтобы донести популярно и не наврать»* (редактор научно-популярного издания). Профессиональные риски научной журналистики связаны с возможностями искажения полученной от ученых информации – опасностью *«перевернуть»* научные знания. Научные журналисты констатировали, что далеко не все научные дисциплины поддаются популяризации: в случае с математикой и другими формами «абстрактного знания» сложно подобрать подходящие метафоры и создать захватывающую историю вокруг сообщений из этих дисциплин.

«У нас в работе одна статья касается криптографии. Когда автор дошла до современных основ криптографии – а это связано уже со всякими квантовыми явлениями, со всякими механизмами шифрования, дешифрования. Там уже сложная математика, она споткнулась, попыталась упростить – в итоге много чего перевернула. В результате, в общем, эта статья у нас уже несколько месяцев в работе. Редактор наш, физик, работает с теми, с кем она беседовала, и никак это не удается довести до такого уровня, чтобы это было понятно и в то же время правильно. То есть вот сложные математические вещи трудно поддаются популяризации» (редактор научно-популярного издания).

Опрошенные нами научные журналисты указывали и на языковые сложности перевода научного текста в научно-популярный формат. Метафоры и обыденные аналогии не могут полностью заменить научного языка, а сами ученые далеко не всегда соглашались с переработанным вариантом описания их работы. В этом смысле профессионализм научного журналиста заключается в искусстве семантического лавирования между строгим научным языком и интересами и запросами широкой аудитории, ожидающей захватывающих историй из мира науки. Конечно, спортивная, криминальная, судебная, деловая журналистика сталкивается со схожими проблемами ретрансля-

ции профессиональных языков в медиа. Но есть и отличия, связанные со спецификой языка науки и характером институциональной и эпистемической автономии науки и академического сообщества.

Когда научное знание становится популярным, оно также становится и развлекательным. Опрошенные научные журналисты говорили о том, что научно-популярные тексты должны иметь острый сюжет, захватывающий внимание аудитории. Этот сюжет далеко не всегда можно увидеть в научных работах, но профессиональный навык журналиста состоит в его поиске, выявлении или создании.

«Все-таки у нас цель другая – не соблюсти научную корректность, а зацепить аудиторию этим и создать некую медиа-сферу. И ученые должны это тоже понимать и относиться к этому проще, то есть их тоже надо воспитывать» (научный журналист).

«Я чем больше работаю, тем мне всё больше кажется, что совсем обязательно, чтобы научная популяризация была безошибочная, соответствовала действительности. Вот не это цепляет людей. Я не призываю откровенно врать или спекулировать на каких-то темах, но людей интригует неизвестное что-то» (редактор научно-популярного издания).

В России существует несколько сообществ, объединяющих научных журналистов, самым известным из которых является Клуб научных журналистов – «профессиональное объединение людей, чья деятельность связана с популяризацией науки и ее освещением в средствах массовой информации», появившееся в 2004 г. В отличие от формально организованных профессиональных ассоциаций и союзов, Клуб научных журналистов является неформальным сообществом сетевого типа, членами которого становятся по личным приглашениям и рекомендациям других членов сообщества. В настоящее время это сообщество более активно в онлайн, делая тематические e-mail рассылки и обновляя сайт сообщества. Во второй половине 2000-х гг. сообщество активно проявило себя как профессиональное объединение, выражая коллективную позицию научных журналистов по темам, связанным с телепрограммами, содержащими элементы лженауки. Борьба с лженаукой в медиа стала одной из тем, мобилизующих сообщество научных журналистов. На данный момент можно констатировать наличие первых признаков появления в научной журналистике России сообщества, объединенного общей профессиональной культурой, этикой, принципами работы.

Эпистемические культуры научной журналистики России

Анализ медиaprостранства Popular Science позволяет констатировать существование двух эпистемических культур [7] в современной российской научной журналистике. Первая - «классическая», многие черты унаследовала от советской модели популяризации науки, когда научно-популярные СМИ рассматривались как транслятор научно-технического знания, получаемого от ученых и передаваемого в адаптированном виде широкой общественности. Другими словами, научные журналисты становились интерпретаторами сложного и семантически герметичного научного знания для публики, а пуб-

лика рассматривалась как объект воздействия этих просвещенческих усилий. В самом чистом виде «классическая» модель представлена в формате журнала «Наука и жизнь». Журналы «Химия и жизнь», «Знание – сила», «Техника–молодежи», хотя в целом и следовали этой модели, но довольно рано пришли к пониманию необходимости «оживления» публикуемых материалов за счет стиля, верстки, графического оформления. Многие последователи «классической» модели популяризации науки прошли через школу научной журналистики, которая многие годы работала при редакции журнала «Химия и жизнь». Выпускники этой школы неизменно подчеркивают её ключевую роль в их профессиональной социализации в качестве научных журналистов. Сегодня роль этой школы снижается относительно новых форматов обучения популяризации науки – летними школами «Русского репортера», открытыми лекциями, мастер-классами.

Вторая эпистемическая культура («*медиа*тизированная») появилась вместе с возрождением рынка медиа и распространением Интернета в 2000-е гг. Эта культура опирается на зарубежные форматы популяризации научного знания, основанные на принципах инфотеймента (infotainment) – более тесной интеграции функций развлечения и популяризации. Данная эпистемическая культура в меньшей степени центрирована на просветительской миссии научной журналистики и в большей степени озабочена современными, привлекательными для образованной молодой аудитории форматами подачи научно-популярного знания. Нередко это связано с коммерциализацией содержания научно-популярных изданий, насыщенных открытой и скрытой рекламой гаджетов и новинок бытовой техники (как, например, в русскоязычной версии журнала «Популярная механика»). Издания и медиаресурсы нового типа в меньшей степени активно используют возможности видео и инфографики и в меньшей степени рассматривают ученых как доминирующих экспертов. Здесь редакторы и журналисты не просто рассматривают себя в качестве связующего звена между учеными и публикой, но сами формируют тематическую повестку в сфере Popular Science. То есть во главе треугольника коммуникаций между наукой, медиа и обществом встают медиа, а не научное сообщество. Публике в этой системе по-прежнему отведена роль воспринимающего информацию актора, хотя значение наглядности, развлекательности и интерактивности возрастает по сравнению с «классической» моделью. Журналисты медиатизированной культуры рекрутируются не только из бывших ученых-естественников, но могут иметь гуманитарное и журналистское образование (стилистика журналистов этой культуры – «хипстеры»). В настоящее время между этими эпистемическими культурами, хотя и идет некоторая конкуренция за аудиторию, но отсутствует постулируемый конфликт интересов.

Картография научной журналистики не ограничивается двумя эпистемическими культурами, отражающими склонность к просвещенческой или медиатизированной роли журналиста, освещающего темы науки. Наука как социальный институт находится на пересечении различных интересов – государства, бизнеса, ВПК, общественности. Медиа не находятся в стороне от этих интересов, и поэтому научная журналистика это не только адаптированные истории об «открытиях, находках, свершениях». Реформирование науки и высшего образования стало специализацией журналистов, которые рас-

смаывают эти области как объекты государственной политики и сложные экономические системы. С этой точки зрения наука становится фактом политической жизни страны, о чем свидетельствуют публикации в «Троицком варианте», портале «Полит.ру» и других изданиях. Поэтому журналистика, связанная с наукой, может быть классифицирована и степенью политизированности содержания публикуемых материалов:

– собственно *«научная журналистика»* в узком смысле этого понятия занимается распространением информации об открытиях и новостях науки, выполняя миссию популяризатора научного знания, и почти не касается политических и социальных аспектов освещения темы науки. Сами ученые нередко становятся научными журналистами-популяризаторами. Исключениями здесь являются участие в борьбе с «лженаукой», актуализация экологических проблем, связанных со всемирным потеплением, загрязнением мирового океана и т.п.;

– *новостная научная журналистика* концентрируется на потоковом освещении происходящего в науке с акцентом на занимательность, наглядность, развлекательность публикуемых материалов. Здесь миссия популяризации и просвещения замещается функцией актуального информирования и развлечения. Благодаря новостной научной журналистике тема науки присутствует в лентах информационных агентств, а выражения *«британские ученые»* стали интернет-мемами. Популярность Шнобелевской премии стала результатом понимания сферы науки как информационного повода в «обществе спектакля» [2].

– *«техножурналистика»* находится на пересечении собственно научной журналистики, коммерческой журналистики, посвященной новинкам электроники и бытовой техники, и новостной научной журналистики. В СССР «техножурналистика» была представлена журналом «Техника – молодежи», где вместе с информацией о научных открытиях рекламировались достижения советской научно-технической мысли (от новых моделей автомобилей до атомных подводных лодок), которые служат делу улучшения жизни населения, развития народного хозяйства, укрепления обороноспособности страны.

– *гражданская или политическая научная журналистика* рассматривает науку как сферу борьбы между экономическими, идеологическими и политическими группами влияния за ресурсы и власть в распределении этих символических, финансовых, организационных ресурсов. В центре внимания политической журналистики о науке в России чаще всего находятся темы плагиата, (не)удачного реформирования РАН, МГУ, финансирования и «распила» («мегагранты»), скандальных назначений и отставок, характеристики реформ академической сферы и т.п. и т.д. Собственно содержанию научной работы и освещению её результатов политическая научная журналистика отводит немного места, предпочитая рассматривать академическую сферу как поле непрерывной политической борьбы. «Троицкий вариант» и «Полит.ру» вместе с некоторыми публикациями «НГ-Наука» представляют этот профиль научной журналистики в России. Ученые также вовлекаются в политические дискуссии, инициированные гражданскими научными журналистами, однако здесь они выступают в роли сторонников той или иной стороны конфликта или концепции развития науки в стране, а не как научные эксперты.

Легитимация профессионализма научного журналиста в том числе опирается на его сетевой капитал в различных символических полях («наука», «ме-

диа», «государство»). В условиях относительной закрытости российской науки и низкого уровня доверия ученых к журналистике личные контакты и дружеские сети научных журналистов служат важным ресурсом при подготовке публикаций: согласие на комментарии, интервью, публикацию адаптированной научно-популярной статьи, экспертная оценка присланных в редакцию материалов – всё это возможно, если ученые лично доверяют научному журналисту. И хотя многие научные журналисты работают на полную ставку в том или ином научно-популярном издании, они активно публикуются в других изданиях на правах фрилансеров: приглашение написать ту или иную статью поступают по сетям коллег и знакомых и опираются на журналистскую репутацию. Для политической научной журналистики важным становится принадлежность к тому или иному конкурирующему лагерю в вузовской, ВАКовской, сколковской, министерской и академической средах: в условиях жесткой борьбы за пути реформирования науки и образования политические научные журналисты становятся идеологами, выражающими и поддерживающими позицию той или иной группировки. Более того, в ряде случаев научные журналисты и редакторы научно-популярных медиа сами становятся активными политическими игроками в этом поле.

Трансформация медиа и научная журналистика

Трансформация профессиональной роли научных журналистов происходит в результате масштабных технологических изменений, затронувших сферу медиа. Телевидение, а затем и Интернет существенно изменили содержание и формы подачи информации любого типа: клиповый видеоряд, ограниченное время, за которое нужно заинтересовать получателя информации, интерактивность, пришедшая вместе с инновационными интернет-сервисами, интерактивность и возможность самостоятельного выбора – всё это сказалось и на форматах популяризации науки, оказавшейся в жесткой конкурентной среде альтернативных публичных сфер – от политики и криминальной хроники, до спорта и туризма. Точно так же, как infotainment стал принципом работы новостных каналов, сочетающих информационную насыщенность с функциями развлечения, edutainment всё в большей степени становится подходом медиа, используемым для освещения сферы науки и технологических инноваций. Подход edutainment предполагает, что современная аудитория не в состоянии воспринимать научно-популярную информацию в устаревших «тяжеловесных» форматах, предполагавших передачу упрощенной версии научного знания от ученых и научных журналистов к публике, нуждающейся в просвещении. Концепция edutainment пересматривает роль аудитории, которая больше не определяется в терминологии пассивной публики, с одной стороны, а с другой – не ученый теперь находится на информационной вершине системы популяризации науки, а представитель медиасферы, по своему усмотрению переупаковывающий научное знание в популярные форматы. От аудитории ожидается не только внимание и уважение к науке, но вовлеченность, отклик и активное взаимодействие с научным знанием и артефактами. Например, принцип интерактивности наиболее широко стал применяться в технических и естественнонаучных музеях и теперь является базовым принципом современных музейных технологий. Согласно этому принципу, посетитель музея не просто знакомится с экспозицией, но сам вовлекается в

действие: может взглянуть в телескоп, провести эффектный физический опыт, ощутить перегрузки, переживаемые космонавтами на старте, и т.п.

Одновременно экспозиция дополняется насыщенным медийным содержанием, представленным в интерактивных мониторах, где сам посетитель выбирает интересующую информацию. В медиа заметна схожая тенденция. Наряду с традиционными публичными лекциями и экскурсиями в лаборатории и исследовательские центры активно используются возможности Интернета и медиа. Edutainment предполагает изменения и внутри сложившихся форматов подачи научной информации. Youtube и другие платформы для размещения видео создали ситуацию, когда пользователь надолго не задерживает свое внимание, просматривая один ролик, а скользит от одного ролика к другому. Соответственно, полнометражные научно-популярные фильмы и видеолекции здесь имеют меньший медийный потенциал. Поэтому ученый должен становиться популяризатором-шоуменом, способным раскрыть тему в течение 5–10 минут в яркой, увлекательной форме.

Примером нового формата может служить глобальная сеть конференций Ted (*Technology Entertainment Design*), где предприниматели, ученые, изобретатели делятся свежим знанием и идеями по широкому кругу вопросов – от личностного роста до реформ сферы образования и представлений о будущем биотехнологий. Новые медиа сделали ролики с захватывающими выступлениями ученых на конференциях Ted лидерами просмотров в сети. Отличительной особенностью этого формата стал напористый, как в презентациях бизнес-гуру или телепроповедников новых религиозных движений, стиль подачи научно-популярной информации. Продолжительность выступлений участников Ted конференций почти никогда не превышает 15–20 мин, а чаще всего находится в пределах 5–10 мин. Зрители и выступающие, присутствующие на Ted-конференциях, принимают роли участников телевизионного ток-шоу: спикеры увлекают аудиторию яркими метафорами и парадоксальными заключениями, а та откликается аплодисментами и смехом на самые удачные репризы. Сегодня формат Ted находит всё большее число поклонников по всему миру: в России конференции в стиле Ted проводятся с 2009 г.

Более утонченным и интеллектуальным форматом стал новый российский ресурс Постнаука. Основная идея – короткий, емкий тематический ролик, посвященный той или иной научной проблеме, дисциплине или открытию. Ролики представляют собой монологи ученых, записанные в студийных условиях и смонтированные до продолжительности 7–12 мин. Несмотря на очень небольшую продолжительность, каждый ролик, по сути, представляет собой сжатую научную лекцию, где присутствуют отсылки к литературе, теоретическим концепциям, а язык ближе к академическому. Задача владельцев ресурса – найти подходящих спикеров, сделать профессиональную съемку и монтаж, а потом выложить в Интернет. Любопытно, что основатель Постнауки является специалистом в области гуманитарных наук – религиоведом.

Заключение

Анализ эволюции сообщества научных журналистов в СССР и России позволяет сделать несколько выводов, касающихся путей профессионализации занятий. Традиционно большинство занятий в СССР можно отнести к Континент-

тальной модели профессионализма [1, 8], где государство играет ключевую роль. Научная журналистика в СССР также появилась как отклик на запрос государства в распространении научно-технических знаний. Государство было заинтересовано в технически подготовленных, обладающих материалистическим сознанием работниках, и разветвленная сеть лекториев, технических библиотек и научно-популярных журналов призвана была создать такого работника. В советское время научно-популярные медиа находились хотя и под давлением цензуры, но имели возможности для публикации переводных материалов о новостях зарубежной науки и техники. Кроме того, именно вокруг этих изданий стала формироваться советская science fiction. Пережив сложные 1990-е гг., профессиональное сообщество научных журналистов стало формироваться как сложный сплав традиций и принципов работы, унаследованных из советского времени, и новых подходов к пониманию технологий популяризации науки, которые тесно увязываются с медиареволюцией и запросом молодого образованного слоя городских профессионалов в «креативных» и «интерактивных» формах подачи научно-популярной информации. При этом дополнительными факторами профессиональной самоорганизации научной журналистики является её особая экспертная позиция, дающая о себе знать в коллективных формах активности: борьбе с лженаукой и обсуждении реформ науки и образования. С этой точки зрения научная журналистика также представляет интерес как объект исследования.

Литература

1. Гадея Ш. Социология профессий и социология профессиональных групп. В защиту изменения подхода // Антропология профессий, или Посторонним вход разрешен / под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2011. С. 64–83.
2. Дебор Г.-Э. Общество спектакля: пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос, 1999. 224 с.
3. Abbott A. The System of Professions. Chicago: University of Chicago Press, 1988.
4. Bucchi M. Of deficits, deviations and dialogues: theories of public communication of science // Handbook of Public Communication of Science and Technology / Ed. by M. Bucchi, B. Trench. Routledge: London, 2008. P. 57–76.
5. Felt U., Fochler M. Re-ordering Epistemic Living Spaces: On the Tacit Governance Effects of the Public Communication of Science//The Sciences' Media Connection-Communication to the Public and its Repercussions/Rödder S., Franzen M., Weingart P. (eds.). Sociology of the Sciences Yearbook 28. Dordrecht: Springer, 2012. P. 133–154.
6. Freidson E. Professionalism. The Third Logic. Chicago: The University of Chicago Press, 2001.
7. Knorr Cetina K. Epistemic Cultures: How the Sciences Make Knowledge. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999.
8. Sciulli D. Continental Sociology of Professions Today: Conceptual Contributions// Current Sociology, November 2005. Vol. 53, № 6. P. 915–942.
9. Weingart P. Science and the media // Research Policy, 1998, 27 (9). P. 869–879.

Abramov Roman N. National Research University Higher School of Economics (Moscow, Russian Federation)

PROFESSIONALISATION OF SCIENCE JOURNALISM IN RUSSIA: COMMUNITY, KNOWLEDGE, MEDIA

Key words: popular science, journalism, expertise, professionalisation

I analyze the phenomenon of science journalism in Russia in conceptual frameworks sociology professions and sociology of science. The article focuses on the genealogy of the professional community from the soviet time to nowadays. Original typology of science journalism included in the content of the article. The study bases on the empirical data that collected in the process of work in the collective research project about Popular science in Russia. Soviet time gave the start for the active development

science journalism. Famous magazines (“Science and Life”, “Chemistry and Life”, “Nature”, “Technology for youth”) became the generator of science popularization in USSR and were the area for the establishment of the professional community science journalists.

In XXI century new stage of science popularization has been started because Russian science gave financial support and internet discover new opportunities for the getting additional audition. International mode “Popular science” appeared in context of the Russian science popularization. New Popular Science internet resources were created during first decade of 2000th. Government initiated radical reform of education and science and needed in places for propaganda and discussing round problems of reforms. Experts discussed about several aspects of the development Russian science in new conditions. There are two epistemic cultures in contemporary Russian science journalism. “Classic culture” inherited many features soviet tradition of the science knowledge popularization. “Medialised culture” is growing now and combines elements of global phenomenon Popular Science and media entertainment.

New concept of science popularization is “edutainment”. The edutainment approach assumes that modern mass audition can’t to percept serious science information in traditional forms because contemporary pop culture base on easy forms of visual interactive informational content. Interactive Popular Science waits from audition more deep involvement in the interaction with science knowledge and experiments. New type of science museums give us possibility participate in practical science experiments and even “produced” personal scientific discovery. New Popular Science magazines attracts new readers to colorful illustrations, unpredictable content and stories about fashionable devices.

Youtube and other visual opportunities of web open access for new ways to the distributing science knowledge. For example, global conference network Ted (Technology Entertainment Design) is new format of exchange popular science information. TED internet resource contents a lot of short bright video presentations in several disciplines: from biotechnology to ancient human history. In Russia Postnauka.ru is new media project with the same idea and format. It is new direction for the development innovations forms of science journalism.

Russian community of science journalists has active social position about important problems of the distribution science knowledge. They are experts in complicated situations plagiarism and parascience and pseudoscience. This article explains why science journalists have expert power in these problems. A lot of professional science journalists have PhD-level degrees and can be experts in different sciences. Science journalism is interesting object for study in the perspective of sociology of science and sociology professions.

References

1. *Gadea Sh.* Sociologiya professij i sociologiya professional'nyh grupp. V zaschitu izmeneniya podhoda // Antropologiya professij, ili Postoronnim vnod razreshen / pod red. P. Romanova, E. Yarskoj-Smirnovoj. M.: OOO «Variant», CSPGI, 2011. S. 64–83.
2. *Debor G.-E.* Obschestvo spektaklya: per. s fr. S. Ofertasa i M. Yakubovich. M.: Logos, 1999. 224 s.
3. *Abbott A.* The System of Professions. Chicago: University of Chicago Press, 1988.
4. *Bucchi M.* Of deficits, deviations and dialogues: theories of public communication of science // Handbook of Public Communication of Science and Technology / Ed. by M. Bucchi, B. Trench. Routledge: London, 2008. R. 57–76.
5. *Felt U., Fochler M.* Re-ordering Epistemic Living Spaces: On the Tacit Governance Effects of the Public Communication of Science//The Sciences' Media Connection-Communication to the Public and its Repercussions/Rödder S., Franzen M., Weingart P. (eds.). Sociology of the Sciences Yearbook 28. Dortrecht: Springer, 2012. R. 133–154.
6. *Freidson E.* Professionalism. The Third Logic. Chicago: The University of Chicago Press, 2001.
7. *Knorr Cetina K.* Epistemic Cultures: How the Sciences Make Knowledge. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999.
8. *Sciulli D.* Continental Sociology of Professions Today: Conceptual Contributions// Current Sociology, November 2005. Vol. 53, № 6. R. 915–942.
9. *Weingart P.* Science and the media // Research Policy, 1998, 27 (9). R. 869-879.