

С.Н. Велитченко 

Международный университет информационных технологий, Казахстан, г. Алматы
e-mail: velit_1988@mail.ru

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ МЕДИА В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ: РЕАЛИИ И ВЫЗОВЫ

В статье рассматривается проблематика современного взаимодействия науки и инновационных технологий средств массовой информации. Отмечается, что большую роль в популяризации перспективных и значимых научных исследований играют СМИ, которые должны транслировать в общество подлинно научные знания. Однако на сегодняшний день научные исследования слабо интересуют журналистов. Автор описывает возможности цифровой журналистики, которые следует использовать для продвижения научных знаний в обществе и привлечения внимания государственных органов к деятельности казахстанских ученых. **Цель статьи** – рассмотрение возможностей мультимедийной среды в создании качественной информационной базы по научным разработкам и внедрению их в современную экономику и социум. Цифровые СМИ Казахстана должны активно участвовать в продвижении актуальных знаний, предлагая аудитории различные формы подачи научной и научно-популярной информации. **Научная значимость** статьи состоит в попытке обозначить новый взгляд на популяризацию научных знаний в обществе; предложить новые функции СМИ в контексте продвижения цивилизованного мировоззрения. **Методология исследования** предусматривает системный подход, метод сопоставительного анализа. **Результат исследования** заключается в обозначении новых задач, стоящих перед СМИ в современный период в рамках научного и научно-популярного дискурса. СМИ способствуют росту популярности научного знания и формируют особое отношение к науке как к явлению, от которого зависит существование современной цивилизации, что определяет **научную ценность** данной статьи. **Практическое значение** заключается в возможности внедрения результатов исследования в обучение на факультетах журналистики по профильным и элективным дисциплинам, а также в курсы повышения квалификации для журналистов, специализирующихся на теме науки.

Ключевые слова: журналистика, наука, цифровая журналистика, цифровые медиа, цифровые СМИ, научная журналистика, научно-популярная журналистика.

S.N. Velitchenko

International Information Technology University, Kazakhstan, Almaty
e-mail: velit_1988@mail.ru

The Role of Digital Media in the Popularization of Scientific Knowledge: Realities and Challenges

The article deals with the problems of modern interaction between science and innovative technologies of mass media. An important role in the popularization of promoting scientific research is played by the media, which broadcast scientific knowledge to society. However, to date, scientific research is of little interest to journalists. The author describes the possibilities of digital journalism in the promotion of scientific knowledge and the involvement of governmental agencies in the activities of Kazakhstani scientists. **The purpose of the article** is to consider the possibilities of the multimedia environment in creating a high-quality information base on scientific developments and their introduction into the modern economy and society. Digital media of Kazakhstan should actively participate in the promotion of current knowledge, offering various forms of presentation of scientific and popular-science information.

The scientific significance of the article consists in an attempt to take a new look at the popularization of scientific knowledge; new functions of the media in the context of promoting a civilized worldview. **The research methodology** provides a systematic approach, a method of comparative analysis, classification. **The aim of the research** is to identify new challenges facing the media in the modern period within the framework of scientific and popular-science discourse. Mass media contribute to the popularity of scientific knowledge and form a special attitude to science as a phenomenon on which the existence of modern civilization depends, which determines the scientific value of this article. The practi-

cal significance lies in the possibility of introducing the results of the research into teaching at journalism faculties in specialized and elective disciplines, as well as in advanced training courses for journalists specializing in the topic of science.

Key words: journalism, science, digital journalism, digital media, scientific journalism, popular– science journalism.

С.Н. Велитченко

Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Қазақстан, Алматы,
e-mail: velit_1988@mail.ru

Ғылыми білімді насихаттаудағы сандық медианың рөлі: шындықтар мен сын-қатерлер

Мақалада ғылым мен бұқаралық ақпарат құралдарының инновациялық технологияларының заманауи өзара әрекеттесу мәселелері қарастырылады. Перспективалық және маңызды ғылыми зерттеулерді танымал етуде БАҚ үлкен рөл атқарады, олар қоғамға шынайы ғылыми білімді таратуы керек. Алайда, бүгінгі таңда ғылыми зерттеулер журналистерді қызықтырмайды. Автор қоғамда ғылыми білімді ілгерілету және қазақстандық ғалымдардың қызметіне мемлекеттік органдардың назарын аудару үшін пайдаланылуы тиіс цифрлық журналистиканың мүмкіндіктерін сипаттайды. **Мақаланың мақсаты-ғылыми** әзірлемелер бойынша сапалы ақпараттық база құрудағы және оларды заманауи экономика мен социумға енгізудегі мультимедиялық ортаның мүмкіндіктерін қарастыру. Қазақстанның цифрлық БАҚ-тары аудиторияға ғылыми және ғылыми-көпшілік ақпарат берудің әртүрлі нысандарын ұсына отырып, өзекті білімді ілгерілетуге белсенді қатысуға тиіс. **Мақаланың ғылыми** маңыздылығы-қоғамдағы ғылыми білімді танымал етудің жаңа көзқарасын білдіру; өркениетті дүниетанымды ілгерілету тұрғысынан БАҚ-тың жаңа функцияларын ұсыну. **Зерттеу әдістемесі** жүйелік тәсілді, салыстырмалы талдау әдісін, жіктеуді қарастырады. **Зерттеу нәтижесі** ғылыми және танымал ғылыми дискурс аясында қазіргі кезеңде БАҚ алдында тұрған жаңа міндеттерді белгілеу болып табылады. Бұқаралық ақпарат құралдары ғылыми білімнің танымалдылығының артуына ықпал етеді және осылайша осы **мақаланың ғылыми** құндылығын анықтайтын қазіргі өркениеттің болуы байланысты құбылыс ретінде ғылымға ерекше көзқарас қалыптастырады. **Практикалық маңызы** зерттеу нәтижелерін журналистика факультеттерінде мамандандырылған және элективті пәндер бойынша оқу процесіне, сондай-ақ ғылым тақырыбына мамандандырылған журналистерге арналған біліктілікті арттыру курстарына енгізу мүмкіндігінде жатыр.

Түйін сөздер: журналистика, ғылым, сандық журналистика, сандық медиа, сандық БАҚ, Ғылыми журналистика, танымал ғылыми журналистика.

Введение

Актуальность исследования обусловлена тем, что СМИ являются одним из базовых механизмов популяризации научного знания. С одной стороны, качественные публикации о научных открытиях позволяют ученым доносить новые знания до широкой публики, тем самым формируя образовательную культуру и общий уровень знаний о мире у населения. С другой стороны, научно-популярные материалы формируют мировоззрение и популяризируют научные достижения в интересном и актуальном формате. По утверждению А. А. Тертычного, популяризация науки является одним из важнейших факторов общественного прогресса. (Тертычный, 2013). Однако в современный период научно-популярная журналистика оказалась вовлеченной в индустрию развлечений, главная задача которой – любыми способами отвлекать человека от реальности. Подлинно научно-популярную жур-

налистику заменили шокирующие новости или псевдонаучные открытия, призванные вселить в человека некий синтез любопытства и страха перед неведомым. Тенденция к эдьютейнменту превалирует, причем вне зависимости от возраста аудитории.

Предметом исследования является актуализация просветительской роли цифровых медиа в продвижении научного знания аудитории. В современном цифровом обществе постоянно возрастает интерес к научным открытиям и знаниям, без которых сложно воспринимать огромный массив самой разнообразной информации, которая к тому же вполне может оказаться «фейковой» и манипулятивной. **Тезис** статьи заключается в том, что в современный период научный и научно-популярный дискурс синтезирует в себе не только информирующую, но просветительскую и социокультурную интенции. Пример с пандемией коронавируса, вопросами вакцинации, освещение этой темы в мировых и отече-

ственных СМИ наглядно продемонстрировали острую проблему распространения реальной научной информации, основанной на фактах и исследованиях. Стало очевидным, что СМИ поддались истерии сенсационности и стали ретранслятором страхов и паники перед неизвестной болезнью.

Материал и Методы.

Научная и научно-популярная журналистика относятся к общей структуре средств массовой информации о науке и научных достижениях. В данной статье не рассматриваются научные журналы, которые предназначены для специалистов того или иного научного профиля. Речь идет о научно – популярных СМИ, которые работают в специализированном жанре журналистики с определёнными данными, и, как следствие, требуют работы специально обученных журналистов – образованных, начитанных, следящих за научными открытиями и имеющими в своих личных базах контакты авторитетных спикеров, мнению которых можно доверять.

Как отмечают исследователи, научной может быть лишь информация, получаемая в процессе познания, основу которого составляет практика, материальное производство, социальная жизнь общества, научное исследование и все другие виды активной деятельности людей по преобразованию природы и общества. (Лазаревич, 2007). Поэтому очень важно транслировать в общество проверенные и научно обоснованные факты, чтобы избежать последующих домыслов и двойственного толкования. Вместе с тем СМИ часто соревнуются друг с другом в сенсационной информации, которую чуть ли не ежеминутно размещают на разных ресурсах. С одной стороны, люди уже устали от «ковидной паники», тем более что на повестке дня сегодня – геополитическое противостояние крупнейших мировых держав. Однако СМИ продолжают раздувать сенсации по поводу мутирования вируса, его новых штаммов, испытания вакцин, теории общемирового заговора, возможности появления новой, более страшной пандемии, и т.д.

Научная методология. В современный период, когда СМИ функционируют в атмосфере «постправды», очень сложно транслировать тщательно проверенную, достоверную и актуальную информацию, оставаясь при этом мобильными и оперативными. Учитывая, что научная информация является объектом интереса не только круга учёных, но и широкой общественности, представляется необходимым актуализировать требования к профессиональной квалификации

научных журналистов. Такой специализации на факультетах журналистики Республики Казахстан пока нет, однако среди профессиональных компетенций современных универсальных журналистов умение писать о научных открытиях и разбираться в них с помощью авторитетных спикеров является обязательным. Примечательно, что в США наука уже с начала XX века обозначена как государственная инициатива (Broks, 2006). Она направлена на трансляцию достижений науки в общество, чтобы люди имели представление о научных открытиях. Поэтому в американских СМИ существует такая специализация, как научный журналист. Кроме того, есть категория «научных писателей» – людей, которые пишут статьи и новости о науке, размещают их как в специализированных журналах, так и в СМИ массовой адресации. Важно, что научный журналист обязан отличать подлинно научные исследования от псевдонауки. Поэтому знания журналиста в той или иной научной области должны быть очень высоки. В качестве примера можно привести ведущего программы «Космос, пространство и время», популярнейшего американского учёного, доктора астрофизики, публициста, телеведущего Нила Деграсса Тайсона. Его научная подготовка, всесторонняя образованность и харизматичность создали тот образ ведущего, который требовался именно для данного формата: и актёр, и лектор, и просто умный собеседник, который делится со зрителем своими знаниями. Вместе с тем Нил Тайсон не упрощает тему, а доносит ее до зрителя с использованием научной терминологии, точных данных и отсылок к авторитетным источникам. В статье предпринята попытка путем сравнительного анализа определить особенности подачи научной информации в СМИ Казахстана, обозначить проблемные моменты и предложить адекватные меры для исправления ситуации.

Обзор литературы.

Традиционные жанры и функции научной и научно-популярной журналистики рассматривались в трудах Тертычного А.А., Суворовой С.П., Гусейнова С., Штепа В.И. [Тертычный А.А., 2013, Суворова С.П. 2009, Гусейнов С., 2014, Штепа В.М., 2017]. Проблеме медиализации научных исследований посвящены труды Абрамова Р.Н., Кожанова А.А., Лазаревича Э.А., Константиновой Е.Г., Брокса П., Грабовского К. А. [Абрамов Р.Н., 2014, Кожанов А.А., 2015, Лазаревич Э.А. 2007, Константинова Е.Г., 2010, Грабовский К.А., 2012, Broks P., 2006]. Типологические характеристики научных медиаресурс-

сов анализируют Воловецкий Д.С., Белковский С.В., Макарова Е.Е. [Воловецкий Д.С., 2018, Белковский С.В., 2018, Макарова Е.Е., 2013]. Коммуникативные функции научной журналистики на современном этапе рассматривали Буччи М., Энтрадас М. Фролова Т.И., Шубина Н.Л., Сметанина С.И., [Vucci M. 1998, Entradas, M., 2015 Фролова Т.И., 2010, Шубина Н.Л., 2009, Сметанина С.И., 2012]. Определенный интерес для практического применения представляет сборник под названием «7 интервью о научной журналистике», созданный на факультете журналистики МГУ [Гуреева А.Н., 2016]. Вопросы воздействия инновационных технологий на популяризацию науки рассматриваются в диссертационном исследовании Дивеевой Н.В. [Дивеева Н.В., 2014]. Проблеме формирования научного мировоззрения будущих журналистов посвящены работы Черницовой М.А., Дудиновой Е. И. [Черницова М.А., 2011, Дудинова Е.И., 2012].

Достаточно широкий диапазон проблематики, связанной с задачами и функциями научной и научно-популярной журналистики, вместе с тем мало отражает современные реалии, основанные на конвергенции коммуникаций и инновационных технологиях. Совершенно очевидно, что на нынешнем этапе развития цифровых СМИ необходимо инициировать продвижение новых форматов популяризации научных знаний в различных областях в соответствии с актуальными вопросами современности.

Результаты и обсуждение

Научные данные имеют огромное значение для жизни и производственной деятельности. Общество должно иметь представление о достижениях науки, продвижении инновационных проектов, призванных улучшить экономическое и социальное положение страны. А СМИ, в свою очередь, должны на регулярной информировать аудиторию о научных открытиях. В современный период это становится одним из способов продвижения медиаобраза государства, его конкурентоспособности в мировом сообществе. Однако в Казахстане даже запатентованное инновационное открытие редко становится информационным поводом в новостных изданиях. Более того – редакции СМИ такую информацию воспринимают как PR ученого или научной лаборатории и выдвигают требование оплаты публикации. Этот порочный и неконструктивный опыт не способствует развитию научных знаний в обществе. Думается, необходимо качественное посредничество между аудиторией и наукой, что подразумевает работу специально подготовлен-

ных журналистов, а также создание полноценной информационной платформы о развитии науки в Казахстане. В период пандемии коронавируса многие СМИ практически дискредитировали себя, выдавая в эфир и печатая материалы, основой которых было нагнетание паники, отсылки к непроверенному бэкграунду, а также манипуляции общественным мнением. Средства массовой информации уступили первенство влияния на аудиторию социальным сетям и отдельным личностям, которые воспользовались возможностью создать себе имя на пропаганде идеи «всемирного заговора», «чипизации», «зомбирования населения Земли», «антивакцинации», и др. Многие онлайн-СМИ распространяли панику, вселяя в души людей страх и безысходность. А СМИ, приоритетом которых является качественная журналистика, приглашали в студии и на страницы изданий ученых, экспертов, которые квалифицированно рассуждали о новой инфекции и приводили реальные данные о том, чего ожидать человечеству. Возникла тема о проведении научных исследований, работы ВОЗ, информирования общества об опасных инфекциях, необходимости скорейшей разработки вакцины от COVID-19, и т.д. Параллельно с этим выяснилось, что многомиллионные гранты, выделяемые Всемирной Организацией здравоохранения на создание вакцины, попросту не были освоены, и вакцина не была создана. Во многих СМИ активно продвигалась тема массовой вакцинации населения, как это было в СССР. Предложение вызвало широкую дискуссию, однако только некоторые журналисты, в частности, Владимир Соловьев в своей программе «Вечер с Владимиром Соловьевым» на телеканале «Россия-24» предложили максимально увеличить субсидирование научных исследований. Было отмечено, что наука должна работать на опережение, а для этого ее нужно финансировать. Для этого требуется привлечение бизнеса, в том числе крупного. И очень важно транслировать в общество достоверную информацию, основанную на научных исследованиях.

В современный период научные сообщества разных стран заинтересованы в распространении серьезного познавательного контента. Особая роль в этом принадлежит телевидению и Youtube-каналам. Кроме того, в цифровых СМИ существуют инновационные формы дистрибуции контента: лонгриды, сторителлинг, инфографика, 3D-анимация. Также возможно экспериментирование с мультимедиа-формами, slow motion эффектами, типографикой, автозапуске

некоторых элементов, параллаксе (особая техника в веб-дизайне), и др. Данные приемы позволяют делать информацию о науке и научных исследованиях доступной, интересной, динамичной и невероятно привлекательной. Почему журналисты сегодня не используют эти богатейшие возможности? Для примера вновь обратимся к научно-популярному сериалу «Космос, пространство и время» (США). Подчеркнем актуальность обращения сериала к теме важности научных исследований и строгого соответствия достоверности фактов. Ведущий в прелюдии к сериалу предупреждает, что научный метод – это «мощный инструмент, который за 4 века позволил нам совершить скачок от первого взгляда Галилея в телескоп до первых исследований человека на Луне. Он позволил нам заглянуть в пространство и время, чтобы понять, на каком месте мы находимся в космосе». Важной частью сериала является информация о личностях, благодаря которым начались научные исследования, и которые посвятили науке всю жизнь. Такие великие ученые, как Джордано Бруно, Галилео Галилей, Исаак Ньютон, Фридрих Гесс, один из создателей сериала о космосе Оата и другие показаны в сериале подробно, со своими историями. Применяется приём анимации, который ярко визуализирует ту или иную историю.

Инновационным подходом в подаче контента сегодня является применение жанра сторителлинга. «*Сторителлинг*» (storytelling) или «нарративная коммуникация» – это прием трансляции информации, в процессе которого используются коммуникационный и маркетинговый приемы, создающие определенный тип повествования. Как отмечает Н.Т.Соколова, в случае сторителлинга речь идет о специфическом опыте восприятия современных масс-медиа, где главной задачей является доставка контента аудитории с помощью нескольких медиаформатов (Соколова, 2011).

Именно таким образом построен сериал «Космос, пространство и время» – трансмедийное повествование – история, которая рассказана с помощью различных медиаформатов: видео, компьютерной графики, 3D – анимации, и т.д. При этом они объединены одной тематической «вселенной» – космосом и одним постоянным ведущим. Нил Тайсон постоянно отсылает зрителей к историческому бэкграунду, предлагая осмыслить историю с современной точки зрения. Он обращается к умам современников, чтобы пробудить в них чувство гордости за свою планету и осознать, что каждый из нас – частица Вселенной. Научно-познавательная тематика в

сериале «Космос, пространство и время» демонстрируется в виде зрелищного и доступного широкой аудитории контента.

Ценность данного метода заключается в дальнейшем разностороннем освещении явлений и событий, где с помощью визуальной подачи информации происходит высокая концентрация фактов, но не перенасыщение ими. Можно даже сказать, что это сериал с компонентами исторического знания и публицистической стилистики, направленной на роль знаний в жизни человека и того, кем каждый из нас ощущает себя в современном мире. Однако в целом сериал преследует прежде всего пропаганду достижений США в освоении космоса.

Следует отметить, что научно – популярная журналистика США выполняет роль публикатора и популяризатора новых направлений в науке или сенсационных результатов исследований. Отличительной чертой американской научной журналистики является её авторское изложение – это видно на примере сериала «Космос, пространство и время». Авторами избрана доступная форма трансляции материала через личность ведущего – известного в научном мире человека, доктора астрофизики и директора планетария Нила Деграсса Тайсона. Такой жанр называют «фиче» – feature. В российской (и советской) журналистике ведущим в жанре «фиче» был профессор, доктор биологических наук Николай Дроздов, но, к сожалению, в силу возраста его уже довольно редко привлекают в телевизионные проекты. Более молодых и перспективных ведущих в научной отрасли пока не нашли, хотя потребность в этом велика.

Отметим здесь, что американская научная журналистика ориентирована на западного потребителя, который обладает весьма поверхностными знаниями в науке. Более того – в США не всегда любят упоминать учёных не из США и их научные открытия. Например, в сериале «Космос, пространство и время» рассказывается о первом американском космическом корабле «Вояджер», однако ни слова не говорится о том, что первым в космосе был корабль «Восток-3», который запустил СССР с первым космонавтом планеты Земля Юрием Алексеевичем Гагариным! То есть достижения другой страны не отмечаются. В этом уже наблюдаются элементы информационной войны, когда транслируются только собственные интересы, а актуальная информация из других государств замалчивается и даже принижается. Подлинно научная и научно-популярная журналистика далека от политики и

пропаганды, ее главный интерес – наука и все, что с ней связано.

С сожалением приходится констатировать, что казахстанские СМИ, в том числе и цифровые, или очень слабо информируют аудиторию о научных разработках, либо не делают этого совсем. Например, сайт НГЦТЭ www.nauka.kz не обновлялся с 2019 года. Первое, что увидит посетитель, зайдя на сайт, будет Послание Президента Казахстана от 2014 года (!), а информация в центральных печатных изданиях ограничивается лишь интервью с директором Фонда науки РК Арыном Орсариевым. Из Youtube-каналов лидирует канал Национального центра биотехнологий. Примечательно, что под привлекательным заголовком «Развитие науки в Казахстане» размещен явный PR данного научного учреждения. Некоторое оживление в использовании мессенджеров и цифровых платформ, в частности, подкастинга, можно наблюдать опять – таки в связи с коронавирусом. В период тотальной «ковидной истерии» стало понятно, что здоровье человека – главная ценность, о которой вместе с тем должны говорить исключительно профессионалы. В этой связи многие казахстанские врачи и ученые решили создавать авторские медиапродукты, в которых квалифицированно и вместе с тем доступно объясняются ключевые моменты сохранения здоровья человека. В качестве примера можно назвать «Ассоциацию семейных врачей Казахстана», Telegram– канал «Информационная поддержка врачей», подкаст «Белка и Стрелка». Отметим, что авторы данного подкаста – дипломированные врачи и молодые ученые, которые находят и транслируют действительно полезную и достоверную информацию, касающуюся не только здоровья, но и новинок литературы, и даже женского образования. Однако количество подписчиков подобных пабликов невелико – чуть больше 1000 человек. Среди авторитетных казахстанских врачей, которые имеют аккаунты в социальных сетях с количеством подписчиков более 3 000 человек, можно отметить Жибек Жолдасову. Она занимается вопросами профилактики и лечения неврозов, болезни Альцгеймера, ментального здоровья. Таким образом, можно констатировать, что приоритетом научных интересов в Казахстане сегодня является сохранение здоровья человека. Однако научные направления не ограничиваются только здоровьем. Весьма актуальна информация о развитии космических технологий, робототехники, а также smart – технологий, с которыми

человек ежедневно взаимодействует в жизни. Интересны научные исследования на аграрную и экологическую тематики. Вместе с тем цифровые СМИ Казахстана явно игнорируют эти вопросы, предпочитая создавать развлекательные Youtube– каналы и челленджи в Tik Tok. Проведенное исследование показало, что практически единственным информационным материалом о казахстанской науке стал лонгрид «10 главных достижений казахстанской науки за 30 лет», созданный к 30– летию независимости РК. В лонгриде портала рассказывается об устройстве для биорезонансной активации семян, сакских курганах, супер – спонжах для сбора разлившейся нефти, вакцине QazCovid-in, и др. Почему бы журналистам не сделать серию материалов о каждом из названных научных открытий в цифровых СМИ? Более того – специальные рубрики с тегом #наука есть только на портале informburo.kz и сайте журнала forbes.kz. При этом основной интерес журналистов обращен опять – таки к теме коронавируса и изобретению казахстанской вакцины. Это вполне объяснимо с точки зрения актуальности исследований, но непродуктивно с точки зрения развития научных знаний и просвещенного мировоззрения в обществе.

Казахстанское издание «Курсив» в материале «Как пандемия COVID-19 изменила СМИ и что будет дальше» отмечает, что «по разным данным, от 70 до 95% всех материалов, которые выпускают СМИ по всему миру с января 2020 года по настоящее время так или иначе посвящены коронавирусу. Это изменило индустрию. Можно предположить, что тема вирусов и борьбы с ними уже не сойдет с информационной повестки дня. Пандемия коронавируса многие СМИ переориентировала на трансляцию сенсаций, часто непроверенных, и от этого еще более вселяющих панику в людей. Особенно в свете обнародования документов об испытании биологического оружия в Украине. Мировая общественность с новой силой заинтересовалась происхождением коронавируса и его распространением. Безусловно, это повод для журналистских и политических расследований, которые только предстоит провести. Но одно можно сказать точно: важно, чтобы научная информация не стала манипулятивной сенсацией, имеющей политический подтекст. Это очень далеко от морально – этических принципов журналистики, которые описаны в международных и национальных документах. К сожалению, сенсационность иногда перекрывает человеческую порядочность.

Заключение. Выводы.

Научно-популярная журналистика преследует не политические и популистские цели, а реальную заботу о людях. Эффективный и увлекательный перевод научной информации на понятный людям язык – это навык, которым должен обладать любой научный журналист, но работа на этом не заканчивается. Журналисты применяют профессиональные навыки, чтобы запечатлеть красоту и сложность научной деятельности, а также ее недостатки, предубеждения и даже конфликты.

В Интернете сегодня получили распространение агентства научных новостей и научные блоги. Так, например, на платформе Youtube можно найти около 60 блогов и программ по теме науки. Самые популярные – «Постнаука» и «Лекторий Образовача». Из российских научных блогеров, имеющих миллионы подписчиков, можно назвать В. Егорова – популяризатора космонавтики в Рунете, главного редактора порталов «Нейроновости» и Indicator.ru химик А. Паевского, руководителя Агентства научных коммуникаций И. Кабанова, ученого в области нейронауки и психолингвистики Т. Черниговскую, и др.

Это представляется особенно актуальным именно сейчас, когда много людей совершенно не интересуется научными исследованиями, более того – верит различным экстрасенсам, ясновидящим, магам и колдунам. Это отрицательно отражается на развитии личности, поэтому перед научно-популярными СМИ стоит важная задача развития не только интеллектуального, но и духовного уровня современного человека. Отрадно отметить, что сегодня в Казахстане уделяется большое внимание научным проектам студентов и школьников. Чтобы привлечь молодое поколение к научным исследованиям, в школах и вузах страны действуют классы-лаборатории по разным направлениям: робототехника, инженерные и медицинские классы, лаборатории по энергетике и компьютерным технологиям. При этом школьники ощущают себя настоящими учеными, работают с современным оборудованием и приборами, проводят эксперименты, учатся мыслить системно. Это можно считать примером активной популяризации науки в обществе.

Современные цели научно – популярной журналистики – донести до общества достоверные научные факты, сделав их при этом доступными для восприятия широкой публики. Миссия научно-популярной журналистики – распространение научных знаний в обществе, просвещение людей, продвижение верховенства знания и раз-

ума, а не фейков и шарлатанства. Научно-популярная журналистика является востребованным видом журналистики в системе современных СМИ. Освещая проблемы и вопросы научного мира, она выполняет роль посредника между бизнесом и научным сообществом, а также миссию просветителя массовой аудитории в области новых знаний, технологий и инноваций.

Подводя итоги отметим, что развитие и продвижение научных исследований сегодня становятся приоритетными задачами для любого государства. После пандемии коронавируса мир ощутил недостаточность научной информации и необходимость возрождения ценности науки. Но в период нынешнего глобального экономического кризиса наука не сможет обойтись без финансовой поддержки. И здесь неопределима роль бизнеса. Республике Казахстан необходимо активизировать работу для развития наукоемкого бизнеса. Это становится сегодня важнейшей задачей для прогресса страны. В период обострения экономической ситуации выигрывает то государство, которое ставит приоритетом развитие высоких технологий и наукоемкой продукции. Именно они в конечном итоге и определяют конкурентоспособность страны на мировых рынках в непростые и непредсказуемые исторические периоды.

В качестве рекомендаций для научно-популярных СМИ предлагаются следующие действия:

Увеличить количество отечественных медиа-проектов, посвященных науке, привлекая для этого крупный и малый бизнес;

Привлекать для популяризации науки казахстанских ученых, экспертов, которые могли бы в доступной форме излагать значимую научную информацию;

Систематизировать выпуск научно-популярных программ на Интернет-платформах и ТВ;

Перестать увлекаться сенсациями и рейтингом, а сосредоточиться на гуманистической роли науки в обществе.

В современный период, когда так осложнилась международная обстановка, когда мир сотрясают международные и межнациональные конфликты, наука может выполнять подлинно гуманистическую функцию – воспитывать в человеке уважение к знаниям, потребность в актуальной научной информации, понимание других культур, традиций в рамках гуманности и миролюбия. И роль научных и научно-популярных СМИ, которые предоставляют аудитории достоверную и актуальную информацию, трудно переоценить.

Список литературы:

- Абрамов Р.Н. (2015). Профессионализация научной журналистики в России: сообщество, знания, медиа (апрель, 15) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gefeter.ru/archive/14848>
- Белковский С.В. (2018) Вклад новых медиа в отечественную научно-популярную журналистику. Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского.
- Broks P. Understanding Popular Science (2006). Maidenhead, Berkshire: Open University Press.
- Bucchi, M. Science and the Media. Alternative Routes in Scientific Communication. London & New York: Routledge, 1998.
- Воловецкий Д.С. (2018) Вклад новых медиа в отечественную научно-популярную журналистику Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского.
- Грабовский К. (2012) Научная журналистика для журналистов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://polit.ru/article/2012/03/30/grabovsky>
- Гуреева А.Н. (2016) 7 интервью о научной журналистике. М.: Фак. журн. МГУ.
- Гуссейнов С. (2014) Научная журналистика. [Scientific journalism] [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zerkalo.az/2014/nauchnaya-zhurnalistika/>
- Entradas, M. (2015) Science and the public: The public understanding of science and its measurements. Portuguese Journal of Social Science. V. 14, 1, 71-85.
- Дивеева Н.В. (2014) Основные направления воздействия новых информационных технологий на популяризацию науки. Известия Южного федерального университета. Филологические науки. Ростов-на-Дону, 2, 158–168.
- Дудинова Е.И. (2012) Журналистское образование в структуре инновационного университета: поиск модели. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lib.nsu.ru/xmlui/handle/nsu/9438>
- Кожанов А.А. Концептуализация феномена Popular Science: модели взаимодействия науки, общества и медиа. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualizatsiya-fenomena-popular-science-modeli-vzaimodeystviya-nauki-obschestva-i-media>
- Константинова Е.Г. (2009) Популяризация науки на современном российском экране: кризис направления и пути преодоления. Электронный научный журнал «Медиаскоп» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>
- Лазаревич Э.А. (2007) Искусство популяризации науки. Москва: Наука.
- Макарова Е.Е. (2013) Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова.
- Сметанина С.И. (2014) Основные направления воздействия новых информационных технологий на популяризацию науки // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – Ростов-на-Дону. –2, 158–168.
- Соколова Н.Т. (2011) Трансмедиа и интерпретативные сообщества. Культурная история медиа. 3, 17.
- Суворова С.П. (2013) Предметно-функциональные особенности современных российских научно-популярных журналов. Вестник Московского университета, серия 10. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/predmetno-funktsionalnye-osobennosti-sovremennyh-rossiyskih-nauchno-populyarnyh-zhurnalov>
- Тертычный А.А. (2013) Быть ли научно – популярной журналистике? Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 9, 15.
- Фролова Т.И. Наука, СМИ, общество: как достичь взаимопонимания. Ч. 1. Научный журналист: миссия, задачи и компетенции. Методическое пособие для журналистов по выявлению признаков лженауки: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.
- Штепа М. Научная журналистика в России и за рубежом. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://moi-vzn.narod.ru/VZN_05.PDF,
- Шубина Н.Л. (2009) Научная коммуникация: поиски разумного компромисса. Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. № 104, 48-62
- Черницова М.А. (2011) Механизмы и условия формирования научного мировоззрения у студентов вуза. Научные проблемы гуманитарных исследований. 7, 193-199.

Электронные ресурсы:

- «Космос, пространство и время» (США) Режим доступа: <https://rezka.ag/series/documentary/1261-kosmos-prostranstvo-i-vremya-2014.html>
- Развитие науки в Казахстане. (2021, декабрь 20) Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=efyQXupYAXw>.
- Telegram– канал «Информационная поддержка врачей» Режим доступа: @asvkazakhstan,
- «Белка и Стрелка» Режим доступа: <https://anchor.fm/belkastrelka>.
- Блог Жибек Жолдасовой. Режим доступа: <https://web.facebook.com/psychoterapevtZholdasova>
- Блог В. Егорова Режим доступа: <https://zelenyikot.com/>
- Блог А. Паевского Режим доступа: https://web.facebook.com/alexey.payevskiy?fref=ts&_rdc=1&_rd
- Блог И. Кабанова. Режим доступа: <http://metkere.com/>
- Блог Т. Черниговской. Режим доступа: <https://rideo.tv/chernigovskaya/>
- 10 главных достижений казахстанской науки за 30 лет. (2021, ноябрь 15) Режим доступа: <https://the-steppe.com/razvitie/10-glavnyh-dostizheniy-kazahstanskoy-nauki-za-30-let>.

Как пандемия COVID-19 изменила СМИ и что будет дальше. (2020. май 5) Режим доступа: <https://kz.kursiv.media/2020-05-20/kak-pandemiya-covid-19-izmenila-smi-i-cto-budet-dalshe/>

References:

- Abramov R.N. (2015). Professionalizaciya nauchnoj zhurnalistiki v Rossii: soobshchestvo, znaniya, media (Aprel 15) [Professionalization of scientific journalism in Russia: community, knowledge, media] Rezhim dostupa: <http://gefter.ru/archive/14848>
- Belkovskij S.V. (2018) Vklad novyh media v otechestvennyuyu nauchno-populyarnuyu zhurnalistiku. [Contribution of new media to Russian popular science journalism] Nacional'nyj issledovatel'skij Nizhegorodskij gosudarstvennyj universitet im. N.I. Lobachevskogo.
- Broks P. (2006) Understanding Popular Science/ Maidenhead, Berkshire: Open University Press.
- Bucchi, M. (1998) Science and the Media. Alternative Routes in Scientific Communication. London & New York: Routledge
- Voloveckij D.S. (2018) Vklad novyh media v otechestvennyuyu nauchno-populyarnuyu zhurnalistiku [Contribution of new media to Russian popular science journalism]. Nacional'nyj issledovatel'skij Nizhegorodskij gosudarstvennyj universitet im. N.I. Lobachevskogo.
- Grabovskij K. (2012) Nauchnaya zhurnalistika dlya zhurnalistov. [Scientific journalism for journalists] Rezhim dostupa: <http://polit.ru/article/2012/03/30/grabovsky>
- Gureeva A.N. (2016) 7 interv'yuu o nauchnoj zhurnalistike [7 interviews about scientific journalism] M.: Fak. zhurn. MGU.
- Gussejnov S. (2014) Nauchnaya zhurnalistika [Scientific journalism] Rezhim dostupa: <http://www.zerkalo.az/2014/nauchnaya-zhurnalistika/>
- Entradas, M. (2015) Science and the public: The public understanding of science and its measurements. Portuguese Journal of Social Science. V. 14, 1, 71-85.
- Diveeva N.V. (2014) Osnovnye napravleniya vozdejstviya novyh informacionnyh tekhnologij na populyarizaciju nauki. [The main directions of the impact of new information technologies on the popularization of science] Izvestiya Yuzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki. Rostov-na-Donu, 2, 158–168.
- Dudinova E.I. (2012) Zhurnalisticheskoe obrazovanie v strukture innovacionnogo universiteta: poisk modeli [Journalistic education in the structure of an innovative university: the search for a model] Rezhim dostupa: <https://lib.nsu.ru/xmlui/handle/nsu/9438>
- Kozhanov A.A. (2018) Konceptualizaciya fenomena Popular Science: modeli vzaimodejstviya nauki, obshchestva i media [Conceptualization of the phenomenon of Popular Science: models of interaction between science, society and media] Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualizatsiya-fenomena-popular-science-modeli-vzaimodeystviya-nauki-obshchestva-i-media>
- Konstantinova E.G. (2009) Populyarizaciya nauki na sovremennom rossijskom ekrane: krizis napravleniya i puti preodoleniya [Popularization of science on the modern Russian screen: the crisis of direction and ways to overcome] Elektronnyj nauchnyj zhurnal "Mediascope" Rezhim dostupa: <http://www.mediascope.ru/>
- Lazarevich E.A. (2007) Iskusstvo populyarizacii nauki [The Art of popularizing Science] Moskva: Nauka.
- Makarova E.E. (2013) Nauchno-populyarnye sajty v sisteme SMI: tipologicheskie i profil'nye osobennosti Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.01.10: Moskovskij gosudarstvennyj universitet imeni M. V. Lomonosova.
- Smetanina S.I. (2014) Osnovnye napravleniya vozdejstviya novyh informacionnyh tekhnologij na populyarizaciju nauki // Izvestiya Yuzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki. – Rostov-na-Donu. –2, 158–168.
- Sokolova N.T. (2011) Transmedia i interpretativnye soobshchestva. Kul'turnaya istoriya media [Transmedia and interpretive communities. Cultural history of media.] 3, 17.
- Suvorova S.P. (2013) Predmetno-funkcional'nye osobennosti sovremennyh rossijskih nauchno-populyarnyh zhurnalov [Subject-functional features of modern Russian popular science journals] Vestnik Moskovskogo universiteta, seriya 10. <https://cyberleninka.ru/article/n/predmetno-funktsionalnye-osobennosti-sovremennyh-rossijskih-nauchno-populyarnyh-zhurnalov>
- Tertychnyj A.A. (2013) Byt' li nauchno – populyarnoj zhurnalistike? [Should there be popular science journalism?] Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika. 9, 15.
- Frolova T.I. Nauka, SMI, obshchestvo: kak dostich' vzaimoponimaniya. Ch. 1. Nauchnyj zhurnalist: missiya, zadachi i kompetencii [Science, Media, society: how to achieve mutual understanding. Part 1. Scientific journalist: mission, tasks and competencies] Metodicheskoe posobie dlya zhurnalistov po vyavleniyu priznakov lzhenauki: Analiticheskie issledovaniya po gosudarstvennomu kontraktu No 14.597.11.0010. M.: Fakul'tet zhurnalistiki MGU imeni M. V. Lomonosova.
- Shtepa M. Nauchnaya zhurnalistika v Rossii i za rubezhom [Scientific journalism in Russia and abroad] Rezhim dostupa: http://moi-vzn.narod.ru/VZN_05.PDF
- Shubina N.L. (2009) Nauchnaya kommunikaciya: poiski razumnogo kompromissa [Scientific communication: the search for a reasonable compromise] Izvestiya Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena. № 104, 48-62
- Chernicova M.A. (2011) Mekhanizmy i usloviya formirovaniya nauchnogo mirovozzreniya u studentov vuza [Mechanisms and conditions for the formation of a scientific worldview among university students] Nauchnye problemy gumanitarnyh issledovanij. 7, 193-199.

Electronic resources:

- “Kosmos, prostranstvo i vremya” (SSHA) Rezhim dostupa: <https://rezka.ag/series/documentary/1261-kosmos-prostranstvo-i-vremya-2014.html>
- Razvitie nauki v Kazahstane. (2021, dekabr’ 20) Rezhim dostupa: <https://www.youtube.com/watch?v=efyQXupYAXw> .
- Telegram– kanal “Informacionnaya podderzhka vrachej” Rezhim dostupa: @asvkazakhstan,
- “Belka i Strelka” Rezhim dostupa: <https://anchor.fm/belkastrelka>.
- Blog ZHibek ZHoldasovoj. Rezhim dostupa: <https://web.facebook.com/psychoterapevtZholdasova>
- Blog V. Egorova Rezhim dostupa: <https://zelenyikot.com/>
- Blog A. Paevskogo Rezhim dostupa: https://web.facebook.com/alexey.payevskiy?fref=ts&_rdc=1&_rdr
- Blog I. Kabanova. Rezhim dostupa: <http://metkere.com/>
- Blog T. CHernigovskoj. Rezhim dostupa: <https://rideo.tv/chernigovskaya/>
- 10 glavnyh dostizhenij kazahstanskoj nauki za 30 let. (2021, noyabr’ 15) Rezhim dostupa: <https://the-steppe.com/razvitie/10-glavnyh-dostizheniy-kazahstanskoy-nauki-za-30-let>.
- Kak pandemiya COVID-19 izmenila SMI i chto budet dal’she. (2020. maj 5) Rezhim dostupa: <https://kz.kursiv.media/2020-05-20/kak-pandemiya-covid-19-izmenila-smi-i-chto-budet-dalshe/>