

## ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ: КОМПЕТЕНЦИИ НАУЧНЫХ ЖУРНАЛИСТОВ

Б. П. Пастухова

*Академия Медиаиндустрии*

Поступила в редакцию 9 апреля 2017 г.

**Аннотация:** в настоящей статье речь идет о переосмыслении компетенций журналистов, специализирующихся на популяризации науки. Эволюция СМИ ставит новые вызовы перед подготовкой научных журналистов.

**Ключевые слова:** научная журналистика, популяризация науки, проблемы научной журналистики, компетенции.

**Abstract:** in this article is talking about reconsidering of competencies of journalists specialized on popularization of science. Evolution of mass media raises new challenges for science journalists' education.

**Keywords:** science journalism, popularization of science, scientific journalism problems, competencies.

В 2014 году Министерство образования и науки РФ учредило премию в области популяризации научных достижений — «За верность науке».

В октябре 2016 г. при поддержке Министерства образования и науки вышел информационный бюллетень «Коммерсантъ Наука» с приветственным словом министра О. Ю. Васильевой. Она отмечает, что «Министерство образования и науки Российской Федерации инициирует и поддерживает многочисленные мероприятия по популяризации научных знаний, достижений науки и техники, направленные на все целевые аудитории: школьников, студентов, молодежь, которые планируют связать свою жизнь с наукой, и научную общественность. Особую роль в этом деле играет доступное, интересное и масштабное освещение научных достижений».

Одними из ключевых участников популяризации науки наряду с ученым-популяризаторами являются научные журналисты. В течение последних пяти лет регулярно проводятся круглые столы, посвященные проблематике подготовки таких специалистов. 28 июня 2016 года в Совете Федерации ФС РФ состоялся круглый стол: «Роль научной журналистики в ускорении научно-технического развития страны».

Одной из типичных полемика на таких круглых столах является вопрос, может ли журналист, не имеющий специализированного образования, популяризовать науку. Таким образом, раз за разом поднимается вопрос о компетентности и компетенциях научных журналистов.

Важно отметить, что в российской научной теории понятия «компетентность» и «компетенция» долгое время считались синонимами.

Согласно Большому энциклопедическому словарю компетенция «(от лат. *compeo* — добиваюсь; соответствую, подхожу): 1) круг полномочий, предо-

ставленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу; 2) знания, опыт в той или иной области».

Толковый словарь русского языка под редакцией Ожегова С., Шведова Н. дает следующее определение компетенции: «и, ж. (книжн.). 1. Круг вопросов, в которых кто-н. хорошо осведомлен. 2. Круг чьих-н. полномочий, прав. К. суда. Дело не входит в чью-н. компетенцию».

Толковый словарь Ушакова определяет компетентность так: «компетентность, мн. нет, ж. (книжн.). Отвлеч. сущ. к компетентный. Компетентность суждения. || Осведомленность, авторитетность. Компетентность в вопросах политики».

В рамках развития компетентностного подхода в социологических, управленческих и педагогических науках появляется все большая дифференциация и уточнение понятий «компетенция» и «компетентность». Компетентностный подход берет свое начало в XX в., в работах теоретиков менеджмента Ф. Тейлора, Г. Форда, Г. Эмерсона, Э. Мейо.

Сегодня ученые продолжают дискуссию о границах и взаимопроникновении понятий «компетенция» и «компетентность». В российском научном поле данной проблематикой занимаются следующие ученые: А. А. Вербицкий; Э. Ф. Зеер, А. М. Павлова, Э. Э. Сыманюк; В. И. Загвязинский; И. А. Зимняя; Ю. Г. Татур; М. А. Холодная; А. В. Хуторской и др.

Для целей нашего исследования мы будем опираться на следующие определения М. А. Холодной, где «компетенции — это **умение** применять практико-ориентированные знания в бытовых, социальных и профессиональных видах деятельности («знаю, как, где и когда»)… Компетентность — это характеристика индивидуальных интеллектуальных ресурсов, предполагающая высокий **уровень усвоения разных типов знаний**, включая знания в конкретной предметной области, сформирован-

ность определенных **качеств мышления**, мотивацию к данному виду деятельности, готовность принимать решения в соответствующих предметных ситуациях, наличие системы ценностей» [1].

В мировой практике популяризации науки к середине XX в. сложилось два основных подхода, принципиально различных в своей основе. Первый из них зародился во Франции и называется фундаментализмом, или, реже, сайентизмом. Сторонники данного подхода убеждены в необходимости как можно более полного освещения научной информации. Главной проблемой популяризации они полагают сенсационность и погоню за развлекательностью, которая приводит к потере информативности и «вулгаризации» науки. Фундаментализм подразумевает подробность и обстоятельность в освещении научной идеи — и полное отсутствие «занимательности» изложения [2].

Второй подход сформировался в Америке и называется актуализмом. В противоположность фундаментализму, актуализм настаивает на простоте изложения и допускает отказ от части важной научной информации в пользу развлекательности и доступности изложения. Данный подход был обоснован американским физиком Фрэнком Оппенгейером, основателем научного музея «Эксплораториум» в Сан-Франциско. Сторонники этой парадигмы добиваются внимания к популяризуемым вопросам посредством широкого использования иллюстративного материала, сенсационных заголовков и развлекательных подачи текста. Последний подход тесно пересекается с таким явлением современной журналистики как инфотеймент — способ подачи материала, который нацелен как на развлечение, так и на информирование аудитории.

Соответственно, в зависимости от того, в какой парадигме работает научный журналист, ему требуется разный набор компетенций.

Первую попытку сформировать список качеств и правил поведения журналистов сделал М. В. Ломоносов в труде «Рассуждении об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии», еще в 1755 г. В данной работе приводятся семь правил, которым должен руководствоваться журналист:

- взвесить свои силы, так как он затевает трудную и очень сложную работу, в которой должен докладывать об общих местах и вещах, уже известных, а выявлять новое и существенное, в произведениях, создаваемых часто величайшими людьми;
- уметь избавиться от предубеждений и предвзятости к автору, то есть быть объективным;
- разделять описываемые сочинения на две группы: отдельных авторов и написанных учеными сообществами. Здесь Ломоносов

призывает к особенной внимательности журналиста к трактуемому тексту во избежание досадных упущений, небрежности, опрометчивых суждений;

- не спешить осуждать гипотезы, которые могут быть единственным путем постижения истины величайшими умами;
- не присваивать себе мысли и суждения других лиц;
- журналист может опровергать некоторые учения, позиции, но только после досконального изучения вопроса и глубоких рассуждений;
- «никогда не должен создавать себе слишком высокого представления о своем превосходстве, о своей авторитетности, о ценности своих суждений» [3].

Важно, что Ломоносов сформулировал эти правила для журналистов, пишущих о научных исследованиях и открытиях, хотя, безусловно, они универсальны для любой журналистской специализации и в определенной степени остаются актуальны сегодня. Они сформированы по принципу компетенций, а не компетентности. Ломоносов пишет в парадигме действий, а не знаний о предмете.

В связи с активным проникновением Интернет в СМИ и растущего в геометрической прогрессии информационного потока профессиональные компетенции научных журналистов нуждаются в пересмотре.

Грейс Лоусон-Бордерс говорит, что увеличение количества платформ потребления контента потребует дополнительной компетенции от автора, который должен учитывать множественность способов коммуникации с потребителем [4]. Развивая идеи «информационного общества» и основываясь на идеях Дженкинса, Лоусон-Бордерс полагает, что главной компетенцией журналиста, работающего в мультимедийном СМИ, должна быть способность создания контента, в котором изначально заложена возможность адаптации к разным платформам.

В последние десятилетия начали размываться границы между традиционными и новыми медиа (multiskilling – профессия требует множества навыков), между информацией и развлечением (infotainment), журналистикой и обществом (user generated content), источниками и представителями аудитории (demediation), журналистами и издателями (commercialisation). Кроме того, такие социальные изменения, как информатизация, индивидуализация, интенсификация и интернационализация создали новую информационную и коммуникационную структуру, привели к фрагментации аудитории, формированию «непрерывной» культуры (non-stop culture) и глобализованных рынков [5].

Профессор М. В. Загидуллина, перечисляя основные принципы профессионально грамотной попу-

ляризации науки, в ряду наиболее значимых называется «мастерство изложения материала» [6].

Согласно результатам опроса европейских профессионалов из медиа индустрии, которое проводилось на базе Европейской ассоциации преподавателей журналистики (EJTA), наиболее востребованными в последующие десять лет оказались следующие компетенции:

1. Умение выявлять главную информацию.
2. Нести ответственность за журналистскую работу.
3. Работать в команде.

Это три компетенции, которые получили меньше всего баллов:

1. Понимать социальную роль журналистики и происходящие в ней изменения.
2. Излагать информацию, используя соответствующий язык и эффективную журналистскую форму.
3. Работать в профессиональных медиа организациях [7].

В течение последних пяти лет в ведущих университетах на факультетах журналистики появляются кафедры, открываются направления в магистратуре, ключевой целью которых является выпуск журналистов — популяризаторов науки. В МГУ им. М. В. Ломоносова появилась магистерская программа «Научная журналистика и коммуникация» на базе факультета журналистики. Научно-популярный журнал «Кот Шрёдингера», журнал «Русский репортёр» и факультет коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ открыли Школу научной журналистики, которая предполагает как короткие интенсивные курсы, так и открытые лекции в формате вебинаров.

Важно, чтобы при прохождении обучения по направлению «Научная журналистика» в ведущих

вузах и иных образовательных организациях у студентов формировались эффективные компетенции, применимые в сегодняшних реалиях массовых медиа.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Расширенный текст доклада профессора М. А. Холодной на IV Всероссийском съезде психологов образования России «Психология и современное российское образование» [Электронный ресурс]. — URL: [http://ipras.ru/cntnt/rus/novosti/rus\\_news1/n2742.html](http://ipras.ru/cntnt/rus/novosti/rus_news1/n2742.html)
2. Лапина И. Ю. Научно-популярное телевидение : драматургия мысли / И. Ю. Лапина. — М. : Аспект-Пресс, 2007.
3. Ломоносов М. В. Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии / М. В. Ломоносов. — 1755.
4. Lawson-Borders, Gracie L. Media organizations and convergence : case studies of media convergence pioneers. Routledge, 2006.
5. Нико Дрок. «Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании» / Нико Дрок // Mediascope. — Вып. № 3. — 5 авг. — 2011 г.
6. Загидуллина М. В. Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста / М. В. Загидуллина // Современная журналистика : дискурс профессиональной культуры / [под ред. В. Ф. Олешко]. — Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, Издательский Дом «Филантроп», 2005.
7. EJTA/IAM (2010). The weighting of different journalistic competences. Research report by Carmen Koch and Vinzenz Wyss, in cooperation with Nico Drok. Maastricht/Winterthur: European Journalism Training Association/Institut für Angewandte Medienwissenschaft.

*Академия Медиаиндустрии, г. Москва*  
Пастухова Б. П., аспирант  
E-mail: [france.bella@gmail.com](mailto:france.bella@gmail.com)

*Media Industry Academy, Moscow*  
Pastukhova B. P., Postgraduate Student  
E-mail: [france.bella@gmail.com](mailto:france.bella@gmail.com)