ЗАРУБЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

О.М. Овчинникова, аспирантка кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: ovchol@mail.ru

ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ЖУРНАЛОВ В ИТАЛИИ

В статье рассматривается становление сегмента научно-популярных журналов в Италии. Приводится периодизация эволюции данного сектора, выделяются его основные специфические черты и тенденции.

Ключевые слова: *популяризация науки, СМИ Италии, журнал.*

Formation of the Italian popular science magazines segment is considered in the paper. Periodization of its evolution is given and its main special features and tendencies are marked out.

Key words: *science popularization, Italian mass-media, magazine.*

Популяризация науки в Европе: краткий исторический экскурс

Популяризация как публичное распространение научных знаний зародилась в Европе в XIII—XIV вв. и изначально основывалась на переводе латинских энциклопедий [Панков, 1973, с. 5—6]. В дальнейшем эти книги, вместе с работами ученых, излагающих результаты своих изысканий, положили начало развитию научно-популярной литературы. При этом данный вид популяризации можно назвать в некоторой мере «элитарным», так как изначально он был адресован очень узкому кругу читателей.

Более массовая популяризация началась чуть позже. В XV—XVI вв., когда с расширением технической деятельности, родились новые профессии и, как следствие, — социальные группы. Их представители не имели возможности получить необходимые для работы знания в учебных заведениях и поэтому должны были осваивать их самостоятельно [Парафонова, 2008, с. 10]. Такая потребность привела к появлению литературы учебно-прикладного назначения — одного из видов научно-популярной литературы. Огромную роль в развитии популяризации сыграло появление в Европе 1440-х гг. печатного станка с подвижными литерами и последующее распространение книгопечатания.

В XVII в. наука вступила в новую фазу развития, которая впоследствии была названа периодом классической науки. Ускорение научного познания сопровождалось активной институционализацией этой сферы. Появились первые научные общества и академии наук национального уровня (в 1603 г. — в Италии, 1662 г. — в Англии, 1666 г. — во Франции, 1700 г. — в Германии). Вместе с ними появилась и новая «площадка» для взаимодействия между учеными — научные журналы. Первый из них, «Философские труды» (Philosofical Transactions), стал издаваться с 1665 г. Лондонским королевским обществом. Журнал рассказывал об открытиях, изобретениях и природных явлениях; помимо этого в нем можно было встретить путевые заметки из экспедиций и интервью с учеными и заметными фигурами той эпохи. В других европейских странах академии наук стали выпускать подобные журналы в следующие десятилетия, превратившись таким образом к началу XVIII в. в центры распространения научных знаний [Russo, Santoni, 2010, p. 210]. Помимо развития печатных технологий этому способствовало и то, что в изданиях использовался «универсальный» язык научного мира — латынь [Apollonio, 2002, p. 12]. Ключевые труды, опубликованные в различных странах, переводились на этот язык и таким образом попадали в своего рода единое культурное пространство.

Параллельно набирало обороты развитие альманахов. Изначально распространявшие астрологические знания, позже они обратились к астрономии, а в XVII в. превратились в небольшие книжки с новостями из различных областей знаний.

Формирование классической науки проходило на фоне одного из ключевых периодов в развитии европейской культуры — эпохи Просвещения. Новым явлением, ознаменовавшим это время, стали энциклопедии, которые позже заняли важное место в популяризации науки. Одним из символов Просвещения стала «Энциклопедия, или толковый словарь наук, искусств и ремесел». Изданием словаря занимался Дидро, а свой вклад в его создание внесли 150 видных ученых и мыслителей той эпохи, среди которых Вольтер, Монтескьё, Кондильяк, Руссо, д'Аламбер, Бюффон, Гольбах и другие. Первый том энциклопедии вышел в 1751 г., а на издание всего монументального труда, насчитывающего 28 томов, потребовалось 25 лет [ibid., p. 13].

«Энциклопедия...» задумывалась как перевод на французский другого знаменитого издания, «Циклопедии, или универсального словаря наук и искусств» Э. Чемберза (оно вышло в 1728 г. в Англии). В одном ряду с трудами Дидро и Чемберза стоят «Лексикон Техникум» Джона Харриса, Энциклопедия Британника и другие. Эти книги воплотили одну из центральных идей философии Просвещения — широкого распространения научных знаний и необходимости изучения естественных наук. Во многом благодаря укреплению таких представлений в общественном сознании

в XVII—XVIII вв. стало возможным появление и развитие популяризации науки.

В эпоху Просвещения появились и первые относительно регулярные газетные сообщения о новинках и текущих событиях в науке, а также об их применении в промышленности, сельском хозяйстве, общественной жизни и в быту. В качестве первого издания, разместившего на своих страницах тексты научной тематики, ряд исследователей называет «Газетт де Франс» («Gazzette de France») Теофраста Ренодо [Muerza, 2004, p. 37]. Наряду с газетами и альманахами научную информацию распространяли и такие периодические издания, как разнообразные листки новостей и рекламные листовки [Battifoglia, 2004, p. 2].

Как устойчивое и относительно массовое явление популяризация науки стала формироваться только во второй половине XIX столетия — в период промышленной революции, всемирных выставок и утверждения веры в научно-технический прогресс как залог социального и общечеловеческого прогресса [Ricci, 2009, p. 7]. Информация о научных открытиях стала все чаще покидать пределы академического сообщества, превращаясь во всеобщее достояние. Появилась и соответствующая аудитория, интересующаяся применением этих открытий на практике, постоянно повышающая уровень своих знаний. Немалую роль в ее формировании сыграли и родившиеся в те годы первые научно-популярные журналы, например, такие заметные в будущем, как английский «Нэйчер» (Nature) (1869 г.), «Сайентифик Американ» (Scientific American) (1845 г.) и «Нэйшнл Джиогрэфик» (National Geographic) (1888 г.) в США, ставшие новым полюсом науки и ее популяризации. В Италии в это время появился журнал «Шиенца пер тутти» (Scienza per tutti «Наука для всех») (1877 г.), который будет выходить на протяжении 66 лет, став одним из долгожителей в секторе научно-популярных журналов в этой стране.

В XIX столетии продвижение науки приобрело масштабный характер, что привело к появлению специальных организаций. Первой среди них стала Британская ассоциация содействия развитию науки (British association for advancement of science) (1831 г.), а затем по ее образцу была создана Американская ассоциация содействия развитию науки (American association for advancement of science) (1848 г.) и схожие организации в других странах.

В XX в. вместе с общим увеличением тиражей печатных СМИ и стремительным развитием науки и техники распространились и научно-популярные издания. Со временем они прочно укоренились в европейской системе СМИ и стали заметной его частью. Вместе с этим сформировалось сообщество журналистов и ученых, занятых в этой сфере.

Эволюция научно-популярных журналов в Италии

Традиции популяризации науки в Италии уходят в глубь веков. Сочинения ряда древнеримских авторов, например Лукреция («О природе») и Колумеллы («О сельском хозяйстве»), имели научный характер и были направлены на объяснение природных явлений. Однако первые попытки изложить научные проблемы именно широкой аудитории были предприняты лишь в начале XVII в. Галилео Галилеем. Среди его работ такого рода наибольшую известность приобрели сочинения «Звездный вестник» (1610) и «Диалог о двух главнейших системах мира — птолемеевой и коперниковой» (1632). Отметим, что в XVI—XVII вв. в Италии появились первые центры распространения научных знаний и культуры: Академия Секреторум Натурай (1560) в Неаполе, Национальная академия деи Линчеи (1603) в Риме, выполняющая роль итальянской академии наук и по сей день, и Академия дель Чименто (1657) во Флоренции [Soares de Veras Júnior, 2005, p. 98]. Как и подобные общества в других странах, итальянские академии официально, посредством статутов, декларировали популяризацию науки в качестве одной из основных своих целей.

Параллельно с развитием и институализацией науки в XVII в. в Италии закладывались основы печатной прессы. «В ходе этого процесса начали вырисовываться контуры различных типов изданий: газет, ведущих начало от многообразных листков новостей, и журналов литературно-научного характера, восходящих к французскому «Журналь де саван» (Les Journal des sçavants)» [Урина, 2010, с. 168]. В этом издании публиковали свои труды, в частности, ученые и врачи — члены французской Королевской академии наук. Секретарь Академии Бернар ле Бувье де Фонтанель, автор книги «Беседы о множественности миров» (Entretiens sur la pluralitè des mondes), считается основоположником популяризации науки во Франции; в своих работах он использовал «яркие и точные выразительные средства, выходившие за рамки нарочито интеллектуализированного и зачастую абстрактного языка того времени» [Apollonio, 2002, p. 12]. Для Фонтанелля популяризовать науку означало «перерабатывать материал так, чтобы он был не очень сложным для профанов и не слишком поверхностным для ученых» [ibid., p. 12].

В эпоху Просвещения ведущими центрами нового философского движения в Италии стали Милан, Венеция и Неаполь. Основные дискуссии разворачивались в научных и литературных журналах, среди которых выделяются «Джорнале дей леттерати» («Giornale dei letterati», 1710 г.), «Фруста леттерария» («Frusta letteraria», 1763 г.) и «Иль Каффе» («Il Caffè», 1764 г.). Издания были вдохновлены

журналистскими образцами Франции и Англии [Урина, 2010, с. 169]. Не осталась Италия в стороне и от «энциклопедического» движения. Так, знаменитая «Циклопедия» Э. Чемберза вышла на итальянском языке в 1749 г. в Венеции, а еще раньше в 1701—1707 гг. францисканский монах Винценцо Коронелли предпринял попытку создать оригинальную итальянскую энциклопедию под названием «Библиотека Универсале Сакро-Профана» («Biblioteca Universale Sacro-Profana»), которая должна была стать одной из первых непереводных европейских энциклопедий с алфавитной классификацией [Fuchs, 1991, p. 214]. Однако из 45 томов издания свет увидели лишь 7.

Одним из первых периодических изданий, ориентированных на научную тематику, стал альманах «Библиотека физика д'Эуропа» (Biblioteca fisica d'Europa), впервые выпущенный в 1788 г. в Милане врачом, химиком и натуралистом Луиджи Валентино Бруньятелли. Издание ориентировалось на французские научные журналы той эпохи и стремилось познакомить итальянцев с наиболее заметными работами зарубежных ученых. Отметим, что французская — как и английская — популяризация оказала большое влияние на развитие этой сферы в Италии. Во-первых, это произошло из-за традиционной ориентации итальянской медиасистемы на образцы, сформировавшиеся у северных соседей. Во-вторых, научная коммуникация в Англии и Франции начала формироваться существенно раньше, чем в Италии, и к XVIII в. в этих странах уже был накоплен некоторый «популяризаторский» опыт, на который и смогли опереться итальянцы.

Интерес Бруньятелли к различным областям натурфилософии и его стремление продемонстрировать прогресс в естественных науках привели издателя к созданию еще одного периодического издания научно-популярной направленности, «Джорнале ди физика, кимика э сториа натурале» (Giornale di fisica, chimica e storia naturale) в 1808 г. Просуществовав 10 лет, альманах пользовался большой для своего времени популярностью: тираж многих его выпусков достигал 500 копий.

В то же время интерес к популяризации науки стал пробуждаться и в южной Италии. Молодой врач и фабрикант Винченцо Коми из города Терамо в 1792 г. основал журнал «Коммерчо шиентифико д'Эуропа кон иль Реньо делле Дуэ Сичилиэ» (Commercio scientifico d'Europa con il Regno delle Due Sicilie), который стал выходить раз в два месяца. Как и издания Бруньятелли, южноитальянский журнал был обращен к образованной аудитории и рассказывал в относительно доступной форме о текущих событиях и достижениях в различных научных дисциплинах.

По примеру журнала «Библиотека физика д'Эуропа» главным источником информации для издания Коми была переписка издателя со множеством европейских ученых, среди которых были Антуан Лавуазье, Эразм Дарвин и Луиджи Гальвани, члены Королевского общества и научных академий по всей Европе [Battifoglia, 2004, p. 3]. В обоих журналах научные статьи и отчеты пересказывались упрощенным языком и снабжались комментариями. Так, наиболее интересные аспекты научных работ концентрировались и затем распространялись за пределами академической среды, обеспечивая ей коммуникацию с более широкими слоями образованных людей, с учеными-любителями и с предпринимателями, которые участвовали в промышленной жизни страны и имели возможность применить передовые идеи ученых на практике. Однако аудитория была недостаточно широка для развития журнала и из-за финансовых трудностей, несмотря на все усилия Коми (специально для «Коммерчо...» он даже открыл в Терамо типографию), издание было закрыто вскоре после основания, в 1793 г.

Другие научно-популярные журналы, выходившие на юге Италии и на островах в конце XVIII и в начале XIX в., также имели недолгую историю. В качестве примеров можно назвать «Ло Спеккьо делле Шиенце» (Lo Specchio delle Scienze), выходивший в Палермо (Сицилия) в 1814 г., и «Компилаторе делле коньицьони утили» (Compilatore delle cognizioni utili), издававшийся в Кальяри (Сардиния) с 1835 по 1839 г.

Настоящий расцвет популяризации науки наступил в Италии после объединения страны в 1861 г. По сути, именно в это время оформляется понятие популяризации науки в привычном для нас виде. До конца XIX в. на рынке появилось 28 новых журналов, посвященных ей. Это число составляет почти треть всех научно-популярных журналов, выходивших в Италии на протяжении более чем двух веков. Кроме того, в течение трех десятилетий доля издаваемых научно-популярных изданий превышала тираж литературы любого другого жанра; это явление не имеет аналогов в истории Италии. Небывалый подъем научно-популярного сектора скорее всего объясняется активизацией самой науки. Множество открытий и новых теорий, стремительный технологический прогресс наряду с усилением идей позитивизма заставили общество по-новому взглянуть на науку, вызвав ранее невиданный интерес к изданиям этой направленности. Этот процесс шел на фоне общего роста печати, которому способствовало обострение политической борьбы (известна особая политизированность итальянских СМИ), расширение электората, процесс урбанизации и улучшение коммуникаций [Урина, 2010, с. 170].

Большую роль в научном подъеме сыграли и новые, а также модифицированные старые механизмы координации работы и взаимодействия ученых, появившиеся после объединения Италии. Прерванные в 1848 г. ежегодные Собрания итальянских ученых были возобновлены в 1862 г. В ходе заседания тогда было восстановлено Итальянское общество содействия прогрессу науки (Società Italiana per il Progresso delle Scienze), призванное сделать Собрания регулярными и постоянными. В 1874 г. Национальная академия деи Линчеи приобрела особый статус, превратившись в Национальную королевскую академию деи Линчеи. В следующем году укрепила свои позиции и Национальная академия наук («Академия Сорока», получившая такое название по количеству членов), переехав из Модены в Рим. В этих организациях концентрировалась значительная часть государственного финансирования, нередко в убыток множеству небольших академий в регионах [Russo, Santoni, 2010, p. 347].

Хотя выше мы сказали о формировании полноценного сектора научно-популярных СМИ во второй половине XIX в., отметим, что этот процесс был довольно ограничен. Повсеместное распространение научных знаний после объединения Италии было невозможно по ряду социально-исторических причин. Аграрная, истощенная войнами страна, с низким уровнем жизни, в социально-культурном плане явно отставшая от других европейских стран [ibid., p. 347], была просто не в состоянии уделять большое внимание просвещению. Это было сопряжено и с высоким уровнем неграмотности: по данным на 1901 г., доля неграмотного населения составляла почти 49% [Murialdi, 1996, p. 89]. Тем не менее именно в это время тиражи научно-популярных журналов вышли на новый уровень, а аудитория, прежде состоявшая из узкого круга ученых и наиболее образованных буржуа, пополнилась представителями средней и мелкой буржуазии. Таким образом, несмотря на трудности, к началу XX в. сектор научно-популярных изданий в Италии «встал на ноги», обретя свое место в национальной медиасистеме.

К этому времени наметилась и одна из существенных черт, свойственных популяризации науки в Италии. Хотя в самом начале ее истории многие журналы этой тематики появлялись на юге страны, во второй половине XIX в. центром научной коммуникации Италии определенно стал север, где выпускались 15 из появившихся в тот период альманахов; в центральной части Италии выходили девять научно-популярных журналов, а на юге — лишь четыре издания. Такое распределение ввело научно-популярный сектор Италии в русло, общее для системы СМИ этой страны, — исторически сложившейся несбалансированности между Севером и Югом.

Помимо упомянутого «долгожителя» итальянской популяризации науки «Шиенца пер тутти» наиболее значительными журналами, появившимися в 1860—1890-х гг., были «Ла Шиенца а дьечи чентезими» (La Scienza a dieci centesimi, «Наука за 10 чентезимо» 1864—1865 гг.), «Ла Шиенца ин фамилья» (La Scienza in famiglia, «Наука в семье» 1862 г.), «Кроникетта менсуале делле пью импортанти модерне скоперте нелле шиенце натурали е ле лоро аппликацьони» (Cronichetta mensuale delle più importanti modern scoperte nelle scienze naturali e le loro applicazioni, «Ежемесячная хроника самых значительных современных открытий в естественных науках и их применения» 1867—1884 гг.), «Ривиста шиентифико-индустриале» (Rivista scientifico-industriale, «Научно-промышленный журнал» 1869—1909 гг.) и «Иль Прогрессо» (Il Progresso 1873—1902 гг.).

Некоторые из них, например «Ривиста шиентифико-индустриале» и «Иль Прогрессо», сосредоточили основное внимание на применении научных результатов в промышленности и стремились держать читателей в курсе последних событий в этой сфере, публикуя большое количество новостных заметок, часто переводных [Battifoglia, 2004, p. 4]. Наукоемкие нововведения в это время появлялись с невиданной прежде скоростью. Внедрение паровых машин и электричества в промышленность и быт, изобретение принципиально новых средств связи и транспорта кардинально изменило мир.

Грандиозные сдвиги в начале XX в. происходили и в самой науке. Зарождение квантовой теории, исследований в области термодинамики и генетики и другие революционные научные шаги не только перевернули представление людей о мире, но и укрепили интерес к науке и веру в нее. Этот процесс шел параллельно с увеличением тиражей СМИ и повышением уровня грамотности, и, вероятно, поэтому в начале XX в. научно-популярный сектор вышел на поистине массовый уровень. По мнению некоторых исследователей, в этот период научное сообщество в Италии играло самую активную социальную и культурную роль за всю свою историю [Russo, Santoni, 2010, p. 366].

Подъем в начале столетия был прерван Первой мировой войной. Из итальянских научно-популярных изданий наиболее безболезненно этот тяжелый период пережил журнал «Шиенца пер тутти». Восстановление сектора произошло в 1920-х гг. Пришедшие к власти фашисты поддерживали науку как одну из форм культуры, ценность которой постулировалась в новой идеологии; огромную роль при этом играл пропагандистский фактор. Этот процесс шел на фоне укрепления науки и в других странах. Именно в 1920-е гг. вопрос о распределении общественных средств на нужды научного

сообщества был поднят на международном уровне. В начале десятилетия был основан Международный научный совет, призванный координировать работу Национальных Советов в Европе. В результате всплеска внимания к науке и в Италии появился ряд новых изданий, среди них: в 1924 г. — «Шиенца э тэкника пратика» (Scienza e tecnica pratica, «Прикладная наука и техника»), в 1928 г. — «Натура» (Natura, «Природа»), спустя год — «Шиенца э вита» (Scienza e vita, «Наука и жизнь»), в 1934 г. — «Мондо д'оджи» (Mondo d'oggi, «Мир сегодня»), в 1937 г. — «Сапере» (Sapere, «Знание») и «Иль Джорнале делле Меравилье» (Il giornale delle Meraviglie, «Журнал чудес»), через год — «Индженьи э кондженьи» (Ingegni e congegni, «Механизмы и устройства»).

Очевидно, что Вторая мировая война была периодом больших лишений для итальянского общества, что не могло не отразиться на судьбе науки и ее популяризации. Многие издания (например, «Индженьи э кондженьи», «Шиенца пер тутти», «Ривиста дель фреддо») были закрыты на время войны, и, как стало понятно позже, часть из них — уже навсегда. Однако период войны был отмечен рождением «большой науки»: появлялись сложные и амбициозные исследовательские проекты, которые требовали значительного финансирования, а также международного сотрудничества. Процесс глубокой трансформации науки, происходивший в 1940-х и 1950-х гг., не сразу нашел отражение в Италии [Capecchi, Livolsi, 1971, p. 190]. Более того, в послевоенные годы из-за тяжелой экономической ситуации в стране наука находилась в тяжелом положении: за пять лет, прошедшие с окончания войны, фонды Национального научного совета были урезаны в пять раз по сравнению с суммами, выделенными в 1939 г. Многие ученые (в их числе — будущие Нобелевские лауреаты Энрико Ферми и Эмилио Сегре) эмигрировали из страны до и во время войны. На распутье находилась и вся итальянская система науки: британская и французская модели, на которые она ориентировалась, сами оказались несколько в стороне от стремительно менявшегося устройства научного мира. «Большая наука» требовала грандиозных человеческих ресурсов и бюджетов [Russo, Santoni, 2010, p. 415].

Тем не менее популяризация науки после войны переживала плодотворный этап. Вновь сыграло свою роль соединение двух факторов: активизация интереса к науке и общий подъем прессы (за один только 1945 г. в Италии появилось 101 новое издание [Forno, 2012, p. 146]). За несколько лет родилась целая плеяда научно-популярных журналов. В 1946 г. стали издаваться «Шиенца пополаре» (Scienza popolare, «Популярная наука»), «Натура э вита» (Natura e vita, «Природа и жизнь»), «Историа натуралис» (Istoria naturalis) и «Шиенца э лаворо» (Scienza e lavoro, «Наука и труд»).

Спустя три года появились «Селеционе шиентифика» (Selezione scientifica, «Научный отбор»), «Шиенца э мекканика пополаре» (Scienza e meccanica popolare, «Популярная механика и наука»), возрожденный журнал «Шиенца э вита» (Scienza e vita), «Шиенца иллюстрата» (Scienza illustrata, «Иллюстрированная наука») и «Л'иллюстрационе шиентифика» (L'illustrazione scientifica, «Научное освещение»).

В общей сложности только треть этих журналов просуществовала больше десяти лет. Возможно, это вызвано тем, что появление «новичков» совпало не только с послевоенным временем, но и с переходным, даже переломным, этапом в развитии науки и ее популяризации, и не все из них смогли освоиться в новых условиях.

Речь идет в первую очередь о глобальных преобразованиях в науке, ее экономических механизмах и восприятии ее обществом. Наука, значительно развиваясь в прикладном аспекте, попадала под все большее воздействие государства, если не монополизировалась им (достаточно вспомнить судьбу науки в СССР), а ученый оказался «зажат» сначала в жесткие идеологические, а позднее, во второй половине века, — в экономические рамки.

Вслед за наукой во власти новых тенденций оказались и научно-популярные журналы. Основная идея популяризации, устоявшаяся в эпоху Просвещения, заключалась в пропаганде знаний для повышения общего культурного уровня и во имя общечеловеческого прогресса в целом, а доходы издания получали непосредственно от распространения номеров. Как отмечают итальянские медиаисследователи, фундаментом простой экономической схемы, действовавшей ранее, были «основанные на доверии отношения между издателями, редакциями и читателями — отношения прозрачные и свободные от внешнего давления, при которых реклама имела сравнительно небольшое значение и не оказывала влияния на редакционную политику» [Saltari, 2009, p. 24]. С конца 1960-х гг., когда в самой науке все больше начали обозначаться черты бизнеса, экономическая модель научно-популярных журналов изменилась коренным образом. Реклама стала ключевым элементом, небольшие рекламные площади сменились целыми страницами и разворотами. Внимание издателей переместилось от интересов науки как определяющей «идеологической» черты к интересам коммерческим [ibid., p. 24].

Серьезно изменился и сам механизм издания научных и научно-популярных журналов. Если раньше ключевую роль в нем играли научные академии и ассоциации, то теперь им на смену пришли коммерческие издательства, что повлекло за собой не только преобразование научно-популярного сектора, но и резкий скачок цен на журналы [Valente, 2002, p. 28].

В 1960-е гг. наука переживала очередной взлет. Итальянцы вырвались вперед благодаря успехам не только отдельных ученых, но и целых организаций. Национальный институт ядерной физики, Высший институт здравоохранения, Национальный комитет по ядерной энергии, Международная лаборатория генетики и биофизики вышли в мировую «высшую лигу» научных организаций. Крупные компании (Оливетти, Монтекатини, ЭНИ) в этот период завязали плодотворное сотрудничество с академическим миром. Хотя финансирование науки оставалось небольшим (по сравнению с аналогичными расходами в сверхдержавах и даже в таких странах, как Франция и Великобритания), в период «экономического чуда» она вышла на новый уровень развития.

Огромный интерес к науке в этот период отразился в прессе «общего интереса», обычно уделявшей научной тематике не так много внимания. С начала 1960-х гг. крупнейшие ежедневные газеты — «Коррьере делла Сера» (Corriere della Sera), «Иль Джорно» (Il Giorno), «Ла Стампа» (La Stampa) — решили посвящать новостям науки и близких к ней областей (экологии, энергетики, медицины и т.д.) целую полосу еженедельно. Их примеру последовали в дальнейшем и другие весомые издания: «Мессаджеро» (Il Messaggero), «Темпо» (Il Tempo), «Джорнале» (Il Giornale), «Репубблика» (La Repubblica), «Маттино» (Il Mattino) и другие; в газете «Унита» (L'Unità) объем научного раздела достигал шести страниц. Очень часто новости науки удостаивались первой полосы, а также занимали существенное место в различных рубриках: экономической, общественно-политической, международной и прочих. В газетах появились и отдельные «научные» вкладки и приложения. Активное участие в создании материалов принимали именитые ученые (в том числе Нобелевские лауреаты), работавшие в различных дисциплинах. Их академический авторитет и компетентность помогали заинтересовывать все более широкие круги читателей [Apollonio, 2002, p. 107].

Феномен популяризации науки в ежедневной прессе имел значение не только в социально-культурной плоскости, как процесс внедрения научных знаний в итальянскую повседневность. Он оказал влияние и на саму науку.

Джанкарло Мазини, один из пионеров научной журналистики в Италии, основатель и президент Союза научных журналистов Италии, пишет: «Первые полосы "Коррьере делла Сера", посвященные науке, быстро превратились в завидный форум научной культуры для всех. На этих страницах (впервые в истории нашей страны!) прочно обосновалась "беседа" между квалифицированными представителями научного сообщества и читательской аудиторией» [Jacobelli, 1997, p. 126].

Сектор научно-популярных журналов в 1960-х годах, естественно, также переживал внушительный подъем. Возобновился выход журнала «Сапере» (Sapere) (1967 г.), появилась итальянская версия американского «Сайентифик Американ» — «Ле Шиенце» (Le Scienze, «Науки»), которая впоследствии станет одним из наиболее известных и авторитетных научно-популярных изданий в Италии.

С наступлением эпохи телевидения печатные СМИ, не желая уходить на второй план, стали стремительно искать новые методы и идеи, которые помогли бы им в конкурентной борьбе за аудиторию. В частности, изменялся язык печати, стало разнообразнее ее тематическое наполнение; пресса «общего интереса» в освещении новостей стремилась охватить нюансы, которые телевидение в силу своей специфики упускало из виду [Forno, 2012, p. 169]. На этом фоне новыми красками заиграли еженедельные и специализированные журналы, предлагавшие читателям информацию на самые разнообразные темы. Новым периодом расцвета научно-популярных журналов стал конец 1970-х — начало 1980-х гг., когда появились такие издания, как «Омни» (Omni) (1978 г.), возрожденное «Шиенца э вита» (Scienza e vita), получившее название «Шиенца э вита нуова» (Scienza e vita nuova, «Новая наука и жизнь») (1979 г.), «Л'Астрономиа» (L'astronomia) (1979 г.), возрожденное в 1980 г. «Ла шиенца ин фамилья» (La scienza in famiglia), «Аироне» (Airone, «Цапля») (1981 г.), «Шиенца'82» (Scienza'82) (появившись в 1982 г., в дальнейшем журнал каждый год менял название: «Шиенца'83, 84, 85» и так далее, вплоть до утверждения окончательного варианта «Шиенца 2000» в начале нового тысячелетия).

В столь «золотой» для популяризации науки период в Италии появились 13 журналов. Эта тенденция была усилена законом об издательском деле, который обеспечил финансовую поддержку сектору периодики. В период экономического процветания научную журналистику активно поддерживали компании, работавшие в сфере науки и технологий. Этот процесс влиял на редакционную политику журналов и стал частью описанной выше смены экономической модели научно-популярных изданий.

Вторая половина 1980-х гг. характеризуется очередным спадом количества научно-популярных журналов. Одной из его причин, вероятно, стало интенсивное развитие телевидения, окончательно превратившегося в главный источник информации для итальянцев и потеснивший печатные СМИ. Кстати, в новой реальности популяризация науки быстро нашла свое место. Появился ряд телепередач («Суперкварк» (Superquark), «Гайя» (Gaia), «Улисс» (Ulisse), «Маккина дель Темпо» (Macchina del tempo)), а одна из них, «Кварк» (Quark), и вовсе стала своего рода рекордсменом, еженедельно собирая у экранов до 7—8 миллионов зрителей.

1990-е гг. были отмечены появлением ряда новых изданий, самыми заметными из которых стали «Фокус» (Focus) (1992 г.), «Ньютон» (Newton) (1997 г.) и «Нейшнл Джиогрэфик Италия» (National Geographic Italia) (1998 г.).

Многие из «новичков» (например, два из трех упомянутых журналов) — детища крупных зарубежных медиаконцернов. Вероятно, именно с приходом аналогов иностранных изданий на итальянский рынок связана тенденция унификации контента и способов подачи информации, столь заметная в сегодняшних научно-популярных журналах. При этом, судя по стабильному успеху, которым пользуются эти издания на протяжении более чем двух десятилетий, удачно выработанная и «испытанная» в других странах модель научно-популярного журнала нашла признание и у итальянских читателей. Однако не исключено, что такой успех стал возможен отчасти и из-за отсутствия сильных «итальянских» журналов-конкурентов в этом секторе. В любом случае успех новых изданий стал «значительным событием для страдающего от удушья издательского бизнеса Италии» [Agostini, 2012, p. 121]. Так, первый номер итальянской версии «Нейшнл Джиогрэфик» был распродан тиражом 300 тыс. экземпляров.

Начало нового тысячелетия охарактеризовалось появлением плеяды научно-популярных журналов, являющихся своего рода бумажными аналогами одноименных телепередач («Маккина дель Темпо» (Macchina del Tempo), «Кварк» (Quark), «Эксплора» (Explora)). Большинство из них просуществовали недолго: выбранная издателями стратегия «переноса» успешных телепроектов на страницы журналов не нашла отклика у читателей и, что, возможно, еще важнее в современных условиях, у рекламодателей. Таким образом, и этим журналам не удалось избежать феномена краткосрочности, который всегда сопровождал научно-популярную периодику Италии.

Оценить современное положение научно-популярных изданий на итальянском журнальном рынке нам поможет сравнение показателей распространения журналов различной тематики. По данным исследования «Оценка распространения печати» (Accertamento Diffusione Stampa), проведенного Центром изучения социальных инвестиций (Centro Studi Investimenti Sociali), в 2007—2009 гг. рост демонстрировали журналы немногих тематик: кулинарные (+5,9%), информационно-аналитические (+3,8%) и, больше всего, мужские (+51,5%) и специализированные (+29,6%) издания. В остальных случаях среди наиболее распространенных изданий больше всего снизилось число экземпляров женских (–10%), автомобильных (–5,1%), архитектурных и дизайнерских (–9,6%), туристических (–12,0%) и, наконец, научно-популярных (–11,8) изданий[1]. Таким образом, в аспекте динамики (а точнее, регресса) распространения интересующий нас сектор разделяет судьбу остальных ежемесячных журналов.

Что касается доли рынка периодики, занимаемой научно-популярными (вкупе с экологическими) журналами, то она составляет 6%. Цифра на первый взгляд не очень большая, однако, возможно, из-за высокой степени тематической дифференциации журнальной периодики, с таким показателем научно-популярные журналы оказываются на шестом месте из 21 возможного, пропуская вперед автомобильные (17,9%), женские (15,4%), архитектурные (10,9%), кулинарные (7,2%) и туристические (6,2%) издания (последние, заметим, часто тесно примыкают к исследуемым журналам).

Интересно, что хотя научно-популярный сегмент составляет не самую заметную долю в системе печатных СМИ Италии в целом, один из его представителей — «Фокус» — в 2000-х стабильно занимал и продолжает занимать одно из ведущих мест по распространению среди всех ежемесячных журналов. Несмотря на трудное положение, в котором находится итальянская наука на исходе первого десятилетия XXI в. [Catteneo, Corbellini, 2011, p. 20], интерес к научному знанию со стороны итальянского общества сохраняется.

Подведем некоторые итоги. Корни популяризации науки в Италии уходят в глубь веков, однако, как и в других странах Европы, в качестве отдельного жанра литературы, а позже — журналистики, она стала формироваться в XVII—XVIII вв. Это время ознаменовалось появлением энциклопедий, развитием альманахов, укреплением литературно-научных журналов.

Как об устойчивом и массовом явлении научно-популярные журналы в Италии заявили о себе лишь во второй половине XIX в. Этот подъем был связан с активной издательской деятельностью, развернувшейся после объединения страны в 1861 г. Именно тогда произошло становление сектора научно-популярных изданий и он обрел свое место в итальянской медиасистеме.

К тому времени оформилась одна из главных особенностей популяризации науки в Италии: центр научный коммуникации отчетливо сместился на север полуострова. Эта черта роднит популяризацию науки со всей системой массовой информации в этой стране, которой исторически свойственна несбалансированность между Севером и Югом. Кроме того, как и медиасистема Италии в целом, научно-популярные издания развивались под сильным влиянием зарубежных образцов, прежде всего английских и французских.

[1] La Stampa in Italia 2008–2010. Roma, 2010. P. 31.

В XX в. сегмент научно-популярных журналов окончательно сформировался как часть итальянской системы массмедиа и, развиваясь вместе с ней, отражает ее основные тенденции, такие, как рост и падение тиражей в определенные периоды или коммерциализацию и конвергенцию СМИ. В то же время судьба популяризации научного знания резонирует с эволюцией науки, откликаясь на изменения особенностей ее функционирования и роли, которую эта сфера играет в те или иные периоды истории.

К концу первой декады XXI в. научно-популярные журналы, несмотря на падение тиражей, характерное для всей периодики, сохраняют довольно высокие позиции в «рейтинге» тематических сегментов рынка печати. Впрочем, и сегодня отличительной чертой сферы научно-популярных журналов в Италии остается неустойчивость развития.

Список литературы

Панков А.В. Популяризация науки в периодической печати (на материале литературно-общественных журналов): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 1973.

Парафонова В.А. Типология научно-популярных журналов. М., 2008.

Урина Н.В. Итальянская газета: от рукописной до онлайновой // Четыре века газеты. Будет ли пятый? М., 2010.

Agostini A. Giornalismi: Media e giornalisti in Italia. Bologna, 2012.

Apollonio U. Scienza e ricerca: conquiste, sfide e dilemmi. Catanzaro, 2002.

Battifoglia E. Modalit di comunicazione divulgativa nelle riviste italiane di scienza popolare (1788—2002). Roma, 2004.

Capecchi V., Livolsi M. La stampa quotidiana in Italia. Milano, 1971.

Cattaneo E., Corbellini G. Science under politics. An Italian nightmare // EMBO reports. 2011. N 1 (12).

Forno M. Informazione e potere: storia del giornalismo italiano. Bari, 2012.

Fuchs J.L. Nationality and Knowledge in Eighteenth-Century Italy // Studies in Eighteenth-Century Culture. 1991. N 21.

Jacobelli J. (a cura di). Scienza e informazione: un difficile equilibrio. Roma, 1997.

Muerza A.F. Estudio del periodismo de información científica en la prensa de referencia: el caso español a partir de un alalisis comparativo. Donostia, 2004.

Murialdi P. Storia del giornalismo italiano. Bologna, 1996.

Ricci A. L'economia della divulgazione scientifica: il caso di «Darwin». Roma, 2009.

Russo L., Santoni E. Ingegni minuti. Una storia della scienza in Italia. Milano, 2010.

Soares de Veras Júnior J. Da informação ao conhecimiento: o jornalismo científico na contemporaneidade. Natal, 2005.

Valente A. (a cura di). Trasmissione d'elite o accesso alle conoscenze. Milano, 2002.

Поступила в редакцию
07.07.2013

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

М.Ю. Папченко, преподаватель кафедры немецкого языкознания филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: m.papchenko@gmail.com

О ПОНЯТИИ «УДАЧНАЯ РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ» (на материале немецкоязычной рекламы)

В предлагаемой статье предпринимается попытка определения роли языковой игры в рекламной коммуникации. Теоретическим основанием статьи служит сопоставление концепций эффективности рекламы ведущих российских и немецких специалистов. С опорой на данные маркетинговых исследований в статье анализируются конкретные лингвистические приемы семантической языковой игры в немецкоязычной рекламе.

Ключевые слова: *коммерческая рекламная коммуникация, удачная и успешная реклама, языковая игра.*

In the article an attempt is made to determine the role of the linguistic language game in advertising communication. As theoretical foundation to this, serves the comparison of concepts of leading Russian and German scientists in advertising communication. The analysis of the examples from German print is based on the results of marketing research.

Key words: *advertising communication, successful and effective advertising, language game.*

В свете коммуникативно-прагматической лингвистики невозможно рассматривать рекламный текст без учета коммуникативной среды, в которой он функционирует. Немецкие исследователи выделяют несколько основных характеристик рекламного коммуникативного процесса, к которым, в первую очередь, относят тщательное планирование. Это означает, что запланированными являются и конкретные ожидания адресанта относительно исхода коммуникативного процесса. Поэтому целесообразно разграничивать понятия «воздействие рекламы» и «успех рекламной коммуникации» [Meitz, Zurstiege, 2012, s. 389].

Известная немецкая исследовательница рекламы Нина Яних различает понятия «удачная» и «успешная» рекламная коммуникация [Janich, 2012, s. 216]. По ее мнению, коммуникацию можно считать удачной, если объявление или ролик были поняты и даже формально приняты аудиторией (коммуникативное действие удалось). Успешной же рекламную коммуникацию можно назвать только в том случае, если она оказала воздействие, то есть повлияла на покупательское поведение адресата (результат коммуникатив-