**С.П. Суворова**, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: sofia.s@mail.ru

# ПРЕДМЕТНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ЖУРНАЛОВ

*В статье представлен краткий обзор современного рынка научно-популярных журналов в России. Дается характеристика проблемно-тематических аспектов, которые образуют предметную область научно-просветительской журналистики, и описание функциональных особенностей научно-популярных журналов. Выделяются проблемы науки, наиболее часто отражающиеся в рубриках «Наука» общественно-политической периодики, перечисляются задачи журналистов при создании научно-популярных публикаций. Кроме того, подчеркивается, что «научная журналистика» представляет собою разновидность специальных научных коммуникаций, а «научно-просветительская журналистика» является разновидностью журналистского творчества.*

***Ключевые слова:*** *научная журналистика, научно-просветительская журналистика, научно-просветительская проблематика, научно-популярные журналы, культурно-просветительская функция журналистики.*

*The article provides a brief overview of the current market popular science journals in Russia. It presents the characteristic of the topical aspects which form the subject area of science and enlightenment journalism and description of functional features of popular science journals. Highlighted the problems of science, most often reflected in the headings «Science» of social and political periodicals, lists the tasks of journalists in creating popular science publications. In addition, it is emphasized that «science journalism» represents a special kind of scientific communication, and the «science enlightenment journalism» is a kind of journalistic creativity.*

***Key words:*** *science journalism, science and enlightenment journalism, popular science problems, popular science magazines, cultural and enlightenment function of journalism.*

Спектр современных научно-популярных журналов весьма разнообразен. Об этом говорят уже их названия: «В мире животных», «В мире науки», «Вокруг света», «Всемирный следопыт», «Дилетант», «Земля и Вселенная», «Зеркало мира», «Знание — сила», «Изобретатель и рационализатор», «История в подробностях», «Машины и механизмы», «Наука в России», «Наука и жизнь», «Наука и техника», «Наука из первых рук», «Наука в фокусе», «Наша психология», «Новости космонавтики», «Популярная механика», «Потенциал», «Природа», «Природа и человек», «Техника — молодежи», «Химия и жизнь XXI век», «Экология и жизнь», «Юный натуралист», «Юный техник», «*Discovery*», *GEO*, «*National Geographic*», «*New Scientist Ru*», «*Psychologies*», «Звери», «Московский журнал», «История государства Российского», «Военно-исторический журнал», «Родина».



Большинство из этих журналов возникли в советский период, который характеризуется настоящим расцветом научной популяризации. В стране в этот период существовала широко разветвленная система научного просвещения населения под названием Всесоюзное общество «Знание». В период трансформации страны, перехода ее на рыночные пути развития в конце прошлого — начале нынешнего века, эта система оказалась практически разрушенной. В частности, тиражи научно-популярных журналов упали в десятки, сотни раз, что наглядно показывает табл. 1 [Ваганов, 2007, с. 86].

Таблица 1

**Тиражи научно-популярных журналов в СССР и РФ в 1980-е гг. и в 2000 г.**

| Название журнала | Тираж в 1980-е гг., экз. | Тираж в 2000 г., экз. | Уровень падения |
|---|---|---|---|
| Наука и жизнь | 3 400 000 | 40 000 | 85 раз |
| Знание — сила | 700 000 | 5000 | 140 раз |
| Химия и жизнь | 300 000 | 5000 | 60 раз |
| Природа | 84 000 | 1800 | 46,7 раза |
| Земля и Вселенная | 55 000 | 1015 | 54,2 раза |

На сегодняшний день эксперты Национальной Тиражной Службы полагают, что «единого рынка научно-популярных журналов в России не существует»[1]. Имеется сегмент прессы, объединенный схожестью контента, а рынка как конкурентного поля — нет. Он распадается на три изолированные группы журналов:

1. Успешные журнальные бизнес-проекты. Лидером этой группы является отечественный журнал «Вокруг света», а основной массив этой лидерской группы составляют лицензионные издания, т.е. российские аналоги зарубежных журналов.

2. Советская научно-популярная классика, которая пытается выжить в современных условиях («Знание — сила», «Наука и жизнь», «В мире науки», «Химия и жизнь XXI век», «Наука и техника», «Наука в фокусе», «Популярная механика»).

[1] См.: *Яковенко И.А.* Аналитический обзор «Рынок научно-популярных журналов» // Национальная Тиражная Служба. М., 2012. URL: http://pressaudit.ru/rynok-nauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/

3. Журналы РАН («Природа», «Наука в России», «Земля и Вселенная»), государственные и ведомственные, которые живут практически вне рынка и зависят только от своих учредителей[2].

Эти три группы существуют в разных условиях, не составляя единого конкурентного пространства. Отсутствие рынка научно-популярной прессы вызвано в том числе тем, что у научно-популярных журналов нет профильного сегмента рекламы, как, например, у женских или автомобильных журналов. По мнению аналитиков, рынок научно-популярных журналов пересекается с рынком научных специализированных журналов, поскольку у них общий предмет — научные знания, хотя они и предназначаются разной аудитории, с разными целями, характеризуются серьезными различиями в языке и стиле[3].

Но это не единственное «пересечение», есть и другие:

— со специализированными журналами, такими как, например, туристические, которые публикуют популярные статьи по страноведению и истории, но имеют другой спектр задач — не популяризацию научных знаний, а обслуживание индустрии туризма;

— с журналами о здоровье;

— с детскими журналами, которые имеют познавательную функцию, но иной язык и иную аудиторию;

— с образовательными и педагогическими журналами, которые являются частью инфраструктуры системы образования (в частности, это журналы издательства «Школьная пресса»);

— с журналами общего интереса (мужские, женские, молодежные), в которых научно-популярная проблематика может присутствовать, но, как правило, она занимает не более 5—10%;

— с отраслевыми журналами[4].

Всесторонне рассматривая особенности научно-популярных журналов, отметим, что научных исследований в теории журналистики, посвященных обозначенной теме, немного [Лазаревич, 1978; Учёнова, 1968]. Это обстоятельство обусловливает уровень новизны данной статьи. Представляют интерес труды, в которых рассматриваются функции журналистики [Корконосенко, 2006; Прохоров, 2005; Свитич, 2000], и те, где содержатся некоторые подходы к изучению качественных характеристик массовых информационных потоков, зависящих в том числе и от степени реализации культурно-просветительской функции журналистики [Лазутина, 2004]. Заслуживают внимания произведения, посвященные исследованию проблематики СМИ, жанров журналистского творчества [Лазутина, Распопова, 2011; Проблематика СМИ..., 2008].

[2] Там же.
[3] Там же.
[4] Там же.



Публикации в научно-популярных журналах, в отличие от текстов научных журналов, являются произведениями научно-просветительской журналистики как разновидности журналистского творчества и имеют свои отличительные особенности.

Тексты научно-просветительской журналистики:

- предназначены для массовой аудитории;
- излагаются на общедоступном языке;
- представляют собой адаптированное для каналов массовой коммуникации оперативное знание о продуктах науки и тех, кто их создает.

Рассматривая науку как объект отражения в печатных СМИ, определим в нем те ее проблемно-тематические аспекты, которые образуют предметную область научно-просветительской журналистики, и коротко охарактеризуем основные из них.

1. Научное знание.

Наука — не просто особая форма человеческого познания, суть которой — в освоении законов и закономерностей объективного мира. Она представляет собой профессиональную деятельность, основным продуктом которой являются знания естественного, общественно-гуманитарного, технического характера. Наука производит особые информационные продукты, выражаемые в специализированных языках. Журналист способен «переводить» наиболее значимые для общества специализированные продукты на язык массовой аудитории и акцентировать возможности их применения. Роль популяризатора — главная роль журналиста (и ученого, если он является автором материала) при создании научно-популярных текстов. Популяризация является основным инструментом просветительства в СМИ. Понятие «популяризация» обозначает деятельность, направленную на превращение сложного, труднодоступного для понимания произведения в такое его отражение, посредством которого оно становится ясным, понятным, поддающимся освоению. Это требуется, прежде всего, в случаях, когда аудитории не известен или малоизвестен язык той области творчества, к которой относится произведение, — в частности, язык науки.

2. Люди науки — субъекты научной деятельности.

Движение научной мысли в обществе, его научно-технический прогресс осуществляется благодаря личности ученого, важнейшая особенность которой — уникальность. Но для СМИ важно не только это. Через личность ученого можно выявлять особенности разных научных школ, показывать драматичность судеб, которые определяет борьба за истину, предвосхищающая научные достижения.

3. Факты науки, сенсационные открытия, начало новых научных направлений.

Здесь имеется в виду необходимость освещения научных фактов, в том числе сенсационных открытий, имеющих особое общественное значение. К ним могут быть отнесены и открытия «самородков» — непрофессиональных ученых, если эти открытия являются результатом серьезной исследовательской работы.

4. Общественная роль науки как социального института и особой сферы духовного производства.

Материалы на данную тему привлекают внимание аудитории, побуждая ее к обсуждению места и роли науки в обществе, социальных последствий научной деятельности, способствуют развитию научного мировоззрения общества и росту его культурного уровня.

5. Социально-экономическая платформа науки.

Наука — сфера деятельности, обладающая мощной организационной, социально-экономической структурой. Для журналиста это означает неизбежность рассмотрения таких проблем, как финансирование, материально-технические условия научной деятельности, организация научного процесса, продвижение и внедрение продуктов науки, обеспечение безопасности эффектов научной деятельности.

Можно также выделить некоторые проблемы науки, наиболее часто отражающиеся в рубриках «Наука» общественно-политической периодики:

- Проблемы финансирования науки, социально-экономические проблемы науки;
- Проблема «утечки мозгов»/brain drain в России;
- Имиджевые проблемы российской науки;
- Проблемы развития наукоградов в России;
- Этические проблемы науки (клонирование и др.);
- Научный эксперимент (запуск Большого андронного коллайдера, создание генно-модифицированных организмов и др.): проблема ответственности науки перед обществом;
- Научные эксперименты и новейшие виды оружия массового поражения: проблема безопасности;
- Проблемы развития высокотехнологичных отраслей науки (энергосбережение, материалы, нанотехнологии, биотехнологии, медицина) на примере той или иной отрасли.

К задачам журналистов/ученых при создании публикаций, отражающих вышеназванные проблемно-тематические аспекты научной деятельности, следует отнести:

1) своевременное информирование читателей о появлении новых продуктов, явлений и фактов науки;

2) содействие освоению массовой аудиторией особенностей продуктов науки (прояснение их основных смыслов, выявление значения и последствий научных открытий для развития науки и



общества), а также знакомству с судьбами и личностями ученых, определяющих ход науки;

3) критику и обсуждение событий научного мира — побуждение адресата информации к сопоставлению точек зрения, оценок, аргументов, к интеллектуальному обогащению;

4) побуждение ученых, субъектов научной деятельности, к рефлексии, при необходимости — к коррекции исследовательской позиции.

Исходя из особенностей предметной области и обозначенного круга задач журналистов при создании научно-просветительских материалов, можно заключить, что основная функция, на реализацию которой они направлены, — это культурно-просветительская функция.

Культурно-просветительская функция журналистики есть ее особая обязанность в системе СМИ. Она заключается в обеспечении массовой аудитории журналистскими текстами, в которых получают отражение новые и не освоенные аудиторией по той или иной причине продукты специализированных видов творчества — науки, культуры и искусства, содержащие в себе общественно значимые знания, нормы и ценности, и дается анализ их с точки зрения соответствия гуманистическим тенденциям общественного развития. Культурно-просветительская функция журналистики осуществляется с помощью сочетания в качестве средств таких видов деятельности, как информирование, популяризация, пропаганда, критика.

В зависимости от актуализации того или иного вида деятельности меняется степень и характер реализации просветительской функции. Соответственно меняется и социальная роль журналистики в просвещении читательской аудитории. Но место научной популяризации при этом остается ведущим.

Заметим также, что публикации в научно-популярных журналах в целом полифункциональны: они не только информируют и просвещают, но выполняют также ряд важных коммуникативных задач:

- содействие организации всестороннего взаимодействия науки и общества;
- формирование общественного мнения о научных проектах и открытиях;
- привлечение внимания общества к науке как социальному институту, материально-техническим условиям и проблемам научной деятельности;
- этическая и законодательная экспертиза безопасности и социальных последствий научных открытий;
- содействие актуализации научных знаний, продвижению и внедрению продуктов научной деятельности в повседневную практику.

В заключение скажем, что наука представляет собой сложное, многоаспектное общественное явление и подлежит многостороннему отражению в прессе. Несмотря на снижение престижа науки в современном российском обществе и невысокий уровень жизни (и покупательной способности) наиболее массовой читательской аудитории научно-популярных изданий, научно-просветительская проблематика в современных печатных СМИ все-таки находит свое отражение. Более того, сегмент специализированных научно-популярных журналов имеет потенциал развития: не заполнена, например, ниша исторических журналов. На данный момент издаются такие исторические журналы, как «Московский журнал. История государства Российского», «Родина», «Военно-исторический журнал», «История в подробностях», «Дилетант». Новых участников может вместить ниша психологических журналов (сюда можно отнести журналы «*Psychologies*», «Наша психология»), так как интерес к психологии, как собственно и к истории, у читателей традиционно более высокий, чем интерес к другим областям науки.

Осознание особой миссии в обществе научно-популярных журналов (как и всех научно-популярных СМИ), их предметно-тематических и функциональных и других особенностей — путь к полному, разностороннему, системному отображению научной сферы как социального объекта особой значимости, выступающего важнейшим фактором общественного развития.

### Список литературы


*Ваганов А.Г.* Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании // Росс. химический Журнал (ЖРХО им. Д.И. Менделеева). 2007. Т. 51, № 3.

*Корконосенко С.Г.* Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2006.

*Лазаревич Э.А.* Искусство популяризации науки. М.: Наука, 1978.

*Лазутина Г.В.* Журналистика и качество массовых информационных потоков: этический аспект // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2004. № 1.

*Лазутина Г.В., Распопова С.С.* Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011.

Проблематика СМИ: Информационная повестка дня / Под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. М.: Аспект Пресс, 2008.

*Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005.

*Свитич Л.Г.* Феномен журнализма / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Ф-т журналистики МГУ, ИКАР, 2000.

Типология периодической печати / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2009.

*Учёнова В.В.* Научная популяризация. М., 1968.



Поступила в редакцию
09.07.2013







**И.А. Балалуева**, аспирантка кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: irina.balalueva@gmail.com


## ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И МАСШТАБЫ ТРАНСФОРМАЦИИ


*Образ женщины в современной российской прессе переживает ряд трансформаций под влиянием социально-политических перемен последних десятилетий. Находясь под влиянием традиционной и жесткой патриархальной традиции, с одной стороны, и набирающими силу эгалитарными принципами — с другой, российские женщины часто находятся в состоянии дискомфорта и не могут выстроить однозначную идентичность. В такой ситуации массмедиа часто становятся ведущим институтом, транслирующим гендерные ценности. В статье представлены итоги исследования центральных российских газет, касающиеся роли женщины в современном обществе, доминирующих медиаобразов женщин и предлагаемых моделей идентичностей.*



***Ключевые слова:*** *массмедиа, медиаобразы, образы женщины, гендерная идентичность.*



*Social, political and economic reforms of the 1990s—2000s have forced a considerable transformation of women's images in modern Russian press. Modern Russian women are influenced by the rigid patriarchal tradition on the one hand, and on the other hand they face egalitarian principles gaining strength. That turns into difficulties when searching unequivocal gender identity, and that is why the mass media often becomes the leading institute broadcasting gender values. The article represents the results of a vast research of the leading printed mass media. The goal of this research was to describe key female characters on the pages of modern newspapers, as well as to look at their differences and similarities, as seen by all the creators of the media content: the journalist, the hero and heroine of the publications, experts and the reader.*



***Key words:*** *mass media, printed media, media images, women's images.*


Российская гендерная система переживает ряд трансформаций под влиянием социальных, экономических и политических преобразований последнего времени. СМИ — общественный институт, который артикулирует коллективные интересы и представления о нормативном, производит и транслирует новые значения. Массмедиа являются важным агентом гендерной социализации [Здравомыслова, Тёмкина, 1996], именно поэтому совокупность гендерных ориентиров СМИ столь важна для понимания того, в каком направлении развивается гендерное сознание в России.

Гендерные исследования включают в себя множество аспектов: социальные, философские, культурологические, психологические, правовые. С появлением феминистских манифестов 1960-х гг. на-