

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Факультет журналистики

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**Сравнительный анализ научно-популярного вещания в России и США.
История, проблемы и перспективы российского научно-популярного ТВ.**

Выполнила:

**Преподаватель:
Засурский И. И.**

Москва

2014 г.

Введение

В современном мире научно-популярная журналистика становится все более востребованным. В газетах, на телевидении и по радио нам рассказывают обо всем, от устройства обычной лампочки накаливания до глубоких (и потому не всегда простых для восприятия) фильмов-исследований о космосе или медицине. Растущий интерес к научно-популярному формату, на мой взгляд, напрямую взаимосвязан с развитием общества - которое сегодня, как известно, информационное. Это социум, где появляются все новые технические новшества и средства коммуникации и идет бесконечная модернизация во всех сферах жизни - и способствуют такому прогрессу прежде всего науки. Человеку, чтобы жить в таком "умном" социуме и понимать происходящие в мире процессы, нужны знания, и стремление их получать должно присутствовать, на мой взгляд, у каждого. И не просто тягой к познанию обосновано такое стремление - но еще и тем, что самые невероятные достижения человеческой мысли воплощаются в вещах, которые уверенно входят в наш быт, в нашу жизнь. И ты воспринимаешь их не как что-то абстрактное и далекое - а как нечто близкое, о чем хочется и интересно узнать больше. Это не вполне применимо к космическим ракетам (если ты не космонавт, конечно) - а, скорее, относится к сборке автомобиля, или устройству лампочки, или производству вакцин от гриппа, которые мы ставим каждый год.

В данной работе мы определим, что такое современное научно-популярное вещание и определим его принципы, посмотрим, как оно менялось за все время своего существования, а затем обратимся к сравнительной характеристике современного отечественного и зарубежного (на примере США) научно-популярного телевидения. Сравнение будет построено на анализе по нескольким параметрам, в том числе по жанровому разнообразию, по

содержанию научной информации в контенте и использованию научной терминологии в тексте, по форме подачи информации и по роли ведущего, по целевой аудитории.

Сегодня безусловный лидер в научно-популярном вещании США - мы попробуем понять причины этого лидерства, а также проанализировать, чего не хватает российскому научному телевидению для того, чтобы стать еще и популярным.

В данной работе мы попытаемся доказать, что современное клиповое мышление видоизменило научно-популярное вещание, и в чистом виде его сейчас не существует - на выходе мы получаем скорее информационно-развлекательный продукт, в котором сообщения научного типа адаптированы для более быстрого восприятия с экрана телевизора.

Научно-популярное телевидении России и Запада: история, проблемы, перспективы

Научно-популярное телевидение – "передачи, фильмы, телеспектакли – особый вид вещания, обращенный к человеческому облику науки и ее деятелей, к духовному миру и стимулам жизни научных работников, к психологии научного творчества, к «драме идей» в науке, к человеческому осмыслению научных открытий и их последствий".¹ Человеческое осмысление в данном контексте - это рассказ о сложной научной проблеме "человеческим", как принято говорить, языком. Когда точные и непростые для восприятия сведения нужно донести до зрителя так, чтобы получилось образно, художественно, динамично и интересно - то есть популяризировать науку.

История возникновения научно-популярного вида журналистики напрямую вытекает из функций журналистики, среди которых для становления научно-популярного жанра важны культурно-просветительские, а именно культуuroобразующая и рекреативная. Причем рекреативную следует понимать не только как развлекательную - "рекреация способствует развитию интеллекта, мыслительной деятельности,<...> При этом особое значение имеет художественный и интеллектуальный уровень и направленность материалов журналистики".² Интересно, что если раньше доминировала скорее художественное направление - о книгах, кино, театре, то сегодня этот сегмент представлен на канале "Культура", а вот научная журналистика так или иначе проникла на многие федеральные каналы - просто степень научности, скажем так, на каждом канале своя.

Советское, а затем и российское научно-популярное телевидение за время своего существования пережило немало "взлетов и падений": в советские годы,

¹ Егоров В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии

² Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики

во времена открытий и бурного развития техники, медицины и многих других областей, все происходившее в научном мире процессы освещались на экране. 24 февраля 1973 года на экраны вышла программа "Очевидное-невероятное" - и почти 40 лет рассказывала советским зрителям о науке, технике, открытиях и изобретениях. По сути, это великолепный образец классической научно-популярной журналистики на телевидении. В программе анализировали научно-технический прогресс с позиций культуры, философии и психологии, прогнозировали, как будет дальше развиваться наука - при этом любая сообщенная аудитории информация тщательно проверялась - в науке, как известно, царствует факт.

В истории передачи «Очевидное Невероятное» отразилась история всего советское-российского научно-популярного телевидения - от яркого быстрого старта до постепенного затухания, из которого эта область только-только пытается сейчас выбраться. В советское время «Очевидное-невероятное» транслировали для широкой аудитории - и популярность программы была достаточно высока, особенно учитывая специфику - все-таки такие программы не будешь смотреть, одновременно болтая по телефону и хрустя попкорном. Создатели Лев Николаев и Сергей Капица - он же - бессменный ведущий на протяжении всего существования программы - даже получили за нее Государственную премию СССР в 1980. Ну а в 90е «Очевидное-невероятное» начало кочевать по каналам, выходя сначала на 1-м канале Останкино, потом на ОРТ, а в 98 на РТР. Непродолжительное время выходила на канале «Культура» под названием «Очевидное-невероятное: XXI век» и на дециметровом телеканале «Прометей АСТ», побывала на ТВЦ и «России», а закончила свое существование вновь на «России Культура».

Повседневная научно-популярное вещание на основных телеканалах стало уходить в прошлое, число программ и фильмов резко сократилось. Среди

сравнительно недавних примеров можно привести известный цикл научно-популярных документальных фильмов, вышедший в 2011 году на канале «Россия К». В фильмах цикла создатели - Екатерина Рындык и Лев Николаев попытались проанализировать сложные процессы, происходящие на Солнце и других планетах Солнечной системы, исследовали, можно ли всерьез говорить о существовании внеземных цивилизаций.

В «Очевидное-невероятное» жанр можно было определить как научно-популярную беседу на телевидении - что подразумевает «обмен мнениями в студии, в научной лаборатории или где-либо еще. Он может происходить как между двумя-тремя специалистами, «заинтересованными в решении общих проблем, так и между участниками передачи и тележурналистом, который свою главную задачу должен видеть в том, чтобы добиться максимума популярности в изложении материала. Если из самого существа ответа специалистов вытекает потребность разъяснить сложную проблему, то такую беседу можно иллюстрировать кинокадрами, схемами, мультикадрами»³, что, в общем-то в программе и делали. В научно-популярных фильмах - а такой формат пришел к нам из-за рубежа - важна скорее роль авторов, а не ведущего.

Третий тип - научно-популярный киножурнал - в советском варианте - программа «Хочу все знать», где ведущего, кстати вообще не было. Это была передача, ориентированная на детей, в доступной форме освещавшая все процессы окружающего мира:

«о выдающихся научных открытиях и достижениях технического прогресса, о флоре и фауне земного шара, о строении самого человека, о всевозможных природных явлениях». Вот несколько примеров тем сюжетов журнала: «Зачем в лесу компас?», «Что такое кинотеатр?», «Почему в фонтане вода бьет вверх?»),

³ Егоров В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии

журнал освещает актуальные темы и отвечает на вопросы современных мальчишек и девчонок о том, «Зачем нужны космические орбитальные станции?», «Чему равен нанометр?», «Что такое граффити, карвинг, бодибилдинг?»

Вопросы, ответы на которые не мешало бы знать и взрослым, кстати.

И вот после таких замечательных проектов в 90е в научно-популярном ТВ России случилось затишье - чего не скажешь о Британии и в особенности о США, где на рубеже 80х-90х как раз стали появляться телеканалы, которые сегодня — безусловные мировые лидеры в научно-популярном вещании. Discovery Channel и его дочерние специализированные каналы Science Channel и Animal Planet, а также другой американский научно-популярный гигант National Geographic.

Discovery Channel вещает в России более 11 лет, а стартовал в США в 1985 году. Экспансию в Европе, в частности, в Великобритании началось в 1988-м. Телеканал свое кредо - назовем это так - сформулировал как «Познаем, развлекаясь – развлекаемся, познавая». Контент на Discovery Channel составляют документалистика, которая охватывает многие сферы жизни, прежде всего популярная наука, технологии, инжиниринг и история. Самый распространенный жанр - документальный фильм или сериал. После ряда исследований компания Discovery для российских зрителей стала делать больше фильмов об автомобилях и двигателях, инжиниринге и криминале - в соответствии с интересами. Поэтому подписчики канала в России видят иную сетку, где, например, транслируют другие премьеры в прайм-тайм.

Самый научно-популярный из всех дочек Discovery - а у него их немало - Discovery Science Channel - родился в 1996, а в России появился в 1999-м - и полностью на русском языке, кстати.

Аудитория преимущественно мужская, и рассказывают им про науку, космос, геологию и как техника работает вообще. Контент старается учитывать весь спектр научных интересов: от тайн Вселенной - до сборки автомобилей - и делает программы и о том, и о другом одинаково зрелищно и захватывающе.

National Geographic Channel (NGC) был создан позже Discovery и начал вещание на Европу и Австралию в 1997 году. Аудитория канала - люди от 20 до 54 лет, а также школьники и студенты. В ближайшее время подписчики NGC увидят премьеры пары документальных фильмов. National Geographic также активно использует развлекательный ресурс. Например, фильм «Туземцы в Англии» построен в жанре такого реалити-шоу: 5 мужчин из дикого племени откуда-то с острова в Тихоокеанском регионе, где все носят юбки из соломы и едят застреленных на дневной охоте животных, отправились Великобританию и стали жить как местные. Разительный контраст разных образом жизни и мышления, возможность взглянуть на повседневный быт совершенно по-новому: что может быть поучительнее - и интереснее? Тут можно затронуть столько сфер: и географию, и антропологию, и историю, конечно, и технику - для туземцев обычный чайник - уже открытие.

На российском телевидении сегодня, на мой взгляд, сложилась, следующая ситуация: черты научно-популярного вещания присутствуют в отдельных информационно-развлекательных программах, чаще всего в ежедневной или еженедельной практике.

Есть несколько платных телеканалов научно-популярного формата на нашем ТВ.

Российское подобие Discovery Science - телеканал «24 Техно», начал вещание летом 2007 года и рассказывает преимущественно о достижениях российской науки и техники. Целевая аудитория канала на 60% - в основном мужчины в

возрасте от 25 до 34 лет. Говоря о контенте, нужно отметить, что очень много программ-лидеров прайм-тайма - это купленные у Discovery проекты, такие, скажем, как «Как это работает?» и «Машины-монстры».

Также существует канал «Наука 2.0». Начавший вещание 2 апреля 2011 года, он позиционирует себя научно-популярный познавательный канал о достижениях российской и мировой науки. Контент у канала собственного производства, а в штате числится более 100 человек. Зрителям «Наука 2.0» рассказывают о главных научных событиях, освещают нобелевские недели, транслируют в режиме реального времени запуск спутников и научные пресс-конференции. На «Науке 2.0» много внимания уделяют техническому оснащению: тепловизорные камеры, Шлирен-съемка (сложный метод фиксации изображения, который позволяет визуализировать... воздух), сверхскоростные камеры для съемки самых быстрых процессов, которые обычно невозможно увидеть невооруженным глазом (полеты стрелы или взрыв), а также совмещение документального кино и спецэффектов.

Но теперь подумаем: «Науки 2.0» нет ни в первом, ни во втором мультиплексе - он входит в пакет неэфирных каналов ВГТРК «Цифровое телевидение». Спустя почти три года после запуска аудитория телеканала составляет более 35 000 000 зрителей. По России канал — лидер научно-популярного вещания — да и вообще цифра немаленькая, но, положив руку на сердце, - кто из нас постоянно ежедневно смотрит «Науку 2.0»? Для сравнения: ежедневная аудитория канала насчитывает около 500 млн человек в день — и его по праву можно считать одним из самых востребованных каналов на планете. Эфирная сетка самая разнообразная - начиная от спортивных программ и заканчивая мастерами кулинарного дела.

При этом степень авторитета у канала достаточно высока, его смотрят с

одинаковым интересом - и доверяют! - и физики-ядерщики, и домохозяйки.

На телевидении России сегодня научно-популярное телевидение в чистом виде, на мой взгляд, не существует. Жанр научно-популярной беседы изжил себя, а на создание качественных научно-популярных фильмов или тем более циклов фильмов на тех же «Наука 2.0» или «Темно 24» нужны очень большие деньги - дешевле перекупить, чем снять свое. Вроде и креатив есть, без него никуда, но не им единым, как говорится. Все упирается в финансовые и технологические возможности, которые определяют успех будущего продукта. Если мы посмотрим хорошие современные фильмы о науке и технике, то увидим что? Прежде всего превосходную съемку с использованием всех достижений техники, микро- и макросъемки, инфографика. Продуманная драматургия позволяет свести к минимуму роль ведущего, фильм построен на чередовании синхронных экспертов и интереснейшем видео с закадровым текстом - а часть видео может и вообще идти без комментария, так как его по сути не требуется. Но чтобы ТАК снять, нужны вложения финансов, времени, сил, творчества. Пока у нас в стране не хватает многих из этих факторов. Причем дело даже не столько в отсутствии денег, сколько в том, что люди, их имеющие, не видят смысла вкладываться в популяризацию науки, считая это дело бесполезным, неприбыльным. Получается, проблема не финансовая, она глубже, здесь, наверное, уже уместно говорить и о падении культурного уровня общества, и назревшем кризисе Просвещения. Это вовсе не приводит нас к выводу, что на Западе выше уровень культуры — но выше уровень заинтересованности, там у журналистов, работающих в научной сфере, больше возможностей для привлечения инвестиций и использования ресурсов СМИ, различных коммуникационных каналов к той или иной проблеме. К такому выводу приходят многие эксперты:

«В западной культуре, американской и британской, элемент общения ученых с

обществом стал уже традиционным. Что это означает? Каждый ученый знает, что его исследование зависит от финансирования, в том числе и из местного бюджета. Поэтому если какой-то профессор, как я всегда рассказываю студентам, в каком-нибудь университете США проведет эксперимент, увидит, что лягушку дернули за лапку, и она проквакала 8 раз, а в России – только 5 раз, он немедленно соберет пресс-конференцию, пригласит на нее губернатора, расскажет ему об исследовании и добавит: «Господин губернатор, только благодаря Вам нам удалось в этом вопросе достичь невероятных высот». Пресса наперегонки напишет о лягушке и ученом. Губернатор будет плакать от гордости и счастья. На следующий год он увеличит финансирование этой лаборатории, потому что пресс-конференция его убедила: деньги потрачены не зря».⁴

Конечно, в немалой степени развитие научно-популярного телевидения в США связано с отличной развитой индустрией обучения журналистов, пишущих на научные темы. Очень часто такие специалисты, помимо журналистского, имеют еще одно профильное образование — скажем, выпускник Колумбийского университета, обучаясь по специальной программе, может получить двойной диплом — геолога и журналиста.

У нас таких программ пока не было, а ученые, имея интереснейшие проекты, рассказывают о них лишь узкому кругу заинтересованных лиц - чаще всего своих же коллег-профессоров. Приведем пример из личного опыта автора данной работы. В ходе съемок проекта «Сделано в России» мы делали программу о Суперкомпьютере МГУ — огромном вычислительном комплексе, решающем, в общем-то, важные для общества вопросы: изменения климата, глобальное потепление, экология. Записывая различные интервью к программе,

⁴ Стрельникова Л. Н. О тенденциях в мировой журналистике и месте науки в СМИ // Стенограмма мастер-класса «Наука в СМИ сегодня. Опыт российской и британской журналистики» в рамках Недели Науки в г. Санкт-Петербурге, 4-5 апреля 2003г.

мы узнали массу интересного: об активных разработках лекарства от СПИДа, например, о новых способах лечения диабета. Но об этом никто не знает, финансирование было приостановлено почти сразу — хотя у ученых, работавших над проектом, было немало аргументов в защиту своей работы. А ведь очевидно, что первенство в науке автоматически повышает авторитет страны на международной арене, его можно использовать и в политических интересах, и для привлечения иностранных инвестиций.

Конечно, и сами ученые не всегда достаточно активны. Как заметил в одной из своих работ журналист, обозреватель *Scientific American* Джон Хорган (в прошлом - квалифицированный физик): «Каждый писатель и журналист, пишущий о науке, время от времени сталкивается с людьми, которые искренне не хотят внимания от средств массовой информации, желая, чтобы их оставили в покое и не мешали выполнять свою работу. Ученые часто не понимают, что подобная черта делает их еще более соблазнительными».

Вспомним того же Перельмана — яркий пример ученого, избегающего публичности всеми правдами и неправдами.

Теперь обратимся к ежедневной и еженедельной телепрактике России. Как мы уже заметили выше, информационно-развлекательные программы на нашем ТВ содержат в себе так или иначе черты научно-популярной журналистики - но не без оговорок. Можно оттолкнуться от следующей классификации программ:

1. Программы о вопросах здоровья и медицины
2. Передачи о науке и исследованиях
3. Программы об истории
4. Передачи о технике и технологиях

Программы о здоровье рассказывают нам об открытиях в медицине, популяризируют здоровый образ жизни - но в столь упрощенном виде, что смотрят такое преимущественно домохозяйки - что и объясняется временем вещания. Среди таких передач можно назвать и «Жить здорово», и «Здоровье» - продукты «Первого канала», и передачу «О самом главном», которая выходит на «России-1».

Программы о науке и исследования представлены в жанре документального кино на нашем телевидении - но методы, которые там в основном используют, - научная инсценировка и зачастую неподтвержденные никак конспирологические домыслы. Построены такие фильмы на синхронная экспертов - то есть слова, слова, слова... В плане драматургии и зрелищности никакого сравнения ни с Discovery, ни с National Geographic они не выдерживают. Как примеры здесь можно назвать программы цикла «Среда обитания», например. По сути, из этого можно было бы сделать хороший научно-популярный фильм - а получаются затянутые и все время чем-то пугающие зрителя банальные фильмы-расследования.

Исторические проекты у нас представлены фильмами хронометражом 30-40 минут, которые выходят в основном на «Первом канале» и «России-1», а также на канале «Культура». Построены на архивных съемках плюс синхроны экспертов, нет момента исследования, на мой взгляд, - а отсюда сразу «проседание» по динамике. Нужно всегда исходить из определения «научно-популярный» - популярный - значит интересный всем, а не только историкам.

Программы о технике и технологиях - выходят на каналах, ориентированных на мужскую аудиторию, так как традиционно тема «Как это сделано» интересна сильному полу. Изначально проект «Как это сделано» запустил Discovery, у нас его адаптировали несколько каналов. Программа «Непростые вещи», которая

выходит на канале «Россия-2» - рассказывает о клюшках и шайбах, лампочках и пластиковых стаканчиках. Как устроено производство, из чего и почему - вот примерный лейтмотив каждого из 25-минутных документальных фильмов Алексея Вершинина.

Похожий, но все же несколько другой формат - у проекта «Сделано в России», который выходит на канале РБК и над созданием которого работает автор данной работы. Здесь специфика в том, чтобы не просто рассказать о производстве, но и проанализировать его в контексте экономики и бизнеса, понять, в чем рентабельность, - так как выходит на программа на первом в России бизнес-канале.

Есть несколько проектов, которые совместили в себе концепцию научно-популярных каналов - получались такие «мини-Discovery» - конечно, упрощенные и далеко не столь масштабные, но все же. Достаточно удачным симбиозом науч-попа и infotainment (информация в развлекательном формате), на мой взгляд, можно было бы считать несколько программ телеканала СТС: «Галилео» и большой экспериментальный проект СТС и Апостол Медиа, названный «Инфомания» - «особый формат новостей для «первого развлекательного». В «Инфомании», кстати, одного ведущего не было, была неплохая инфографика и видеоряд с закадровым текстом плюс авторские комментарии от известных людей, «лидеров общественного мнения и новые герои». (официальный сайт программы «Инфомания»). Спектр тем был самый широкий - научные открытия, бизнес, технологии, экономика, тренды. Но на сегодня проект приостановлен.

Резюмировать хотелось бы следующим образом. «Сознание человека перегружается информацией, его ежедневно атакуют все новые знаковые системы. Количество знаков становится таким большим, что человек прибегает

к специальной технике, чтобы их распознать»⁵.

Современный человек мыслит картинкой, хочет много знать, готов знания получать - но в четко дозированном виде и в соответствующем оформлении. Это может быть очень интересно - но скучно рассказано. И при обилии выбора зритель может просто переключить канал или уйти в Интернет, открыть YouTube и наслаждаться продуктами «Discovery».

Чтобы, если можно так выразиться, поднять с колен научно-популярное вещание, нужно приспособливаться. Как? На мой взгляд, искать новые жанры, привлекать инвестиции и научные кадры - это очевидно. Но еще важно, пожалуй, поднять престиж науки в обществе. Мы уже приводили выше цитату - что если какой-либо американский профессор предложит снять 40-минутный фильм о кваканье лягушек - то он найдет для этого возможность. У нас профессор не может рассказать о том, что ищет - и успешно! - лекарство от СПИДа. Поэтому прежде всего надо вернуть науке должное место - в стране и в обществе.

⁵ Погорский, Э.К. Некоторые проблемы перехода к информационному обществу: кризис в сознании человека. / Информационное общество, 2011. – вып.

Список литературы

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. 6-е издание. Издательство Московского университета 2005.

Справочник молодого журналиста 2010. М.: "РИА Новости"; АИРО-XXI, 2010.

Штепа В. "Научная журналистика в сегодняшнем мире". Журнал "Наука и Техника" №5 [150] 05.04.2007.

Стрельникова Л. Н. О тенденциях в мировой журналистике и месте науки в СМИ // Стенограмма мастер-класса «Наука в СМИ сегодня. Опыт российской и британской журналистики» в рамках Недели Науки в г. Санкт-Петербурге, 4-5 апреля 2003г.

Погорский Э.К. Некоторые проблемы перехода к информационному обществу: кризис в сознании человека. / Информационное общество, 2011. – вып.4. – С. 64-67 .

Егоров В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. Интернет-источник: <http://evartist.narod.ru/text2/09.htm>