

# Стратегии научной популяризации в России



*Александр Сергеев*

журнал «Вокруг света»

[www.vokrugsveta.ru](http://www.vokrugsveta.ru)

клуб научных журналистов

[www.nauchnik.ru](http://www.nauchnik.ru)

Выступление на круглом столе 15.06.2007




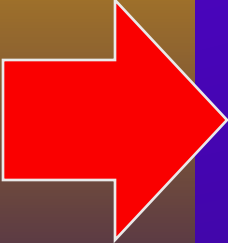
# Основные меры для России

1. Прямая финансовая поддержка авторов
2. Система научных пресс-служб и информагентств
3. Социальная реклама научной популяризации
4. Независимое рецензирование научно-популярной литературы
5. Служба научного мониторинга СМИ



## Кому и зачем нужна научная популяризация?

- ◆ Наука — коллективная познавательная деятельность человечества
- ◆ Популяризация (перевод) — реализация общественной познавательной миссии науки
- ◆ Заслуги науки будут помнить не вечно — надо напоминать





# Кому и зачем нужна научная популяризация?

## ◆ *Науке:*

- для оправдания существования науки в глазах общества (общая популяризация)
- для рекрутинга (специальная)

## ◆ *Государству* — для адекватности принимаемых решений

## ◆ *Обществу* — ради фундаментальной потребности в познании мира



# Структура заказа на научную популяризацию

- ◆ Первичные потребности:
  - Личное любопытство частного человека
  - Личное стремление ученых рассказать
- ◆ Вторичные потребности
  - *пока не отстроены*
- ◆ А кому в государстве и в бизнесе лично нужно собирать налоги?



# Что важнее: специальная или общая?

## ◆ Ответ: общая

- утрата интереса и доверия к науке
- угроза псевдонауки и псевдорелигии

## ◆ Примеры:


- «обезьяний процесс» в Петербурге
- псевдонаучные фильмы на ТВ
- запрет на вывоз анализов за рубеж
- вечный двигатель НПО им. Хруничева





# Угрозы

- ◆ Бренд «наука» не вечен
- ◆ Фантастические надежды и страхи
- ◆ Неадекватные государственные решения
- ◆ Развал образования
- ◆ «Одно из мнений» в ряду псевдонаук
- ◆ Ущерб сопоставим с наркоманией
- ◆ Популяризация науки — вопрос самосохранения общества



# Интересы заказчиков

## Наука

- ◆ Вопрос жизни и смерти
- ◆ Проблема коллективного интереса
- ◆ Добровольно или принудительно?
  
- ◆ Заказчик — наверху
- ◆ Пресс-службы и информагентства  
с независимым финансированием
  - административно в составе институтов
  - финансово автономные





# Интересы заказчиков

## Государство

- ◆ Наука:
  - конкурентоспособность страны
  - благосостояние и безопасность граждан
- ◆ Важный социальный механизм
- ◆ Обеспечение миссии государства
  
- ◆ Социальная реклама



# Интересы заказчиков

## Население

- ◆ Мотив — любопытство
- ◆ Готовы платить
- ◆ Уже работает, но мал охват

# Как раскрутить популяризацию?

◆ Типичный порочный круг

◆ В каком звене рвать?

◆ В первом



# Как раскрутить популяризацию?

- ◆ Подключить внешний ресурс

- ◆ Подождать заполнения цикла



# Как раскрутить популяризацию?

- ◆ Теперь внешний ресурс МОЖНО ОТКЛЮЧИТЬ

- ◆ Срок: 5-10 лет





# Как раскрутить популяризацию?

- ◆ **Количество** — деньги авторам
- ◆ **Качество** — обучение, форматы, рекомендации, рецензии, связь с оплатой
- ◆ **Информированность** — реклама (в т.ч. социальная)






# Почему мало пишут о науке?

- ◆ Пишут. Но зачастую плохо
- ◆ Редакторы не заказывают:
  - не интересуются сами
  - не воспринимают всерьез
  - боятся, что читатель не оценит
- ◆ Трудно для журналистов общего профиля



## Как исправить?

- ◆ Подготовка научных журналистов из числа ученых
- ◆ Смена статуса — научный журналист всегда эксперт-обозреватель, а не репортер
- ◆ Создание научных пресс-служб и информагентств



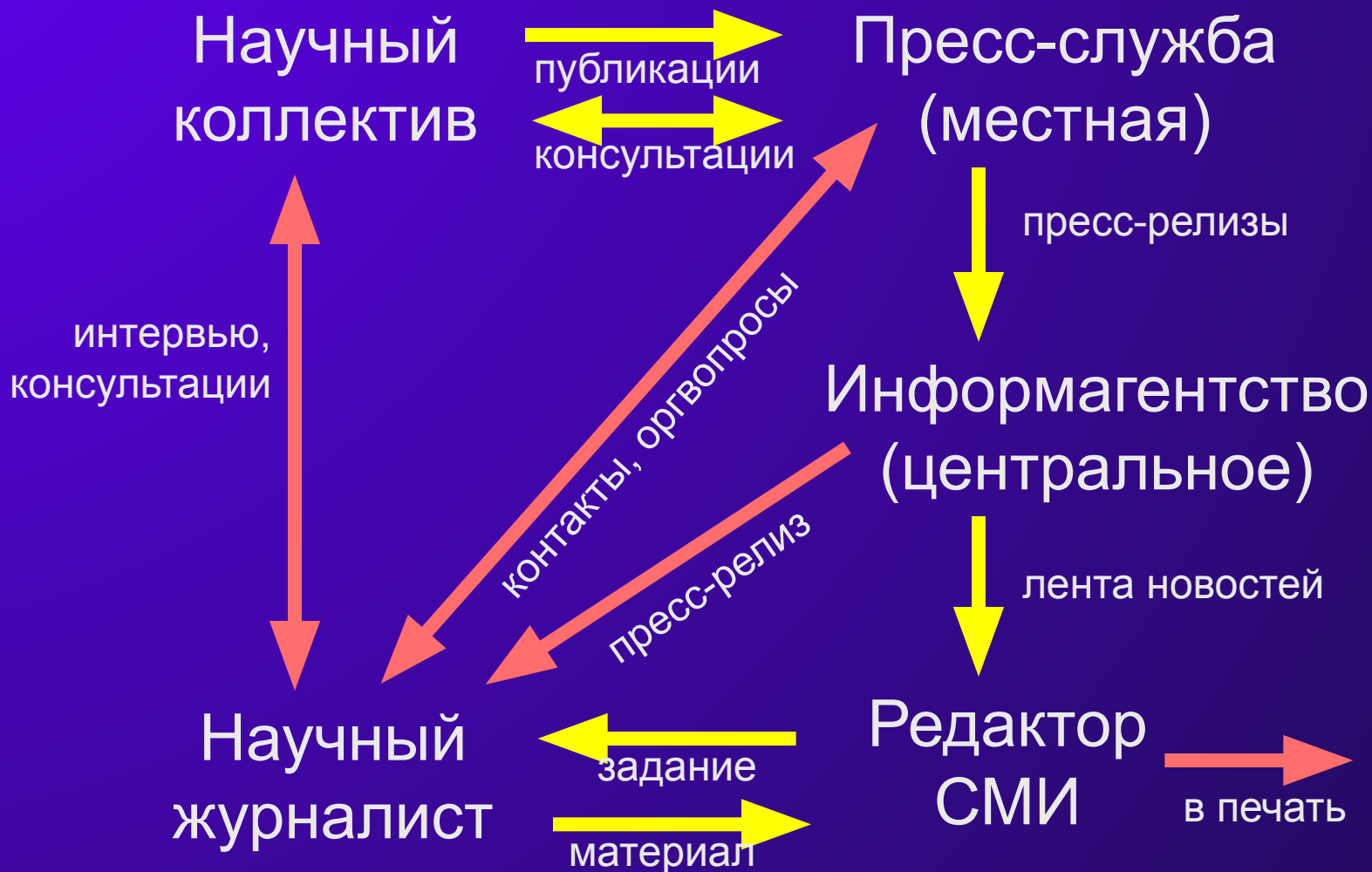
# Как «заставить» ученых раскрыть информацию о себе?

- ◆ Правильно поставить вопрос:

*Как заставить научные учреждения раскрывать информацию о себе?*

- ◆ Пресс-службы в институтах
- ◆ Зависимость грантов от прессы

# Роль и место пресс-служб





# Что делает пресс-служба?

- ◆ Пресс-релизы о результатах, полученных сотрудниками института
- ◆ Пресс-релизы по новостям науки с комментариями сотрудников
- ◆ Пресс-релизы по фактам ошибочных и псевдонаучных публикаций
- ◆ Организация интервью с сотрудниками
- ◆ Короткие телефонные комментарии для журналистов





# А директора против

## Варианты отговорок:

1. Нет денег и ставки
2. Опасно много платить одному сотруднику
3. Никто не компетентен столь широко
4. Наш бюджет зависит от чиновников, а не от прессы





# Основные меры для России

1. Прямая финансовая поддержка авторов
2. Система научных пресс-служб и информагентств
3. Социальная реклама научной популяризации
4. Независимое рецензирование научно-популярной литературы
5. Служба научного мониторинга СМИ