

## Интерес студентов СурГПУ к научно-популярным телепрограммам

Научный руководитель – Долгина Екатерина Станиславовна

*Сабирова Карина Альмировна*

*Студент (бакалавр)*

Нижевартовский государственный университет, Гуманитарный факультет, Кафедра филологии и массовых коммуникаций, Нижневартовск, Россия

*E-mail: yu.kira2017@yandex.ru*

Приоритет научного знания в современном информационном обществе неоспорим. Одной из главных тенденций коммуникационных отношений на сегодняшний день остается популяризация науки в глобальном, мировом масштабе.

Учитывая визуальные предпочтения современной аудитории, распространение знаний, которые будут доступны и понятны любому желающему их освоить, наиболее эффективно реализовывать через научно-популярные медиа продукты. Конечно, журналистика не может оставаться в стороне от производства научно-популярного контента, так как культурно-образовательная функция - одна из основных в нашей профессиональной деятельности. Журналисты ответственны за формирование мировоззрения аудитории СМИ на научном уровне миропонимания.

Иностранная научно-популярная журналистика предоставляет зрителю огромный спектр телепередач, рассказывающих в доступной форме о сложных научных проблемах: от организации космических экспедиций до исследования микромира нашей планеты. Среди популярных телеканалов британский BBC и американский Discovery с его дочерними подразделениями Animal Planet, National Geographic и Science Chanell.

Что касается развития данного направления в российской журналистике, то здесь дело обстоит несколько иначе. Начало всестороннего изучения научно-популярной тематики и способов ее подачи на отечественном телевидении было положено еще в эпоху запуска в космос первого спутника. Подход к данному направлению в журналистике был более чем серьезным, ознаменовывая новый шаг в становлении советского телевидения.

Снижение интереса к производству научно-популярных программ телевидения пришлось на период 1990-х годов, в условиях экономического и политического кризисов. Со временем на отечественном телевидении увеличилось количество научно-популярных программ, однако, во многом благодаря купленному за рубежом контенту. К масштабам популяризации науки советских времен мы, к сожалению, пока не вернулись.

«Сейчас по разным причинам (политическим и экономическим), сократилось количество научно-популярных изданий и научно-популярных рубрик в изданиях общего профиля - поэтому научным журналистам банально негде работать», - рассказывает Ирина Якутенко, биолог, научный журналист, выпускающий редактор ТАСС-Наука («Чердак»). При этом, по словам эксперта, постепенно набирает обороты тренд на специализированное обучение научных журналистов: тут не все гладко, но есть и спрос, и предложение [Портал Европейской обсерватории журналистики].

В настоящее время общественная потребность в журналистах-популяризаторах заявляет о себе все более отчетливо, а это, разумеется, вызывает и необходимость в соответствующей их подготовке, в том числе обучении всему арсеналу методов научной популяризации, применение которых должно приводить к созданию научно-познавательных медиатекстов (для разных видов СМИ), обладающих «научной глубиной, доступностью, занимательностью изложения» [Тертычный: 330].

Между тем, аудитории интересен образовательный контент. Здесь видится особая миссия вузовских СМИ, которые могут предоставить наиболее близкий по запросам контент целевой аудитории. Локальное исследование аудитории вузовских СМИ, проведенное в мае 2017 года на базе университета СурГПУ (г. Сургут) среди студентов (опрошено 5% обучающихся), выявило явную заинтересованность студенческого сообщества в научных знаниях. Среди тем, освещение которых студенты считали приоритетными, тема развития студенческого научного сообщества оказалось на 4-ом месте. В целом, исходя из результатов исследования, тема науки оказалась в первой пятерке информационных приоритетов.

В феврале 2019 года в вузе проведен еще один опрос, в котором приняло участие 136 респондентов (5% студентов СурГПУ), который был призван выявить интерес студентов к научно-популярным телепрограммам в вузовских СМИ.

На вопрос о том, смотрят ли студенты в свободное время научные программы, 77 человек ответили «да», 59 респондентов ответили «нет». Среди фаворитов по популярности были «Галилео», «Что? Где? Когда?», каналы «Культура», «Discovery», ВВС, а также телепередача «Разрушители мифов» и т.д.

Среди тем, которые предлагали сами студенты для научно-популярных программ, особое внимание уделялось медицине, биологии, психологии и психоанализу, космосу, истории, практическим исследованиям. Особенно отмечали студенты умение журналистов представлять научные достижения просто и доступно для понимания.

На вопрос, хотели бы студенты, чтобы с помощью научно-популярной программы популяризировались научные достижения преподавателей, из 136 респондентов 109 человек ответили «да».

Исходя из результатов опроса, выявлено, что есть необходимость популяризировать науку в вузовской среде посредством научной программы, поскольку формат видео остается самым востребованным среди большинства обучающихся. Также исследователи убедились в необходимости создания новой научно-популярной программы в стенах университета. Научно-познавательный проект познакомит студентов с работами преподавателей, наиболее просто и понятно представив сложную информацию. Кроме того, решено сделать программу с субтитрами на английском языке, что значительно расширит возможности позиционирования вузовской научной среды за пределами университета.

## Источники и литература

- 1) Портал Европейской обсерватории журналистики: <https://ru.ejo.ch/nashi-novie-statyi/nauchno-popularnaya-zhurnalistika>
- 2) Тертычный А.А. «Методы популяризации научного знания в современных СМИ» // Вестник Воронежского государственного университета. 2013., №2.