



М. В. Варич,
канд. наук із соц. комунік.

УДК 007: 304.316.3

Стаття як жанр науково-популярної журналістики: тенденції і перспективи розвитку

У статті розглядаються науково-популярні тексти, опубліковані на сторінках сучасних українських журналів. Також у роботі аналізуються причини зниження зацікавленості науково-популярною журналістикою в суспільстві, вивчається досвід популяризації цього виду журналістики у світових ЗМІ, прогнозується її подальший розвиток у вітчизняній пресі, наводяться аргументи на користь доцільності публікації науково-популярних матеріалів на шпальтах наших видань.

Ключові слова: українські ЗМІ, журнал, стаття, інтерв'ю, комунікація, мас-медіа.

Вступ. У сучасному соціокультурному просторі процеси комунікації визначають напрям подальшого розвитку наукової галузі, а також ключові теми обговорень, досліджень та публікацій у науково-популярних виданнях. Комунікація на шпальтах періодики є тим процесом, що охоплює всі сфери життя, які відображає журналістика (політичну, соціальну, економічну, культурну та ін.).

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що матеріали науково-популярної журналістики цікаві для всього наукового світу, адже вони не стосуються політичного, економічного чи соціального розвитку певної країни. Предметом опису та дослідження у науково-популярних статтях стають найкращі здобутки, відкриття та знахідки людства. Не залежно від того, в якій країні відбулося відкриття, воно швидко поширюється в різних куточках світу. Отже, науково-популярна журналістика – це спосіб міжкультурної комунікації у світі, обмін інформацією між людьми, які цікавляться наукою. А журналісти у цьому процесі відіграють роль посередників між науковцями та провідниками наукових знань. Часто таку інформацію журналісти отримують із перших вуст.

Незважаючи на те, що науково-популярним статтям у випадку, якщо вони професійно і доступно викладені, гарантований успіх серед зацікавлених наукою людей на всіх континентах, простежуються відчутні відмінності у викладі тексту журналістами різних країн. Це пояснюється різницею підходів у вивченні журналістики, різним релігійним середовищем, в якому працюють представники мас-медіа і науковці й яке має неабиякий вплив на їхню професійну діяльність, історичним минулим, яке сформувало характер журналіста, що пише про науку, низкою культурних аспектів. Навіть якщо

кореспондент є до певної міри інтернаціональним та відстороненим, не заглиблюється в проблеми національної наукової галузі, специфіка країни, де він виріс і працює, накладає на його тексти певний відбиток. Скажімо, читаючи матеріали в російських версіях видань «GEO» та «National Geographic», в українській версії «National Geographic», вже з перших абзаців можна відрізнити стиль російських чи українських авторів від стилю американських та англійських. І справа полягає навіть не в знанні теми чи побудові речень, а в авторському підході до викладу матеріалу. Адже текст, написаний людиною, не може бути інтернаціональним. У ньому завжди присутній національний колорит, оскільки журналіст пропускає його через власне сприйняття. Отже, науково-популярна журналістика, в якій поширене таке явище, як передруки, є способом не лише наукової, а й культурної комунікації між представниками різних країн.

Метою дослідження є комплексний аналіз процесу комунікації у сфері науково-популярної журналістики в глобалізованому світі.

Завдання дослідження: з'ясувати, як належність журналіста до певної культурної спільноти обумовлює стиль написання наукових текстів і як ці тексти впливають на процес міжнародної наукової комунікації; встановити рівень доступності міжнародної наукової комунікації для українських учених та журналістів; дослідити стан розвитку науково-популярної журналістики в Україні на сучасному етапі, визначити вплив, який чинять на цю сферу російські ЗМІ. У статті також здійснено спробу з'ясувати причини зниження зацікавленості науково-популярними текстами в Україні.

Об'єкт дослідження – науково-популярні журнали, представлені на українському ринку



мас-медіа, зокрема «Geo», «National geographic», «Открытия и гипотезы», «Вокруг света».

Предмет наукового аналізу – тексти, написані в науково-популярному жанрі журналістики й опубліковані в українських та російських журналах, що реалізуються на вітчизняному ринку (а також часописах, що мають світове ім'я і під цим брендом виходять в Україні та Росії).

Огляд наукової літератури. Наукова журналістика неодноразово ставала предметом зацікавлення російських, а згодом і українських науковців, зокрема В. Здоровеги, І. Михайлина, В. Шкляра, О. Глушка. Науково-популярні тексти вони досліджували у своїх наукових працях у контексті розвитку журналістики загалом та жанрів журналістики зокрема.

Однак донині у вітчизняній журналістиці розглядалися переважно тенденції розвитку науково-популярної журналістики та її тематичне і жанрове розмаїття. Проте не проводилося глибинне дослідження процесів комунікації у цій сфері та наслідків, до яких призводить така комунікація.

Методи дослідження. У процесі дослідження застосовано проблемно-тематичний метод для з'ясування подібностей та відмінностей тематичної проблематики в науково-популярних виданнях, що висвітлювалася на сторінках українських та російських видань. Використано також аналітично-порівняльний метод для зіставлення становища журналістики в науково-популярній сфері України, Росії та Європи.

Результати й обговорення. На сучасному етапі розвитку науково-популярна журналістика в Україні перебуває в стані занепаду. І все вказує на те, що піднесення в цій сфері відбудеться не скоро. Це обумовлено низкою причин: малим попитом на видавничу продукцію науково-популярного змісту, високою витратністю випуску подібних журналів (передбачається, що такий часопис має бути великим за обсягом, глянцеvim, друкуватися на якісному папері та з професійними фотоілюстраціями), а також низькою купівельною спроможністю українців, відсутністю кваліфікованих журналістів, які можуть писати про складне зрозумілою для пересічних громадян мовою.

Ринок українських мас-медіа переповнений періодикою розважального, громадсько-політичного, рекламного змісту. Вони виконують інформаційні, розважальні, рекламні функції й змагаються за увагу читача, працюючи в своєрідному замкненому колі – подають якомога більше ексклюзивних новин, які сьогодні цікавлять всіх, а завтра читачі з легкістю про них забувають, споживаючи порцію свіжих новин. Як правило, герої таких статей – представники

шоу-бізнесу, політики, мільйонери, тобто публічні люди. На цьому поприщі і самі герої матеріалів працюють не покладаючи рук, підкидають журналістам дедалі пікантніші й екзотичніші подробиці зі свого життя, активно позують перед камерами. У цій безкінечній погоні за сенсацією оминаються увагою важливі й актуальні питання, які потребують висвітлення. Виняток становлять хіба що проблемні статті на екологічну (вивіз сміття, вирубка лісу, забруднення водойм), соціальну (розпад сім'ї, матеріодинамки, безпритульні діти, аборти, алкоголізм) тематики, які час від часу висвітлюються в багатотиражних всеукраїнських газетах «День», «Дзеркало тижня», «Україна молода» та журналах «Фокус», «Корреспондент», «Український тиждень», «Мир денег».

Навіть статті на політичну тематику втратили свою новизну, адже політичні проблеми у нас багато років поспіль одні і ті самі, як, утім, й екологічні та соціальні: обличчя політиків у країні давно не змінюються, їхня позиція всім давно відома. Ціну їхніх обіцянок суспільство також знає. Єдине, що може ще хоч якось вразити чи привернути увагу українських громадян до життя політичного бомонду, – це їхні бійки в парламенті та поза його межами (та й те вже мало кого вражає). Натомість європейські колеги дуже дивуються такому способу доведення своєї думки. А можливо, подібне з'ясування стосунків не було випадковістю для українського політикуму, адже це був чи не єдиний шанс потрапити на шпальти європейських видань.

Що ж до матеріалів науково-популярного змісту, то тут ситуація взагалі має катастрофічний вигляд. Подекуди науково-популярні статті можна побачити в дорогих українських виданнях: громадсько-політичній газеті «Дзеркало тижня» журналах про туризм «Міжнародний туризм», «Вокруг Света» (це українське видання, але частину матеріалів для нього надають російські автори, оскільки воно має центральний осередок у Москві та журналі для підлітків «Гипотезы и открытия»). Шкода, адже безліч цікавих тем, як-от розвиток космічної галузі, астрономії, хімії, фізики, біології, українські ЗМІ оминають увагою, ніби в Україні нікого й не цікавлять ці питання. А от старше покоління ще пам'ятає радянський період, коли видавалося чимало науково-популярних видань, де можна було знайти серйозні журналістські статті. Мало таке видання доступну ціну. Але якби журнал подібного змісту з'явився нині в Україні, люди, що цікавляться наукою, навряд чи відшукали б кошти, аби його придбати. Адже його собівартість була б не меншою, ніж 25–30 грн.

Окремо варто розглянути вітчизняний теле- та радіофір. У ньому склалася не краща ситуа-



ція, аніж у друкованій сфері. На FM-станціях узагалі відсутні науково-пізнавальні передачі. На Першому національному радіоканалі цей тип програм представлений передачами «Нехай не гасне світ науки» та «АВС». Проте обидві передачі виходять лише раз на тиждень і не можуть вмістити всю інформацію про відкриття науки. Що ж до вітчизняного телебачення, то воно обмежується дубляжем науково-популярних передач іноземного виробництва.

Зауважимо, що серйозну конкуренцію сучасним українським ЗМІ, які бодай побіжно висвітлюють досягнення науки, донедавна склали журнали, що завозяться з Росії: «GEO», «National Geographic». Щоправда, в березні на українському ринку з'явився вітчизняний аналог «National Geographic». Видання яскраве й якісне, воно має всі шанси посісти гідне місце серед науково-популярних ЗМІ. Але поки що на ринку реалізуються як російська, так і українська версії, які активно конкурують між собою.

Аналіз тематики видань науково-популярного змісту дає змогу зробити висновок, що в переважній більшості наукові зацікавлення всіх ЗМІ подібні між собою. Зокрема, в 2012 р. з наближенням грудня дедалі актуальніше дискутувалася тема настання кінця світу за календарем майя.

Не оминули цю тему і солідні науково-популярні видання Росії. Зокрема, у «GEO» редактор Володимир Єсіпов звертається з першої сторінки у своїй передовій статті до читачів із запевненням, що кінця світу не буде і вони можуть планувати відпустки [1, с. 16]. Через кілька сторінок у цьому ж виданні Клаус Бахманн у своїй авторській статті підтверджує думку редактора про те, що в уявленні майя кінець світу – це не загибель людства, а лише новий етап у його розвитку. У зв'язку з цим К. Бахманн наводить наукові аргументи щодо можливого розвитку Всесвіту. Матеріал проілюстрований великою кількістю фотокарток, які розміщені на сторінках формату А4 і зроблені в провідних обсерваторіях світу [2, с. 42]. Російське видання «National Geographic» також наголошує на тому, що так званий «кінець світу» – це лише зміна умов існування. Зокрема, журнал у цьому контексті розглядає кліматичні зміни на Землі як наслідок діяльності Сонця. Стаття Тімоті Ферріса доповнена великою кількістю фотокарток, зроблених телескопами НАСА [3, с. 72]. Цей журнал також намагається підтримувати контакти зі своїми читачами в усіх куточках планети, зокрема на його першій сторінці надруковано звернення до читачів – колонку американського редактора «National Geographic» «Иду на грозу» [4, с. 16], де він коментує опублікований у номері видан-

ня матеріал журналіста Пітера Міллера про те, як зробити вдале фото грози і в чому полягає особливість цього явища [5, с. 112].

Такі видання (окрім української версії «National Geographic») виграють порівняно з українськими і за поліграфічною якістю, і за змістовим та ілюстративним (фото) наповненням. Водночас представники сучасного українського суспільства на високому рівні володіють російською мовою. І якщо постане питання: «Яке видання купувати: українськомовне чи російськомовне?», то критерієм вибору буде не мова, а тематика видання, його змістове наповнення.

Загалом дослідження підтвердило, що науково-популярна журналістика є перспективним методом комунікації у наукових колах. Завдяки публікаціям на шпальтах науково-популярних журналів відбувається обмін міжнародним досвідом, реалізуються партнерські проекти, розгортається науковий дискурс. Щодо жанрової палітри науково-популярних журналів, то вона мало чим змінилася з 1980-х рр. Як в Україні, так і в Європі редактори науково-популярних видань надають перевагу публікаціям у жанрі статті або інтерв'ю. Така «любов» до цих жанрів є зрозумілою і цілком виправданою. Адже відповідно до особливостей цих жанрів матеріали можуть бути великі за обсягом, вміщувати коментарі та думки експертів, прогнози та філософські роздуми, бути певною мірою дискусійними та суперечливими. А це саме ті ознаки, які притаманні науково-популярним ЗМІ. Щоправда, все ж стаття залишає більше можливостей журналістові варіювати відповідями науковців на поставлені запитання, в той час як інтерв'ю бажано донести максимально точно, але водночас зрозумілою для читачів-нефахівців мовою.

Щодо тематики сучасних науково-популярних видань, то вона частково змінилася. Деякі теми витіснили нові, більш модерні та актуальні (наприклад, клонування, вплив структурованої води на здоров'я людини, технічні новинки на кшталт мобільних телефонів, ноутбуків тощо), деякі стали висвітлюватися вужче (теорія Дарвіна про походження людини від мавпи відтепер згадується лише побіжно, лише як історичний факт), інші, навпаки – ширше (боротьба з раковими пухлинами, природа сновидінь, системи розвитку внутрішніх ресурсів людини – дихання, йога, голодування, медитація), з'явилася і зовсім нова тематика. Проте всі ці зміни не відбулися водночас і раптово. Це був повільний і малопомітний процес, який, утім, відчутно змінив «обличчя» науково-популярних ЗМІ у всьому світі. Незаперечним залишається той факт, що тематика науково-популярних видань відображає рівень найкра-



цих досягнень і здобутків суспільства, є лакмусовим папірцем, який вказує на ступінь розвитку соціуму на певному етапі та рівень зацікавлення науковців конкретними сферами науки. Утім, якщо розглядати висвітлення наукової тематики у науково-популярних виданнях України, то можемо констатувати, що незаперечний інтерес не втрачає низка тем, які, очевидно, ще довго (якщо не впродовж усього існування) хвилюватимуть суспільство. Це – здоров'я, екологія, біологія, космос і його дослідження, новітні технології, археологія, психологія. Очевидно, це пов'язано з ментальністю людини, яка в глибині душі прагне до пізнання і є мандрівником, а вже сферу для своїх подорожей обирає сама – чи то зовнішню (в історію, в космос, в сусідні країни), чи внутрішню (у власну підсвідомість, у вивчення можливостей свого організму чи інших організмів, що її оточують). Тож пізнавальна функція залишається головною під час написання будь-якої статті для науково-популярного ЗМІ.

Тож, як підтверджують результати нашого дослідження, найширше наукова тематика у журналах висвітлюється саме в науково-популярних статтях. Але це не заповнює прогалину в обізнаності наших громадян, які дедалі менше знають про розвиток науки, а натомість все більше дізнаються про життя зірок, що, звісно, за своєю масштабністю і значущістю важко порівнювати.

Варто зважати на те, що часто науково-популярні журнали не обмежуються певною вузькою територією. Адже наука має тим більше перспективи розвитку, чим більше вчених нею займаються. По-справжньому сенсаційні статті журналістів, що працюють у науково-популярній сфері, їхні інтерв'ю з нобелівськими лауреатами передруковуються з іноземних видань. Таким чином відбувається складний процес наукової комунікації між різними культурами.

Висновки. Аналіз публікацій у науково-популярній періодиці засвідчив, що національна належність журналіста накладає відбиток і на його тексти. Це пояснюється тим, що матеріали, написані людиною, завжди несуть певне ментальне навантаження, а традиції країни, в якій вона зростала, позначаються на стилі написання текстів. З'ясовано, що в процесі міжкультурної наукової комунікації українські науковці та журналісти майже не задіяні. Адже для публікації в науково-популярному інозем-

ному виданні потрібно володіти іноземною мовою і мати ім'я в наукових колах. Останнього найчастіше бракує українцям.

Дослідження показало, що на українському ринку надто мало вітчизняних науково-популярних видань. Проте незначні інвестиції з боку влади могли б покращити ситуацію в цій сфері, оскільки в Україні чимало людей цікавляться досягненнями науки.

Водночас серйозну конкуренцію вітчизняним науково-популярним виданням складають журнали, що завозяться з Росії і мають приблизно однакову ціну з українськими виданнями.

Проте тенденції розвитку в науково-популярній сфері дуже швидко змінюються і потребують постійного вивчення та глибокого аналізу. Така ситуація обумовлена кількома чинниками, зокрема стрімким розвитком самої науки. Іншим фактором є зміна підходів у поданні матеріалів у самій журналістиці. Тексти науково-популярних видань порівняно з минулими десятиріччями значно спростилися і стали доступнішими для пересічного читача (матеріали стали коротші, речення – лаконічніші, в текстах зменшилася кількість професіоналізмів). Це призвело до появи такого маловивченого явища, як універсальний текст, тобто текст, зорієнтований і на науковця-професіонала, і на пересічного читача, який цікавиться наукою поверхово. До того ж, такий текст однаково легко сприймається представниками різних національностей. У всьому світі такі універсальні тексти, написані в науково-популярному стилі, мають великий попит серед читачів. В Україні також поступово відновлюється інтерес до наукової журналістики. Тож можна спрогнозувати, що наукова комунікація, яка відбувається за допомогою публікацій у науково-популярних журналах, в найближчі роки активізується, набуде нових форм та виявів.

1. *Есипов В.* Конец света. Каким он будет? / В. Есипов // *Geo*. – 2012. – № 11. – С. 16.
2. *Бахманн К.* Так каким он будет, конец света? / К. Бахманн // *Geo*. – 2012. – № 11. – С. 42–56.
3. *Тимоти Ф.* Солнечный удар / Ф. Тимоти // *National Geographic*. – 2012. – № 9. – С. 72–87.
4. *Джонс К.* Иду на грозу / К. Джонс // *National Geographic*. – 2012. – № 9. – С. 6.
5. *Милер П.* Мы и погода. Состязание безумных / П. Милер // *National Geographic*. – 2012. – № 9. – С. 112–131.

Подано до редакції 10. 03. 2014 р.

Varych Maryna. The article as a genre of popular scientific journalism: trends and prospects for development.

In this work it has been researched the popular scientific articles, published on the pages of the modern Ukrainian magazines. Also in the article it is analysed the reasons of reduce of interest to the popular scientific



articles in the society. The author studies the experience of popularization of this type of journalism in the world mass media, forecasting the development of popular scientific journalism in the domestic mass media. The author represents the arguments in favour of necessity to publish the popular scientific materials on the pages of the modern Ukrainian magazines.

Keywords: Ukrainian mass media, magazine, article, interview, communication, mass-media.

Варич М. В. Статья как жанр научно-популярной журналистики: тенденции и перспективы развития.

В статье рассматриваются научно-популярные тексты, опубликованные на страницах современных украинских изданий. В работе анализируются причины снижения интереса к научно-популярной журналистике в обществе, изучается опыт популяризации науки в современных СМИ, прогнозируется будущее развитие научно-популярной журналистики, а также предоставляются аргументы в пользу необходимости размещения научно-популярных публикаций в современной периодике.

Ключевые слова: украинские СМИ, журнал, статья, интервью, коммуникация, масс-медиа.