

Популяризация научного знания на телевидении

Научный руководитель – Шинкарук Вячеслав Евгеньевич

Поживилова Мария Васильевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

E-mail: pojmaria@yandex.ru

Науку важно распространять, чтобы современное общество интересовалось ей и стремилось к ее развитию и новым открытиям.

Задачей популяризатора науки является превращение скучных для неспециалиста научных данных в интересную и понятную большинству информацию. Продвижение науки может быть направлено как на общество в целом, так и на его часть, например, подрастающее поколение.

Популяризация науки способствует увеличению количества людей, интересующихся ей, благодаря стимуляции интереса. Но нужно популяризировать те области науки, которые уже полностью понятны. Наиболее эффективным средством популяризации науки являются СМИ. Не только ученые, но и Государство, и педагогический состав заинтересованы в развитии и популяризации науки. Благодаря СМИ для широких масс сложные научные достижения становятся доступными.

В силу того, что информация о науке везде - новости, ток-шоу, документальные фильмы, передачи - автор данного исследования ограничил период с 2000 по 2018г. Данное исследование направлено на рассмотрение изменений и динамику интересов аудитории и рейтингов научно - популярных программ в это время.

В современном телевидении, при обширном количестве телеканалов, перед телезрителями стоит непростая задача выбора не только телепрограммы, но и телеканала, который будет полностью соответствовать его пожеланиям. Некоторые телеканалы транслируют совсем небольшое количество передач, связанных с наукой. Новостные каналы напрямую зависят от событий в городе, стране и мире. Многие телезрители выбирают те телеканалы, которые выполняют в себе не только новостную, но и развлекательную функцию. Развлекательные телеканалы предлагают контент, который не связан напрямую с наукой. Но в каждой программе есть познавательная составляющая.

Задачи:

- Изучить телепередачи и телепрограммы, связанные с научным знанием;
- Изучить периодичность, время выхода, хронометраж и телеканалы, на которых создаются, транслируются и развиваются познавательные телепрограммы и телепередачи;
- Выяснить категории, по которым распределяются научно-популярные телепередачи и телепрограммы на телеканалы;
- Выяснить успех/провал популяризации научного знания на телевидении.

Повышению рейтингов может способствовать:

- подача информации в более легкой и интересной форме;
- Трансляция научно-популярных программ в удобное для аудитории телеканала время;
- Трансляция по федеральным каналам;
- Создание рекламы этих научно - популярных программ;
- Присутствие элементов детективного расследования или игры;
- Создание социальных реклам, которые распространяют научные знания;

- Интерактивность с телезрителями в виде звонков в студию, голосования по смс, отправки ответов/вопросов на почтовый адрес;

- Взаимодействие с интернет платформами для продвижения научно-популярных программ, использование современных технологий, соц. Сетей.

В современном мире, к сожалению, не так популярна наука. Раньше было престижно становиться докторами и кандидатами наук - и заслуживало уважения в обществе. В данной работе исследователь постарался разобраться в этой проблеме и понять, как нужно правильно размещать в сетке вещания такие программы и какие из них вызывают больший интерес.

Почти на каждом общедоступном телеканале показывают научно- познавательные программы, но в разное время и с разной периодичностью. В основном программы показывают в утреннее или дневное время по выходным. Поэтому почти все желающие могут посмотреть их и получать знания.

Каждый человек хочет получать необходимую ему информацию, а не ждать, пока раз в неделю покажут нужную ему передачу, которая отвечает его интересам. Телевидение несёт не только информационную и развлекательную функцию, но и познавательную, обучающую. Мы можем получать нужную информацию в любое, удобное для нас время. Но есть большой минус - территория распространения телевизионного сигнала. В то же время, кабельные сети, где присутствуют нишевые каналы, в основном находятся в крупных городах.

Рассмотрим проблему малых рейтингов научно-популярных программ на Российском телевидении.

1. Программы выходят не на федеральных каналах.
2. Программы выходят не в удобное время для заинтересованных этих темой телезрителей.
3. Часть аудитории ушла в интернет пространство.
4. Данный контент не интересен современному массовому зрителю.
5. Нет результатов исследований и развития в области науки в России - нет возможности рассказать об открытии и показать что-то новое.
6. Нет рекламы связанной с научным знанием.

Ввиду отсутствия на федеральных каналах научных программ, на телевидении уже имеют небольшую популярность и продолжают создаваться специализированные - тематические каналы. Не смотря на это, в большинстве телепрограммах на федеральных каналах присутствует познавательная составляющая. Эти программы можно разделить по тематикам:

1. Научные
 - «Мы и наука. Наука и мы»
 - Баттл
 - Телеканал Наука 2.0
2. Познавательные
 - Географические
 - Медицинские
 - О еде
 - О животных
3. Информационные
 - Вести

- Время
 - Телеканал RT
4. Развлекательные
- Орел и решка
 - Еда, я люблю тебя
 - Мир наизнанку
5. Сериалы
- Нюхач
 - Склифосовский
 - Хороший доктор
6. Телефильмы и документальное кино
- Время первых
 - Тайны высоких широт
 - Океанариум изнутри
7. Игровые программы
- Что? Где? Когда?
 - Брейн-ринг
 - Своя игра
 - Кто хочет стать миллионером

В рамках подготовки диссертации для ее защиты в 2019 году был решен ряд задач:

- Изучить телепередачи и телепрограммы, связанные с научным знанием;
- Изучить периодичность, время выхода, хронометраж и телеканалы, на которых создаются, транслируются и развиваются познавательные телепрограммы и телепередачи;
- Выяснить категории, по которым распределяются научно-популярные телепередачи и телепрограммы на телеканалы;
- Выяснить успех/провал популяризации научного знания на телевидении.
- Разобраться в каких телепрограммах присутствует познавательный контент.

Источники и литература

- 1) И. Ю. Лапина, «Научно – популярное телевидение. Драматургия мысли». 2007
- 2) Н. А. Голядкин, «История отечественного и зарубежного телевидения». 2016
- 3) ГАЗЕНКАМПФ Алёна Викторовна, «Методы и формы подачи информации в научно-популярных программах канала «Discovery»», 2016
- 4) Константинова Е.Г. «Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития// автореф. дис. ... канд. филол. наук» Москва, 2010
- 5) Познин В. Ф. «Выразительные средства современного научнопознавательного фильма» Ленинград, 1981.

- 6) Штепа В. "Научная журналистика в сегодняшнем мире". Журнал "Наука и Техника" №5 [150] 05.04.2007
- 7) Стрельникова Л. Н. «О тенденциях в мировой журналистике и месте науки в СМИ», 2003
- 8) <https://mediascope.net/data/> (РЕЙТИНГИ)
- 9) <https://adview.ru/> (Телевизионное программирование)
- 10) <http://www.telesputnik.ru/> (ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ КАНАЛОВ)
- 11) <http://www.cableman.ru/> (Доля аудитории нишевых каналов в общем телесмотрении)