

Как научную статью превратить в научную новость

Научная информация публикуется не только в специализированных научных журналах, но и в изданиях для широкой общественности. По степени близости к стандартам массовой информации можно выделить несколько разновидностей.

Наиболее близки к научным журналам агрегаторы научных новостей, такие как международные сайты Eurekalert, Alphagalileo и российская «Открытая наука», Наука в Сибири». Это сервисы для взаимодействия научных организаций и журналистов, а тексты для публикаций готовят обычно специалисты по научным коммуникациям или сами ученые.

Далее следуют научно-популярные издания, такие как классические «Наука и жизнь», «Химия и жизнь», а также научно-популярные мультимедийные порталы «Элементы», «Постнаука», «Теории и практика», «Naked Science», «N+1», «Наука ТАСС», отделы научных новостей информационных агентств и СМИ. Здесь публикации наиболее ориентированы на интересы и вкусы аудитории.

Сайты университетов обычно публикуют короткие доступные сообщения о результатах научных исследований, которые обязательно сопровождаются ссылками на публикации в научных журналах.

Какие отсюда следует сделать выводы?

Во-первых, необходимо определиться с **аудиторией** вашей публикации. Например, вы готовите сообщение для размещения на сайте университета, где его могут прочитать ученые и студенты. В таком случае можно пользоваться узкоспециальной терминологией, которая, скорее всего, будет не до конца всем понятна, зато можно рассчитывать, что ваша аудитория знакома с тем, как устроен научный процесс. Если же предполагаемая аудитория – читатели местной газеты и зрители местного телеканала, то придется отказаться от научной терминологии.

Во-вторых, необходимо определить **цель, от которой зависит и оценка результата публикации**. Целей может быть несколько: поднять авторитет университета и привлечь внимание к научным изысканиям преподавателей; отметить исследования, которые финансируются государством; привлечь потенциальных студентов и преподавателей к научным программам; установить контакт с исследователями из других организаций, которые могут быть заинтересованы в формальном или неформальном сотрудничестве; информировать студентов и выпускников информацией о работах, которые ведутся в университете.

В-третьих, надо **переработать текст научной статьи**, максимально приблизив его к стандартам массовой информации.

Как мы все хорошо знаем, информационное сообщение строится по принципу по перевернутой пирамиды: в начале – все самое важное, подробности – ниже, могут быть опущены.

Например:

Disney+ сломался сразу после запуска

В работе стримингового сервиса Disney+ произошел сбой после запуска 12 ноября, свидетельствуют данные Downdetector.

К 16:00 мск ресурс зафиксировал почти 7,5 тысячи жалоб, пользователи сообщают о невозможности авторизоваться и о перебоях в трансляции. Затруднения испытывают пользователи преимущественно на Восточном побережье США.

Сам сервис о сбоях не сообщает, последний на 16:00 мск пост в соцсетях Disney+ посвящен началу работы.

Сервис запустили в 14:00 мск (06:00 по времени Восточного побережья США), Disney+ доступен только в США, Канаде и Нидерландах. Для просмотра онлайн Disney выложит несколько эпизодов «Звездных войн», полнометражные мультфильмы, в том числе студии Pixar. Подписка на сервис стоит 6,99 доллара в месяц.

Научная статья строится по своим, не менее жестким, стандартам: название, автор, аннотация, ключевые слова, тема и ее актуальность, история вопроса, методология исследования, ход исследования, результаты и их обсуждение, значимость результатов, перспективы исследования.

Таким образом, работу над научной новостью надо начинать с конца научной статьи, потому что **событие в научной новости – это результат исследования или эксперимента**. Точная дата не обязательна, важнее, чтобы научная информация соответствовала текущей повестке дня: календарю, событиям в стране или в мире.

Ключевой контекст или значимость события – это значение события для общества. Научные новости обычно актуализируются в связи с экологией, здравоохранением, урбанизмом. Важны также масштабы исследования, предупреждение катастроф, локальная близость события к читательской аудитории. Часто используется объяснение «то, что сделано, ещё не удавалось никому», «предложено решение проблемы, над которой бьются лучшие умы».

Примеры:

1. Сотрудники Института химической кинетики и горения им. В.В. Воеводского СО РАН разрабатывают новый подход к локализации небольших молекул внутри мембранных белков. Это фундаментальное исследование в перспективе **может ускорить процесс создания** фармакологических средств, прицельно и предсказуемо воздействующих на мембранные белки, участвующие в развитии многих недугов, включая рак, диабет, сердечно-сосудистые и нейродегенеративные заболевания.

2. На Марсе совершил успешную посадку космический аппарат "Инсайт". До самого последнего момента ученые из НАСА не были уверены, что все пройдет гладко, так как многие предыдущие попытки **завершились неудачей**.

3. Международный коллектив физиков, в который входили теоретики из ИТФ имени Ландау, **сумел уточнить модель** разрушения тонких пленок рутения под воздействием мощного лазера. Такими пленками покрывают зеркала для Европейского лазера на свободных электронах (XFEL), **уникального прибора**, благодаря которому можно изучать детальное молекулярное строение вирусов и протекание химических реакций. Понимая, что происходит с тонкими пленками при длительном воздействии лазера, ученые смогут создавать более долгосрочные покрытия для зеркал XFEL. Работа [опубликована](#) в журнале Applied Surface Science. **(формат сайта «Открытая наука»)**

4. Прошедшим летом один из экспедиционных отрядов лаборатории экологии и геоботаники Центрального сибирского ботанического сада СО РАН побывал в горах Хангая, где ученые исследовали разнообразие экосистем и современное состояние растительного покрова.

«В Монголию мы ездим уже второй год», — говорит заведующий лабораторией экологии и геоботаники ЦСБС СО РАН кандидат биологических наук Евгений Григорьевич Зибзеев. — Одна из наших задач — посмотреть, как растительность связана с климатом и рельефом. Исследования могут быть интересны **в контексте глобального изменения климата**».

Подробности нужны только тогда, когда они помогают объяснить суть или настолько интересны, что сами по себе являются украшением текста (если они не вписываются в логику повествования, их можно оформить отдельно выделенными вставками). Если у вас не получается понятно и коротко, простыми словами описать, **КАК** проходило исследование, лучше опустить этот момент и рассказать только **ЧТО** сделано и почему это актуально.

В сообщении обязательно указать все научные коллективы, принимавшие участие в исследовании (институты, лаборатории, кафедры). Имя ученого чаще всего опускается, но может быть упомянуто в цитате. Если текст планируется разместить в интернете, поставьте ссылку на статью-первоисточник.

Советы от журнала «Наука в Сибири»(www.sbras.info): поменьше сложных слов, отглагольных существительных, пассивного залога, побольше глаголов, покороче предложения, образность.

Насчёт терминов отдельный разговор. Разумеется, в рассказе об исследовании совсем без них не обойтись, но постарайтесь употреблять только несколько из них, самые важные (предварительно объяснив их значение в теле текста или во врезе), а остальные заменять более общеупотребительными словами или описательными выражениями.

Понятно, что такие замены не являются абсолютными синонимами, но в журналистском тексте иногда лучше пожертвовать щепетильностью в угоду читабельности.

Также научно-популярный текст любит метафоры — особенно, когда дело касается описания сложных явлений. Если вы представите ДНК как рельсы, по которым движется машина репликации, занимающаяся раздвоением железнодорожных путей, то читателю будет легче понять сложный механизм клеточного деления. И помните, никаких формул (ну, кроме, разве что CO₂ и H₂O).

Для того чтобы полнее погрузиться в специфику научной коммуникации, рекомендую посмотреть записи мастер-классов Е.С.Задереева, например, вот эту - «Как создать научную новость и сделать ее популярной» <https://www.youtube.com/watch?v=xK1PdAX1iH8>).

Или прочитать статью Дианы Хомяковой «Как писать в СМИ, если вы учёный» <http://www.sbras.info/articles/editors/kak-pisat-v-smi-esli-vy-uchenyi> .

Есть большая книга – настоящее руководство по научным коммуникациям:

Пособие по общественным связям в науке и технологиях [Электронный ресурс]/ Буки Массимиано [и др.]— М.: Альпина нон-фикшн, 2018.— 588 с.— Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=1002907&spec=1>

Е.И. Лоцан,
организатор конкурса коммуникаций
в социальных сетях
м.т.+79029929845
e-mail: lotsan@bk.ru