

НАНОСКОП №46

Пресс-дебаты

Объясните популярно

В разгар лета на берегах Невы собрались российские и немецкие ученые и научные журналисты, чтобы за круглым столом обсудить вопросы популяризации науки в обеих странах на примере нанотехнологий. Такое необычное по своему формату мероприятие было организовано российским представительством Германского дома науки и инноваций - Deutsches Wissenschafts und Innovationshaus (DWIH) при поддержке факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ) и газеты "Поиск".

Более восьми часов продолжались жаркие дебаты о том, что же представляют собой нанотехнологии на современном этапе развития. Каковы трудности в отображении достижений в области нано в научно-популярной прессе? Стоит ли бояться нанорисков? Готовы ли СМИ освещать этот вопрос без негативных спекуляций, а ученые - спокойно и открыто делиться информацией? И, наконец, как наилучшим образом подготовиться к проведению интервью, посвященного нанотеху, и чем лучше иллюстрировать подобную статью, учитывая формат и национальные особенности аудитории издания?

Открывая заседание круглого стола, руководитель российского представительства DWIH доктор **Аликс Ландгребе** (Alix Landgrebe) подробно рассказала о целях и назначении Германского дома науки и инноваций, представила новый портал организации (www.dwih.ru), где отечественные ученые смогут найти полезную информацию, касающуюся совместных проектов с немецкими коллегами. Она также пояснила, как возникла идея провести подобное мероприятие:

- Сегодня нанотехнологии являются приоритетной областью в обеих наших странах, где существуют многочисленные исследовательские программы и проводится большое количество конференций и семинаров по данной тематике. Потому проблемы, связанные с этой сферой знаний в России и в Германии, общие. Если вы обратитесь к немецкой прессе, особенно к тому, что пишут в Интернете, может создаться впечатление, что нанотехно-



логии крайне опасны. И, хотя это не так, простым людям все сложнее узнать правду, понять, для чего нам нужен нанотех, чем он полезен, чего от него ждать... В России складывается схожая ситуация. Думаю, очень важно, чтобы наши ученые и журналисты обсудили эту проблему, вместе попытались найти ее решение. Еще одна цель данного форума - налаживание сети контактов между научными журналистами и учеными России и Германии. Надеюсь, что наше мероприятие станет отличной возможностью для обмена мнениями по проблеме корректной подачи в прессе и эффективной популяризации нанотехнологий и будет иметь продолжение.

Не потрогал - не поймешь

Как известно, распространение научных знаний в доступном обывателю виде - одно из необходимых условий формирования адекватного восприятия обществом усилий, прилагаемых как самими учеными, так и государством, занимающимся финансированием научных исследований и разра-

боток. Проблема адекватного восприятия понятия "нанотехнологии" обществом связана, с одной стороны, с широтой его содержания, с другой - с тем, что в мире все еще отсутствует единый стандарт, описывающий, что же такое "нанотехнологии" и "нанопродукция". А раз уж об этом до сих пор спорят профессионалы, то простому человеку и подавно сложно понять, что же такое это загадочное "нано". Ведь его нельзя потрогать руками, да и увидеть можно только с помощью специальной дорогостоящей техники, такая вряд ли стоит у кого-то дома на кухне.

Еще три-четыре года назад приставка "нано" будоражила воображение населения всей планеты, вызывая широкий спектр эмоций: от восторга осознания новых открытий до настороженности, связанной с так называемыми нанорисками. На сегодняшний день результатом активного "нанотехнологического PR", развернутого государствами и наукоемкими компаниями по всему миру, стало чуть более спокойное отношение к нанотеху. Однако попытки развевать ореол шарлатанства и таинственности над нанотехнологиями до сих пор стоят научным журналистам большого труда.

Участники круглого стола с сожалением отмечали, что, с одной стороны, ученые не всегда охотно идут на контакт с прессой, не вполне доходчиво, зачастую путано излагают суть своих работ в данной области. С другой стороны, сами журналисты нередко грешат тем, что, не будучи профессиональными химиками, физиками, биологами и т.д., даже не пытаются разобраться в сути вопроса, а лишь гонятся за очередной сенсацией. В результате опубликованные ими материалы "в стиле сюр" не только не формируют в обществе уважительного отношения к трудам ученых и позитивного - к нанотехнологиям, но, случается, вызывают откровенный смех и волну негатива по отношению ко всем тем, кто занят в этой области науки. При этом многие журналисты отметили, что в их редакции были бы рады держать несколько отдельных корреспондентов со специализированным высшим образо-

ванием по той дисциплине, о которой они пишут, но это, увы, нереально с финансовой точки зрения. Не раз в ходе дебатов звучали и сожаления о том, что в отечественных вузах в отличие от европейских отсутствует такой предмет, как "Science communication", обучающий ученых доходчиво и популярно рассказывать о своих достижениях, а журналистов - доносить смысл их слов до обывателя.

Решить эту проблему, может быть, отчасти поможет инициатива факультета журналистики СПбГУ: по словам декана журфака профессора **Анатолия Пую**, такая специальность, как научная журналистика, сегодня заслуживает особого внимания. Поэтому на журфаке СПбГУ в скором времени будет запущена отдельная международная программа по научной жур-



налистике, в реализации которой примут участие преподаватели со всех факультетов СПбГУ, профессора МГУ им. М.В.Ломоносова, зарубежные партнеры этих вузов.

Бренд, да и только!

Не секрет, что поведением общества легко управлять, используя определенные коммуникационные, рекламные и маркетинговые стратегии. Достаточно лишь навесить на свою продукцию определенный ярлык, предварительно в красках расписав население, чем он хорош. И эта продукция будет вмиг сметена с прилавков. Как ни жаль, но такие комбинации сегодня весьма успешно работают, например, с понятиями "зеленая химия" или "органические продукты". Они превратились в настоя-

щие популярные бренды, помогающие повысить продажи, в то время как реального толка от использования предметов, "освоенных" этими понятиями, пока что не наблюдается. Именно поэтому в обществе сегодня существуют вполне конкретные опасения, что и приставка "нано" может пополнить этот бесславный ряд брендов, помогающих делать деньги, а не улучшать жизнь людей...

Так что же представляют собой нанотехнологии на современном этапе развития в России и в Германии? Этот вопрос вызвал особенно жаркие споры участников дебатов. По мнению ведущего научного сотрудника химического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова, члена редакционно-издательского совета Нанотехнологического общества России **Генриха Эрлиха**, к сожалению, большая часть российского научного сообщества до сих пор уверена в том, что отечественный нанотехнологический проект - всего лишь способ "распилить" бюджетные деньги:

- После того как к руководству РОСНАНО пришел Анатолий Чубайс, эта уверенность многократно возросла, потому что общее отношение к Чубайсу у нас в стране отрица-

тельное. При этом сами российские ученые повсеместно заявляют, что они активно занимаются нанотехнологиями. Объясняется это просто: у нас сейчас реально финансируются только те научные проекты, в которых есть нанотехнологическая составляющая. Потому-то люди стремятся вставить приставку "нано" в любые проекты, хотя и занимаются тем же, над чем работали в течение предыдущих 20-30 лет. Чтобы обсуждать, что такое российские нанотехнологии, нам надо договориться о терминах: что мы понимаем под этим словом?

Жаль, что в этом вопросе пока единства нет: общество представляет себе одно, ученые - другое, власть имущие - третье, журналисты - что-то свое. До тех пор пока каждый

