

ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС МЕГАГРАНТА «ЧЕЛОВЕК В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ...»

Работа выполнена в рамках проекта «Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории и современности» (грант Правительства РФ П 220 № 14.B25.31.0009).

Рассматривается воплощение «третьей» – просветительской – функции университета в рамках реализации Лаборатории социально-антропологических исследований ТГУ правительского гранта «Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории и современности». Анализируются проблемы взаимодействия ученых и средств массовой информации.

Ключевые слова: публицистика; наука; средства массовой информации.

Введение. Томский государственный университет – старейший вуз России за Уралом – был открыт в 1888 г. не только для развития образования и науки, но и для просвещения многоукладного, многонационального и многоконфессионального населения от Уральских гор до Тихого океана. Лаборатория социально-антропологических исследований исторического факультета – одно из подразделений ТГУ, которое развивает сегодня эту так называемую третью функцию университета через обширную публицистическую деятельность в рамках мегагранта «Человек в меняющемся мире...». Средства массовой информации, по мнению британского социолога Энтона Гиддеса, оказывают большое влияние на нашу жизнь, в том числе и потому, что «являются средством доступа к знанию, от которого зависят многие аспекты нашей общественной жизни» [1]. Благодаря тесной связи со средствами массовой информации, тематика работ многих участников проекта стала достоянием широкой аудитории газет, радио и телевидения. Посетители интернет-пространства получили возможность познакомиться со всеми этими материалами на сайте лаборатории. Вместе с тем в процессе взаимодействия представителей науки со СМИ возникает ряд проблем, которые и стали предметом внимания в данной статье: во-первых, какую помочь представители научно-исследовательского коллектива могут оказать журналистам в их работе с новсмейкерами, в формировании так называемой второй реальности? Во-вторых, каким образом СМИ воспринимают деятельность ученых через бинарный код «информация / не-информация»? То есть почему к одним научным материалам СМИ проявляют интерес, а к другим – нет? В-третьих, что препятствует более пристальному вниманию средств массовой информации к развитию науки?

То, что нам удалось... Рассылка пресс-релизов сanonами предстоящих событий, индивидуальная работа с редакторами и журналистами средств массовой информации позволили донести до широкой публики смыслы и значение работ ученых-антропологов России и ряда зарубежных стран. Если коллеги пишут, что науку в СМИ чаще всего позиционируют через ее политico-административный ракурс [2], то в нашем случае все публикации были сосредоточены не на административной деятельности руководства, а имен-

но на содержательной стороне работы ученых. Руководитель проекта профессор Дмитрий Функ на протяжении полутора лет восемь раз выступал в различных томских СМИ, но именно как исследователь, а не администратор. Интервью с учеными, работающими в рамках проекта, освещались в газетах, и по радио, и по телевидению. Два больших интервью появились в самой рейтинговой телепрограмме «Час пик. Суббота», три – в информационных выпусках «Часа пик» на ТВ-2, один – в программе «Место встречи» на том же канале, одно – на сайте новостей ТВ-2, четыре – на канале «Россия-24» ГТРК «Томск», четыре – на «Радио России Томск», четыре – на «Эхо Москвы» в Томске, по два – в газетах «Комсомольская правда», «Томские новости», «Томский обзор», три – в газете «Вечерний Томск», по одному – в РИА «Новости», порталах «В Томске», «ГлобалСиб», «Наука и технологии». Большое внимание работе Лаборатории уделили университетские СМИ – более десятка материалов в газете «Alma Mater» и пять на ТГУ ТВ.

Материалы СМИ познакомили томичей и жителей области с антропологией города и антропологией малых народов Сибири, с ролью географического выражения в жизни людей, с методами исследования «травм войны», с феноменом «писем с войны», визуальной антропологией, явлением афазии постсоветского периода, с анализом музеиных экспозиций подарков руководителям государства, антропологией постсоциализма и особенностями «постколониального отстранения» в развитии бывших республик Советского Союза, феноменом «хомосоветикус», экспертными знаниями в политике и международных отношениях, с методами прикладной антропологии, «патриотизмом отчаяния», таким аспектом военной темы, как накопление участниками боевых действий определенных материальных и символических ресурсов и особенностями их интеграции в мирную жизнь, с проблемами миграции [3].

Кроме руководителя мегагранта «Человек в меняющемся мире...» профессора Дмитрия Функа в СМИ выступили профессор Принстонского университета Сергей Ушакин, профессор Уральского федерального университета Елена Трубина, профессор Кембриджского университета Николай Скорин-Чайков, профессор Иркутского госуниверситета Виктор Дятлов, профессор из Бельгии Од Мерлин, исследователь из

Швеции Владислава Владимира, доцент МГУ Елена Миськова, старший научный сотрудник Университета Шеффилда Олег Корнеев и др.

Все материалы о научной деятельности ЛСАИ, вышедшие в СМИ, переносились на сайт Лаборатории и, таким образом, доступны для дальнейшего знакомства с ними. У посетителей сайта есть возможность читать газетные публикации, смотреть видео и слушать аудиоматериалы. Это значительно расширяет возможности информационного освещения деятельности ученых и за счет общей аудитории, и за счет знакомства с этими материалами научной аудитории за пределами Томска. Все вышеперечисленные материалы размещены на сайте Лаборатории социально-антропологических исследований, в разделе «Информация» (<http://lsar.tsu.ru/ru>).

Металлургия «второй реальности» современной антропологии. Неким жупелом в журналистской среде являются так называемые говорящие головы, когда телезрителю предлагается не динамично развивающийся сюжет, а интервью с одним человеком. И представители академической среды могут стать жертвой этой «войны с говорящими головами». Выход из ситуации прост и сложен одновременно – зритель или слушатель не почтывает монотонности и не уйдет на другой канал, если ему будет интересно. Создание такого эфира – совместный труд и редакции, и университетской структуры, предлагающей своего ньюсмейкера. Исходя из тезиса немецкого социолога Никласа Лумана о том, что СМИ реализуют себя в процессе создания «второй реальности» [4], мы всегда учитывали процесс формирования этой «реальности», т.е. особенности редакционной политики, и соответствующим образом ориентировали наших ньюсмейкеров. Например, областное радио всегда с большим удовольствием готово было рассказать о судьбах малых народов Сибири, а в редакции «Эха Москвы» в Томске можно было говорить о проблемах социологии города, взаимоотношений общества с властью. Это не умаляет ни то ни другое СМИ – любую тему можно подать интересно. Одна из наиболее ярких удач – интервью профессора Принстонского университета Сергея Ушакина в еженедельной информационно-аналитической программе «Час пик Суббота» на ТВ-2 18 октября 2014 г., которую вела Юлия Мучник. Она попросила заранее связать ее с профессором, получила от него список его работ и весьма тщательно проштудировала их. Будучи кандидатом исторических наук и обладая большим опытом ведения подобных эфиров, она так органично и точно ставила вопросы по различным темам, которыми занимался Ушакин, что за относительно небольшое эфирное время телезрители смогли услышать очень интересное изложение целого ряда сложнейших научных проблем. Начав с сути современной социальной антропологии, они перешли к фольклорному анализу первой чеченской войны, где ученый показал, как можно «вытащить безмолвное» и раскрыть для общества сущность того или иного латентного явления. Одной песенной цитатой «Сын солдата, взявшего Кабул, – внук солдата, взявшего Берлин» он показал

восприятие истории СССР теми, кто прошел Афганистан и Чечню, прошел череду войн. Через «письма с войны», начиная с Англо-Бурской и по первую чеченскую, Ушакин показал неизвестные для многих стороны военных кампаний. Объяснил «аффективный менеджмент – ощущение непроявленной войны в России» через анализ процедуры празднования Дня победы, когда к аудитории апеллируют сегодня не на уровне знания о войне, а на уровне неких артефактов, символов, имеющих весьма отдаленное отношение к войне как таковой, не несущих конкретной смысловой нагрузки. Дал возможность взглянуть на постсоветское состояние общества через такое явление, как афазия, т.е. неумение объяснить самих себя в советских и постсоветских реалиях. Объяснил состояние постсоветских государств как постколониальное отстранение – поиск смыслов не в настоящем и будущем, а в мифологизации прошлого. Упомянул о патриотизме отчаяния – попытке людей описать трудности своей жизни в контексте трудностей страны в период распада СССР. Рассказал о преподавании в США славистики, в частности истории Сибири. Столь лапидарный стиль интервью, продолжавшегося всего около 25 минут, был бы невозможен, если бы ведущая не заинтересовалась работами этого ученого, не прочитала целый пласт статей профессора Ушакина и не подготовилась соответствующим образом. В результате из обилия «золотоносной руды» ей удалось выплавить эти «золотые» 25 минут эфира для той аудитории, которая всегда была у этого канала и у этой программы [3].

И другой случай на том же телеканале. Очень опытная журналистка пригласила одного из столичных ученых выступить в субботней информационной программе. Разбираясь в тематике предстоящего разговора, она, видимо, почувствовала какую-то неуверенность. В общем, решено было записать беседу в режиме прямого эфира. То есть запись делается заранее, но потом она монтируется в программу таким образом, что создается впечатление прямого эфира. Я наблюдал запись из аппаратной. Разговор не удался. Ведущая ставила одни вопросы, а ученый говорил о другом. Вряд ли можно предъявлять претензии к какой-либо из сторон, но материал в эфир так и не вышел. Случай, безусловно, неприятный и для журналиста и для ученого, но очень интересный с точки зрения анализа проблем взаимодействия субъектов информационного поля. Это как раз тот случай, когда возник латентный конфликт между языком науки и языком публицистики, научная информация не обрела своего публицистического облика.

В октябре 2015 г. в рамках гранта курс лекций «Китайские мигранты в России: рубежи XIX–XX и XX–XXI веков» прочитал профессор Иркутского государственного университета Виктор Дятлов. В аудитории его слушали студенты одной небольшой учебной группы исторического факультета. Но за четыре дня работы в Томске автор курса дал интервью четырем средствам массовой информации: сайту ТВ-2, областному телевидению, «Радио России Томск» и газете «Наукоград», которая выходит в качестве при-

ложения к газете «Итоги Вечерний Томск». Совершенно разные СМИ: интернет-сайт, телеканал, радио, газета. Разные форматы материалов, хотя в основе всех их лежит интервью. Разная аудитория и разные по своему опыту и пристрастиям журналисты. Но в результате весьма актуальная проблема китайской миграции вышла далеко за пределы университетской аудитории. Значимость ее для Томска связана еще и с тем, что, в отличие от Дальнего Востока и Иркутска, проблема китайских мигрантов в Западной Сибири представлена не столько реальными практиками взаимодействия с сынами Поднебесной, сколько многочисленными мифами. Несколько лет тому назад одна из весьма образованных и высокопоставленных руководителей областной администрации и речи не хотела вести о взаимодействии Томской области с регионами российского Дальнего Востока, объясняя это тем, что «уже давно все знают, что Дальний Восток сдали китайцам». Глубокий экскурс в историю и антропологию взаимодействия русских и китайцев на Дальнем Востоке позволил профессору Дятлову представить и обосновать совершенно иной взгляд на этот вопрос.

Ситуация актуализировала и еще одну проблему – желание и умение ученого включить в весьма напряженный график преподавательской работы и повседневное общение с журналистами. «Ой, а может быть, уже хватит», – сказал Виктор Иннокентьевич, услышав о том, что должен подойти еще один журналист. Но тут же вздохнул и добавил: «Да-да, я понимаю, это тоже работа». Специфика работы журналистов была такова, что всех их одновременно собрать на интервью с профессором Дятловым было невозможно. ТВ-2 записывали ученого в интерьерах Музея археологии и этнографии ТГУ, областное телевидение – в коридоре и аудитории учебного корпуса, радийщики пригласили его в свою студию, а журналист из газеты задавала свои вопросы после лекции под шум студенческих голосов.

Полностью от существующих мифов по поводу китайских мигрантов на Дальнем Востоке и в Сибири несколько материалов в СМИ общество, конечно, не избавят. Но с библейских времен известно, что «имеющий уши, да услышит». А потом, возможно, и задумается о том, что есть миф, а что – более сложная реальность, требующая от общества серьезного подхода к проблеме сосуществования разных культур в приграничных российских регионах и необходимости отвечать за самих себя, а не списывать все на «понаехавших». Желающие могут познакомиться с материалами выступлений профессора Дятлова на сайте Лаборатории социально-антропологических исследований.

Проблемы, с которыми мы столкнулись, – попытка анализа. Нам не удалось расширить круг СМИ, освещающих деятельность Лаборатории и проведенной в 2014 г. крупной международной научной конференции за счет материалов газет и журналов соседних западносибирских регионов. Да и местные СМИ далеко не всегда откликались на наши пресс-релизы и звонки. Если вы обратитесь к «Сибирской газете», которая выходила в Томске, или к другим

подобным изданиям столетней давности, то найдете в них немало материалов не только по городам и весям огромной на тот момент Томской губернии, но и о делах на Урале, Дальнем Востоке и в Манчжурии. Назовем это «горизонтальным сканированием пространства». Сегодня в местных СМИ материалы о том, что происходит у близких и дальних соседей, появляются редко. Это касается почти всей проблематики, в том числе и научной. Статью с высказываниями соседнего губернатора рассматривают почти как диверсию. Оставим анализ этой ситуации тем, кто исследует жизнь нашего федеративного государства или занимается регионоведением. Здесь речь лишь о том, что общество в целом и наука в частности сегодня чаще всего мыслятся либо через образ столицы, либо через образ родного региона. В лучшем случае – через их взаимодействие. Такое вот «вертикальное сканирование».

При анализе ситуации вновь используем методологию Никласа Лумана. Отношения со СМИ выстраиваются исходя из сущности коммуникации: «информации (содержания), сообщения (передачи содержания) и понимания». Поступающую информацию СМИ воспринимают через бинарный код «информация / неинформация». СМИ работают лишь с тем, что обозначается как информация. «Но чтобы обозначить нечто как информацию, надо иметь возможность обозначить нечто иное как неинформацию» [4].

По Луману выходит, что тщетность наших попыток привлечь внимание СМИ соседних регионов связана с тем, что водораздел между « информацией / неинформацией » проходит по границам регионов. В Новосибирске сообщают о новосибирской науке, в Красноярске – о красноярской, в Барнауле – об алтайской... Плюс всеми уважаемая наука в федеральном центре. События научной жизни в Томске для наших соседей, очевидно, не есть информация, как, впрочем, и томские СМИ почти не рассказывают о научных успехах в соседних регионах. Возможно, мы сегодня в России так скроены и сшины, что видим только свой регион и тех, кто «там, наверху...». Может быть, это идет с тех пор, когда Мандельштам писал: «Мы живем под собою не чуя страны...», хотя, конечно, в совершенно ином контексте.

Возможно и другое объяснение ситуации. Быть может, наша информация о предстоящей конференции была излишне академичной. Возможно, коллеги из соседних регионов отреагировали бы на пресс-релиз с сообщением «Русский ученый возвращается из Америки к себе на родину». С подтекстом, что «все отсюда, а он сюда». Среди участников конференции действительно был профессор, который родился в Томске, в младенчестве родители увезли его в один из соседних сибирских регионов, потом судьба привела его на работу в США. После участия в томской конференции он туда и вернулся. «Наживка» могла бы сработать, но насколько это подходит для научного дискурса? Информацией стала бы подспудно почти скандальная ситуация с русским, который не прижился в Америке. А просто факт приезда в Томск из Америки молодого, но уже маститого исследователя – это «неинформация».

Что касается второй составляющей коммуникации – «сообщения», то оно нередко составлялось в виде не только обычного пресс-релиза, но и в виде развернутого публицистического эссе на заданную тему. Нам не дано предугадать, в чьи руки попадают рассылаемые пресс-релизы, насколько получившие их люди в теме, что называется. Публицистическая зарисовка составлялась с использованием символического ряда, опирающегося на стереотипы массового сознания и приоритеты той или иной редакции. В ходе дискуссии на международном форуме «Дни робототехники в г. Сочи» в декабре 2014 г. редактор отдела SciTEch издания Russia Beyond The Headlines **Виктория Завьялова** подчеркнула важность наличия звена, связующего ученого и журналиста: «СМИ зачастую тяжело разобрать груду информации на научном языке. Поэтому важно, чтобы были институты, которые могут рассказать о своей работе» [5]. И, наконец, третья и самая, быть может, тонкая часть коммуникации – стремление добиться понимания. Проявление оного – включение материала в актив «редакционного портфеля», приглашение ньюсмейкера в газету, на радио или в телеэфир. В практике ЛСАИ отношения со СМИ выстраивались за счет личных контактов с руководителями СМИ или с опытными журналистами. Проработав 12 лет руководителем СМИ, я хорошо представлял себе то, что на языке средств массовой информации называется «форматом»: формат газетной публикации, формат новостей, формат еженедельной аналитической программы. На понятном в этой среде языке мы обсуждали возможности разговора с ньюсмейкером в том или ином формате. Но термин «понимание» имеет двойную коннотацию: ученые должны уметь подстроиться под динамичный ритм работы журналистов, а те, в свою очередь, учитывать алгоритм работы ньюсмейкеров. На уровне социальных практик это решалось за счет умения договариваться с теми и другими на чисто человеческом уровне. Например, один из журналистов позвонил мне в ходе международной конференции и сказал, что у него с оператором есть всего минут двадцать для того, чтобы сделать информацию о форуме. Все могло бы ограничиться «картинкой» главного корпуса ТГУ, длинноногих студенток в аллеях Университетской рощи и полупустого зала с людьми, уткнувшимися в свои ноутбуки и блокноты. Вместо этого, не нарушая хода научных докладов, я выбирал из числа присутствующих наиболее интересных ученых и выводил их к телевизионщикам. В результате на телеканале вышли интервью с учеными из России, США, Бельгии и Швеции.

Есть среди нынешних реалий и еще одна грань взаимоотношений СМИ и ученых. О ней в индивидуальном глубинном интервью сказала журналистка одного из печатных изданий: «... к сожалению, журналистика сейчас поставлена полностью на коммерческую основу... И поэтому, несмотря на то, что мы живет вот в таком городе... – два ведущих университета – ...за многое требуют деньги... А журналист в такое положение поставлен неудобное... вот я к вам прихожу – я хочу про антропологическую лабораторию

рию что-то узнать, но прежде я должна сказать: “Вот давайте так договоримся – вы мне заплатите вот столько-то, а я напишу материал”» [6]. Тем не менее все те материалы, о которых идет речь и которые размещены на сайте лаборатории, были сделаны томскими журналистами на безвозмездной основе. Единственным стимулом для них был неподдельный интерес к науке и тем ученым, которые работали в рамках проекта.

Проблемы журналистской оптики. Примерно так же, как в науке, существует проблема антропологической оптики, в публицистике существует проблема журналистской оптики. Мнение о том, что журналисты мало интересуются работами ученых, можно рассмотреть с антропологических позиций – через анализ редакционной политики того или иного СМИ. Возьмем сферу повседневной жизни города. Частный канал или частная газета покажут и расскажут о машинах, по ступицу увязнувших в снежной каше, а государственные СМИ – об отчаянной борьбе спецавтохозяйства со снегом и справедливых замечаниях представителей власти на эту тему. В каждом случае видение одной и той же проблемы – состояния дорог в зимний период – будет обусловлено ориентацией журналистов на аудиторию или на собственников издания. Потому что от них зависят тиражи, рейтинги, доли, бюджетное финансирование и заказные материалы. Поэтому нередко звучит фраза «какая наука – у нас сейчас кризис, люди о хлебе думают» или «ты видел наши дороги? – вот о чем говорим». И это правда – и кризис и дороги... Все это формирует те барьеры, через которые научной проблематике очень трудно прорваться к умам сидящих перед телевизорами и слушающих радио в машинах. Тем более что интерес массовой аудитории к материалам о науке нельзя переоценивать. Ситуация сопоставима с отношением к культуре в целом. Сошлюсь на мнение безусловного авторитета в этой сфере – российского культуролога, социолога СМИ, главного редактора журнала «Искусство кино» Даниила Дондурая: «Существует очень устойчивое заблуждение, из которого следует, что большинство населения способно воспринимать культуру. На самом деле, судя по всем опросам и социологическим исследованиям, доля восприимчивых к высокому искусству людей составляет не более четырех процентов от общей численности граждан страны – причем эти цифры характеризуют положение дел не только в России, но и во всех европейских странах» [7]. Это к тому, что запрос на ту или иную тему первичен, по сравнению с наличием необходимого для нее журналиста или места в телепрограмме и на газетной полосе. Если есть серьезный запрос, то ресурсы для его реализации всегда найдутся.

Вынесем за скобки большие федеральные телеканалы и обратимся к ситуации на местных. Региональные ГТРК работают за бюджетные деньги и так или иначе обязаны выстраивать свою редакционную политику в соответствии с «несущим» госканалом и пожеланиями региональной администрации. Руководство госканала интересует основные внутриполитические тренды, местную администрацию – образ вла-

сти в глазах избирателя. Наука не то чтобы оказывается в аутсайдерах, но явно не относится к числу приоритетных тем. На всех каналах есть журналисты, которые могут живо прокомментировать коммунальные бедствия, спортивные события или драматически подать криминальный сюжет. Есть и те, кто в череде прочего могут рассказать о событиях в сфере науки. Но чаще всего именно в череде... без особого знания истории проблемы и всего, что называют *background*. Выходит некий «проходняк», который не приносит удовлетворения ни ученым, ни журналистам, ни аудитории. Иное дело, когда есть специальная программа, которая регулярно обращается к проблемам науки и своевременно освещает события на эту тему в новостях. Но здесь нужен человек с пониманием проблем, а стало быть, опытом работы в университете или в научно-исследовательском институте и с ученой степенью не ниже кандидата наук. Кстати, наиболее профессиональные спортивные комментаторы в прошлом чаще всего были успешными спортсменами. Поэтому они и могут перевести со «спортивного» языка на общепонятный. Примерно то же необходимо и в сфере научной журналистики. Сложность продукта состоит в том, что он должен « попасть в аудиторию », т.е. быть интересен и для тех, кто занимается наукой или близок к ней, и для тех, кто от науки далек. С профессиональной точки зрения здесь нужен сплав творческого поиска журналиста, операторского мастерства, режиссерского искусства и хорошей финансовой составляющей. Но звезды редко так удачно сходятся. На государственном телевидении в Томске в начале 2000-х гг. были еженедельные передачи – «Ученые записки» и «Репортер». Их редактором сначала был кандидат филологических наук Владимир Костин, а потом доктор сельскохозяйственных наук Ольга Пасько. Финансирулся проект за счет гранта Министерства образования и науки РФ. В Томске же проходили Всероссийские телевизионные программы «Разум. XXI век». Фестиваль проводится и поныне, а телевизионные программы исчезли.

С чем вообще ассоциируется тема науки в сознании массовой аудитории – с мировыми научными центрами, с Россией в целом, с Москвой или с родным регионом? Вернее, какую часть в массовом сознании может занимать региональная наука? Наверное, доля эта невелика и потому дает основание сказать, что «овчинка выделки не стоит». Но есть другая точка зрения: повышение уровня культуры народа, живущего в том или ином регионе, происходит не только за счет событий в столицах, но и за счет региональных научных свершений. В рамках гранта «Человек в меняющемся мире...» Лаборатория социально-антропологических исследований ТГУ, работая со средствами массовой информации, отстаивает именно эту точку зрения.

Заключение. Проект «Человек в меняющемся мире...» стал большим событием в образовательной и научной деятельности Томского государственного университета. Плеяда блестящих ученых, прочитавших целый ряд принципиально новых курсов, при-

нявших участие в научных форумах, дала импульс для развития новых направлений образования и научных исследований. Благодаря достаточно тесному взаимодействию со средствами массовой информации этот проект имел еще более широкий мультиплексный эффект. Перефразируя ученых экономистов от Р. Кана до Дж. Кейнса, можно сказать что материалы газет, радио и телевидения о деятельности ученых в рамках данного проекта стали капиталовложениями в общественное сознание той части общества, которая внимательно следит за развитием науки и образования в нашем городе. Ментальность взрослых прорастает стремлением к образованию в их детях. По мнению опытного томского журналиста, «...человек в любом возрасте любознательен. И если ему поступает новая информация, она у него остается... прослушал человек что-то – запомнил. Сейчас у нас аудитория компьютеризированная, он может по поиску вот на эту тему какие-то статьи (найти. – авт.)... Он у нас умный, народ, у нас умная аудитория» [6].

Анализ заявленных в начале данной статьи проблем дает основания сделать вывод о том, что взаимодействию научного коллектива со СМИ помогает учет редакционной политики того или иного издания, превращение контактов с журналистами в отдельное направление работы исследовательской лаборатории. Водораздел между «информацией / неинформацией» проходит в том числе и по границам нынешних регионов России. Хотя, конечно же, это не единственный рубикон между тем, что представляет интерес и не представляет интереса для журналистов. Сказывается и конфликт между научным дискурсом и публицистической метафорой, между языком науки и языком прессы. В данном случае многое зависит от профессионализма журналистов и готовности ученых просто рассказать о сложном. Сказывается коммерциализация средств массовой информации. Хотя в данном случае речь скорее идет о проблемах организации того или иного средства массовой информации как предприятия, профессионально работающего и на информационном рынке, и на рынке рекламы. Неумение развестить эти две составляющие деятельности современных СМИ приводит к синкретизму информационных и рекламных материалов, к подмене одних другими. Внимание СМИ к освещению проблем науки связано, безусловно, и с уровнем запроса на подобные материалы со стороны аудитории. Представление о том, что наука интересует значительную часть народа, вполне возможно, является мифом. Но это не снимает с повестки дня вопрос о балансе между просветительской функцией средств массовой информации и их умением чутко откликаться на повседневные приземленные запросы аудитории. Исчезновение в региональных электронных СМИ серьезных программ, посвященных науке, свидетельствует о том, что этот баланс со всей определенностью склоняется не в сторону просвещения и образования читательской, слушательской и зрительской аудитории. Работа Лаборатории социально-антропологических исследований со средствами

массовой информации в рамках мегагранта «Человек в меняющемся мире...» стремится к изменению этого баланса в пользу просветительской функции СМИ. Ученые считают, что их публицистическая

деятельность по-прежнему может служить просвещению многоукладного, многонационального и многоконфессионального народа, и надеются, что внесенная лепта превратится в драхму.

ЛИТЕРАТУРА

1. Энтони Гидденс. Социология. URL: http://yanko.lib.ru/books/sociology/giddens-sociology-ru-a.htm#_Toc171866572 (дата обращения: 18.05.2015).
2. Наука и СМИ общаются с трудом // Open Economy. 23.09.2014. URL: <http://www.opec.ru/1747523.html> (дата обращения: 25.11.2014).
3. Сайт Лаборатории социально-антропологических исследований ТГУ. URL: <http://lsar.tsu.ru/ru> (дата обращения: 22.12.2014).
4. Филиппов А. Никлас Луман Реальность массмедиа // Отечественные записки. 2003. № 4.
5. Популяризация российской науки в СМИ: как и зачем? URL: <http://edurobotics.ru/archives/1670> (дата обращения: 15.12.2014).
6. Интервью ЖПС-7. Архив автора.
7. «Культура» для зрителей, а не для рейтинга. URL: http://www.rg.ru/Anons/arc_2003/0210/2.shtml (дата обращения: 15.10.2014).

Статья представлена научной редакцией «История» 9 февраля 2016 г.

THE JOURNALISTIC DISCOURSE OF THE MEGA-GRANT ‘MAN IN A CHANGING WORLD...’

Tomsk State University Journal, 2016, 405, 118–123. DOI: 10.17223/15617793/405/15

Pogodaev Nikolay P. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: nik-pogodaev@yandex.ru

Keywords: mega-grant; social anthropology; journalism; information; mass media; scientific journalism; university's third function.

The article analyzes the interaction between the Laboratory for Social and Anthropological Research of the Tomsk State University History Department and mass media under the mega-grant ‘Man in a Changing World...’ Thanks to this interaction, the research topics of many laboratory fellows became known to the public at large through newspapers, radio and television. Internet users got access to different research materials on the laboratory’s website. However, in the course of that interaction of the research with the media, there were a number of problems encountered that this article focuses on. First is the question of the way laboratory research staff can help journalists deal with newsmakers in terms of forming the so-called ‘second reality’. Second is the question of why the mass media express interest in some research works and pay no attention to others. Third is the question of what holds back the media’s close attention to the development of science. The section ‘What we achieved...’ has a list of newsmakers who talked to the mass media and of research issues covered from 2013 to 2015. The section ‘The metallurgy of the “second reality” in modern anthropology’ deals with the mechanisms of interaction with the media editorial offices. In the section ‘Problems that we encountered – an attempt of analysis’, the interaction of the research laboratory with the media is considered through the lens of Luhmann’s triad ‘information, utterance, understanding’. The perception of researchers’ work by the mass media is considered through the dichotomy ‘information / non-information’. The section ‘Problems of the journalistic perspective’ analyzes the influence of the media’s audience and media owners on editorial policy. The article concludes that the turning of cooperation with journalists into a separate line of laboratory activities in fact contributes to the interaction of the research staff with the mass media; that the division line between ‘information’ and ‘non-information’ also goes along the borders of today’s Russian regions; that the conflict between the research discourse and the journalistic metaphor and the commercialization of mass media influence the contacts of researchers with journalists; and that the public demand for research materials also has an impact. Conclusions are drawn on the current state of the relationship between the educational function of the mass media and their ability to be sensitive to the everyday needs of the population.

REFERENCES

1. Giddens, A. (n.d.) *Sotsiologiya* [Sociology]. [Online]. Available from: http://yanko.lib.ru/books/sociology/giddens-sociology-ru-a.htm#_Toc171866572. (Accessed: 18 May 2015).
2. Open Economy. (2014) Nauka i SMI obshchayutsya s trudom [Science and the media communicate with difficulty]. *Open Economy*. 23.09.2014. [Online]. Available from: <http://www.opec.ru/1747523.html>. (Accessed: 25 November 2014).
3. Website of the Laboratory of Socio-Anthropological Studies of TSU. [Online]. Available from: <http://lsar.tsu.ru/ru>. (Accessed: 22 December 2014). (In Russian).
4. Filippov, A. (2003) Niklas Luman. Real’nost’ massmedia [Niklas Luhmann. The reality of the media]. *Otechestvennye zapiski*. 4.
5. Edurobotics.ru. (n.d.) *Populyarizatsiya rossiyskoy nauki v SMI: kak i zachen?* [Promotion of Russian science in the media: how and why?]. [Online]. Available from: <http://edurobotics.ru/archives/1670>. (Accessed: 15 December 2014).
6. ZHPS-7 Interview. The author’s archive. (In Russian).
7. Rg.ru. (n.d.) “Kul’tura” dlya zriteley, a ne dla reytinga [“Culture” for the audience, not for the rating]. [Online]. Available from: http://www.rg.ru/Anons/arc_2003/0210/2.shtml. (Accessed: 15 October 2014).

Received: 09 February 2016