

РЕЦЕНЗИИ, КРИТИКА, БИБЛИОГРАФИЯ

Рецензия

УДК 001.92

doi: 10.17223/26188422/11/7

Научные коммуникации в контексте массовой культуры: путь к сближению

Рецензия на книгу: Пособие по общественным связям в науке и технологиях / под ред. Массимиано Букки и Брайана Тренча; пер. с англ. М. : Альпина нон-фикшн, 2018. 592 с.

Ольга Владиславовна Булгакова

Томский научный центр Сибирского отделения РАН, Томск, Россия,
bodler2@yandex.ru



«Пособие по общественным связям в науке и технологиях» под редакцией Массимиано Букки и Брайана Тренча представляет собой самый подробный обзор важнейших проблем, перспектив и актуального состояния столь быстроразвивающейся области, как коммуникация между наукой и обществом. Особое внимание авторы уделяют феномену глобального распространения научной коммуникации и определяющей роли цифровых медиа в этом процессе. Международный коллектив авторов, широкий охват тем и междисциплинарный подход делают это пособие фундаментальной энциклопедией для профессионалов, а содержащиеся в каждой главе «ключевые вопросы» станут незаменимым подспорьем для студентов и преподавателей научной коммуникации.

Для цитирования: Булгакова О. В. Научные коммуникации в контексте массовой культуры: путь к сближению. Рецензия на книгу: Пособие по общественным связям в науке и технологиях / под ред. Массимиано Букки и Брайана Тренча; пер. с англ. М.: Альпина нон-фикшн, 2018 // Вопросы журналистики. 2022. № 11. С. 112–123. doi: 10.17223/26188422/11/7

Review

doi: 10.17223/26188422/11/7

Scientific communications in the context of mass culture: The way to convergence. Book Review: Bucchi, M. & Trench, B. (eds) (2018) *Posobie po obschestvennym svyazyam v nauke i technologiyakh* [Routledge Handbook of Public Communications of Science and Technology]. Translated from English. Moscow: Alpina non-fiction.

Olga V. Bulgakova

Tomsk Scientific Center, Siberian Branch of Russian Academy of Sciences, Tomsk, Russian Federation, bodler2@yandex.ru

For citation: Bulgakova, O.V. (2022) Scientific communications in the context of mass culture: The way to convergence. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 11. pp. 112–123. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/11/7

Будем смотреть правде в глаза: глубоких книг, посвященных проблемам научной коммуникации, очень мало, и появление каждого такого издания – настоящее событие для специалистов. Вот почему российским коммуникаторам в сфере науки, научным журналистам успела полюбить серия книг от издательства «Альпина нон-фикшн» [1–3]. Этот обзор будет посвящен «Пособию по общественным связям в науке и технологиях». Впервые книга вышла в 2008 г., в работе над вторым изданием принимал участие 21 автор из США, Канады, Великобритании, Германии, Дании, Италии. Пособие создавалось с учетом двух трендов – «глобального распространения научной коммуникации» и ее «перехода в цифровой формат» [3. С. 20]. Книга состоит из 17 глав, что показывает фундаментальный характер пособия, ведь в нем представлен полный спектр всех площадок и аспектов выстраивания коммуникаций.

Наука из строго обособленной области, доступной лишь высокообразованным интеллектуалам, превратилась в феномен массовой культуры и тесно вошла в жизнь каждого современного человека. Этому способствовала не только деятельность СМИ, но и развитие

киноиндустрии, книжного дела, цифровых технологий. Все это повлияло на рост интереса общества к темам науки и технологий. Для успешного выстраивания коммуникаций науки с обществом необходимо овладеть набором эффективных практик по их планированию и организации: «Научная коммуникация одновременно является и родом практической деятельности, и областью академических исследований. Одна из задач книги – способствовать устойчивости в планировании научных коммуникаций, представить обзор площадок и субъектов научных коммуникаций, представить анализ их ключевых проблем» [3. С. 5].

Первая глава «Исследования научной коммуникации» задает проблемный вектор книги, предлагает читателю теоретическую базу, к которой он может постоянно обращаться при ознакомлении с пособием. В следующих разделах можно познакомиться со спецификой отображения науки в таких сферах массовой культуры, как научная журналистика и музеи, научно-популярные книги и кинематограф; в нескольких разделах нового издания исследуются образ ученого и роль общественной экспертизы. Отдельные его разделы посвящены выстраиванию общественных коммуникаций в разных сферах гуманитарного знания – экологии, медицине, социальных науках. Следует отметить, что авторы обращаются и к исследованию глобальных трендов – влиянию научной политики, формированию общественного мнения в вопросах науки и технологий, специфике различных аудиторий, роли цифровых технологий в усилении научных коммуникаций. Бесспорно, эта книга будет интересна кругу читателей, интересующихся вопросами развития научных коммуникаций, поиска наиболее эффективных практик, а также специалистам в области искусства, заинтересованным в реализации проектов, связанных со сферой науки: например, при открытии музеев, выставочных залов, написании пьес, подготовке программ и организации собственных блогов в соцсетях. Важной особенностью пособия является прекрасно проработанный исторический и культурологический контекст, погружение в который позволит узнать, когда и как зародились форматы популяризации и продвижения научных знаний и новых технологий.

В первой главе говорится об отсутствии четкого понимания в обществе, что же такое наука и чем она, собственно, занимается. Одной из важных особенностей этой главы является наличие небольшого глоссария, где даются определения терминов, наиболее часто встречающихся в исследованиях, связанных с научной коммуникацией.

В их числе: популяризация, модель, дефицит, диалог, вовлеченность, участие аудитории (publics), экспертиза, известные ученые, научная культура.

Ключевое место занимает рассмотрение двух наиболее часто применяемых моделей – «дефицита» и «диалога». Модель «дефицита» базируется на низком уровне осведомленности общества и политиков о науке и ее актуальных проблемах, а также сенсационной и недостоверной подаче в СМИ тем, связанных с наукой и технологиями. Модель «диалога», пришедшая на смену «дефициту», не отрицает факта наличия этих проблем, однако делает акцент на том, что у науки и общества есть много общего. Прежде всего, для современного уровня развития общества характерна обеспокоенность рядом научных и технологических тем и вопросов, что и может послужить основой для выстраивания взаимодействия и его вовлечения в диалог с наукой. И в следующих главах пособия, например, в главе «Риск, наука и общественная коммуникация», авторы будут обращаться к моделям «дефицита» и «диалога», исследовать переход к так называемой модели третьего порядка; которая учитывает и вбирает в себя опыт предыдущих моделей первого и второго порядков («дефицита» и «диалога» соответственно) и характеризуется следующими чертами: в коммуникациях задействовано множество заинтересованных сторон, их отличает «многообразие форм», широкий культурный контекст [3. С. 401].

Одна из важных особенностей книги – обзор тех площадок, через которые могут выстраиваться коммуникации (книги, музеи, кино, масс-медиа), формироваться представления о науке и ученых. В главе, посвященной книгам, рассматриваются такие аспекты, как изучение истории популяризации научного знания с помощью письменных источников, определение того, что же является популяризацией и какова должна быть степень «концентрации научного» в научно-популярной работе [3. С. 55]. Элис Белл и Джон Терни рассказывают о том, что в разные периоды истории в обществе неодинаково относились к тому, что авторами научно-популярных книг и популяризаторами науки были ученые. Они исследуют и способы подачи материала в таком виде литературы, относя к числу удачных находок нарративный характер повествования и обращение к приемам детектива, а также построение текста в форме вопросов и ответов.

В главе «Научная журналистика» затрагивается ряд наиболее проблемных тем для научных коммуникаций, когда часто приходится

иметь дело со СМИ. Главными факторами, оказывающими влияние на развитие всей отрасли, являются переход к новым медиа, утрата былых позиций традиционными СМИ, изменение характера поведения целевой аудитории, которая ищет нужную информацию в интернете. Шэрон Догвуди указывает эпизодический характер освещения вопросов науки, концентрации на значимых достижениях и редком обращении к описанию методов, которыми пользуются ученые. Главными характеристиками любого текста – «зацепками», привлекающими аудиторию – являются «актуальность, конфликт и новизна» [3. С. 93]. Автором поднимается ряд дискуссионных вопросов: какое образование следует иметь научному журналисту, и как выжить научной журналистике в период экспансии интернета? Однако ключевым тезисом будет то, что именно профессиональный опыт и понимание специфики работы в цифровом пространстве влияют на его успешность и востребованность как научного коммуникатора, делая весьма условной границу между ученым и журналистом.

Если к вопросам научно-популярной журналистики и книг исследователи обращаются довольно часто, то научная литература, касающаяся организации специализированных музеев, все же встречается гораздо реже. Сейчас, когда меняются тренды развития музейного дела в России и растет интерес к мультикультурным проектам, глава о мировом опыте ведущих научных музеев и центров – это просто находка! Бернард Шиле пытается дать ответы на три вопроса: «какие знания научные музеи и центры передают посетителям, что главное в их взаимодействии с посетителями и как они представляют посетителям науку?» [3. С. 109]. В указанной главе представлена почти двухвековая история эволюции научных музеев, значимым в которой является открытие Лондонского музея науки (1857 г.), Дворца открытий в Париже (1937 г.): «В этот период времени в обществе утвердилась идея постоянного присутствия науки и сопровождающего ее прогресса» [3. С. 121]. Всемирная выставка в Чикаго (1933–1934 гг.) заложила базовый принцип будущей организации многих научных центров и музеев – тематическую группировку представленных экспонатов, а также другие особенности организации их работы: «театральность» и «попытки сочетать просвещение и развлечение» [3. С. 121]. Открытие Эксплораториума в Сан-Франциско и Центра науки Онтарио в Торонто (1969 г.) положило начало новому интерактивному этапу в развитии музейного дела, в котором публике отводилась роль активного участ-

ника, а не пассивного созерцателя музейных коллекций; таким образом, устранение искусственных барьеров, свойственных классической музейной традиции, становится основой диалога между наукой и обществом. Современный этап развития характеризуется, прежде всего, желанием общества влиять на формирование научной повестки, получать ответы на волнующие их вопросы («изменение климата, биоэтика, устойчивое развитие, ядерная энергетика, ГМО и загрязнение окружающей среды») [3. С. 141]. Научные музеи и центры расширяют свои функции с помощью цифровых технологий, становясь площадками для различных дискуссий, конференций и форумов.

Глава «Связи с общественностью в науке», открывающаяся историческим обзором проблемы, будет интересна специалистам и исследователям, занимающимся темой организации научных коммуникаций в учреждениях науки и образования. К ключевым задачам научного PR относятся информирование общества о научных проблемах и сохранение доверия к научной отрасли перед лицом государства, партнеров, местных сообществ. Взаимодействие со СМИ рассматривается как один из инструментов, формирующих мнение стратегически важных аудиторий, чье поведение и решения оказывают влияние на деятельность научной организации; его цель — создавать или поддерживать «уверенность в способности организации заниматься наукой, общественной деятельностью или научной политикой» [3. С. 159]. При исследовании эффективности PR-практик, которыми пользуются организации, может быть востребована четырехуровневая классификация организационного менеджмента коммуникаций, предложенная Риком Борхельтом и Кристианом Нильсеном. Согласно ей к наиболее значимым уровням относятся: организационный, характеризующийся определением стратегически важных для организации аудиторий и успешным взаимодействием с ними, и общественный, достигнув которого, организация влияет на доверие общества к науке и технике.

На протяжении всей книги ее авторами неоднократно поднимается вопрос: кто же он, современный ученый?! Одновременно и исследователь, и коммуникатор, и популяризатор, и эксперт. Одна из глав, написанная Хансом Петером Петерсом, посвящена теме общественной экспертизы, призванной помочь людям сориентироваться в формировании мнения относительно значимых проблем. Говоря об ученом как общественном эксперте, он является сразу в двух ипостасях — политического советника и коммуникатора, «участвующих в кон-

струировании социальной реальности средствами общественной коммуникации» [3. С. 179].

В этой главе рассматриваются специфические характеристики экспертного знания и его отличия от научного знания. Если последнее будет стремиться к обобщению и абстракции, то экспертное знание, напротив, анализирует и рассматривает конкретные проблемы и ситуации, стремится предложить пути их решения с учетом различных сценариев развития событий. Ученому как эксперту, принимающему то или иное решение достаточно быстро, придется всегда сталкиваться с вопросами систем ценностей, существующих в обществе, и преодолением ситуаций неопределенности.

По мнению автора, ученые как эксперты несут ответственность за сбор и применение всех доступных знаний, относящихся к проблеме, за их систематическую и всестороннюю оценку и за сообщение этой информации путем, «который способствовал бы принятию решений представителями общественности» [3. С. 184]. Что же касается СМИ, то экспертные материалы, посвященные вопросам здоровья, окружающей среды, рисков применения новых технологий, охватывают большую аудиторию, нежели материалы научно-популярного характера. Ученый описывает следующие тенденции, влияющие на деятельность ученых как экспертов: это конкуренция научного знания с житейским; необходимость междисциплинарной экспертизы в отношении некоторых тем, затрагивающих разные отрасли знания; влияние массмедиа на развитие экспертизы; выбор в качестве экспертов тех ученых, которые занимают активную позицию в Сети, известны в обществе (что, безусловно, влияет на выбор экспертов журналистами). Весьма интересным является параграф «Взаимодействие научных экспертов и журналистов», в котором говорится о том, что двум сторонам необходимо преодолевать некоторые трудности: журналистам перестать видеть в ученых лишь источник информации, в свою очередь ученым – перестать видеть в журналистах только «передатчиков информации» [3. С. 194].

Глава «Ученые в популярной культуре» начинается с исторического экскурса: уже в середине XVIII в. объектом массовой культуры становится вышедшая в свет книга об Исааке Ньютоне и его работах; позже общественную известность получают такие ученые и изобретатели, как Эдисон, Тесла, Маркони. С 1970-х гг. ученые становятся полноправными участниками массовой культуры, особенно эта тен-

денция стремительно набирает обороты после 2000-х гг. Например, сейчас невозможно найти человека, которому бы не были известны имена Альберта Эйнштейна, Стивена Хокинга, Жака-Ива Кусто! Внимание к конкретному ученому является универсальным способом очеловечить науку. Деклан Фэи и Брюс Левенштайн говорят о «медиа-тизации» науки – укреплении связей между наукой и медиа [3. С. 218]. Таким образом, темы науки и техники становятся одной из разновидностей «товаров» на рынке масс-медиа, удачному продвижению которых способствует наличие известных лиц – ученых, вошедших в число селебрити. Большой интерес для читателей представляют предложенные признаки, позволяющие классифицировать и выделить «звездного» ученого: смещение интереса СМИ от публичной деятельности к частной жизни героя; превращение ученого в бренд, продвигаемый по законам маркетинга; влияние на культурные, социальные и политические дискурсы эпохи.

Пособие исследует взаимодействие науки с разными сферами – масс-медиа, музеями и кино. Главу «Наука и техника в кино» следует читать с листком бумаги и ручкой наготове, наверняка захочется выписать ряд названий фильмов, которые появится желание посмотреть, если еще не видели! Дэвид А. Кирби пишет, что «исследования науки в кинематографе должны быть направлены на то, чтобы понять, как кино отображает системы науки, как это отображение менялось со временем, какой вклад в него вносит современное кинопроизводство и как все это отображение сказывается на реальных системах науки» [3. С. 240]. В сфере кинематографа ученые также выполняют функции экспертов и консультантов, главная задача которых – не столько придание фильму или сериалу точности, сколько аутентичности. Одним из моментов, которым будет интересен исследователям, является рассказ о применении метода контент-анализа в отношении киноиндустрии. Автором приводятся несколько примеров подобных масштабных исследований, проведенных Эндрю Тюдором и Питером Вайнгартом. Как и в случае с масс-медиа, в числе фаворитов кинематографистов – медицинские и естественные науки (химия и физика), а также космос. К числу других важных методов исследования он относит качественный метод рамочного анализа, цель которого – изучить культурную историю образов, отследить «картину изменений отношения к науке и технике». Так, в указанной главе выделяется шесть основных повторяющихся стереотипных образов ученых в кино:

«безумный ученый, рассеянный профессор, бесчеловечный рационалист, героический искатель приключений, беспомощный ученый и социальный утопист» [3. С. 247].

В главе «Экологи как рассказчики о науке» говорится о возрастающей роли научных коммуникаций в области проектов, связанных с защитой окружающей среды, а сами участники экологических организаций становятся их полноправными участниками. Эта информация подготовлена Стивеном Йерли, будет любопытна широкому кругу читателей, интересующихся проблемами глобального изменения климата, использованием новых технологий в сельском хозяйстве и применением альтернативных источников энергии. Экологическая тематика развивается в еще одной из глав пособия – «В противоречиях научной политики. Анализ дискуссий в США об изменении климата».

Глава «Аудитории и их участие в науке и технике» будет полезна прежде всего исследователям научной коммуникации, в ней представлен теоретический обзор базовых понятий «аудитория» и «общественное участие». Поиск разнообразных площадок (это научные кафе, музеи, образовательные центры, онлайн-среда и т.д.) для организации взаимодействия с разными видами аудитории является залогом эффективным научных коммуникаций, основой для диалога между наукой и обществом.

В главе «Общественное понимание науки» говорится о том, что за последние 20 лет вокруг этой проблемы возникла «область исследований, в той или иной степени связанная с социологией, социальной психологией, историей, теорией коммуникации и политическим анализом» [3. С. 339]. Мартин Бауэр и Банколе Фаладе рассматривают, как в разные годы происходило изменение в понимании науки обществом, которое изначально базировалась на концепции дефицита, но постепенно эволюционировало путем «умножения дискурсов» [3. С. 347]. Авторы делают обзор методов и тем исследований, связанных с данной проблематикой, в том числе затрагивая одну из базовых концепций – «научной грамотности населения».

В числе последних глав пособия – две из них, посвященные проблемам коммуникаций в сфере гуманитарных наук и здравоохранения. Анджела Кэссиди рассуждает о том, что в среде научных журналистов очень мало тех, кто специализируется на гуманитарных науках, хотя нельзя сказать, что СМИ совсем обходят их своим вниманием, не обращаются к ученым-гуманитариям за экспертной оценкой каких-либо

проблем и ситуаций. Эти публикации, однако, находятся не в разделе научных новостей, они «составляют большую часть контента в политической и экономической журналистике, а также разделах, посвященных образу жизни... все то, что составляет ядро ежедневного содержания СМИ» [3. С. 445]. Социологи и гуманитарии чаще и активнее, нежели представители естественных, технических и медицинских наук, выступают с оценкой текущих событий и их анализом. Журналистам-новостникам гораздо проще взаимодействовать с ними, так как это не требует специальной подготовки.

В главе «Изучение кампаний в сфере здравоохранения» указывается на то, что коммуникации в этой области затрагивают все больше участников, в числе которые «частные лица, потребители медицинских услуг, пациенты, специалисты по уходу за больными, местные общины, организации, слои населения, не обеспеченные медицинской помощью, и другие целевые аудитории». Среди актуальных трендов, связанных с коммуникациями в сфере здравоохранения, – акцент на профилактику и поддержку здоровья как следствие расширения знаний в данной области. При этом каждая медицинская кампания выступает в контексте социокультурных и религиозных убеждений, деятельности СМИ. Роберт Логан делает обзор хорошо изученных медицинских кампаний, проводит анализ этапов организации и изучения кампаний такого вида. Эта глава представляет интерес для специалистов, занимающихся коммуникациями в медицинских организациях, как научных, так и оказывающих медицинскую помощь, а также для научных журналистов.

Предпоследняя глава «Глобальное распространение научной коммуникации. Институты и практики разных континентов» написана коллективом автором из разных стран, ее цель – показать некоторые общие тенденции развития научной коммуникации, которая «за сравнительно недолгий период стала всемирным феноменом» [3. С. 510]. «Научно-технический прогресс играет ведущую роль в экономическом развитии, экономическая и научная политика тесно переплетаются. И не так уж важно, стоит за этим стремление превратить страну из аграрной в индустриальную или желание перейти от традиционной индустриальной базы на более высокий уровень развития. В развивающихся странах, как и более продвинутых в промышленном и техническом отношении регионах, экономика знаний и/или устойчивого развития стала центральной темой публичной политики». В числе ее

приоритетных направлений в разных уголках мира можно выделить следующие: компетентность детей и молодежи в науке и технике и их отношение к научно-техническому прогрессу, участие ученых в общественных коммуникациях, вручение наград за популяризацию науки, образовательные университетские и исследовательские программы по научной коммуникации.

Последняя глава пособия, некий его итог, называется «Оценивая влияние к научной коммуникации». Федерико Нересини и Джузеппе Пеллегрини предлагают сделать «первоначальное определение целей программы и планирование ее оценки» [3. С. 553] обязательными этапами любого проекта из области научных коммуникаций. Эта информация имеет практическую значимость для всех, кто занимается реализацией проектов в области научной коммуникации, ведь зачастую их успешность можно оценить весьма субъективно. Кампания по оценке состоит из трех этапов: проектирование, выполнение и завершение. Каждый из них предполагает проведение оценочных процедур. На этапе проектирования изучается соответствие доступных ресурсов (средств, времени, человеческих ресурсов, эффективности выбранной стратегии по отношению к целевой аудитории) поставленным задачам. На стадии выполнения оценка необходима для того, чтобы можно было скорректировать уже запущенные процессы в той части, где они не работают или не достаточно эффективны. На этом этапе учитываются схемы взаимодействия между участниками проекта и определяются возникшие препятствия и непредвиденные эффекты. Что же касается этапа завершения, то он оценивается с точки зрения целей, которые планировалось достичь. Возможны два варианта оценки достигнутого результата: как с точки зрения инициаторов коммуникации (о чем уже говорилось выше), так и с точки зрения всех участников коммуникации (какие изменения произошли в ходе коммуникации).

Подводя итог, следует отметить, что в пособии затрагивается весь спектр актуальных вопросов, связанных с научной коммуникацией, оно в полной мере отражает проникновение тем науки и технологий в разные сферы массовой культуры – от комментария ученого-эксперта в разделе новостей до популярных фильмов (как тут не вспомнить «Теорию большого взрыва»!). Это издание обязательно найдет свое место на книжной полке и станет тем источником знаний, к которому не раз еще стоит вернуться. Также настоящей находкой для препода-

вателей и организаторов публичных дискуссий станут вопросы для обсуждения в конце каждого раздела.

Список источников

1. *Полевое* руководство для научных журналистов / под ред. Д. Блум, М. Кнудсон, Р. Маранц Хениг ; пер. с англ. М. : Альпина нон-фикшн, 2018. 484 с.
2. *Шипман М.* Научная коммуникация: Руководство для научных пресс-секретарей и журналистов : пер. с англ. М. : Альпина нон-фикшн, 2018. 186 с.
3. *Пособие* по общественным связям в науке и технологиях / под ред. М. Букки и Б. Тренча ; пер. с англ. М. : Альпина нон-фикшн, 2018. 592 с.

References

1. Bloom, D., Knudson, M. & Marantz Hoenig, R. (eds) (2018) *Polevye rukovodstvo dlya nauchnykh zhurnalistov* [A field guide for science writers]. Translated from English by O. Dobrovidova. Moscow: Al'pina non-fikshn.
2. Shipman, M. (2018) *Nauchnaya kommunikatsiya: Rukovodstvo dlya nauchnykh press-sekretarey i zhurnalistov* [Handbook for science public information officers]. Translated from English by O. Dobrovidova. Moscow: Al'pina non-fikshn.
3. Bucca, M. & Trench, B. (eds) (2018) *Posobie po obshchestvennym svyazyam v nauke i tekhnologiyakh* [Routledge Handbook of Public Communications of Science and Technology]. Translated from English by P. Deynichenko. Moscow: Al'pina non-fikshn.

Информация об авторе:

Булгакова О. В. – канд. филол. наук, шеф-редактор отдела по связям с общественностью, научный сотрудник научно-образовательного центра по гуманитарным наукам Томского научного центра СО РАН (Томск, Россия). E-mail: bodler2@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

O. V. Bulgakova, Cand. Sci. (Philology), chief editor, researcher, Tomsk Scientific Center, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (Tomsk, Russian Federation). E-mail: bodler2@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 10.06.2022;
одобрена после рецензирования 15.06.2022; принята к публикации 15.06.2022*

*The article was submitted 10.06.2022;
approved after reviewing 15.06.2022; accepted for publication 15.06.2022.*