



DOI: 10.19181/smtp.2023.5.2.22

EDN: ZPEQPE

ЗНАНИЙ И ЗРЕЛИЩ!

Рецензия на книгу «Science In The Media: Popular Images and Public Perceptions»¹



**Соколов
Дмитрий Васильевич¹**

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

Для цитирования: Соколов Д. В. Знаний и зрелищ! Рецензия на книгу «Science In The Media: Popular Images and Public Perceptions» // Управление наукой: теория и практика. 2023. Т. 5, № 2. С. 246–250. DOI 10.19181/smtp.2023.5.2.22. EDN ZPEQPE.

АННОТАЦИЯ

В статье обсуждается монография «Science In The Media: Popular Images and Public Perceptions», написанная Полом Брюэром и Барбарой Лэй из Университета Делавэра. В книге затрагивается проблема изображения науки и учёных в медиа и даётся аналитический обзор множества медиаформатов (от детских телешоу до постов в социальных сетях), формирующих представления о науке среди широкой аудитории. Книга написана на американском материале, но подмеченные авторами тенденции, равно как и сделанные выводы, важны далеко не только для США, что придаёт их работе дополнительную ценность. Авторы собрали, классифицировали, социологически обработали огромный массив материалов и смогли рельефно очертить наиболее эффективные способы продвижения научного знания в обществе, помогая при этом понять неизбежные ограничения разных форматов масс-медиа в качестве каналов коммуникации между научным сообществом и широкой публикой. Кроме того, авторы, отслеживая логику и приоритеты разнообразных медиаформатов (сериалов, телешоу, новостных программ и так далее), попутно объясняют парадокс увлечённости псевдонаукой на фоне изобилия научной информации. Вместо того, чтобы сетовать на поверхностность журналистов и телешоу, авторы предлагают учёным, во-первых, тщательно выбирать программы

¹ Brewer, P., Ley, B. (2021). Science In The Media: Popular Images and Public Perceptions. Routledge, 2021. 276 p.

для сотрудничества, во-вторых, учитывать специфику того или иного медиаформата при работе с ним, и, в-третьих, активнее использовать цифровую среду для продвижения научных точек зрения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

наука в медиа, публичный образ учёных, борьба с псевдонаукой, цифровизация медиа, научная деятельность как шоу, репрезентация науки в массовой культуре

Один из самых любопытных парадоксов современности – повсеместное распространение вопиющего невежества при столь же повсеместном доступе к достоверной информации. Примечательно, что этот парадокс характерен отнюдь не только для слаборазвитых или развивающихся стран, но и для государств с передовой научно-технологической сферой: о падающей научной грамотности много говорят как в США, так и в России или Индии. Между тем, одна из ключевых предпосылок общего падения престижа науки как источника экспертных знаний – изменение образа учёных и научной сферы в массовом сознании.

Этой проблематике посвящена книга «Science In The Media: Popular Images and Public Perceptions», написанная Полом Брюэром и Барбарой Лэй из Университета Делавэра. Оба автора специализируются в теории коммуникаций, однако это направление для них не единственное: Брюэр исследовал теорию международных отношений, а Лэй занималась вопросами репрезентации женщин в массовой культуре. Их общая книга, используя опыт каждого из авторов, сочетает исследование образа учёных в масс-медиа с более широким культурным контекстом отношений науки и общества. При этом, хотя книга и написана в основном на американском материале, подмеченные авторами тенденции, равно как и сделанные выводы, важны далеко не только для США, что придаёт исследованию дополнительную ценность.

Книга состоит из 11 глав, каждая из которых рассматривает репрезентацию учёных (и науки вообще) в различных медиаформатах, привычных для современной массовой культуры. В первой главе авторы обозначают тематические рамки исследования и заодно указывают на примечательный парадокс общественного мнения: согласно социологическим опросам, большинство американцев с симпатией относятся к учёным и считают развитие науки одним из национальных приоритетов – но многие при этом считают, что научные проекты зачастую опасны либо бессмысленны, и не соглашаются с общепринятыми в науке взглядами на значимые проблемы современности, такие как изменение климата или применение генетических технологий. Авторы подчёркивают, что подобная двойственность – следствие того, как изменяется публичное восприятие учёных и научной работы под воздействием различных форматов медиа. Главы со второй по десятую описывают специфику репрезентации науки в тех или иных формах масс-медиа, от популярных телесериалов (глава 3) и документальных передач о науке (глава 4) через новостные программы (глава 5) и комедийные шоу (глава 6) до постов в социальных сетях (глава 7), передач о судебно-медицинской работе (глава 8)

и детских познавательных проектов (глава 10). Особого внимания заслуживает глава 9, в которой авторы рассматривают феномен «пограничной науки» (Fringe Science) на примере телешоу, посвящённых множеству псевдонаучных дисциплин вроде уфологии, парапсихологии и экстрасенсорики. Наконец, в главе 11 авторы обобщают проведённый анализ и указывают на потенциальные риски от увеличения разрыва понимания между широкой публикой и научным сообществом, а также предлагают несколько путей к повышению научной грамотности за счёт вовлечённости учёных в медиа.

Но главное достоинство книги даже не в том, что авторам удалось собрать, детально классифицировать и социологически обработать огромный массив материалов, а скорее в том, что предлагаемое ими исследование рельефно очерчивает наиболее эффективные способы продвижения научного знания в обществе, помогая при этом понять неизбежные ограничения разных форматов масс-медиа в качестве каналов коммуникации между учёными и широкой публикой. Кроме того, авторы, отслеживая логику и приоритеты разнообразных медиаформатов (сериалов, телешоу, новостных программ и так далее), попутно объясняют тот самый парадокс увлечённости псевдонаукой на фоне избытия научной информации. В отличие от научной деятельности, нацеленной (в широчайшем смысле этого слова) на достижение возможно более точного и верифицируемого знания, цель масс-медиа – удержание зрительского внимания. Просвещение аудитории не является базовой целью для большинства охваченных авторами медиаформатов, поэтому наука (и отдельные учёные) часто изображаются в этих программах стереотипно, а научные проблемы преподносятся не столько в искажённом, сколько в экзотизированном виде – такой ход помогает либо двигать сюжет вперёд (например, в сериалах), либо обеспечивает напряжённую полемику (как в ток-шоу), участниками которой легко могут оказаться как статусные учёные, так и откровенные шарлатаны. В результате престижность науки *как института* сохраняется – поскольку научное познание предстаёт в качестве объясняющей мир силы, в то время как престиж учёных *как экспертов* всё чаще подвергается сомнению. Благодаря многим телешоу зрители, с одной стороны, видят, что наука – нечто сложное, во многом увлекательное и полезное для общества, с другой стороны – привыкают, что любое (даже самое квалифицированное) мнение можно отвергнуть, обратившись к «альтернативным фактам». Эта фраза времён избирательной кампании Дональда Трампа как нельзя лучше описывает инфляцию доверия масс к экспертам: в современном информационном пространстве легко найти подтверждение любой – даже абсолютно дикой и антинаучной – точки зрения, в то время как архитектура социальных сетей позволяет стремительно распространять доселе маргинальные взгляды, облегчая их проникновение в интеллектуальный мейнстрим. В отличие от учёных, большинство людей не обладают настолько развитыми навыками критического мышления, чтобы фильтровать различные гипотезы и взгляды; в результате часто популярными становятся не теории, выдержавшие проверку на подлинность, а вызывающие наибольший эмоциональный резонанс.

Подобные ситуации (которые можно назвать частным случаем «постправды») разбираются авторами на протяжении всех глав книги и помогают понять, почему псевдонаука, эзотерика и конспирология нередко оказываются

более убедительными для зрителей, чем тщательно проверенные и куда более достоверные научные данные. К чести авторов, они отнюдь не призывают к повсеместной цензуре или борьбе с социальными сетями – в современном мире подобное решение вряд ли можно назвать сколь-нибудь реалистичным, даже если опустить моральные и технические нюансы. Вместо того, чтобы сетовать на поверхностность журналистов и телешоу, авторы предлагают учёным, во-первых, тщательно выбирать программы для сотрудничества, во-вторых, учитывать специфику того или иного медиаформата при работе с ним, и, в-третьих, активнее использовать цифровую среду для продвижения научных точек зрения.

Иными словами, задача повышения научной грамотности должна решаться во многом благодаря самоорганизации научного сообщества. Авторы подчёркивают: в мире повсеместной цифровизации, где внимание и вовлечённость аудитории становятся главным ресурсом, учёным не стоит отстраняться от просвещения – напротив, именно сейчас распространение научного знания становится куда более важным, чем несколько поколений назад, в эпоху «аналоговых» медиа, когда существовала сложная система фильтров в виде редакций, централизованных телесетей, и так далее. Переход к цифровым СМИ увеличивает риски распространения враждебных науке установок, но в то же время даёт учёным немало новых способов для борьбы с невежеством и создания позитивного образа науки – как сферы деятельности, объясняющей и решающей повседневные проблемы людей намного более эффективно, чем эзотерические учения или теории заговоров.

Статья поступила в редакцию 19.05.2023. Принята к публикации 24.05.2023.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Соколов Дмитрий Васильевич *d.v.sokolov.1985@yandex.ru*

Научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

ORCID: 0000-0001-5502-7225

AuthorID РИНЦ: 761208

DOI: 10.19181/smtp.2023.5.2.22

MEAL 'N' KNOWLEDGE

Review of the book “Science In The Media: Popular Images and Public Perceptions”

Dmitry V. Sokolov¹

¹ Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

For citation: Sokolov, D. V. (2023). Meal 'n' Knowledge. Review of the book «Science In The Media: Popular Images and Public Perceptions». *Science Management: Theory and Practice*. Vol. 5, no. 2. P. 246–250. DOI 10.19181/smtp.2023.5.2.22.

Abstract. The article discusses the book “Science In The Media: Popular Images and Public Perceptions” by Paul Brewer and Barbara Lay of the University of Delaware. The book touches upon the issue of media representation of science and scientists and provides an analytical overview of the different media (from children’s TV shows to social media posts) that shape the perception of science among a wide audience. The book is based on American material, but the trends noted by the authors, as well as the conclusions drawn, are important not only for the USA, which gives their work additional value. The authors collected, classified and sociologically processed a huge array of materials, and were able to outline the most effective ways to promote scientific knowledge in society, while helping to understand the inevitable limitations of various media channels of communication between the scientific community and the public. In addition, the authors, tracking the logic and priorities of various media (serials, TV shows, news programs, and so on), along the way explain the paradox of passion for pseudoscience against the backdrop of an abundance of scientific information. Instead of complaining about the superficiality of journalists and TV shows, the authors suggest that scientists, firstly, carefully choose programs for cooperation, secondly, take into account the specifics of a particular media format when working with it, and, thirdly, use the digital environment more actively to advance scientific points of view.

Keywords: science in media, public image of scientists, fight against pseudoscience, digitalization of media, scientific activity as a show, representation of science in popular culture

The article was submitted on 19.05.2023.

Accepted for publication 24.05.2023.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Sokolov Dmitry *d.v.sokolov.1985@yandex.ru*

Researcher, Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

AuthorID RSCI: 761208