



*Социологические науки*

**УДК 168.1**

**А.Г. Газоян**

**Газоян Ани Грачиковна**, аспирант 2-го курса Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: any.gazoyan@mail.ru

Научный руководитель: **Гриценко Василий Петрович**, доктор философских наук, профессор кафедры педагогики, психологии и философии Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: postmodernist@mail.ru

## **ФОРМАТЫ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19: НА МАТЕРИАЛАХ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ПОРТАЛОВ**

Пандемия COVID-19 оказалась вызовом не только для ученых, политиков и общества, но и для сообщества научных коммуникаторов. Они оказались вынуждены (научные журналисты, популяризаторы науки, сотрудники пресс-служб научных организаций) максимально оперативно собирать, оценивать, обрабатывать и передавать информацию об особенностях коронавирусной инфекции и вызванной ею эпидемии. Работа в кризисной ситуации не только обострила те проблемы и ограничения, которые стояли перед научными коммуникаторами ранее, но и поставила новые. То, как научные коммуникаторы реагируют на эти вызовы, с помощью каких форматов коммуницируют со своими аудиториями, возможно, станет важным опытом, формулирующим будущее

развитие научной коммуникации. В частности, это касается работы новомедийных изданий – научно-популярных порталов, которые в «обществе знания» становятся одним из наиболее релевантных каналов научной коммуникации. Анализ особенностей работы этих изданий в условиях пандемии и посвящена данная статья.

**Ключевые слова:** научная коммуникация, новые медиа, популяризация науки, общество знания, пандемия.

**A.G. Gazoyan**

**Gazoyan Ani Grachikovna**, 2-st course postgraduate student of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: any.gazoyan@mail.ru

Research supervisor: **Gritsenko Vasiliy Petrovich**, doctor of philosophy, professor of department of pedagogy, psychology and philosophy of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: postmodernist@mail.ru

## **FORMATS OF SCIENCE COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC: ON THE MATERIALS OF POPULAR SCIENCE PORTALS**

The COVID-19 pandemic has become a challenge not only for scientists, politicians and society, but also for the community of science communicators. They were forced (scientific journalists, popularizers of science, press officers of scientific organizations) to collect, evaluate, process and transmit the information about the characteristics of coronavirus infection and the epidemic caused by it and do it as quickly as possible. Work in a crisis situation not only exacerbated the problems and limitations that science communicators had previously faced but also set new ones. The way science communicators respond to these challenges and the formats they use to communicate with their audiences may become an important experience formulating the future development of scientific communication. In particular, this concerns the work of new-

media titles - popular science portals that in the «knowledge society» are becoming one of the most relevant channels of science communication. This article is devoted to the analysis of the work of these titles.

**Ключевые слова:** science communication, new media, popularization of science, knowledge society, pandemic.

Пандемия коронавирусной инфекции, возможно, станет своеобразной точкой бифуркации для общества в целом и научного сообщества в частности, которая вернет его к необходимости рефлексии над вопросами, казалось бы, навсегда забытыми с развитием здравоохранения, медицины и науки. Ответы на эти вопросы будут вынуждены искать и научное, и медицинское сообщество, и власти, журналисты, человечество как таковое. Однако некоторым из этих категорий людей необходимо реагировать на пандемию «в режиме реального времени» – здесь и сейчас. В первую очередь, речь идет о научных коммуникаторах – журналистах, ученых, врачах, которые занимаются распространением знаний в условиях пандемии, чтобы информировать широкую общественность о свойствах вируса и вызванной им эпидемии, профилактике заражения.

Научные коммуникаторы в ситуации пандемии вынуждены выстраивать стратегии по интеракции с людьми симультанно – без возможности заранее сформулировать для себя коммуникативную стратегию, что приводит и к проблемам и ограничениям в их работе, и к открытиям. Нам представляется важным провести анализ того, какие технологии используются научно-популярными изданиями в работе с темой коронавируса и вызванной им пандемии с учетом особенностей современного общества как «общества знания».

Почему мы принимаем за основание для анализа популяризации знаний о коронавирусе именно концепт «общества знания», а не другие, возможно, более

общие интерпретации современного общества, как то: «сетевое», «информационное» или «постиндустриальное»?

Во-первых, в фундаменте представлений о современном обществе как «обществе знания» лежит тезис о трансформации знания: именно оно представляет собой главный ресурс. Знание, в отличие от информации, не объективно существующая и независимая от своего носителя субстанция, оно принципиально субъектно и имеет смысл только в отношении человека, им обладающего. В то же время знание должно быть доступно как можно большему числу людей, сакрализация знания, ограничение его распространения не допускаются в «обществе знания». «Знание – это не то, что человек хранит в секрете. Оно имеет ценность только в том случае, если его распространяют и обсуждают <...>. Вот почему знания расширяют возможности людей и превращают людей в коллективных акторов» [1]. В частности, эта характеристика знания значима как возможность простимулировать людей коллективно сидеть дома и соблюдать самоизоляцию, которая имеет смысл, только если ее придерживаются многие.

Во-вторых, исследователи отмечают аксиологическую и прагматическую составляющую знаний в современном обществе. Знание не просто принадлежит человеку, но работает на него, становясь мотивом для совершения социального действия «Знание сегодня – это информация, имеющая практическую ценность, служащая для получения конкретных результатов. Причем результаты проявляются вне человека – в обществе, экономике или в развитии самого знания» [2, с. 99]. Именно знание и доступ к нему позволяют принимать рациональные и взвешенные решения в условиях кризиса.

В-третьих (хотя по значимости этот фактор должен лежать в основании нашей аргументации), именно знание, его приобретение и наращивание способно помочь человечеству справиться с пандемией. Ежедневно выходят десятки новых научных статей и препринтов, в которых рассматриваются различные аспекты коронавирусной инфекции и способов борьбы с ней. В первую очередь, это

медицинские исследования. Здесь важно, что на уровне внутринаучной коммуникации необходимость симультанного исследования и внедрения новых знаний порождает массу методологических проблем. Доказательная медицина принципиально предполагает длительные и обширные исследования, использование метаданных и лонгитюдных экспериментов. Необходимость проводить исследования, делать по их результатам выводы и на основании этих выводов внедрять те или иные клинические практики здесь и сейчас является, как минимум, непривычной для научного сообщества. Тем не менее, они вынуждены работать именно в таком режиме, а ответственность научных коммуникаторов, которые переводят научное знание на язык, доступный широкой аудитории, в этой ситуации значительно возрастает. Они оказываются в ситуации большого потока все новой, часто противоречащей друг другу информации, и вынуждены взять на себя роль интерпретаторов значимости тех или иных исследований в процессе выбора тем для популярных материалов.

Таким образом, знание сегодня является важнейшим ресурсом, а в ситуации, приближенной к экзистенциальному выбору, когда эпидемия приобретает характер пандемии и от бытовых личных решений каждого – остаться дома или выйти, использовать средства защиты или игнорировать, помочь ближнему или атомизироваться и т.д. – зависит не только личная судьба субъекта, но и жизнь окружающих его людей, то есть доступное и объективное знание становится фактором выживания для всего общества. Научная коммуникация в этом смысле играет ключевую роль как инструмент доведения до широких масс полученных знаний. Именно в этой ситуации наиболее выпукло реализована идея о праве каждого на доступ к знанию. Это фундаментальное право, смежное фактически в нынешней ситуации с правом на жизнь и здоровье.

С этой точки зрения ситуация пандемии еще раз подчеркнула двунаправленный и горизонтальный характер научной коммуникации в «обществе знания». Теперь научная коммуникация должна пониматься и осуществляться не только как информирование широкой общественности о

достижениях науки, не только как устранение научной неграмотности, но и как возможность высказаться рядовому члену общества о тех проблемах, которые его волнуют и о тех запросах, которые он предъявляет к науке и научному сообществу как налогоплательщик. Таким образом, научная коммуникация в «обществе знания» характеризуется интенцией к диалогичности, к равноправному взаимодействию, а не к просвещенческому идеалу популяризации науки.

Особую роль в формировании этого диалога и его эффективности играют современные медиа, в первую очередь, интернет, реализующий собой идею о «сетевой» структуре общества.

Материалами исследования выступили русскоязычные научно-популярные сайты: <https://indicator.ru> («Индикатор»), <https://naked-science.ru> («Naked-science»), <https://nplus1.ru> («N+1»), <https://postnauka.ru> (ИД «Постнаука»).

Как мы уже сказали, главным каналом коммуникации о коронавирусе стал интернет. Тенденция перехода к этому каналу коммуникации научно-популярных изданий является основной в последние годы. Именно новые медиа благодаря своим имманентным свойствам позволяют конструировать коммуникацию максимально релевантно требованиям представителей «общества знания»: горизонтально, креолизованно, интерактивно и мультимедийно. Какие же основные форматы используются в проанализированных нами материалах?

Комплексность проблемы эпидемии коронавирусной инфекции предполагает и использование специфических, релевантных самой теме форматов. Одним из наиболее релевантных является формат лонгрида [3]. Коммуникаторы стали активно обращаться к лонгриду, который благодаря своим свойствам – мультимедийности, креолизованности – позволяет, во-первых, представить максимально выпуклый, объемный образ проблемы, а во-вторых, дать максимально комплексную оценку происходящему.

Под лонгридом предполагается «текст большого объема и аудио-визуальные компоненты. Обычно это подробный обзор по теме, содержащий помимо текста различные мультимедийные элементы: фото, видео, инфографику

и т.п. Таким образом, можно охарактеризовать лонгрид как мультимедийный проект, посвященный конкретному событию или проблеме, актуальной дате. Ключевой характеристикой такого формата является объем и продолжительность материала, а основой – журналистский текст» [4].

В частности, в материале издания Naked Science «Когда сделают вакцину от коронавируса: хороший, плохой и «злой» сценарии» [5] авторы предлагают три возможных пути создания вакцины от нового вируса. В материале активно используются два взаимодополняющих семиотических плана: текст и изображения (журналистские фотографии, изображающие людей, и научные фотографии, изображающие сам вирус). Кроме того, авторы отображают целую палитру различных мнений и сценариев, каждый из которых дает свой ответ на вопрос о том, когда будет готова вакцина. Такая полифония мнений благодаря структуре лонгрида не запутывает читателя, а дает возможность принять участие в процессе оценки реальной ситуации, исходя из различных точек зрения, которые высказываются экспертами, тем более что консенсуса по многим вопросам у ученых, работающих с коронавирусом, нет. Это особенно важно с учетом, что представитель «общества знания» желает самостоятельно делать выводы, а не получать их готовыми – приобретать знание, а не присваивать его.

Важную роль в тексте играют гиперссылки – инструмент, который позволяет читателю по своему желанию не только изучить сам текст, но и обратиться к контексту. Это не только позволяет представить более полное, а значит и более объективное знание, но и создать доверительную ситуацию с аудиторией, аргументируя свои положения дополнительными источниками. Особенно актуально это для текстов научно-популярного характера, которые основаны на собственно научных публикациях, прошедших рецензирование. Важно дать возможность читателю обратиться к первоисточнику и проверить подлинность тех или иных утверждений.

Еще одним структурным элементом лонгрида являются комментарии читателей под текстом. Этот элемент новомедийной интерактивности –

обязательное условие коммуникации в горизонтально устроенном, неиерархичном «обществе знания», где высказаться имеет право каждый.

Еще один формат, который активно эксплуатируют научные коммуникаторы сегодня – развенчание мифов и фейков [6]. Ситуация пандемии очень благоприятна для распространения ложной информации, в том числе псевдонаучной. Во-первых, недостаток знаний в сфере медицины и биологии способствует тому, что многие не могут объективно оценить достоверность получаемой информации. Во-вторых, есть отдельные люди и целые медиа, которые пользуются повышенным интересом к теме среди аудитории и сознательно распространяют ложную информацию. Возможности новых медиа, когда user generated content (содержание, генерируемое пользователями) становится одним из наиболее распространенных форм передачи информации, воронка ложных сведений все расширяется. Пользователи не только получают недостоверную информацию, но и сами ее распространяют. Таким образом, одно сообщение в WhatsApp с сомнительным содержанием может распространиться на многомиллионную аудиторию, в процессе обрстая все новыми подробностями, не имеющими никакого отношения к реальному положению дел.

Формат «энциклопедии», который создали авторы издания «N+1», позволяет собрать в одном тексте самые разные ложные сведения (и псевдонаучную информацию, и сконструированные фейки) и разобрать их. Для этого авторы активно применили возможности гиперссылок, которые расширяют контекст высказывания, а также играют роль дополнительного подтверждения, верификации тем доказательствам, которые приводят авторы.

Авторы также обратились к интерактивной форме, предложив своим читателям поделиться с ними теми фейками о коронавирусе, которые встретились им. Это эффективная коммуникативная тактика, которая позволяет эмоционально вовлечь аудиторию в свою работу, позволить ей почувствовать себя соучастником развенчания мифов.

Примечательно, что над «Энциклопедией слухов» работают сотрудники



Лаборатории теоретической фольклористики Школы актуальных гуманитарных исследований РАНХиГС и группы «Мониторинг актуального фольклора», входящей в состав Лаборатории. Это проект, скорее, гуманитарный, чем естественнонаучный, хотя касается медицинской темы.

В целом можно говорить о такой особенности, как обращение к социогуманитарным вопросам и проблемам вокруг эпидемии со стороны научно-популярных изданий, которые обычно фокусируются на естественнонаучных проблемах [7].

Сама кризисная ситуация подняла многие важные социогуманитарные вопросы: вопрос о доверии в обществе друг к другу и властям, вопрос о способах коммуникации с ним, даже такой частный вопрос, как проблема безусловного базового дохода, – все они оказались как никогда актуальны. Эти проблемы сегодня становятся предметом интереса широкой аудитории, в результате чего формируется запрос на популяризацию знаний в этой сфере.

В тексте Indicator «Нам всем придется стать коммунистами» [8], написанном участниками Московского философского кружка, разбирается, какова реакция интеллектуалов, представляющих различные философские и политические идеи, на пандемию и карантин. В тексте рассматриваются некоторые социально-философские концепты, которые позволяют рефлексировать ту общественную ситуацию, которую порождает пандемия. Среди них «трансгрессия», «рассинхронизация», «аномия» и другие термины. Такие тексты востребованы читателями сегодня не меньше, чем новости о создании вакцины от коронавируса или статьи о научно обоснованных методах профилактики. Те процессы, которые происходят с обществом в ситуации изоляции, наглядно видны каждому и касаются каждого. Именно поэтому важно не обходить их стороной, но распространять научное знание на эту тему.

Еще один формат, который используют коммуникаторы для продвижения знаний о коронавирусе, «вопрос ученому» [9]. В условиях потока информации далеко не всегда научно корректной и рациональной аудитории вынуждены

самостоятельно оценивать объективность материалов. На основании каких критериев может человек без специального образования и знаний определить, какой информации можно доверять, а какой – нет? Один из критериев – ссылки на экспертов-ученых. «Общество сталкивается с проблемами, решить которые может помочь только наука. Это изменение климата, новые источники энергии, чистая вода. И общество хочет слышать, что думают об этом ученые» [10, с. 9].

Этим и пользуются научные коммуникаторы, работая в жанре интервью или беседы с ученым, экспертом в той или иной области. Однако экспертность в «обществе знания» не всегда оценивается однозначно. Кого и на каком основании мы должны считать экспертами? В ситуации, когда эпидемия развивается прямо на наших глазах, научные исследования на тему новой коронавирусной инфекции выходят ежедневно, и зачастую их результаты противоречат друг другу, клинические рекомендации публикуются и тут же редактируются, наделение тех или иных спикеров ответственностью и авторитетом эксперта становится непростой задачей. Эту ситуацию хорошо иллюстрирует тема использования гидроксихлорохина. Сначала появилось множество публикаций о том, что этот препарат может быть эффективным средством против COVID-19. Его применяли не только для лечения, но даже для профилактики заражения коронавирусной инфекцией, в том числе президент США Дональд Трамп. А в мае появилось крупное исследование, опубликованное в авторитетнейшем научном журнале *The Lancet*, в котором были проанализированы данные 96 032 пациентов с коронавирусом, лечившихся на шести разных континентах. Около 15 тыс. из них принимали гидроксихлорин, и среди них было зафиксировано на 2% больше летальных исходов из-за стремительно развивавшихся болезней сердца.

Как мы видим, даже строгое соблюдение научного метода не может в этой ситуации гарантировать, что ученые не ошибаются. Но есть и еще один уровень этой проблемы: не все склонны наделять авторитетом эксперта ученых, которые занимаются той или иной проблемой. «Однако в свободном обществе интеллектуалы представляют лишь одну из многих традиций. Они не пользуются

особыми правами, их воззрения не имеют особого интереса (разве что лишь для них самих). Проблемы решаются не специалистами (хотя их советами не пренебрегают), а заинтересованными лицами в соответствии с идеями, которые они ценят, и способами, которые они считают наиболее подходящими» [11].

И наконец, само государство, как мы видим на примере России, наделяет экспертным авторитетом вовсе не тех, кто собственно включен в борьбу с коронавирусной инфекцией, а тех, кто максимально приближен к административному ресурсу (об этом свидетельствует, в частности, совещание по коронавирусу, проведенное Путиным с академиками), и тем, кто является наиболее медийной фигурой (доктор Мясников).

В рассмотренных нами материалах отбор экспертов, очевидно, строится по другим критериям. Главным из них является собственно научные и профессиональные интересы и достижения спикера, которые должны непосредственно пересекаться с темой коронавируса. В частности, в материале «ПостНауки» доктор биологических наук, заведующий лабораторией биотехнологии Института вирусологии им. Д.И. Ивановского Национального исследовательского центра эпидемиологии и микробиологии Сергей Альховский рассказывает о том, что такое вирусы, как они взаимодействуют с разными популяциями и чего ждать от коронавируса SARS-CoV-2. Материал подготовлен в двух формах: часовое видеointerview и сокращенная стенограмма. Таким образом, пользователь может самостоятельно решить в какой форме употребить данный контент. Стенограмма, в свою очередь, хотя и представляет собой сокращенный вариант, дополнена гиперссылками, которые позволяют при необходимости более глубоко погрузиться в тему. А сам материал завершается интерактивной формой: тестовый вопрос для читателя «Человек, переболевший гриппом, приобретает иммунитет. Надолго ли?». При ответе на этот вопрос пользователю предлагается перейти к изучению материала об устойчивости вирусов.

Таким образом, научные коммуникаторы активно используют потенциал новых медиа для популяризации знаний о коронавирусе, которые наиболее релевантны запросам аудитории в «обществе знания».

Коммуникаторы акцентируют внимание при этом не только на естественнонаучных, но и на социально-гуманитарных аспектах эпидемии коронавируса.

Ситуация коронавирусной эпидемии привела к появлению новых и обострению уже существующих проблем в работе научных коммуникаторов, в частности, методологических. Как отобрать заслуживающие доверия и действительно важные исследования в большом потоке информации, не прошедшей полный цикл научной верификации и рецензирования? Как отобрать экспертов в том или ином вопросе в ситуации, когда речь идет об абсолютно новой научной проблеме, которая только начинает исследоваться и в рамках которой нет признанных авторитетов?

Возможно, пандемия станет не только стимулом для биологов, врачей, социологов и других ученых к новым исследованиям, но и важной вехой в развитии науки о научной коммуникации, поставив новые проблемы и обозначив новые ответы.

### **Список используемой литературы:**

1. *Alain-Marc Rieu*. What is Knowledge Society? The epistemic turn. // *Theoretical and Applied Economics*. 2005. С. 45-50.
2. *Дракер П.* Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология; под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. 631 с.
3. Гидроксихлорохин и азитромицин: новые данные об эффективности

против COVID-19 // Naked Science. URL: <https://naked-science.ru/article/medicine/gidroksihlorohin-i-azitromitsin> (дата обращения: 13.09.2020).

4. *Булаева М.Н.* Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 121–123.

5. Когда сделают вакцину от коронавируса: хороший, плохой и «злой» сценарии // Naked Science. URL: <https://naked-science.ru/article/nakedscience/kogda-sdelayut-vaktsinu> (дата обращения: 13.09.2020).

6. Энциклопедия коронавирусных слухов и фейков // N+1. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (дата обращения: 13.09.2020).

7. Сам ты искусственный // N+1. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/03/25/coronavirus-is-not-man-made> (дата обращения: 13.09.2020).

8. *Константин Гаазе.* Нам всем придется стать коммунистами // Indicator. URL: <https://indicator.ru/humanitarian-science/nam-vsem-bridetsya-stat-kommunistami.htm> (дата обращения: 13.09.2020).

9. *Альховский С.* Пройдет сезон ОРВИ – и эпидемия коронавируса пойдет на спад // ПостНаука. URL: <https://postnauka.ru/talks/154942> (дата обращения: 13.09.2020).

10. Формула научного PR 2.0: практики, кейсы и советы: Сб. статей. М., 2016. 146 с.

11. *Фейерабенд П.* Указ. труды по методологии науки. 1986. URL: <http://psylib.org.ua/books/feyer01/txt19.htm> (дата обращения: 01.02.2016).