

DOI: [10.14515/monitoring.2024.6.2642](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2642)

Н. А. Ляпугина, А. Г. Кузнецов

СЦЕНОГРАФИЯ ДИАЛОГА УЧЕНЫХ И ПУБЛИК: К АКТОРНО-СЕТЕВОЙ ТЕОРИИ МЕДИАНАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Правильная ссылка на статью:

Ляпугина Н. А., Кузнецов А. Г. Сценография диалога ученых и публик: к акторно-сетевой теории медианаучной коммуникации // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 6. С. 3—26. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2642>.

For citation:

Lyapugina N. A., Kuznetsov A. G. (2024) Scenography of the Dialogue between Scientists and Publics: Towards the Actor-Network Theory of Media-Science Communication. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 3–26. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2642>. (In Russ.)

Получено: 16.06.2024. Принято к публикации: 19.10.2024.

СЦЕНОГРАФИЯ ДИАЛОГА УЧЕНЫХ И ПУБЛИК: К АКТОРНО-СЕТЕВОЙ ТЕОРИИ МЕДИА-НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЛЯПУГИНА Наталия Александровна — аспирант факультета социологии, Европейский университет в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: nlyapugina@eu.spb.ru

<https://orcid.org/0009-0007-2485-996X>

КУЗНЕЦОВ Андрей Геннадиевич — кандидат социологических наук, научный сотрудник, Ереванский центр международного образования (Е-Центр), Ереван, Армения

E-MAIL: akuznetsov@eu.spb.ru

<https://orcid.org/0000-0002-0249-5890>

Аннотация. Цель работы — показать, как можно изучать диалог в медианаучной коммуникации на основе акторно-сетевой теории, приняв во внимание ключевые концептуализации из поля исследований научной коммуникации. Для этого анализируются: 1) структура дискуссии о научной коммуникации в свете перехода от модели дефицита к модели диалога; 2) распространение поворота к диалогу на медиапроекты и картография гетерогенного поля проектов медианаучной коммуникации; 3) ключевые концептуализации в исследованиях научной коммуникации диалоговых медиапроектов как мест, процессов и событий; 4) проблемы этой традиции и преодоление их с помощью акторно-сетевой теории.

Диалог российских ученых и заинтересованных публик на примере проекта «Аппетит к науке» был эмпирически исследован с опорой на акторно-сетевую теорию, в результате чего авторы пришли к ряду выводов. Проект «Аппетит» кросс-локален, то есть

SCENOGRAPHY OF THE DIALOGUE BETWEEN SCIENTISTS AND PUBLICS: TOWARDS THE ACTOR-NETWORK THEORY OF MEDIA-SCIENCE COMMUNICATION

Natalia A. LYAPUGINA¹ — Postgraduate Student in the Department of Sociology

E-MAIL: nlyapugina@eu.spb.ru

<https://orcid.org/0009-0007-2485-996X>

Andrei G. KUZNETSOV² — Cand. Sci. (Soc.), Research Fellow

E-MAIL: akuznetsov@eu.spb.ru

<https://orcid.org/0000-0002-0249-5890>

¹ European University at St. Petersburg, St. Petersburg, Russia

² Yerevan Center for International Education (YCIE), Yerevan, Armenia

Abstract. This article examines dialogue in media-science communication through the lens of Actor-Network Theory (ANT), while considering key conceptualizations from science communication research. The authors encompass four areas: (1) the structure of science communication research discourse, particularly the transition from the deficit model to the dialogue model; (2) the extension of the dialogical turn to media projects and mapping of the heterogeneous field of media-science communication projects; (3) key conceptualizations of dialogue media projects as places, processes, and events in science communication literature; and (4) the problems within this tradition and potential solutions offered by ANT.

Drawing on ANT, the authors regard the dialogue between scientists and the interested publics in Russia using the case of the “Appetite for Science” project. The empirical findings reveal that Appetite project is cross-local, i.e. it is located, on the one hand, at the intersection of offline and online spaces, and on the other

находится, с одной стороны, на пересечении офлайн- и онлайн-пространств, а с другой — на стыке трех релевантных социальных миров: медиа, науки и институций, поддерживающих проект. Мнимая «естественность» диалога между учеными и публиками, наблюдаемая на мероприятиях «Аппетита», является интеракционным и дискурсивным эффектом кропотливой материальной инсценировки, описываемой в терминах фигуративизации — процесса трансформации абстрактных категорий («наука», «ученый») в более конкретные сущности («тема», «спикер»). Фигуративизация включает в себя артикуляцию спикер-тем, форматирование и о-пределение компетенций спикера. В заключении ставится вопрос о специфике медианаучной коммуникации и обозначаются темы для дальнейшего изучения.

Ключевые слова: исследования наук и технологий, STS, акторно-сетевая теория, научная коммуникация, общественное вовлечение в науку, общественное понимание науки

hand, at the junction of three relevant social worlds: media, science, and institutions supporting the project. The apparent “naturalness” of the dialogue between scientists and publics, observed at Appetite events, is an interactional and discursive effect of painstaking material staging, described in terms of figuration, i.e. the process of transforming abstract categories (science, scientist) into more concrete entities (topic, speaker). Figuration includes the articulation of speaker topics, formatting, and de-finition of the speaker’s competencies. In conclusion, the authors address the specificity of media-science communication and identify topics for further research.

Keywords: science and technology studies, STS, actor-network theory, science communication, public engagement with science, public understanding of science

Введение

В последние десятилетия среди исследователей и практиков научной коммуникации доминирует императив перехода от «дефицитной» модели к «диалоговой». Дефицитная модель подразумевает коммуникацию «сверху вниз» для ликвидации дефицита знания о науке у публики и трансфера научного знания. Диалоговая модель — учет интересов и экспертиз разных социальных групп, вовлечение публик¹ в принятие решений, связанных с наукой, путем диалога между наукой и обществом². С 2000-х годов переход от дефицитной модели к диалоговой и сопутствующий ему переход от движения «Общественное понимание науки» (Public

¹ Употребление слова «публика» во множественном числе является стандартным для современной международной дискуссии в исследованиях научной коммуникации и исследованиях наук и технологий. Это стилистическое изменение произошло в рамках поворота к диалогу, который будет описан далее. Дискурсивный переход от «публики» в PUS к «публикам» в PES обозначает: а) отказ от представлений о гомогенной незнающей публике, атомизированные представители которой различаются лишь своим уровнем (не)знания науки; б) признание разнообразия публик, обладающих ценными локальными экспертизами, которые необходимо учитывать, и определяющихся различными параметрами: геополитикой, культурой, местом проживания или деятельности, физическим местонахождением, общим опытом, социальными возможностями использования доступного знания. Исследователи в PES и STS предпочитают термин «публики», а не «аудитории», так как последний в силу своей этимологии обладает коннотацией рецепции, слушания, возвращающей нас к предпосылкам PUS. Публики в PES не просто реципиенты, но активные участники обсуждения проблем и решений, связанных с науками и технологиями [Wynne, 1992a; Irwin, Wynne, 1996].

² В работе мы будем говорить о науке (научной коммуникации, принятии решений, связанных с наукой), но эта дискуссия релевантна и для публичной коммуникации о технологиях.

Understanding of Science, PUS) к движению «Общественное вовлечение в науку» (Public Engagement with Science, PES) является предметом постоянных дискуссий [Smallman, 2014; Stilgoe, Lock, Wilsdon, 2014].

Диалоговые инициативы по научной коммуникации можно разделить на две группы. К первой относятся социально-политические инициативы (далее — СПИ)³ по вовлечению публик в принятие связанных с наукой решений. Ко второй — то, что мы называем диалоговыми медиапроектами научной коммуникации (далее — ДМП), не имеющими явной связи с принятием решений. Взаимодействие ученых, публик и других релевантных акторов в рамках этих проектов мы, за неимением лучшего термина, будем называть медианаучной коммуникацией⁴. Во вторую группу входит большинство диалоговых инициатив в России, им посвящены немногие эмпирические исследования [Максимова, 2021], к которым мы хотим добавить еще одно.

В традиции PES большой поток исследований посвящен ДМП. Но эта литература не учитывает в должной мере результаты и методологические принципы эмпирических исследований наук и технологий (Science and Technology Studies, STS) и потому рассматривает коммуникацию ученых и публик в отрыве от процессов коммуникации внутри науки. Это делает интересные результаты и концептуализации в двух областях несопоставимыми. Наша работа стремится исправить этот недостаток и навести мосты между ними, показав, как можно исследовать ДМП на основе акторно-сетевой теории, одного из направлений в STS, приняв во внимание при этом ключевые концептуализации из поля PES.

Для достижения этой цели мы: 1) анализируем структуру дискуссии о научной коммуникации в свете перехода от модели дефицита и движения PUS к модели диалога и движению PES; 2) рассматриваем распространение поворота к диалогу с СПИ на ДМП и картируем гетерогенное поле проектов медианаучной коммуникации; 3) резюмируем ключевые для PES концептуализации ДМП как мест, процессов и событий; 4) выявляем проблемы традиции PES и предлагаем преодолеть их с помощью STS, а именно акторно-сетевой теории; 5) в перспективе акторно-сетевой теории реконструируем сценографию диалога российских ученых и заинтересованной публики на примере эмпирического кейс-стади проекта «Аппетит к науке». В заключении мы ставим вопрос о специфике медианаучной коммуникации и обозначаем темы для дальнейшего изучения.

1. От «Общественного понимания науки» (PUS) и «Общественного вовлечения в науку» (PES) к акторно-сетевой теории научной коммуникации

1.1. Поворот к диалогу: от PUS к PES, от социально-политических инициатив к диалоговым медиапроектам

Исследовательский интерес к проблеме коммуникации между наукой и обществом вспыхнул в 1980-е годы, когда в Европе и США распространилось общест-

³ Выражение «социально-политическая инициатива» означает здесь английское «policy initiative» — общий троп в литературе PES, отсылающий к проектам разработки стратегии принятия и реализации решений на основе науки.

⁴ В литературе медианаучную коммуникацию иногда обозначают как «неформальную» [Stilgoe, Lock, Wilsdon, 2014]. Мы не будем использовать этот термин, так как он вызывает ложные коннотации «естественности», «стихийности» медианаучной коммуникации, что не соотносится с действительностью. ДМП и производимые ими эффекты «искусственны»: их планируют, сценаризируют, инсценируют. Они результат большой целенаправленной работы релевантных акторов, что демонстрирует наше эмпирическое исследование (см. раздел 2.4).

венное движение PUS. Оно возникло вследствие изменений в отношениях между наукой и обществом после 1960-х годов. До этого авторитет науки в глазах широкой публики казался несомненным. Но уже к 1970-м годам он стал регулярно оспариваться. Все чаще результаты науки и технологий и принятые на их основе политические решения становились предметом публичных дискуссий, или социотехнических контроверз [Nelkin, 1995]. Ученые и политики увидели в этом большую проблему: наука и политические решения остро зависят от поддержки публики, а ее не наблюдалось [Wynne, 1992a; Nelkin, 1995]. Почему публика оспаривает научный авторитет? Как улучшить коммуникацию между наукой и обществом? Эти вопросы легли в основу проблематики PUS в 1980—1990-х годах.

Ответ на первый вопрос звучал так: у публики есть дефицит знаний о науке. Улучшить ситуацию можно, если больше и лучше рассказывать о результатах и устройстве науки, о процессе принятия решений на ее основе и «объективных» рисках, связанных с этими решениями. Поэтому *практические инициативы* занимались популяризацией и диссеминацией научного знания. Ответ на второй вопрос должны были дать *исследования* научной коммуникации с фокусом на измерении успехов в ликвидации дефицита знания. Расцвели опросы научной грамотности. Способ понимания отношений науки и общества, в основе которого лежало представление о дефиците знаний у публики, был наречен моделью дефицита [Gregory, Lock, 2008; Bucchi, Trench, 2014; Miller, 2001; Bucchi, 2004; Gregory, Miller, 1998; Wynne, 1992a, 1992b].

С конца 1980-х годов модель дефицита подвергалась критике со стороны STS. Эта критика показала несостоятельность допущений модели дефицита о гомогенной незнающей публике и о линейном процессе производства и распространения научного знания [Wynne, 1992a, 1992b; Irwin, Wynne, 1996; Hilgartner, 1990; Bucchi, 2004; Miller, 2001; Gregory, Lock, 2008]. На вопросы о причинах контроверз и путях разрешения напряжений в отношениях науки и общества стали давать другие ответы. Корень неприятия науки и публичного оспаривания ее авторитета начали видеть не в дефиците знания, а в 1) отсутствии доверия к науке; 2) сложных социальных отношениях, которые непрофессионалы (*lay people*) выстраивали с наукой; 3) том, что научные утверждения, результаты, решения, принятые на основе научных данных, которые представляются и навязываются обществу в качестве «объективных» (и потому не подлежащих обсуждению), на деле содержат проблематичные социальные предпосылки, требующие критической публичной дискуссии [Gregory, Lock, 2008; Irwin, Wynne, 1996; Wynne, 1992a, 1992b, 2006; Michael, 1992]. Исследователи отказались от посылки, что непрофессионалы образуют гомогенную публику, состоящую из некомпетентных наблюдателей научного прогресса, роль которых сводится к поддержке науки и принятию ее результатов. Вместо этого начинают обнаруживать и изучать множество публик, обладающих ценными локальными экспертизами, которые следует вовлечь в процессы управления наукой и принятия связанных с ней социально-политических решений. Ученые же должны научиться слушать и слышать разнородные публикации, стать социально подотчетными. Такие трансформации должны привести к по-

ложительным изменениям в отношениях наук⁵ и публик и к построению диалога между ними. Этот концептуальный сдвиг ознаменовал переход от PUS к движению PES, переход от модели дефицита к модели диалога, или коротко — поворот к диалогу [Bucchi, Trench, 2014; Gregory, Lock, 2008; Miller, 2001; Trench, 2006; Wynne, 1992a, 1992b, 2006].

За этим *концептуальным* сдвигом последовали изменения в практиках научной коммуникации. В 2000-х годах в PES множились СПИ, вовлекавшие граждан в управление науками и принятие связанных с ними решений: консенсусные конференции, консультации с непрофессионалами, гражданские жюри и т. д. [Gregory, Lock, 2008; Davies, 2009].

PES не ограничилось партисипаторными механизмами, разработанными в сфере социальной политики [Lehr et al., 2007; Stilgoe, Lock, Wilsdon, 2014; Davies, 2016], но и затронуло медианаучную коммуникацию. Инициативы, реализуемые в рамках этой части поворота к диалогу, мы обозначим термином «диалоговые медиапроекты» (ДМП). С одной стороны, слово «медиа» здесь отсылает к множеству коммуникативных посредников между науками и публиками, будь то институции (музеи, центры науки, университеты, общественные центры) или менее организованные индивидуальные и коллективные акторы, берущие на себя задачи проведения, содействия и оценки таких инициатив. С другой стороны, оно подчеркивает, что многие инициативы этого типа ориентируются на логику медиапродуктов (см. раздел 2.3).

Эмпирически поле ДМП — это облако инициатив, ищущих новые способы говорить с публиками о «науке в обществе»: научные фестивали, открытые лаборатории, научные слэмы, научные кафе, проекты типа «в бар с ученым», интерактивные выставки в научных музеях и центрах, публичные дискуссии с учеными и др. Хотя поле обширно, гетерогенно и аморфно, его можно картировать путем наложения двух осей. На одном из полюсов *оси институционализации* находятся относительно «старые» и хорошо укорененные институции (музеи, библиотеки, центры науки), которые прежде фокусировались на популяризации науки, но теперь стали менять свои практики в рамках поворота к диалогу. На другом — мерцающий рой низкобюджетных проектов (независимые подкасты, телеграм- и YouTube-каналы, блоги), реализуемый слабо институционализированными командами или индивидами, а посередине — новые институции, созданные в контексте поворота к диалогу (интерактивные научные музеи, выставки, онлайн-медиаплатформы). На одном из полюсов *оси регулярности* находятся постоянные экспозиции и выставки, на другом — разовые события, а посередине — периодические проекты (см. рис. 1 в разделе 2.1). Таким образом, ДМП составляют сегодня важную часть

⁵ Параллельно тому, как в PES умножают публики, в STS переходят к разговору о «науках», а не «науке». Слово «наука» в единственном числе, хотя и привычно глазу читателя, вовсе не является невинным. Эпистемологически оно подразумевает единство методов и стандартов доказательности в разных дисциплинах, что создает предпосылки для научного империализма и редукционизма. В 1970—1980-х годах STS эмпирически обоснованно показали, что о подобном единстве методов и стандартов доказательств не приходится говорить ни в диахронической, ни в синхронической перспективе. Мы имеем дело не с наукой, а с множеством наук (необязательно оформленных в качестве дисциплин) с относительно уникальными историями формирования и качественно различающимися и нередуцируемыми друг к другу стандартами валидности. Мы используем слово «науки», чтобы подчеркнуть локальные практики конструирования фактов, инструменты, данные и материалы, а также способы коммуникации результатов научного производства. Разные науки могут по-разному взаимодействовать со своими публиками (см. подробнее Latour, 2004j).

публичной коммуникации о науках. Далее мы проанализируем концептуализации ДМП в рамках PES.

1.2. Места, процессы, события:

проекты медианаучной коммуникации в исследованиях PES

Вне зависимости от того, где ДМП располагаются на осях институционализации и регулярности, в PES они концептуализируются одновременно как *места, процессы и события*. Рассмотрим эти концептуализации последовательно.

ДМП как места. Это с виду тривиальное определение имеет важные импликации. Во-первых, если понимать ДМП как места встречи ученых и заинтересованных публик, то можно поставить их в один ряд с такими пространствами, как конференция (в зависимости от формата она может быть местом встречи коллег-ученых, доноров, политиков, менеджеров науки), научный журнал (место встречи ученых-авторов и читателей), научно-популярные издания и мероприятия (место встречи ученых и широкой публики). Тогда открывается возможность исследовать эти места в одной и той же исследовательской рамке, артикулируя различия между ними, но не экзотизируя на том основании, что одни будто бы находятся «внутри» науки, а другие — «вне» или на границе науки и общества. Во-вторых, понимание ДМП как места заземляет практики акторов, фокусирует нас на разнородных материалах (локациях, технологиях, денежных и временных бюджетах, навыках, аффектах), которые задействуются в создании диалога между учеными и публиками [Davies, 2016, 2018]. В-третьих, это выводит на первый план медиации, опосредующие операции, благодаря которым встреча ученых и публик только и стала возможной, но которые быстро пропадают из виду и забываются в случае успеха. ДМП определяют как «места индивидуального обучения посредством социальных процессов» [Davies et al., 2009: 341], «мест[а] проблематизации и обсуждения знания» [Ibid.: 343], места, где граждане могут обрести инструменты сомнения в авторитете ученых [Lehr et al., 2007: 1478], места, где еще «не зафиксировались правила и нормы и где поэтому существует гибкость поведения и значения» [Davies, 2009: 400]. Предикаты, которые атрибутируются ДМП как местам, отсылают к двум другим концептуализациям — *процессам и событиям*.

ДМП как процессы. ДМП как места интересны не сами по себе, а в силу тех процессов и эффектов, которым они позволяют случиться. «Диалог» и «вовлечение» — обозначения позитивных эффектов, произведенных особой организацией процессов взаимодействия и коммуникации в ДМП. Выше мы видели, что организация взаимодействия и коммуникации в ДМП может быть описана по-разному. Перечислим ключевые черты организации взаимодействия между учеными и публиками, которые, по литературе PES, производят эффекты диалога и вовлечения. Проект или мероприятие могут быть квалифицированы как диалоговые, если они:

- 1) обеспечивают взаимодействие лицом к лицу (если речь идет о встрече ученых и непрофессионалов) или интерактивность (если речь о взаимодействии посетителей с объектами экспозиций или выставок) [Davies et al., 2009; Lehr et al., 2007; Horst, Davies, Irwin, 2017; Nakamura, 2010];

2) рассматривают публики как активные, ищущие взаимодействия с науками и соучаствующие в производстве научного знания [Davies, 2016]⁶;

3) стимулируют форматы коммуникации, для которых характерны горизонтальность, равенство, инклюзивность, то есть:

- участники учатся слышать и понимать друг друга, узнают о существовании и сути различных точек зрения на те или иные связанные с науками вопросы, в результате чего могут изменять свое отношение, точку зрения, поведение [Davies et al., 2009];
- обеспечивается одинаковое уважение к эпистемическим позициям ученых и непрофессионалов в процессе коммуникации [Norton, Nohara, 2009];
- создается возможность для «множественных интерпретаций, широкого фреймирования проблем и решений, инклюзивны[х] модел[ей] коммуникации» [Horst, 2011: 12].

Для эмпирического исследования ДМП, однако, важно переключить внимание с констатаций отсутствия/присутствия этих черт коммуникации на условия их производства. Как локально и материально в рамках ДМП производятся эффекты диалога и вовлечения? Как авторам проектов практически удается распределить роли участников так, чтобы обеспечить интерактивность, активность публик и равенство в коммуникации? Как релевантные акторы практически управляют ограничениями, с которыми они сталкиваются в процессе реализации ДМП? Какое выражение эти решения и усилия находят в структуре и других наблюдаемых чертах ДМП?

ДМП как события. Вопрос о практических последствиях ДМП и их роли во взаимодействии наук и публик приводит нас к пониманию их как событий. Слово «событие» здесь используется не в тривиальном смысле, когда событие — просто синоним мероприятия, а в более сильном значении. Событие указывает на то, что в ДМП как местах посредством особой организации взаимодействий и производства эффектов диалога и вовлечения порождается что-то еще, нечто новое, и что акторы, прошедшие через это событие, на выходе из него оказались частично трансформированы.

Немногие авторы в PES пытаются ответить на вопрос, как меняются три основные группы акторов, участвующих в ДМП: ученые, публики, научные коммуникаторы (брокеры). Путем особой организации взаимодействия в них ДМП помогают всем группам акторов обретать навыки и инструменты, необходимые для участия непрофессионалов в науках и формирования «общественно вовлеченной науки» [Stilgoe, Lock, Wilsdon, 2014: 5, 11]. В этом можно усмотреть одну из стратегических ролей ДМП во взаимодействии наук и публик. Они являются лабораториями, в которых производятся навыки, способствующие дальнейшему вовлечению граждан в СПИ. На стороне ученых эти события способствуют изменению эпистемического порядка путем выявления и обсуждения тех аспектов существования науки в обществе, которые не поднимаются в дискуссиях между коллегами [Davies et al., 2009]. На стороне публик ДМП как события, помимо важных гражданских навыков, производят аффекты, связанные с науками [Davies, 2016].

⁶ На этом фоне форматы, где публики воспринимаются как реципиенты, которым нужно донести перспективу наук (научно-популярные книги, передачи, новости), будут квалифицироваться как «дефицитные».

Научным коммуникаторам ДМП как события дают возможность для критической рефлексии и социального научения в ответ на различные эффекты эмерджентности, порождаемые диалогом, например, с непользователями, на которых проект не рассчитан [Horst, Michael, 2011]. Последнее указывает на то, что в ДМП как событии трудно провести четкую грань между трансформацией старых акторов и порождением новых. С одной стороны, ДМП преобразует аморфную категорию «ученые» в конкретную личность, которая в ходе события персонифицирует научную область и даже науку в целом. Но, с другой стороны, эта персонификация конституирует ученого как публичного спикера и медиаперсону, которыми она или он до этого не были. В то же время ДМП, фокусируя и удерживая вокруг себя заинтересованную публику, имеют потенциал для создания новых социальных групп и социальных движений.

Наконец, о событийности ДМП говорит дискуссия о практической дилемме их авторов, о трудностях и рисках стабилизации процесса диалога. С одной стороны, ДМП — это специфические места, где еще «не зафиксировались правила и нормы [взаимодействия] и где поэтому существует гибкость поведения и значения» [Davies, 2009: 400]. Но именно поэтому диалог непросто организовать. Есть много факторов, способствующих соскальзыванию в патерналистскую коммуникацию: «от общей структуры мероприятий, навыков, личности и опыта фасилитатора и приглашенных спикеров до участников, которые приходят на мероприятия» [Davies et al., 2009: 346]. С другой стороны, попытки стабилизировать производство эффекта диалога ведут к тому, что участники таких мероприятий руководствуются уже знакомыми «жанрами» взаимодействия и оно утрачивает «горизонтальность»: у одних участников больше контроля над происходящим, чем у других [Davies, 2009: 412].

Для эмпирического анализа событийности ДМП важно проследить, как трансформируются ученые, публики и научные утверждения в процессе и на выходе. Как авторы проектов управляют практической дилеммой (де)стабилизации их участников и взаимодействий между ними? В какой мере релевантные акторы ДМП учатся в процессе, то есть меняют свои позиции, утверждения, поведение, паттерны взаимодействия и структуру проектов и мероприятий? Далее рассмотрим затруднения, с которыми часто сталкиваются исследования ДМП в PES, и увидим, как можно обойти эти проблемы с помощью ресурсов STS, а именно акторно-сетевой теории.

1.3. От PES к акторно-сетевой теории медианаучной коммуникации

Выше мы непроблематично использовали аббревиатуру ДМП, означающую «диалоговый медиапроект». Но внимательный читатель мог заметить, что диалог в современной научной коммуникации — это ценность, которую скорее стремятся достичь, чем нет. Вовлечение ученых и публик в диалог между собой скорее будет оценено позитивно, отказ от этого — скорее негативно. Поэтому квалифицировать медиапроект как «диалоговый» значит не просто описать, но и положительно оценить его. Это равносильно тому, чтобы сказать «хороший» медиапроект⁷.

⁷ Косвенно на это указывает отсутствие явно негативной квалификации медиапроектов как «дефицитных». Чтобы нейтрализовать эти негативные коннотации, используют как бы описательный термин «традиционная» научная коммуникация, который, однако, подразумевает, что в этом случае исходят из дефицитной модели.

Поскольку применение понятия «диалоговый» к медиапроекту подразумевает его позитивную оценку, постольку реакцией на такие суждения может быть сомнение в том, что проект обладает такой ценностью. Всегда может быть задан вопрос: был ли действительно достигнут диалог? Эта проблема скептицизма в отношении «диалоговости»⁸ проектов значима и для исследователей, и для практиков.

Исследователи медиапроектов поднимают эту проблему в рамках дискуссии о границах, пределах диалога, агентности публик и их вовлечения, часть которой мы представили выше. Регулярно возникают сомнения в том, «в какой степени обращение старого движения PUS к диалогу искренне, а в какой — риторика, прикрывающая укоренившиеся позиции модели дефицита» [Davies et al., 2009: 347]. Ставят под вопрос и способность «старых» медиа перестроиться на новый «диалоговый лад» [Jahnsen, 2019]. Отмечают, что для настоящего поворота к диалогу им нужно проделать гораздо больше работы, чем было проведено на данный момент [Graham, 2016]. Соседствующее поле исследований СПИ еще сильнее озабочено проблемой сомнения в подлинности диалога в научной коммуникации [Stilgoe, Lock, Wilsdon, 2014; Trench, 2006; Wynne, 2006, 2014; Gregory, Lock, 2008]. Таким образом, химера подозрения в «дефицитности» преследует любой проект научной коммуникации, который позиционирует себя в качестве диалогового. Но авторы проектов склонны риторически фреймировать их как диалоговые, поскольку это позитивно окрашенный термин. Поэтому в исследованиях научной коммуникации наблюдается тенденция различать диалог «по форме» и диалог «по сути», поверхностный и глубинный поворот к диалогу. Мы, однако, считаем такое развитие дискуссии тупиковым по причинам, описанным ниже.

Эта ситуация ставит исследователей диалога в научной коммуникации в трудное положение. С одной стороны, уже на этапе отбора кейсов для изучения они ориентируются на формальные свойства форматов проектов и «диалоговую» риторику их авторов. Но так есть риск принять эту риторику и формальные свойства проектов за чистую монету и презюмировать *практики* диалога лишь на основании *дискурса* о диалоге. Как в таком случае создать аналитическую дистанцию в отношении диалоговой риторики и иметь возможность сопоставлять ее с практиками? С другой стороны, при сопоставлении практик и дискурса есть риск оценки деятельности научных коммуникаторов на основе внешних нормативных стандартов «диалоговости». Такая позиция проблематична и безответственна. Проблематична, поскольку поле медиапроектов слишком разнородно, чтобы ко всем инициативам можно было применять одинаковые стандарты оценки «диалоговости». Безответственна, потому что такая нормативность легковесна для исследователей, которые не имеют реальных ставок в поле научной коммуникации, и непрактична для акторов, которым предлагаются моральные императивы без учета материальных обстоятельств, в которых они работают. Вместо этого следовало бы изучать, как сами акторы определяют диалог и вовлечение, в какой мере они могут практиковать научную коммуникацию в соответствии с этими концепциями, и выяснять, почему это (не) удается.

⁸ Под «диалоговостью» мы понимаем потенциально оспариваемый набор признаков, по которым медиапроект может быть позитивно оценен релевантными акторами как «диалоговый». Далее мы предлагаем рассматривать «диалоговость» в одной плоскости с исследованиями «объективности» в STS, то есть как практический эффект кропотливой материальной инсценировки, достигаемый в местах встречи ученых и заинтересованных публик.

Мы полагаем, что решением вышеозначенных проблем станет переориентация исследований научной коммуникации на принципы и результаты эмпирических исследований производства научного знания в STS. Несмотря на декларации целого ряда исследователей [Horst, Davies, Irwin, 2017; Davies, 2016, 2018; Horst, Michael, 2011; Horst, 2011; Graham, 2016], мы считаем, что STS не были учтены в должной мере в исследованиях диалога в медиапроектах в рамках PES. Ценность этой переориентации в том, что она позволяет рассматривать процессы научной коммуникации в медиапроектах как продолжение процессов конструирования научных фактов, а не как нечто изолированное. Для такого рассмотрения необходимо сохранять единство методологических принципов и словаря описания. В STS есть два значимых подхода, исследующих публичную коммуникацию научных фактов: социальный конструктивизм и акторно-сетевая теория. Различия между ними были подробно рассмотрены в другой работе [Ляпугина, 2023]. Ниже мы кратко опишем ряд принципов акторно-сетевой теории (Actor-Network Theory, ANT), на которые мы опираемся при анализе кейса в следующем разделе.

1. В отличие от социального конструктивизма, ANT не пытается дать социальное объяснение конструированию фактов, а превращает само различие факта и артефакта в объект исследования [Latour, Woolgar, 1986]. Как ученые устанавливают границу между фактами и артефактами? Это значит, что само это различие не может быть отправной точкой и инструментом анализа. Необходимо рефокусировать исследование на феномены, предшествующие стабилизации этих оценочных квалификаций. Мы предлагаем то же самое сделать с парой «диалог — дефицит».

2. В противовес социальному конструктивизму, ANT максимально «заземляет» процесс конструирования, фокусируясь на стратегических местах технаук, где тщательно инсценируются эксперименты, результатом которых становятся объективные факты и эффективные машины [Latour, 1987; Callon, 1987; Callon, Law, Rip, 1986]. Такими стратегическими местами являются лаборатории, конструкторские бюро, испытательные полигоны, музеи, коллекции, архивы, библиотеки. Часть этих мест носит стратегический характер и для медианаучной коммуникации. Также этот методологический принцип хорошо согласуется с концептуализацией медиапроекта как места в литературе PES. Вслед за этим мы предлагаем сосредоточиться на проектах медианаучной коммуникации как стратегических местах, в которых собираются, накапливаются и упорядочиваются разнородные элементы. Мероприятия, связанные с этими проектами, следует рассматривать с точки зрения испытаний, которым подвергаются в них различные акторы. Что производится в этих местах в ходе испытаний? Как они становятся релевантными для наук, медиа и других областей публичной жизни?

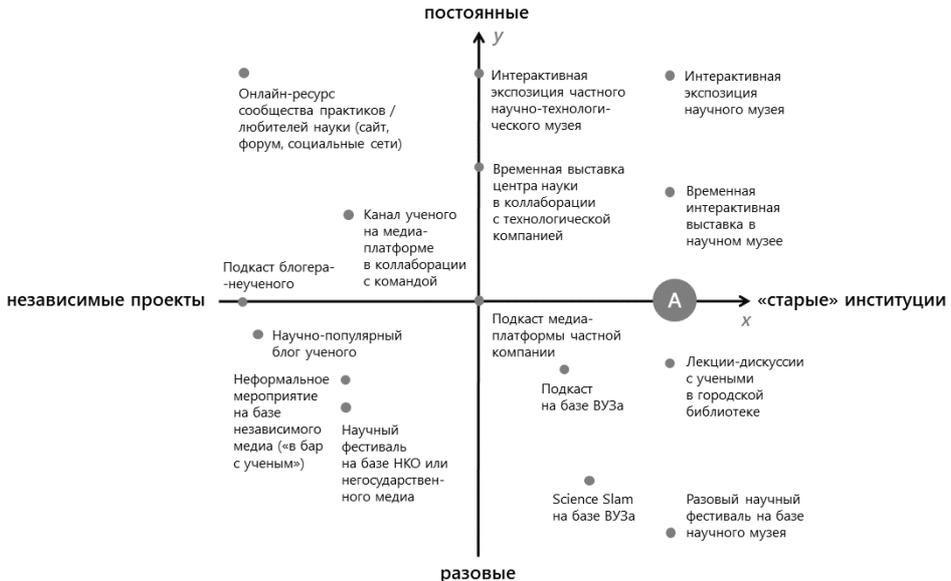
3. Процессы в стратегических местах ANT понимает как сценографию испытаний и описывает в терминах семиотики [Latour, 1988, 1992]. Ценностно окрашенные феномены «объективности», «фактичности», «эффективности» понимаются как практические и литературные эффекты кропотливой материальной инсценировки. Мы полагаем, что и «диалоговость» следует рассматривать как эффект инсценировки. Следует сосредоточиться на сценографии медиапроектов, которые позиционируют себя как диалоговые, что мы и сделаем в следующей части статьи (см. раздел 2.4).

4. Инсценируя испытания, инноваторы и ученые решают практические проблемы балансировки и согласования набора противоречивых требований, которые в ANT резюмируются как «дилемма фактостроителя» [Latour, 1987: 108]. Фактостроителям нужно рекрутировать, заинтересовать других, чтобы превратить свои утверждения в факты, но эти другие могут трансформировать утверждения до неузнаваемости и свести усилия фактостроителей на нет. Поэтому помимо рекрутинга других нужен еще и контроль их поведения. Дилемма рекрутинга-контроля хорошо знакома научным коммуникаторам, хотя их цель — конструирование не объективных фактов, а диалога. Специфическую версию этой дилеммы мы исследуем эмпирически на примере одного российского проекта по медианаучной коммуникации (см. раздел 2.4.3).

2. Сценография диалога ученых и публик: на примере проекта медианаучной коммуникации «Аппетит к науке»

2.1. Место «Аппетита к науке» в поле медианаучной коммуникации

Рис. 1. Карта поля медианаучной коммуникации



Примечание. По оси институционализации (x) справа расположены относительно «старые» и хорошо укорененные институции, слева — слабо институционализированные, независимые проекты, посередине — новые институции. По оси регулярности (y) снизу расположены разовые активности, сверху — постоянные, посередине — периодические проекты. Точками ориентировочно обозначены позиции проектов различного типа. Буквой A в круге отмечено место «Аппетита» в поле медианаучной коммуникации.

Кейсом для нашего эмпирического исследования стал проект «Аппетит к науке» (далее — «Аппетит»)⁹, однозначно позиционированный его авторами как диалоговый. Моделью для «Аппетита» стал формат научного кафе, предполагающий

⁹ Названия проекта и организации, которая его реализует, а также темы его мероприятий были заменены с целью обеспечения конфиденциальности по условиям соглашения с командой проекта.

активные публики и учитывающий их разнородные экспертизы и интересы. Проект делала команда научных коммуникаторов из Центра науки и технологий (далее — Центр) в российском городе-миллионнике. В терминах вышеозначенной картографии проектов медианаучной коммуникации «Аппетит» — это периодическое мероприятие, реализуемое одним из «старых» и хорошо институционализированных игроков в поле (см. рис. 1) в виде серии неформальных встреч горожан со спикерами в кафе, ресторанах или барах. На встрече ведущий проводит публичное интервью со спикерами о них самих, их исследовательских областях, новостях научного мира. Посетители задают вопросы и, как подразумевает название проекта, обедают. После встречи спикер остается, чтобы ответить на кулуарные вопросы посетителей. Мероприятия бесплатные, проходят регулярно, раз в две недели, и длятся около полутора часов. Видеозаписи «Аппетита», сделанные технической командой, монтируются и выкладываются на YouTube.

2.2. «Аппетит»: материалы и методы анализа кейса

Сбор данных проводился с декабря 2021 г. по март 2022 г. по стратегии кейс-стади — общепринятому стандарту полевых исследований и в STS, и в PES. Эта стратегия сбора данных была выбрана, потому что она позволяет: 1) дать насыщенное описание объекта на основе наблюдения практик инсценировки диалога между учеными и публиками *in situ*, чего не позволяет опора лишь на интервью и анализ документов; 2) комбинировать несколько методов (полуструктурированные интервью, включенное наблюдение, анализ документов и видеозаписей) для формирования корпуса данных из разнородных источников, что обеспечивает перекрестную проверку содержащейся в них информации, чего не позволяет опора лишь на один метод; 3) нивелировать зависимость исследователя от ценностно окрашенного дискурса авторов проекта. Общий корпус полевых материалов составили данные: полуструктурированных интервью с участниками команды проекта (13), спикерами мероприятий (2) и посетителями (8) (список цитируемых в статье интервью дан в Приложении); включенного наблюдения на командных встречах (9) и мероприятиях (2); анализа документов (76); анализа видеозаписей командных встреч (2), брифинга со спикером (1), прошедших мероприятий (20), а также несмонтированных записей мероприятий (2). Данные были обработаны и структурированы путем: а) транскрибирования аудио- и видеозаписей всех интервью, встреч, записей мероприятий; б) систематизации записей дневника наблюдения и полевых заметок; в) анонимизации.

Анализ данных включал в себя: 1) построение таймлайна получения данных, каталогизацию по типу, времени получения, создание карты данных (140 единиц); 2) теоретически-мотивированный тематический анализ [Flick, 2010] для описания основных этапов подготовки мероприятия и выявления ключевых акторов; 3) построение социотехнических графов по методу ANT [Latour, Mauguin, Teil, 1992] для анализа композиции и динамики различных версий «Аппетита». Интерпретация данных напрямую связана с рядом методологических принципов ANT (см. раздел 1.3). С одной стороны, мы выявляли, что (не)проблематично для наших акторов, а затем прослеживали, как они практически решали значимые для «Аппетита» проблемы. Ниже мы фокусируемся на проблеме фигуративизации. С другой

стороны, было критически важно сохранять аналитическую дистанцию в отношении диалоговой риторики, поэтому мы тематизировали и превращали в объект нашего анализа все концептуальные различия, которые использовали наши акторы (ср. [Latour, Woolgar, 1986: 27]). Ниже представлена лишь небольшая часть собранных данных с целью проследить из перспективы авторов проекта сценарию диалога как кропотливого практического достижения.

2.3. Кросс-локальность «Аппетита»:

офлайн-мероприятие + онлайн-медиапродукт

Мы застали «Аппетит» в точке его временной дестабилизации и перехода от одной версии к другой. Для простоты обозначим их как «Аппетит»-1 и «Аппетит»-2. Команда «Аппетита» вносила значительные изменения в его формат. Как выглядел «Аппетит» до этих изменений? «Аппетит»-1, просуществовавший с осени 2020 г. по январь 2022 г., был преимущественно офлайн-мероприятием. Каждая встреча начиналась с вопроса ведущего спикеру. После ответа на этот вопрос обычно следовал «интерактив» — короткое взаимодействие с залом, чаще всего в формате викторины, чтобы разогреть зал и дать понять, что команда с ним «в диалоге» (3, 1)¹⁰. Затем ведущий начинал беседу со спикером, и почти с самого начала в разговор включались посетители: у них была возможность задать вопрос в любой момент. Ведущий и спикер придерживались сценария разговора, но посетители могли его нарушить, взяв микрофон (1, 3, 5). По окончании мероприятия, когда выключались камеры, посетители могли подойти к спикеру задать вопросы, не озвученные до этого (1, 3, 5). Мероприятие снимали на видео. На монтаже вносили лишь небольшие точечные изменения. Получившийся ролик загружали на YouTube (6, 8). Таким образом, будучи преимущественно офлайн-мероприятием, «Аппетит»-1 почти с самого начала¹¹ был кросс-локален, то есть находился на пересечении офлайн- и онлайн-мест.

С этим связаны и возможности, и проблемы «Аппетита»-1. Привлечение внимания пользователей YouTube позволяло усилить интерес к Центру и создать «ядерную аудиторию» постоянных посетителей его мероприятий (7, 4, 9). Создание «ядерной аудитории» помогло бы сотрудникам лучше понимать запрос публик, планировать активности в более тесном сотрудничестве с ними (7). Но видео «Аппетита»-1 на YouTube набирали мало количество просмотров. Почему? Авторы проекта видят три главных причины.

1. Привычки онлайн-аудитории. Видео «Аппетита»-1 длились около полутора часов, представляя собой запись мероприятия от приветствия ведущего до его завершающего слова. Такие длинные видео мало кто мог и хотел осилить (9, 3, 6, 4).

2. Видео «Аппетита»-1 выходили нерегулярно.

3. Они соседствовали с большим количеством других видео на канале Центра. Человек, подписавшийся на канал Центра из-за «Аппетита»-1, через какое-то время отписывался из-за уведомлений по неинтересным ему поводам.

В итоге видео «Аппетита»-1 набирали мало просмотров, и поэтому, по убеждению команды, алгоритмы YouTube занижали их в выдаче (9, 6).

¹⁰ Здесь и ниже в круглых скобках приведены порядковые номера интервью, указанных в Приложении.

¹¹ Несколько первых встреч «Аппетита» не снимались на видео.

Чтобы решить эту проблему, в конце января 2022 г. было решено сделать «Аппетит» привлекательным для алгоритмов и аудитории YouTube. Успех в производстве такого продукта обещал команде: а) перспективу создания нового YouTube-канала только под «Аппетит»; б) перевод проекта на «регулярные» рельсы; в) создание более коротких и «цепляющих» онлайн-аудиторию роликов (9, 6, 4, 3). Но мало-предсказуемую беседу «Аппетита»-1 очень сложно было «сжать» в монтаже до короткого и интересного ролика (3, 5, 9, 8). Поэтому было решено переформатировать «Аппетит»-1 в «Аппетит»-2.

Стремление дать «Аппетиту» полноценную жизнь онлайн привело к его трансформации офлайн. В чем состояли эти изменения? Инсценировка «Аппетита»-2 в офлайне получила четыре четко различимых части: «нарративную», «интерактивную», «живую» и «кулуарную». Наши акторы называют первые три из них «тактами взаимодействия» (8)¹². Первый «нарративный такт» включает в себя публичное интервью ведущего со спикером по заранее определенному сценарию. Второй «интерактивный такт» выполняет роль интерлюдии, он призван «разбудить» аудиторию, переключить ее в режим задавания вопросов после долгого молчания (1, 3, 5, 9). Третий «живой такт» превратился в серию вопросов к спикеру от аудитории и ответов на них. Четвертая «кулуарная» часть изменилась менее всего: так же, как и ранее, после завершения второго такта участники «Аппетита» могли задать вопросы спикеру тет-а-тет. Команда не называет ее тактом, но упоминает в своих описаниях мероприятия как важную часть «Аппетита» (1, 5, 3).

Что изменилось? Теперь команда могла организовать съемку и смонтировать видео так, чтобы его можно было смотреть как самостоятельный медиапродукт, отвечающий требованиям YouTube: насыщенный, интересный и не очень длинный ролик в 30—40 минут. Если успех «Аппетита»-1 оценивался преимущественно в терминах отклика посетителей¹³, то теперь к этим критериям добавились лайки, просмотры и подписки на YouTube-канал. «Аппетит»-2 уже не преимущественно офлайн-мероприятие, он пытается жить полноценной жизнью в двух типах пространства с их разными практическими требованиями и публикациями. Наконец, если «Аппетит»-1 позволял участникам в любой момент вмешаться в разговор спикера с ведущим, то «Аппетит»-2 существенно ограничил эту активность. Взаимодействие ученых с посетителями в «Аппетите»-2 стало более сценарированным, в большей степени похожим на концерт или представление, что выразилось и в словаре наших акторов.

Не утратил ли «Аппетит» в ходе этой трансформации свою диалоговую природу? Этот вопрос задавали себе и наши акторы. Для них эти изменения стали настоящим испытанием. Изначально команда позиционировала «Аппетит» как проект, ориентированный на диалог между представителями науки и публик, и выступала за то, что «Аппетит» — это прежде всего офлайн-мероприятия, где посетители

¹² Термин «такты взаимодействия» подчеркивает, что наш фокус на сценографии проекта согласуется с тем, что сами акторы понимают «Аппетит» как драматургически организованное действие.

¹³ Критерии формулировались по-разному, но почти все касались того, что делали участники «Аппетита» офлайн: «много вопросов из зала», «были вопросы тет-а-тет после „Аппетита“», «хорошая обратная связь», «много людей», «пришедшие становятся постоянными посетителями», «люди в анкете обратной связи отвечают, что у них была возможность задать вопрос» (1,3, 4, 5, 10). Когда же речь заходила об активности онлайн, то она также отсылала к офлайн-мероприятию: «люди тегают в соцсетях и пишут, что понравилось» (1).

могут напрямую пообщаться с учеными (1, 5, 9). Активное включение посетителей в происходящее в любой момент было манифестацией «диалоговости» «Аппетита». Теперь кросс-локальность «Аппетита»-2 усилилась: проект оказался на пересечении двух типов мест с их нередко противоречивыми требованиями. Для нас проблематичное наслоение производства «Аппетита»-2 как онлайн-медиапродукта на производство его как офлайн-мероприятия сделало практики инсценировки диалога в «Аппетите» явными и доступными наблюдению. Далее мы рассмотрим подробнее сценографию «Аппетита»-2, чтобы увидеть, как команда пыталась сохранить эффект диалога на офлайн-мероприятии.

2.4. Сценография «Аппетита»-2: фигуративизация наук

Термины «сценография» и «инсценировка» поначалу могут звучать непривычно в контексте социологического исследования. Но подход к социальным взаимодействиям как драматургически организованным хорошо известен и распространен в социологии [Goffman, 1956]. Изменение терминологии здесь связано с тем, что, следуя Б. Латуру, а не И. Гофману, мы в большей степени фокусируемся на инсценировке — практической работе по построению сцены, о-пределению¹⁴ ключевых акторов и сценарированию взаимодействий на ней¹⁵. Полное описание этой инсценировки включало бы себя реконструкцию всей работы, делающей возможным «естественный» ход взаимодействия спикера и посетителей «Аппетита» в каждом из «тактов», описанных выше. Ниже мы сосредоточимся на работе фигуративизации, предшествующей всем «тактам взаимодействия», что позволит расширить представление читателя о характере «Аппетита».

Вслед за Б. Латуром мы понимаем под фигуративизацией «процесс, в котором абстрактные понятия заменяются персонажами» [Latour, 1988: 32]¹⁶. Применительно к нашему кейсу понятие фигуративизации акцентирует внимание на практической работе, в ходе которой аморфные сущности «наука» и «ученый» должны быть трансформированы в две более четко очерченные сущности — «тему» и «спикера», — которые затем должны быть мобилизованы в одно из городских третьих мест. Это понятие сопрягается с пониманием медиапроекта как особого материального места, которое фокусирует нас на том, что выражение «диалог науки и общества», ставшее общим местом в PES, должно быть практически конкретизировано. Прежде всего из многообразия ученых, научных областей, утверждений и объектов авторам «Аппетита» нужно выбрать конкретных спикера и тему, вокруг которых будет организовано мероприятие. Ниже мы послойно опишем этот процесс, постепенно усложняя наше понимание его сути. Но получившаяся цепочка

¹⁴ Мы прибегаем к дефису при написании слова «о-пределение», отказываясь от его привычного вида и изменяя морфемный состав, так как стремимся передать особое значение: таким образом мы подчеркиваем, что речь идет о практической работе по установлению пределов компетенций спикеров. Этот смысл плохо передается стандартным написанием слова, отсылающим либо к логической операции наделения терминов фиксированным значением, либо к тривиально понимаемой процедуре выбора спикеров как во фразе «определение круга спикеров».

¹⁵ Под сценографией в этом контексте мы понимаем усилия социологов по описанию и анализу работы по инсценировке диалога между учеными и публиками.

¹⁶ В семиотике первоначально речь идет о замене в тексте абстрактных дискурсивных сущностей более конкретными и образными. Б. Латур успешно показал, как можно применить это понятие для анализа практик наук и технологий за пределами текстов [Latour, 1988, 1992]. Мы здесь переносим понятие фигуративизации в поле исследований практик научной коммуникации.

сегментов описания есть артефакт необходимого дискурсивного требования текста (располагать слои описания последовательно один за другим) и не репрезентирует эмпирическое течение описываемых процессов, которые переплетаются и разворачиваются параллельно.

2.4.1. Составление списка спикер-тем

Условное начало процесса — составление списка тем и спикеров. Решая эту задачу, команда мобилизует опыт и связи своих членов. С одной стороны, «Аппетит» делают продюсеры с большим опытом организации мероприятий в области медианаучной коммуникации. С другой — научный консультант, обладающий обширными контактами в научном сообществе. Они предлагают набор тем и спикеров. В процессе участвуют и сценаристы, которые держат в уме темы, отмеченные посетителями прошлых встреч как интересные в анкетах обратной связи. Также спикеров и темы может *ad hoc* предложить любой член команды по итогу отслеживания трендов YouTube и поисковых запросов, мониторинга других медиапроектов, разговоров с попечителями Центра, в связи с памятливыми датами и другими активностями Центра помимо «Аппетита», наконец, на основе личного опыта.

Что имеет больший вес в списке — спикеры или темы? Некоторые члены команды утверждают, что у «Аппетита» нет и не должно быть темы: это особенность формата, задуманного и организованного вокруг личности спикера (7, 3, 5). Но практика подготовки мероприятий показывает, что это радикальное суждение верно лишь с оговорками. Иногда команда идет от спикера к теме, иногда — наоборот (3). Таким образом, мы можем заметить странную особенность: в процессе практической конкретизации спикер и тема — трудноразделимые сущности. Поэтому следует говорить о гибриде, спикер-теме, который артикулируется в процессе фигуративизации. Это ведет нас к следующему слою описания, усложняющему наше понимание процесса.

2.4.2. Форматирование

Одно из ключевых понятий наших акторов — формат. Формат можно определить как набор обязательств, взятых командой «Аппетита» на себя для обеспечения стилистического единства мероприятий. Формат проекта называют «учено-центричным» и «личностноцентричным» (7). Совокупность требований к умению спикеров участвовать в публичном, но неформальном разговоре резюмируется выражением «коммуникативная адекватность и эффективность» (7). Команда оценивает, как человек говорит, «вообще может ли он говорить» (8). Если спикеры не обладают навыками публичной неформальной речи, их не зовут на «Аппетит» вне зависимости от их научных компетенций, но могут пригласить на другие мероприятия Центра (7, 9). По этим требованиям медиамира спикеров оценивает продюсер, который «держит рамку того, чтобы это был *edutainment*. [Чтобы была не] скучная лекция, на которой все засыпают, а чтобы человек мог простыми словами весело и бодро рассказать...» (3).

Но спикеры должны быть также учеными. На «Аппетит» стараются приглашать практикующих исследователей, которые ищут ответы на фундаментальные вопросы (8, 7, 3). Кандидатуры же «популяризаторов науки» рассматриваются с особой

аккуратностью. Как различить ученых и неученых? Ответ на этот вопрос требует оценки репутации потенциальных спикеров в научном сообществе, которые не должны быть известны некорректной методологией исследований, плагиатом, неэтичным поведением по отношению к коллегам. Команда смотрит и на уровень и качество публикаций, и на аффилиацию. За этот тип оценки отвечает научный консультант «Аппетита». Другие члены команды не могут с уверенностью судить о репутации потенциальных спикеров. Вот показательный случай разногласия: «Мы обсуждали спикера по химии... и [консультант] ее забраковал, мы сказали [ему]: „Давайте мы не будем браковать людей просто потому, что у них нет какого-то признания в научной среде, она говорит хорошо и так далее“. И он очень четко поставил позицию, что, окей, я готов ее принять, если от химика <...>, либо химика <...>, у которого есть научное признание, будет для этого человека хорошая рецензия. Вот. Ее не было...» (3).

Спикеры «Аппетита» форматируются или вписываются в его формат посредством двойного сита отбора: способности к неформальной публичной речи и оценки репутации в научном сообществе. Это возвращает нас к кросс-локальности проекта. Но теперь речь не о наложении друг на друга офлайн- и онлайн-пространств, а о пересечении миров науки и медиа. Рассмотрим, как команда выстраивает отношения с этими мирами.

С одной стороны, Центр, в котором работает команда, стремится сохранять свою репутацию в научном сообществе, а приглашение на «Аппетит» спикера с плохой репутацией может негативно повлиять на нее (7). С другой — команда «Аппетита» зависима (пусть и опосредованно через научного консультанта) в своей оценке репутации спикеров от оценок внутри научного сообщества. Получается, «Аппетит» находится в двойной зависимости от мира науки. В глазах научного сообщества репутация проекта — лишь производная от репутации спикеров. И в то же время у команды нет собственных компетенций для оценки репутации спикеров. Даже научный консультант «Аппетита» должен опираться на оценки и рекомендации других ученых.

Но «Аппетит» стремится также играть по правилам медиамира и отчасти сбланировать свою зависимость от мира науки. Это проявляется в исключениях из формата. Команда пытается стабилизировать проект и превратить его в узнаваемый бренд, который как таковой будет привлекать аудиторию независимо от спикер-темы (7, 8). К «Аппетиту» нужно привлекать больше внимания публик. Для этого команда *ad hoc* отходит от требований формата. В качестве спикеров могут позвать не практикующих ученых, а популяризаторов науки, хотя это не отменяет оценку их репутации и способности к неформальной публичной речи (8). С этим же связана практика делать встречи к памятным датам (8, 3, 4).

Мир медиа накладывает и другие ограничения, требуя от команды выпускать пресс-релизы для продвижения «Аппетита» и позиционировать мероприятия в медиаполе с точки зрения темы. Это требование создает напряжение со спикероцентричностью формата и побуждает членов команды к любопытному колебанию, хорошо заметному в этих словах продюсера: «[У] „Аппетита“ нет темы. У „Аппетита“ есть только спикер. Темы мы выдумываем скорее для пресс-релиза, чтобы это ушло в какой-то релиз. Это скорее так. И потом мы думаем над названием.

В целом у „Аппетита“ нет темы. Есть спикер, который в чем-то эксперт. И мы про это говорим» (5). Эта хезитация подчеркивает, что, так как «Аппетит» стоит одной ногой в мире науки, а другой — в мире медиа, в нем трудно строго изолировать спикера от темы.

Но «Аппетит» должен выстраивать отношения и с институциональным миром — другими подразделениями Центра, его руководителями и попечителями. На отношения с этим миром указывают другие исключения из формата. С одной стороны, в ходе этого процесса появляются потенциальные спикер-темы для мероприятий. С другой — команда делает «Аппетиты», ориентированные на другие активности и мероприятия Центра (8, 4, 3, 7).

Таким образом, анализ форматирования показывает, что «Аппетит» кросс-локален еще и в том смысле, что находится на пересечении как минимум трех миров: медиа, науки и институций, поддерживающих проект. Это находит свое выражение в композиции коллектива «Аппетита», состоящего из продюсеров, имеющих опыт создания медиапродуктов, научного консультанта, обеспечивающего связь с научным сообществом, и менеджеров, работающих с институциональным окружением проекта. До сих пор мы говорили о критериях оценки и их источниках происхождения, о том, какими чертами должны обладать спикер-темы. Но как команда «Аппетита» решает важную практическую проблему: действительно ли спикер-темы обладают искомыми характеристиками? Этому посвящен следующий раздел.

2.4.3. О-пределение компетенций спикера.

Оценка спикер-тем идет параллельно подготовительному анализу спикер-темы. В ходе исследования команда анализирует видео со спикерами, чтобы определить границы их компетентности, насколько аккуратно они обращаются с материалом (7). Это позволяет дополнительно адаптировать спикера и тему друг к другу в сценарии. На предварительной встрече со спикерами отдельно обговаривают, о чем ведущий планирует с ними говорить на мероприятии, а о чем — нет (3, 7). Так команда «Аппетита» о-пределяет границы компетентности спикеров в двух смыслах. В ходе исследования выявляют пределы, в которых они «хороши», достаточно компетентны для «Аппетита». В ходе брифинга эти ограничения доводят до спикера и затем реализуют их в сценарии. Конфигурирование спикер-темы происходит зигзагообразно. В случае движения от темы мы можем наблюдать такой паттерн: тема → спикер → исследование и брифинг → сужение темы (7). В этот же паттерн укладывается и ситуация, когда команда придумывает тему для разговора, затем общается со спикером и понимает, что есть тема интереснее (3). В таком случае мы наблюдаем смену темы, прежде чем она будет сужена.

Почему авторам «Аппетита» важно тематически ограничить спикеров в их публичной речи? Потому, что эта речь подразумевает неформальность — способность импровизировать и спонтанно реагировать на запросы аудитории здесь и сейчас. «Аппетит» предполагает, что разговор на мероприятии может пойти не по сценарию, но это должно случиться без потери качества дискуссии (7, 8, 3). Таким образом, о-пределение границ компетентности спикер-тем и о-ограничение свободы

их неформальной публичной речи можно назвать частью форматирования. Последнее не ограничивается оценкой соответствия спикер-темы заданному набору критериев, но включает и попытки модифицировать и контролировать поведение спикеров в ходе предстоящей неформальной, а потому отчасти непредсказуемой беседы. Именно это форматирование и обеспечивает то, что спикер в разговоре с незнакомой ему аудиторией выглядит «естественно», уверенно, компетентно и доброжелательно отвечает на вопросы. Мнимая «естественность» спикера на деле оборачивается продуктом сложного процесса фигуративизации, который мы здесь описали в терминах артикуляции спикер-тем, форматирования и определения компетенций спикера.

Заключение: от параллелей с STS к специфике медианаучной коммуникации

Каково значение описания «Аппетита» для исследований медианаучной коммуникации? Преимущество выбранного нами подхода состоит в том, что мы можем поместить исследование проектов медианаучной коммуникации в одну плоскость с эмпирическими исследованиями конструирования научных фактов в STS и провести между ними параллели. Но эти параллели должны не затушевывать, а подчеркивать различия между учеными, конструирующими научные факты, и научными коммуникаторами, вовлекающими ученых в публичное медиаполе. Теперь мы начинаем понимать, что коммуникация ученых с публиками не отличается кардинально от коммуникации между учеными, но в чем эмпирические различия, в чем особенность медианаучной коммуникации? Что производится в диалоге между учеными и публиками, инсценированном медиапроектами? Ценность этой работы в постановке такого вопроса, а не в исчерпывающем ответе на него. Но мы можем начать отвечать на этот вопрос. Как минимум, наш кейс-стади показывает, что медиапроекты, подобные «Аппетиту», кропотливо валидируют и артикулируют спикеров и темы неформальной публичной речи о науке. Каковы альтернативные способы валидации? Есть ли между ними конкуренция, кооперация или несоизмеримость? Как новый класс спикеров и тем неформальной публичной речи о науках меняет процессы валидации научных утверждений внутри наук?

Также следует учесть, что модели дефицита и диалога политически не нейтральны, они — не сугубо аналитические подходы к пониманию научной коммуникации, а часть социальных движений, стремящихся изменить стандарты взаимодействия наук и общества. Модель диалога и движение PES явно ориентированы на демократизацию научной коммуникации. Должны ли исследователи диалога содействовать этой демократизации? Даже если исследователи занимают активную политическую позицию по этому вопросу, это не ограничивает их анализ, так как они в любом случае должны отвечать на ряд решающих методологических вопросов. Как сохранить аналитическую дистанцию в отношении риторики диалога? Как эмпирически выявить имманентные практикам условия успешности диалога в научной коммуникации? Все это — интересные вопросы для исследований, которые мы планируем предпринять в будущем.

Список литературы (References)

1. Ляпугина Н. А. Контroversы — искоренимое зло или неизбежное благо? Динамика отношений науки и общества в перспективе социального конструктивизма и акторно-сетевой теории // Социология власти. 2023. Т. 35. № 3. С. 8—56. Lyapugina N. A. (2023) Are Public Controversies an Eradicable Evil or an Inevitable Good? Exploring the Dynamics of the Science-Society Relationship from a Social Constructivist and Actor-Network Perspective. *Sociology of Power*. Vol. 35. No 3. P. 8—56. (In Russ.)
2. Максимова А. Музей как школа новых технологий: современные интерактивные объекты и практики их пользователей // Сети города: Люди. Технологии. Власти / общ. ред. Е. Лапиной-Кратасюк, О. Запорожец, А. Возьянова. М.: Новое литературное обозрение, 2021. С. 309—334. Maksimova A. (2021) The Museum as a School of New Technologies: Modern Interactive Objects and the Practices of Their Users. In: Lapina-Kratasiuk E., Zaporozhets O., Vozyanov A. (eds.) *City Networks: People. Technologies. Authorities*. Moscow: New Literary Observer. P. 309—334. (In Russ.)
3. Bucchi M. (2004) *Science in Society: An Introduction to Social Studies of Science*. London & New York, NY: Routledge.
4. Bucchi M., Trench B. (2014) Science Communication Research: Themes and Challenges. In: Bucchi M., Trench B. (eds.) *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology*. Second Edition. London; New York, NY: Routledge. P. 1—14.
5. Callon M., Law J., Rip A. (eds.) (1986) *Mapping the Dynamics of Science and Technology: Sociology of Science in the Real World*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire, London: The Macmillan Press LTD.
6. Callon M. (1987) Society in the Making: The Study of Technology as a Tool for Sociological Analysis. In: Bijker W. E., Hughes T. P., Pinch T. (eds.) *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge, Massachusetts, MA.: MIT Press. P. 83—103.
7. Davies S., McCallie E., Simonsson E., Lehr J. L., Duensing S. (2009) Discussing Dialogue: Perspectives on the Value of Science Dialogue Events That Do Not Inform Policy. *Public understanding of Science*. Vol. 18. No. 3. P. 338—353. <https://doi.org/10.1177/0963662507079760>.
8. Davies S. (2009) Doing Dialogue: Genre and Flexibility in Public Engagement with Science. *Science as Culture*. Vol. 18. No. 4. P. 397—416. <https://doi.org/10.1080/09505430902870591>.
9. Davies S. (2016) Participation as Pleasure: Citizenship and Science Communication. In: Chilvers J., Kearnes M. (eds.) *Remaking Participation. Science, Environment and Emergent Publics*. London; New York, NY: Routledge. P. 162—177.

10. Davies S. (2018) Science Communication Is Not an End in Itself: (Dis)Assembling the Science Festival. *International Journal of Science Education*. Part B. Vol. 9. No. 1. P. 40—53. <https://doi.org/10.1080/21548455.2018.1540898>.
11. Flick U. (2010) *An Introduction to Qualitative Research*. Fourth Edition. London; New Delhi; Singapore, Thousand Oaks, CA: SAGE. P. 318—323.
12. Goffman E. (1956) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh.
13. Graham H. C. (2016) The «Co» in Co-production: Museums, Community Participation and Science and Technology Studies. *Science Museum Group Journal*. Vol. 5. <http://dx.doi.org/10.15180/160502>.
14. Gregory J., Lock S. J. (2008) The Evolution of “Public Understanding of Science”: Public Engagement as a Tool of Science Policy in the UK. *Sociology Compass*. Vol. 2. No. 4. P. 1252—1265. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00137.x>.
15. Gregory J., Miller S. (1998) *Science in Public: Communication, Culture, and Credibility*. New York, NY: Plenum Trade.
16. Hilgartner S. (1990) The Dominant View of Popularization: Conceptual Problems, Political Uses. *Social Studies of Science*. Vol. 20. No. 3. P. 519—539. <https://doi.org/10.1177/030631290020003006>.
17. Horst M., Davies S., Irwin A. (2017) Chapter 30. Reframing Science Communication. In: Felt U., Fouché R., Miller C. A., Smith-Doerr L. (eds.) *Handbook of Science and Technology Studies*. 4th edition. Cambridge: The MIT Press. P. 881—907.
18. Horst M., Michael M. (2011) On the Shoulders of Idiots: Re-Thinking Science Communication as “Event”. *Science as Culture*. Vol. 20. No. 3. P. 283—306. <https://doi.org/10.1080/09505431.2010.524199>.
19. Horst M. (2011) Taking Our Own Medicine: On an Experiment in Science Communication. *Science and Engineering Ethics*. Vol. 17. P. 801—815. <https://doi.org/10.1007/s11948-011-9306-y>.
20. Irwin A., Wynne B. (1996) Conclusions. In: Irwin A., Wynne B. (eds.) *Misunderstanding Science? The Public Reconstruction of Science and Technology*. Cambridge: Cambridge University Press. P. 213—221.
21. Jahnsen S. S. (2019) The Balancing Act. Museums as Spaces for Democratic Debate: A Case Study from Oslo, Norway. *Museums & Social Issues*. Vol. 14. No. 1—2. P. 4—22. <https://doi.org/10.1080/15596893.2021.1970901>.
22. Latour B. (1987) *Science in Action. How to Follow Scientists and Engineers Through Society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
23. Latour B. (1988) A Relativistic Account of Einstein’s Relativity. *Social Studies of Science*. Vol. 18. No. 1. P. 3—44. <http://www.jstor.org/stable/285375>.

24. Latour B. (1992) Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts. In: Bijker W. E., Law J. (eds.) *Shaping Technology / Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. Cambridge, MA: MIT Press. P. 225—259.
25. Latour B., Mauguin P., Teil G. (1992) A Note on Socio-Technical Graphs. *Social Studies of Science*. Vol. 22. No 1. P. 33—57. <https://doi.org/10.1177/0306312792022001002>.
26. Latour B. (2004) *Politics of Nature: How to Bring the Sciences Into Democracy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
27. Latour B., Woolgar S. (1986) *Laboratory Life: The Construction of Scientific Facts*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
28. Lehr J. L., McCallie E., Davies S. R., Caron B. R., Duensing S. (2007) The Value of “Dialogue Events” as Sites of Learning: An Exploration of Research and Evaluation Frameworks. *International Journal of Science Education*. Vol. 29. No. 12. P. 1467—1487. <https://doi.org/10.1080/09500690701494092>.
29. Michael M. (1992) Lay Discourses of Science: Science-in-General, Science-in-Particular, and Self. *Science, Technology, & Human Values*. Vol. 17. No. 3. P. 313—333. <https://doi.org/10.1177/016224399201700303>.
30. Miller S. (2001) Public Understanding of Science at the Crossroads. *Public Understanding of Science*. Vol. 10. No. 1. P. 115—120.
31. Nakamura M. (2010) STS in Japan in Light of the Science Café Movement. *East Asian Science, Technology and Society: an International Journal*. Vol. 4. P. 145—151. <https://doi.org/10.1215/s12280-010-9122-5>.
32. Nelkin D. (1995) Science Controversies: The Dynamics of Public Disputes in the United States. In: Jasanoff S., Markle G. E., Petersen J. C., Pinch T. (eds.) *Handbook of Science and Technology Studies*. London, New Delhi, Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. P. 444—456.
33. Norton M., Nohara K. (2009) Science Cafés. Cross-Cultural Adaptation and Educational Applications. *Journal of Science Communication*. Vol. 8. No. 4. <https://doi.org/10.22323/2.08040201>.
34. Smallman M. (2014) Public Understanding of Science in Turbulent Times III: Deficit to Dialogue, Champions to Critics. *Public Understanding of Science*. Vol. 25. No. 2. P. 186—197. <https://doi.org/10.1177/0963662514549141>.
35. Stilgoe J., Lock S. J., Wilsdon J. (2014) Why Should We Promote Public Engagement with Science? *Public Understanding of Science*. Vol. 23. No. 1. P. 4—15. <https://doi.org/10.1177/0963662513518154>.
36. Trench B. (2006) Science Communication and Citizen Science: How Dead Is the Deficit Model? Scientific Culture and Global Citizenship, Ninth International Conference on Public Communication of Science and Technology (PCST-9), Seoul, Korea, May 17—19, 2006.

37. Wynne B. (1992b) Public Understanding of Science Research: New Horizons or Hall of Mirrors? *Public Understanding of Science*. Vol. 1. No. 1. P. 37—43. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/1/1/008>.
38. Wynne B. (1992a) Misunderstood Misunderstanding: Social Identities and Public Uptake of Science. *Public Understanding of Science*. Vol. 1. No. 3. P. 281—304. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/1/3/004>.
39. Wynne B. (2006) Public Engagement as a Means of Restoring Public Trust in Science — Hitting the Notes, but Missing the Music? *Public Health Genomics*. Vol. 9. No. 3. P. 211—220. <https://doi.org/10.1159/000092659>.
40. Wynne B. (2014) Further Disorientation in the Hall of Mirrors. *Public Understanding of Science*. Vol. 23. No. 1. P. 60—70. <https://doi.org/10.1177/0963662513505397>.

Приложение. Список цитируемых интервью

Интервью 1, 2. Руководитель сценаристов, Ж.

Интервью 3. Сценаристка, Ж.

Интервью 4. Руководитель продюсеров, Ж.

Интервью 5. Продюсер, Ж.

Интервью 6. Технический продюсер, М.

Интервью 7. Руководитель научных консультантов, М.

Интервью 8. Руководитель, М.

Интервью 9. Руководитель, М.

Интервью 10. Руководитель команды исследователей-социологов, Ж.