



НАУЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

С.М. Медведева

ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений
Министерства иностранных дел РФ», 119454, Москва, пр-т Вернадского, 76



В современном мире наука оказывает огромное влияние на все сферы жизнедеятельности общества. Поэтому вопрос о том, насколько общество осведомлено о новейших научных открытиях, о процессах, происходящих в современной науке, звучит особенно актуально. Соответственно, в фокусе внимания оказываются взаимоотношения между научными работниками и журналистами, выступающими в качестве посредников между наукой и обществом. Насколько обе стороны готовы взаимодействовать? Как они понимают интересы, цели, специфику работы друг друга? Какие формы диалога используют? Насколько удовлетворены качеством общения?

В данной статье мы стремимся ответить на данные вопросы. Работа представляет собой анализ результатов полуструктурированных интервью с представителями науки и журналистики. Её цель – проанализировать субъективную сторону коммуникации между сторонами и определить, насколько стереотипы и установки, бытующие среди представителей российских научных структур и СМИ, способствуют или препятствуют налаживанию эффективной коммуникации между наукой и обществом. В ходе исследования было проведено 24 интервью (11 журналистов, 13 учёных). Средняя продолжительность каждого интервью составляла 50 минут. Результаты исследования показали, что успешной коммуникации между учёными и журналистами прежде всего препятствует отсутствие мотивации к сотрудничеству у обеих сторон. Журналисты зачастую используют для подготовки публикации о науке готовые материалы информагентств, перепечатки имеющихся публикаций. Учёные также мало заинтересованы в активности на медийном рынке, так как, по их мнению, подобная деятельность прямо не влияет на их профессиональный рост. Российские научные центры не поощряют учёных взаимодействовать со СМИ. Таким образом, можно с сожалением констатировать, что в современной России научное и журналистское сообщества до сих пор существуют в параллельных измерениях, лишь слабо пересекаясь.

Ключевые слова. Наука, журналистика, общество, СМИ, научное сообщество, популяризация науки, научная коммуникация, социальная психология, мотивация, каналы коммуникации.

Можно суверенностью утверждать, что современная Россия переживает всплеск интереса к проблемам взаимоотношения общества и науки, популяризации научных идей, повышению уровня образования масс [3, 4]. Появляются новые научно-популярные издания, развивается или в каком-то смысле «возрождается» отечественная научная журналистика. Разумеется, подобная положительная тенденция намечается на фоне «кризиса» 1990-х гг., когда социально-политические катаклизмы, переживаемые страной, нанесли серьёзный удар и по отечественной науке, и по отечественной журналистике, и по положению научно-популярной сферы.

Сейчас, вряд ли имеет смысл вспоминать печальные факты падения тиражей научно-популярных журналов, «утечки мозгов», снижения престижа профессии научного работника и журналиста [6, 7]. Гораздо важнее то, что в последние годы, в России вновь растёт интерес к научно-популярной продукции со стороны общественности и государства [8]. В этих условиях, уместен вопрос: насколько учёные и журналисты готовы к сотрудничеству? Насколько они понимают цели, возможности, интересы, особенности работы друг друга, насколько они готовы идти друг другу навстречу? Подобный вопрос чрезвычайно важен, поскольку зарубежный опыт свидетельствует, что субъективные оценки и установки той и другой стороны могут существенно осложнять или, наоборот, способствовать, качественному взаимодействию между наукой и обществом [10].

При этом важно учитывать также и историко-культурные особенности и традиции России как в плане организации научной деятельности, так и в плане выстраивания коммуникации науки и общественности [1, 2, 3]. Во всяком случае, имеющаяся на сегодняшний момент специальная литература демонстрирует широкий спектр взаимных претензий, предъявляемых исследователями и журналистами, которые сводятся к тому, что «учёные не умеют говорить, а журналисты – слушать». Подобное мнение представляется стереотипным для той и другой стороны не только за рубежом, но и в России.

Оно свидетельствует об исторически сложившемся недоверии между «солидной, вдумчивой, но несколько заумной наукой», с одной стороны, и «легковесной, поверхностной, рассчитанной на внешний блеск и успех журналистикой», с другой. И это недоверие существенно осложняет положение дел, поскольку никакая коммуникация невозможна без желания и готовности сторон к взаимодействию. Цель данной статьи – проанализировать субъективную сторону коммуникации между учёными и журналистами и выявить:

(1) какие формы коммуникации между сторонами существуют;

(2) как стороны оценивают качество имеющихся контактов;

(3) как они понимают собственные интересы и цели, а также интересы цели противоположной стороны.

Подобная социально-психологическая составляющая научной коммуникации представляется чрезвычайно важной, потому что сами по себе финансовые вливания или создание новых структур ещё не создают успешную социальную практику. Их важность нельзя отрицать, но столь же важны понимание, убеждённость и заинтересованность людей, которые эту практику осуществляют. Именно субъективные побуждения людей делают любую социальную деятельность полноценной. Для решения поставленных задач был использован метод полуструктурированных интервью, то есть индивидуальных бесед с представителями научного сообщества и СМИ.

Беседы протекали в свободной форме в соответствии с заранее подготовленным планом открытых вопросов, которые могли модифицироваться в ходе разговора. Подобный метод работы относится к качественным методам, широко применяемым в современной социологии, социальной психологии и смежных дисциплинах для изучения социальных представлений, установок и мотивов [11].

Исследование состояло из двух серий интервью: с представителями журналистского и научного сообществ. Выбор участников со стороны журналистов определялся тем, что цель данного исследова-

ния – изучить коммуникацию между журналистами и учёными, а не только процесс популяризации науки или научную журналистику. В узком смысле слова популяризация науки – это продвижение научных идей в массы. Она осуществляется в специальных научно-популярных журналах, на радио и в телепередачах, возможно, на специальных телеканалах. Также к этой группе относятся разделы типа «Наука» в различных информационных СМИ (например, приложение «Независимой газеты» «НГ-наука» и т.п.). Представители этой части журналистского сообщества часто идентифицируют себя как научных журналистов. В целом, они определяют цели своей деятельности как информирование общества о науке.

Однако взаимодействие учёных и СМИ этим не ограничивается. Научные работники часто привлекаются в качестве экспертов по текущим политическим, социальным, международным и тому подобным событиям, и их взаимодействие с журналистами в этом плане весьма многообразно. В этом случае ни журналисты, ни учёные не определяют свою работу как просветительскую, подчёркивая, что их цель – освещение текущих событий. Тем не менее, мы рассматриваем эти практики как важный элемент научной коммуникации, так как они:

а) репрезентируют современную науку в СМИ;

б) формируют у учёных определённые представления и установки в отношении СМИ, которые далее могут транслироваться и бытовать среди других представителей научных кругов.

В этой связи в наш опрос были вовлечены в том числе журналисты, специализирующиеся на освещении политических и международных событий, которые имеют опыт работы с учёными. Их видение проблемы представляется существенным для изучения коммуникации между наукой и СМИ. Сама по себе научная журналистика также весьма многообразна как с точки зрения видов СМИ – радио, телевидение, пресса, так и с точки зрения уровня и задач популяризации. Имеется в виду, что научно-популярные журналы и страничка

«Наука» в новостных лентах предлагают совершенно разную продукцию. Очевидно, что различные виды СМИ работают по разным принципам (например, периодичность) и, соответственно, формат работы с учёными будет варьироваться в зависимости от этой специфики. Проще говоря, режиссер, снимающий документальный научно-популярный фильм, скорее всего, будет работать с учёными иначе, чем журналист из раздела «Наука» в газете. И эта разница обусловлена не индивидуальным характером, а спецификой производства. В этой связи для участия в исследовании были выбраны представители разных видов СМИ:

- представители телевидения;
- редактор и обозреватель научно-популярного журнала;
- редактор научно-популярного интернет-портала (без печатной версии);
- несколько сотрудников отдела «Наука» в информационных СМИ (с печатной версией и без).

Выбор участников опроса со стороны учёных определялся стремлением привлечь представителей различных дисциплин, прежде всего в области естественных и общественных наук, а также математики. В результате в исследовании участвовали представители биологии, химии, физики, палеонтологии, математики, социологии, экономики, политологии и истории. Все участники интервью имеют кандидатские или докторские степени и работают либо в системе образования, либо в научно-исследовательских институтах. Оговоримся, что не все опрошенные имели опыт работы со СМИ. Тем не менее, и этот материал представляется ценным. Действительно, не все работники российских вузов и НИИ участвуют в научной коммуникации. Как показало данное исследование, многие научные сотрудники не имеют возможности обращаться к масс-медиа, потому что попросту не знают, как выстроить коммуникации. Поэтому необходимо учитывать мнение и тех учёных, которые по тем или иным причинам не смогли «достучаться» до СМИ или же не захотели. Это важно для того, чтобы понять, почему успешная коммуникация не состоялась.

В итоге было проведено 24 интервью (11 журналистов, 13 учёных). Средняя продолжительность каждого интервью составляла 50 минут. Результаты данного исследования могут быть суммированы:

1) Опыт журналистов

Формы взаимодействия с учёными и временные ограничения. Вероятно, основная особенность современной научной журналистики состоит в том, что она сориентирована на работу с материалами отечественных и в особенности зарубежных информагентств в большей степени, чем на непосредственные личные контакты с представителями научных кругов. Вместе с тем сохраняется жанр интервью с учёными, репортажи об открытиях, исследовательской работе отечественной науки и аналитические статьи, для подготовки которых необходимо участие учёных.

Частота выпуска номеров заметно снижается на работе журналистов, в том числе и научных. Традиционно считается, что ежедневно или еженедельно издаваемые ленты (газеты), тяготеют к информационным жанрам (репортажи, интервью). Ежемесячные или ежеквартальные издания (журналы) привержены к аналитическим статьям и обзорам. Хотя это правило не универсально, поскольку, например, некоторые «толстые» научно-популярные журналы имеют рубрику, условно называемую «Новости науки». Тем не менее, в качестве тенденции подобное разделение сохраняется. Действительно, с точки зрения работы с учёными научно-популярные журналы имеют явное преимущество. Это связано не только с более длительным сроком подготовки номеров, но и с тем, что содержание номеров может быть распланировано на много месяцев вперёд. Публикация статьи может задерживаться. Статья может возвращаться на доработку.

Нельзя отрицать, что научные журналисты, пишущие для научных страничек информационных изданий, поставлены в более жёсткие временные рамки. И это сказывается не только на длительности, но и вообще на частоте работы с учёными. Разумеется, СМИ вынуждены искать выход из сложившейся ситуации, что выражается в поиске новых форм взаимодей-

ствия с учёными. Одной из таких форм стало предоставление учёным возможности самим писать статьи для СМИ. Этот формат используется и научно-популярными журналами, и новостными изданиями, и интернет-порталами. Сотрудник издания редактирует статью, и в случае необходимости просит автора внести исправления. Принцип работы различных видов СМИ в этом плане одинаков. Разница касается, прежде всего, объёмов текста и степени популярности изложения. Некоторые издания в случае публикации статьи заключают с автором договор и выплачивают гонорар.

Ещё одной формой взаимодействия с интересующим издание учёным – это своеобразная форма «дистанционного» интервью, когда ему высылаются список вопросов. Учёный пишет ответы самостоятельно. Такая форма интервью часто практикуется, когда учёный привлекается в качестве эксперта по социально или политически значимым вопросам. Она менее типична для собственно научной журналистики, особенно в области естественных наук и математики. Кроме того, наши респонденты отмечали, что подобная форма коммуникации малоэффективна, поскольку учёный может просто проигнорировать обращение.

Другой формой коммуникации с учёными, выступающими в качестве экспертов, является телефонное интервью, в котором журналист получает комментарий по интересующему его вопросу. Складывается впечатление, что подобная форма коммуникации с учёными стала в наши дни самым распространённым, быстрым и эффективным способом сбора информации, во всяком случае, в сфере журналистики, связанной со сбором экспертных мнений по социально-политическим вопросам. Научная журналистика особенно в сфере естественных наук, высоких технологий и т.п. использует такой формат значительно реже. Возможно, это объясняется сложностью тем, над которыми работают собственно научные журналисты. С другой стороны, распространённость подобного формата коммуникации в отечественной журналистике, свидетельствует о том, что

последняя стала заложницей нехватки времени.

Новые технологии популяризации науки. Следует признать, что в настоящее время научно-популярные СМИ и порталы осваивают новые технологии просвещения публики. К ним относятся, прежде всего, дополнение электронных версий журнала (которые могут совпадать с печатной версией или же выступать в качестве самостоятельного приложения) видеозаписей лекций или интервью с учёными. К достоинствам этого формата научной коммуникации можно отнести то, что он предполагает более длительный, содержательный и в известном смысле живой контакт учёного с публикой.

Учёный может говорить от своего имени и не бояться извращения своих слов журналистом, поскольку, хотя видеолекции во многих случаях монтируются, учёный видит конечную версию материала перед публикацией. Разумеется, в настоящее время снимаются видео с известными учеными-популяризаторами, которые уже имеют опыт выступления перед камерой. В этой связи, как отметили наши респонденты, пока неизвестно, насколько более широкие научные круги готовы принять такую форму коммуникации. Не исключено, что она может вызвать затруднения. Однако весьма вероятно, что в перспективе деятельность научно-популярных журналов в этом направлении будет расширяться.

В любом случае, собранные данные свидетельствуют, что журналисты в целом настроены расширять контакты с представителями научного сообщества и способствовать созданию площадок для непосредственного общения учёных со зрителями (слушателями). В настоящее время ещё сложно судить о том, насколько эти попытки окажутся эффективными.

Тележурналистика. Тележурналистика – особый вид журналистской работы, поэтому следует поговорить о ней отдельно. Это особый мир, особые технологии и особые форматы общения. Специфика коммуникации между учёными и тележурналистами, состоит, с нашей точки зрения, в том, что она всегда предполагает

непосредственное общение между журналистом и учёным, независимо от того, является ли научный работник в научно-популярном фильме, образовательной или аналитической программе или даже эпизодически в развлекательном шоу в качестве модного эксперта. Разумеется, у тележурналистов есть много возможностей с помощью монтажа исказить идеи учёного. Как отмечали наши респонденты, учёные зачастую опасаются, что их мысль может быть подана в неправильном свете. Но опять-таки это связано с тем, что телевидение презентует не просто текст, а самого человека, и создает иллюзию его непосредственного общения со зрителем.

Очевидно, что подобные возможности телевидения вызывают более ответственное отношение со стороны учёного, соглашающегося появляться на экране. Обстановка телестудии, камеры дополнительно ставят учёного в ситуацию, явно не слишком для него привычную. Насколько легко учёные соглашаются участвовать в телепередачах? И насколько успешно с точки зрения журналистов, они там выступают? Как подчеркнул участник нашего исследования: «Когда идешь к учёному с серьёзным предложением [научно-популярный фильм], именно о науке и говоришь на научные темы, все охотно соглашается. И очень помогают» (телережиссер с опытом создания научно-популярного фильма о генетике и других программах).

Большие трудности возникают, когда учёных приглашают в качестве экспертов по социально и/или политически значимым вопросам. В этих случаях велико число отказов. Основной причиной отказа, по мнению нашего респондента, является страх учёного, что он может «уронить себя в глазах коллег», что некорректно смонтированный и поданный материал может нанести ущерб его научной репутации. Последний пункт особенно важен, поскольку учёные имеют мало возможностей контролировать дальнейшую работу над отснятым материалом.

Субъективные оценки качества работы с учёными. Разумеется, уместен вопрос, насколько сами журналисты удовлетворены работой с представителями

научных кругов. Ведь, как отмечалось, распространённая претензия учёных к журналистам состоит в том, что последние не умеют «работать на публику», излагать свои мысли кратко, ясно, увлекательно и т.п. Вместе с тем полученная в ходе опроса информация носит несколько противоречивый характер. С одной стороны, журналисты действительно вспоминали курьёзные случаи, имевшие место в ходе их профессиональной деятельности и связанные с тем, что учёные слабо представляют себе особенности журналистского мастерства. С другой стороны, большинство опрошенных в целом удовлетворены работой с учёными или признают, что проблем, возникающих в ходе, например, интервьюирования научных работников в принципе не больше, чем в ходе взаимодействия с представителями других профессий.

Весьма вероятно, что подобная позитивная оценка обусловлена тем, что, как следовало из ответов опрошенных, журналисты предпочитают обращаться к тем людям, которые уже заработали себе определённое имя в СМИ и имеют опыт общения с ними. Разумеется, в большей степени это относится к представителям общественных наук, так как представители естественных наук и математики привлекаются для работы со СМИ значительно реже.

2) Опыт учёных

Негативное отношение к СМИ. Результаты опроса показали, что среди учёных преобладает предвзятое негативное отношение к журналистике. В частности, работников масс-медиа обвиняют в некомпетентности, малограмотности, готовности продвигать псевдонаучные идеи ради сенсации. Весьма вероятно, что такого рода убеждения пагубно сказываются и на отношении научных кругов к представителям собственно научной журналистики, настраивают их против журналистов, осложняют возможные контакты.

Знание о современной научно-популярной продукции. В этой связи, уместен вопрос: какую научно-популярную продукцию читают или смотрят учёные? Насколько они осведомлены о про-

цессах, происходящих в этой сфере? Как и ожидалось, учёные не используют научно-популярную литературу в исследовательских целях. Их обращение к научно-популярной продукции возникает в двух случаях:

1) они просматривают раздел «Наука» в общественно-политических, информационных изданиях, в ходе прочего знакомства с новостями страны и мира;

2) они читают научно-популярную литературу или смотрят фильмы для расширения собственного кругозора, как хобби.

В последнем случае учёные уточняли, что читают или смотрят кино, сюжеты которых в основном далеки от их специализации. С этой точки зрения учёные не так уж отличаются от простых обывателей, использующих (если они всё-таки используют) научно-популярную информацию в тех же целях. Предпочтения отдаются в пользу телевизионных фильмов и программ преимущественно зарубежного происхождения.

Вероятно, самым примечательным фактом, полученным в ходе исследования, является то, что учёные практически не читают научно-популярные журналы, а некоторые вообще не осведомлены, что они продолжают существовать. При этом они с большим удовольствием вспоминали о научных журналах, которые читали в юности. Такая неосведомленность части научного сообщества о деятельности научно-популярных журналов вызывает тревогу, так как свидетельствует об их малой эффективности, а также о неготовности научных кругов использовать этот канал для коммуникации с массами.

Мотивация для сотрудничества со СМИ. Тем не менее, часть российских учёных имеет либо единичный опыт работы, либо регулярно взаимодействует со СМИ. Как выяснилось в ходе опроса, представители общественных наук привлекают больше внимание прессы, чем естественники. Из 8 представителей общественных наук 7 имеют опыт общения с журналистами, из 6 представителей естественных наук и математики – только 2. При этом двое участников интервью имели опыт написания

статей для научно-популярных журналов, и это были представители естественных наук. Среди обществоведов никто не работал в собственно научно-популярном жанре. Пятеро из них взаимодействовали с журналистами, выступая в качестве экспертов по специальности. Формы взаимодействия были разнообразными – от телефонных интервью до выступлений в телепрограммах. Двое имели опыт интервью по вопросам, не связанным с их непосредственной специализацией (их спрашивали о проблемах и перспективах российского образования). Пятеро опрошенных не имели опыта общения с журналистами, либо же имели, но негативный (публикация не состоялась).

Что побуждает учёных сотрудничать с журналистами? При всём разнообразии полученных ответов, можно отметить наблюдающуюся в них тенденцию: учёные полагают, что публикации в СМИ мало влияют на их академическую карьеру. Поэтому мотивы для сотрудничества со СМИ со стороны учёных носят преимущественно частный характер. Это может быть стремление высказывать собственные мысли и идеи в более свободной форме (на страницах научно-популярных журналов, порталов и т.п.) или увидеть ссылку на себя в прессе или на телевидении, «блеснуть» перед коллегами и начальством. Однако все опрошенные подчеркивали, что, кроме некоего морального престижа, работа со СМИ ничего не даёт для их непосредственного профессионального роста. В каком-то смысле она вообще не рассматривается университетами как вид научной деятельности.

По мнению наших респондентов, российские вузы не имеют целенаправленной политики по продвижению научных идей своих сотрудников в массы. Во всяком случае, рядовым работникам этих структур ничего об этом неизвестно. Поэтому когда речь идёт о коммуникации между научными сотрудниками и журналистами, это скорее частные отношения, нежели результат действия какой-либо программы. В большинстве случаев инициатива исходит от журналистов. Учёные сами в медиа предпочитают не обращаться. Фак-

тически был получен только один рассказ, когда учёный в индивидуальном порядке написал в газету статью с опровержением более ранней публикации, являвшейся, по его мнению, лженаучной. Издание проигнорировало это обращение.

В каком-то смысле отсутствие поддержки со стороны академических структур способствуют тому, что телефонное интервью стало самой распространённой формой взаимодействия между учёными и журналистами. Не самая качественная форма коммуникации, но оно удобно и журналистам и учёным, желающим быть процитированными в СМИ, поскольку не отнимает много времени и сил. Написание статьи или визит в телестудию – процесс более трудоёмкий. Поэтому учёные отказывают журналистам не только из страха, что их слова будут неверно переданы, но ещё и потому, что не хотят тратить время на дело, не отвечающее их непосредственным интересам. Престиж канала или издания играют не последнюю роль в случае согласия учёного.

В заключение подведём некоторый итог нашего исследования. В работе было продемонстрировано, что на российском медийном пространстве действуют различные рода (ТВ, печатные и интернет-СМИ) и виды (журналы, газеты и т.п.) изданий, осуществляющих коммуникацию с российским научным сообществом. Однако полученные данные свидетельствуют скорее о трудностях в этом направлении, нежели о безоговорочных успехах. Обращают на себя внимание, прежде всего, два момента:

1. С точки зрения работы журналистов наблюдается тенденция по сокращению контактов с учёными при подготовке материалов о науке. Вместо того, чтобы взять интервью у учёного и проконсультироваться со специалистом, работники СМИ используют уже готовые новостные ленты информагентств. Это экономит время. Разумеется, существуют исключения, но в общей массе их вес сравнительно не велик.

2. У самих российских учёных отсутствует интерес к взаимодействию со СМИ. Более того, как отмечалось в интервью, на-

учные институты и центры в современной России не имеют чётких, продуманных программ по продвижению образа российской науки в массы и, соответственно, никак не поощряют, не говоря о том, что и не помогают своим сотрудникам взаимодействовать со СМИ. По сути дела работа с журналистами является личным делом каждого. Поэтому стоит ли удивляться, что в России всё ещё редки случаи, когда инициаторами освещения достижений российской науки выступили сами учёные или институты.

Подобное наблюдение представляется особенно тревожным, поскольку на Западе работа в области научной коммуникации движется как раз в противоположном на-

правлении. Упомянутые в начале данной статьи инициативы по продвижению науки в массы как раз и были направлены на то, чтобы мотивировать, даже обязать учёных активно действовать в медийном пространстве [9]. Современный учёный обязан понимать, что в эпоху информационных технологий наука вряд ли сможет выжить без их освоения и использования. В России, однако, подобное понимание остаётся уделом неопределённого будущего. В итоге, приходится констатировать, что хотя в последние годы в России также наблюдается возрождение научно-популяризаторской деятельности, сама система коммуникации между учёными и журналистами всё ещё находится в стадии становления.

Список литературы:

1. Глаголев В.С., Силантьева М.В. Религиозно-культурное пространство европейской России: факторы динамики традиций и традиции динамики // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2010. № 2. С. 131-140.
2. Коннов В.И. Влияние социального контекста на развитие науки в России: социально-психологический взгляд // Вестник МГИМО-Университета. 2012. № 6 (27). С.242-249.
3. Литвак Н.В. К вопросу о коллективной теоретической работе // Вестник-МГИМО-Университета. 2012. № 4 (25). С.232-236.
4. Медведева С.М. Научная коммуникация в современном мире: проблемы и перспективы // Вестник МГИМО-Университета. 2014. №2 (35). С.253-255.
5. Медведева С.М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // Вестник МГИМО-Университета. 2014. №4 (37). С.278-286.
6. Медведева С.М. Влияние социальной памяти россиян на их представления об идеальной власти // Философско-литературный журнал Логос. 2003. № 4-5 (39). С. 186-194.
7. Медведева С.М. Воздействие политических стереотипов на массовое сознание. (Опыт России 90-е гг.): дис. ... канд. полит.наук. М., 2000. 181 с.
8. Медведева С.М. Политическая философия в современной России// Полис. Политические исследования. 2007. № 6. С. 157-164.
9. Романова М.Д. История популяризации науки во Франции // Вестник МГИМО-Университета. 2015. №2 (41). С.276-282.
10. Danwoody S. Science Journalism // Handbook of public communication of science and technology / Bucchi M, Trench B (Eds.). L. - N.Y.: Routledge, 2008. P. 15-26.
11. Flick U. An Introduction to Qualitative Research. Edition: 4, illustrated, revised. L.: Sage Publications, 2009. 375 p.

Об авторе:

Медведева Светлана Михайловна – к.полит.н., доцент кафедры философии МГИМО МИД России.119454, Москва, пр. Вернадского, 76. Научная специализация: массовое сознание, культура, политическая культура, философия науки. E-mail: svetamedvedeva@mail.ru.

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 17-06-00778.

SCIENTIFIC COMMUNICATION IN MODERN RUSSIA: SOCIAL-PSYCHOLOGICAL ASPECTS

S.M. Medvedeva

Moscow State Institute of International Relations (University) of the MFA Russian Federation, Moscow 119454, prospect Vernadskogo, 76.

Abstract. *Science has a great impact on all spheres of public life in the contemporary world. So the question whether the public knows about the recent scientific achievements and developments becomes of current importance. This article focuses on the communication between the scientists and the journalists considered as the mediators between science and society. Are both sides ready to interact? How do they conceive the interests, goals etc. of each other? What forms of dialog do they practice? This article aims to answer these questions. It is based on qualitative research (method of unstructured interviews) conducted among scientists and journalists. The main goal of the article is to analyze the subjective dimension of scientific communication between the parties determining whether the stereotypes and attitudes, existing among the journalists and scientists, promote or hinder the effective communication between them. In the course of research 24 interviews (11 with journalists, 13 with scientists) conducted. On the average each interview lasted 50 minutes.*

The results of the study demonstrate, that the communication among journalists and scientists suffer from the lack of motivation to interact from both sides. Journalists mostly use the ready-made materials from informational agencies or texts from other media while preparing the articles. Scientists are also lack of interest to engage actively with mass-media; they argue that such an activity doesn't have a direct impact on their professional careers. Russian scientific centers don't encourage their staff to interact with journalists. As a result, we can approve, that scholarly and journalist communities exist in parallel dimensions in modern Russia.

Key words. *Science, journalism, society, scholarly community, mass-media, popularization of science, science communication, social psychology, motivation, communication channels.*

References:

1. Glagolev V.S., Silant'eva M.V. Religiozno-kul'turnoe prostranstvo evropejskoj Rossii: factory dinamiki tradicij i tradicii dinamiki [Religious and cultural space of European Russia: factors of dynamics of tradition and tradition of dynamics]. *Izvestija Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Politologija. Religiovedenie - Izvestiya of Irkutsk state University. Series: Political Science. Religious studies*, 2010, no.2, pp. 131-140(In Russian).
2. Konnov V.I. Vlijanie social'nogo konteksta na razvitie nauki v Rossii: social'no-psihologicheskij vzgljad [Influence of social context on development of Russian science: social-psychological perspective]. *Vestnik MGIMO-Universiteta - Vestnik MGIMO-University*, 2012, no. 6 (27), pp. 242-249(In Russian).
3. Litvak N.V. K voprosu o kollektivnoj teoreticheskoj rabote [On the issue of collective theoretical work]. *Vestnik MGIMO-Universiteta - Vestnik MGIMO-University*, 2012, no 4 (25), pp.232-236 (In Russian).
4. Medvedeva S.M. Nauchnaja kommunikacija v sovremennom mire: problem i perspektivy [Science communication in modern world: problems and perspectives]. *Vestnik MGIMO-Universiteta - Vestnik MGIMO-University*, 2014, no.2 (35), pp.253-255 (In Russian).
5. Medvedeva S.M. Otnauchnogo tvorchestva k populjarizacii nauki: teoreticheskaja model' nauchnoj kommunikacii [From the scientific innovation to popularization of science: a theoretical model of science communication]. *Vestnik MGIMO-Universiteta - Vestnik MGIMO-University*, 2014, no.4 (37), pp.278-286 (In Russian).
6. Medvedeva S.M. Vlijanie s ocial'noj pamjati rossijan na ih predstavlenija ob ideal'noj vlasti [Influence of social memory on Russian perceptions of ideal authorities]. *Filosofsko-literaturnyj zhurnal Logos - Philosophical-literary journal Logos*, 2003, no. 4-5 (39), pp. 186-194 (In Russian).

7. Medvedeva S.M. Vozdeistvie politicheskikh stereotipov na massovoe soznanie. (Opyt Rossii 90-eg.). Diss. kand. polit. nauk [Influence of political stereotypes on mass conscious (Russia, 1990th) diss. kand. polit. sciences.]. Moscow, 2000. 181 p. (In Russian).
8. Medvedeva S.M. Politicheskaja filosofija v sovremennoj Rossii [Political philosophy in modern Russia]. *Polis. Politicheskie issledovanija - Polis. Political research*, 2007, no. 6, pp. 157-164 (In Russian).
9. Romanova M.D. Istorija populjarizacii nauki vo Francii [The history of popularization of science in France]. *Vestnik MGIMO-Universiteta - Vestnik MGIMO-University*, 2015, no.2 (41), pp. 276-282 (In Russian).
10. Danwoody S. Science Journalism. / Handbook of public communication of science and technology. / Bucchi M, Trench B (Eds.). – London and New York, Routledge, 2008, pp. 15 – 26.
11. Flick U. An Introduction to Qualitative Research. Edition: 4, illustrated, revised. London: Sage Publications, 2009. 375 p.

About the Author:

Svetlana M. Medvedeva – PhD (Politology), Associate Professor of Philosophy Chair of MGIMO-University under the Ministry of Foreign Affairs of Russia. E-mail:svetamedvedeva@mail.ru.