

НАТАЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА ЛЯПУГИНА

магистр социологии,
аспирант Европейского университета в Санкт-Петербурге,
Санкт-Петербург, Россия;
e-mail: nlyapugina@eu.spb.ru



От «широкой публики» к «собеседникам науки» и немного дальше: фигуративизация публик в диалоговом проекте медианаучной коммуникации

УДК: 316.4

DOI: 10.24412/2079-0910-2025-1-142-173

В связи с переходом от «дефицита» к «диалогу» в научной коммуникации появилось множество диалоговых медиапроектов, организаторы которых ищут новые способы говорить с публиками о науке. В то же время исследования диалога и публик таких проектов демонстрируют ряд проблем. Автор статьи предпринимает попытку отреагировать на эти проблемы и внести вклад в осмысление диалога медиапроектов, исследуя процессы оформления и трансформации их публик в подходе акторно-сетевой теории. Для этого в работе: 1) анализируется дискуссия о публиках в диалоге медианаучной коммуникации, выделяются ее проблемы; 2) описывается, как акторно-сетевая теория позволяет их разрешить; 3) представляются результаты эмпирического исследования процессов оформления и трансформации публик диалогового медиапроекта, которые описываются в терминах фигуративизации. Автор приходит к следующим основным выводам: 1) организуя диалог, создатели диалогового медиапроекта стремятся практически, материально осуществить ряд трансформаций публик: широкая публика → посетители → вовлеченные слушатели → дисциплинированные собеседники → убежденные союзники науки проекта; 2) эти практики претерпевают влияние различных социальных миров: медиа, поддерживающих проект институций, науки; такая кросс-локальность проекта вынуждает акторов совершать сложную работу по балансировке противоречивых требований; 3) практики фигуративизации публик в рамках вышеупомянутых трансформаций предполагают вариацию, требующую дальнейшего изучения. В заключение приводится рефлексия о значимости полученных результатов, оформляются возможные вопросы будущих исследований.

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

Введение

В последние десятилетия в научной коммуникации произошел переход от «общественного понимания науки» (*Public Understanding of Science, PUS*) к «общественному вовлечению в науку» (*Public Engagement with Science, PES*), подразумевающий как концептуальный сдвиг, так и изменения на уровне практик научной коммуникации. Это изменение часто описывают как поворот от «дефицита» (модели дефицита) к «диалогу науки и общества» и «вовлечению в науку» (модели диалога) — или поворот к диалогу [Miller, 2001; Trench, 2008; Gregory, Lock, 2008].

На концептуальном уровне модель дефицита предполагала, что конфликты в отношениях науки и общества возникают по причине *дефицита* знания о науке у широкой публики. Эта публика *гомогенна*, и ее роль — роль *реципиента*, который должен узнать и принять перспективу науки. Модель диалога основывалась на предпосылке о том, что вышеупомянутые напряжения вызваны социальными отношениями, которые *множественные гетерогенные публики*¹ непрофессионалов выстраивают с наукой, научными институтами и институциями, авторизирующими решения на основе результатов науки. Подобное изменение проблематизации свидетельствовало о необходимости *вовлечения* в науку, в принятие связанных с ней решений обладающих ценными локальными экспертизами публик — уже не реципиентов, но *активных участников* процессов производства и обсуждения науки и основанных на ней решений. Такие трансформации должны были привести к *диалогу* между наукой и обществом [Wynne, 1992a, 1992b; Gregory, Lock, 2008; Bucchi, Trench, 2014]².

За изменениями на концептуальном уровне последовали изменения на уровне практик. Появились диалоговые социально-политические³ инициативы, призванные вовлекать граждан в науку: консенсусные конференции, гражданские жюри,

¹ Переход от единственного числа («публика») ко множественному числу («публики») является значимым дискурсивным маркером поворота к диалогу. Он указывает на отречение от представлений о единой «незнающей» публике, которая состоит из атомизированных индивидов, отличающихся только уровнем знания науки. В PES публик много, они разнообразны и определяются различными факторами (например, геополитическими или культурными, связанными с наличием общего опыта или деятельности, с местом нахождения или проживания). В своем словоупотреблении мы следуем за авторами PES, для которых использование слова «публики» во множественном числе типично. Отметим также, что не выбираем более привычное уху российского читателя слово «аудитории», так как его этимология отсылает к значению рецепции, которое скорее апеллирует к предпосылкам PUS, чем PES: «публики» в PES не просто реципиенты, но активные участники процессов обсуждения «публичных» (читай — общественных) вопросов, связанных с наукой и технологиями, — и рефлексивные «строители» собственных отношений с наукой (см., например: [Irwin, Wynne, 1996; Wynne, 1992b]).

² Динамика и проблематика дискуссии о научной коммуникации и феномены, с которыми они связаны, были подробно рассмотрены в других работах: [Ляпугина, 2023; Ляпугина, Кузнецов, 2024].

³ Словосочетание «социально-политические инициативы» здесь и далее отсылает к английскому “policy initiatives” в литературе PES. Этим словосочетанием обозначают проекты, которые направлены на обсуждение социально-политических проблем, связанных с наукой и технологиями, а также на разработку и претворение в жизнь стратегий принятия решений в отношении таких проблем.

«научные магазины» (*science shops*)⁴ и др. [Gregory, Lock, 2008; Davies, 2009]. Но в то же время стало увеличиваться число диалоговых медиапроектов, или диалоговых проектов медианаучной коммуникации (далее — ДМП)⁵. Они не имели отношения к принятию решений, но их организаторы также желали выстраивать коммуникацию между науками и обществом не в духе дефицита, а в духе вовлечения и диалога [Davies, 2009; Stilgoe et al., 2014; Horst et al., 2017]. Это научные кафе, туры по барам (*barhopping*), различные дискуссионные мероприятия центров и музеев науки, открытые лаборатории, научные фестивали, «научные слэмы» (*science slams*), интерактивные выставки и экспозиции, интерактивные онлайн-платформы и пр.

Несмотря на возросший в последнее десятилетие интерес к медианаучной коммуникации со стороны исследователей PES, диалог и вовлечение ДМП остаются недостаточно изученными. В частности, недостаточно ясно, что происходит с публиками ДМП: какая форма им придается в практиках диалога, какие трансформации они претерпевают, как изменяется их роль. В то же время процессы оформления и трансформации публик в диалоговых социально-политических инициативах находятся в фокусе исследователей и результаты этих работ составляют важную часть осмысления и критики диалога в сфере принятия решений, в научной коммуникации и в современных отношениях наук и общества в целом [Wynne, 2016; Irwin, 2006; Burns, Medvecky, 2016]. Подобный интерес связан в том числе с ориентацией STS с 2000-х гг. на осмысление вопросов легитимности высказываний о природе, производимых учеными и другими акторами в контексте публичной политики [Бычкова, 2020].

Недостаточное осмысление диалога в медианаучной коммуникации может быть связано со сложностями оформления теоретико-методологического подхода, который бы учитывал, с одной стороны, специфику объекта исследования, а с другой — ключевые результаты STS. Цель данной статьи — изучить процессы оформления и трансформации публик в ДМП, используя в эмпирическом исследовании теоретико-методологическую перспективу, способную отреагировать на проблемы исследований ДМП в традиции PES, а именно перспективу акторно-сетевой теории⁶.

Для достижения поставленной цели в работе решается ряд задач: 1) приводится анализ дискуссии о публиках в ДМП, выделяются ее проблемы; 2) представляется

⁴ «Научные магазины» (*science shops*) — это инициативы, выступающие посредниками между научным сообществом, с одной стороны, и гражданскими организациями, НКО, локальными сообществами — с другой. Их главная задача — помогать научному сообществу реагировать на общественные запросы, фасилитируя организацию, проведение и обсуждение результатов соответствующих исследований учеными и студентами университетов. Предполагается, что гражданские акторы-непрофессионалы также принимают активное участие в этих процессах (см., например: [Gresle et al., 2021]).

⁵ Слово «медиа» отсылает к: 1) многочисленным посредникам коммуникации между науками и обществом, организующим ДМП: центрам и музеям науки, медиакомандам, университетам, НКО и др.; 2) медиалогике охватов, лайков, подписок и пр., которая часто становится ориентиром для таких проектов [Ляпугина, Кузнецов, 2024].

⁶ Эта работа развивает подход к изучению ДМП, предложенный в другом месте [Ляпугина, Кузнецов, 2024]. В более раннем тексте мы ставили перед собой цель показать, как можно исследовать диалог в медианаучной коммуникации, используя результаты STS в области исследований производства научных фактов и инноваций и учитывая ключевые концептуализации традиции PES.

возможное решение этих проблем: через обращение к результатам STS-исследований производства научных фактов и инноваций, в частности — к подходу акторно-сетевой теории; 3) представляются результаты эмпирического исследования процессов оформления и трансформаций публик в диалоге медиапроекта «Аппетит к науке», проведенного в подходе акторно-сетевой теории; эти процессы описываются в терминах фигуративизации; 4) обсуждается значимость полученных результатов для исследований медианаучной коммуникации и производства научных фактов и инноваций, ставятся возможные вопросы для будущих изысканий.

Публики в диалоге медиапроектов научной коммуникации

Вопрос об оформлении и трансформациях публик ДМП важен в контексте изучения специфики диалоговой медианаучной коммуникации, ведь с точки зрения концептуальных оснований поворота к диалогу должны измениться как процессы коммуникации с публикой, так и она сама. Гомогенная публика пассивных реципиентов должна превратиться во что-то качественно другое. В этом разделе будут определены основные проблемы в понимании публик ДМП в традиции PES. Для этого мы рассмотрим ключевые концептуализации ДМП в этом направлении⁷. В следующем разделе мы покажем, как выявленные нами проблемы могут быть решены с опорой на результаты STS и, в частности, акторно-сетевую теорию (далее — ANT).

Вовлечение публик и их диалог с науками рассматривают с позиций трех основных концептуализаций ДМП: как *процессов*, как *событий* и как *мест*. Последовательно рассмотрим, что это предполагает в контексте вышеозначенного вопроса о публиках.

Концептуализация ДМП как *процессов*, во-первых, фокусирует внимание на эффектах, которые в таких проектах производятся. Именно как подобные эффекты следует рассматривать диалог и вовлечение. Во-вторых, она обращает внимание на особенности организации проектов, которые способствуют производству эффектов диалога и вовлечения. Так, исследователи полагают, что их могут производить инициативы, которые: 1) организуют взаимодействие лицом к лицу, интерактивность, участие непрофессионалов в создании научно-коммуникационных проектов (например, экспозиции, выставки или их частей) [Davies et al., 2009; Lehr et al., 2007; Horst et al., 2017; Norton, Nohara, 2009; Nakamura, 2010; Jahnsen, 2019]; 2) стремятся создавать и поддерживать горизонтальные, инклюзивные форматы коммуникации [Davies et al., 2009; Horst, 2011; Tan, Perucho, 2018], в рамках которых может существовать одинаковое уважение к эпистемическим позициям ученых и непрофессионалов [Norton, Nohara, 2009], создаются возможности для широкого определения проблем, существования и обсуждения различных интерпретаций [Horst, 2011]. Так, публикам ДМП отводятся новые роли: активных, ищущих встречи с науками, не простых реципиентов, но со-создателей, контрибьюторов в горизонтальной, «равной» коммуникации [Davies, 2016]. При этом публики непрофессионалов считаются обладателями ценных экспертиз, которые заслуживают того же уважения, что и экспертиза профессионалов, — и привносят эти экспертизы в процесс коммуникации, во взаимодействие с другими ее участниками, в создание самих ДМП. Реали-

⁷ Ключевые концептуализации PES были ранее описаны в: [Ляпугина, Кузнецов, 2024].

зации новых ролей публик должна способствовать организация проектов, конфигурирующая эти публикации в «диалоговом ключе».

Одновременно с этим публикам суждено *изменяться* в процессе коммуникации, и это отсылает нас к концептуализации ДМП как локуса трансформаций, где появляется нечто новое (чего раньше не было) и изменяется «старое», — а именно к концептуализации ДМП как *события*. Какие трансформации могут и должны претерпевать публикации таких проектов?

Исследователи рассматривают возможные и желательные трансформации публик в ДМП так: в таких проектах непрофессионалы могут обретать «инструменты сомнения» в авторитете высказываний экспертов и навыки обсуждения этих высказываний, постепенно становясь все более вовлеченными и подготовленными к обсуждению важных для наук и общества вопросов — в том числе в рамках социально-политических инициатив [Lehr et al., 2007; Davies et al., 2009; Davies, 2016]. Кроме этого, ДМП рассматриваются как места, где происходит производство новых смыслов и значений по связанным с науками и технологиями вопросам. Это производство подразумевает изменение всех участников взаимодействия, их суждений и установок: речь не только о публиках, но и об экспертах-ученых, и о политиках, если последние также становятся участниками таких инициатив [Davies et al., 2009; Lehr et al., 2007]. При этом авторов волнуют не только когнитивные, «навыковые», ценностные изменения, направленные на дальнейшее вовлечение публик в науки. Они указывают на важность изучения и других измерений, в частности аффективного, прежде в принципе отсутствовавшего в повестке исследователей диалога [Davies, 2016, 2019].

Для того чтобы изменения роли и диалоговые трансформации публик имели место, ДМП должны определенным образом конфигурировать участников коммуникации. Это отсылает к концептуализации ДМП как *места*, где представители науки встречаются с заинтересованными публиками, и фокусирует на процессах практического, материального, «заземленного» оформления публик организаторами проектов и другими акторами, вовлеченными в ДМП [Davies, 2018, 2019; Horst, Michael, 2011]. Подобная перспектива обращает наше внимание на ресурсы, материалы, локации, аффекты, вовлеченные в производство диалога и, соответственно, участвующие в процессах конфигурирования публик. Здесь следует упомянуть исследования различных «инструментов», посредством которых оформляется взаимодействие наук и публик: визуальных средств [Wilke, Hill, 2019], жанрово-коммуникативных конструкций, задействуемых акторами [Davies, 2009], материальных и пространственных конфигураций в выставках и экспозициях музеев [Jahnsen, 2019; Yaneva et al., 2009], аффектов [Davies, 2016, 2019]. Стоит отметить и диалоговые эксперименты самих социальных исследователей, стремящихся понять и описать процессы и возможные результаты материального оформления взаимодействий наук и публик [Yaneva et al., 2009; Horst, 2011].

В свою очередь фокус на роли конкретных материалов и ресурсов указывает нам на сложности прагматической организации и стабилизации производства диалога и вовлечения. И в этом контексте исследователи и научные коммуникаторы обеспокоены рисками склонения коммуникации в сторону дефицита — в том числе потому, что «старым» институциям, прежде практиковавшим популяризацию науки, не просто перестроиться на «диалоговый лад» [Graham, 2016; Jahnsen, 2019], а готовых рецептов диалога нет: в ДМП еще не установились правила и нормы, и участники

и организаторы диалоговых проектов обращаются к уже знакомым коммуникативным жанрам, чтобы стабилизировать коммуникативную ситуацию [Davies et al., 2009; Davies, 2009].

Обеспокоенность исследователей дефицитом, подстерегающим ДМП, позволяет перейти к проблемам и противоречиям рассматриваемых работ. Некоторые авторы обсуждают «барьеры» или «препятствия» диалога и вовлечения публик в науку, мешающие актерам реализовывать новые роли и претерпевать «диалоговые» трансформации — как «помехи», нуждающиеся в устранении. Так, например, в случае диалоговых мероприятий отмечают, что диалогу может мешать многое: «от общей структуры мероприятий, навыков, личности и опыта фасилитатора и приглашенных спикеров до участников, которые приходят на мероприятия» [Davies et al., 2009, с. 346]. Задача социальных исследователей — выявлять такие барьеры и тем самым способствовать критической рефлексии организаторов проектов [Davies et al., 2009; Lehr et al., 2007]. Использование знакомых коммуникативных жанров участниками в ситуации неопределенности [Davies, 2009], использование визуальных средств [Wilke, Hill, 2019], «неблагоприятные для диалога» культурные особенности среды, где организуют ДМП [Norton, Nohara, 2009], — все это рассматривается в том числе как барьеры диалога и «диалоговых» трансформаций публик.

Обсуждение барьеров диалога и вовлечения указывает на существующую среди некоторых исследователей PES склонность нормативно предформатировать свою перспективу, рассматривая одни типы практик как способствующие диалогу, а другие — как составляющие ему оппозицию. Сама по себе нормативность имеет право на существование. Но вкупе с понятием барьеров и недостаточной изученностью поля эта нормативность может порождать существенные проблемы для исследований диалога ДМП и их публик. Мы выделим четыре такие проблемы.

Во-первых, существует опасность допустить наличие или отсутствие практик диалога и определенных трансформаций публик исходя из формальных особенностей проектов и риторики организаторов. Так, исходя из «неформальности» места можно допустить горизонтальную коммуникацию и наличие предопределенных исследователем или заявляемых организаторами «диалоговых» трансформаций участников. И наоборот, наличие «образовательного» элемента в проекте автоматически укажет на дефицит и низведение публик до роли реципиентов. Во-вторых, подобное положение вещей 1) провоцирует выбор объектов исследования по отдельным формальным особенностям; 2) приводит к дальнейшему утверждению вышеописанной перспективы, игнорируя гетерогенность поля ДМП, стремящихся искать новые способы говорить с публиками о науках. Но насколько легитимно налагать на все это разнообразие проектов одинаковую нормативность? Насколько оправданно предопределять практические конфигурации элементов и конкретные процессы, способные произвести эффект диалога и «диалоговые» трансформации публик — или, наоборот, препятствующие этому? В-третьих, наложение на проекты такой нормативности и сопутствующих ей представлений о нуждающихся в искоренении барьерах диалога и вовлечения может приводить к непродуктивности исследовательских аргументов. Как отмечают сами исследователи, создать диалог — не простая задача, а в научную коммуникацию вовлечены множество акторов и интересов [Davies et al., 2009; Davies, 2018]. И диалог сложен в организации в том числе потому, что научные коммуникаторы в своей работе вынуждены согласовывать требования различных акторов и считаться с ограничениями, которые эти требования на них

налагают. Критика, которая исходит из нормативности и игнорирует эту сложную работу, не имеет реального «веса». Наконец, в-четвертых, сложности с созданием аналитической дистанции с «дефицит/диалоговой» риторикой и кажущейся имплицитной исследованиям диалога нормативностью, судя по всему, обусловили отказ многих исследователей от изучения практик ДМП и поиск новых перспектив исследования научной коммуникации за пределами PES и STS (см., например: [Davies et al., 2019]). Такая переориентация представляется преждевременной.

К сценографии диалога медиапроектов и прослеживанию работы по фигуративизации публик в подходе акторно-сетевой теории

Исследователи, критикующие «дефицит/диалоговую» дихотомию как аналитический инструмент, в этом, безусловно, правы: создать аналитическую дистанцию по отношению к диалоговой риторике и нормативности необходимо. Но для этого не обязательно обращаться за пределы полей PES и STS в поисках новых подходов или отказываться от диалога в принципе и оставлять научных коммуникаторов практиковать и оценивать диалог в одиночестве.

Для изучения публик в диалоге медиапроектов продуктивной перспективой, позволяющей учесть ключевые результаты исследований ДМП в PES, могут стать ресурсы STS-исследований производства научных фактов и инноваций, а именно — теоретико-методологические ресурсы ANT. Далее мы кратко опишем подход к исследованию диалога в медиапроектах с помощью ANT и сфокусируемся на том: 1) как в этом подходе можно рассматривать процессы, происходящие с публикациями ДМП; 2) как он помогает дистанцироваться от проблематичной нормативности и обсуждения барьеров «диалоговых» трансформаций публик⁸.

В согласии с концептуализацией ДМП как процесса в литературе подход ANT предлагает рассматривать диалог медиапроектов как эффект, возникающий в результате практической деятельности акторов. При этом ANT призывает обращать внимание на то, как сами акторы определяют диалог и вовлечение, как и когда они квалифицируют ту или иную конфигурацию элементов ДМП как «диалог». В этом смысле «диалог» оказывается сродни «эффективности» технологии или «объективности» научного утверждения [Latour, Woolgar, 1986; Latour, 1987]. Таким образом, нам не следует накладывать на работу научных коммуникаторов нормативные исследовательские представления о диалоге — как и отказываться от диалога как такового. Нам следует смотреть, как научные коммуникаторы стремятся *практиковать* диалог и вовлечение, как ими *практически* оформляется и квалифицируется диалог/не-диалог (дефицит).

При этом в согласии с концептуализациями ДМП как мест и событий в перспективе ANT мы можем рассматривать ДМП как стратегические места, где собираются разнородные элементы, которые упорядочиваются и трансформируются, — подобно тому, как это происходит в лабораториях ученых. Подход ANT призывает фокусироваться на таких материальных процессах «сборки», упорядочивания и трансформаций, которые могут быть описаны в терминах материальной инсцени-

⁸ В этом описании мы опираемся на более ранние работы: [Ляпугина, Кузнецов, 2024; Ляпугина, 2023].

ровки — то есть подготовки «сцены» и участников будущего взаимодействия. При рассмотрении этих процессов ANT призывает отмечать, как эти процессы в стратегических местах, то есть в нашем случае в ДМП, делают последние важными для различных общественных сфер, например науки, медиа, бизнеса и др. [Latour, 1987; Callon, 1987].

Разговор о материальных практиках упорядочивания гетерогенных элементов отсылает нас к следующему пункту: конфигурация диалога и сама возможность его производства зависят от того, как научным коммуникаторам удастся балансировать требования различных акторов, которых они собирают в стратегических местах. В ANT-исследованиях производства научных фактов и инноваций подобные усилия по балансировке отсылают к «дилемме фактостроителя», или дилемме рекрутинга — контроля [Latour, 1987]: для производства фактов и инноваций ученым и инженерам нужны *другие* (как их рекрутировать?), но эти *другие* вполне могут изменить научные утверждения и технологии до неузнаваемости (как их контролировать?). Вместо того чтобы приходиться к акторам с непродуктивной и проблематичной нормативностью и объяснять, какие барьеры мешают диалогу и нуждаются в устранении, ANT предлагает изучать, как научные коммуникаторы оформляют и разрешают специфическую версию дилеммы фактостроителя: кого, как и почему они привлекают для производства эффекта диалога и как при этом стремятся сделать так, чтобы привлеченные *другие* действовали, как нужно, как стабилизируют производство диалога. Публики — важнейшие акторы, вовлеченные в разрешение научными коммуникаторами дилеммы рекрутинга — контроля: без них производство эффекта диалога невозможно в принципе.

Резюмируем, конкретизируя подход к исследованию публик: для производства эффекта диалога научные коммуникаторы совершают работу по «сборке», упорядочиванию и балансировке требований различных акторов для производства и стабилизации эффекта диалога. Эта кропотливая работа может быть описана в терминах материальной инсценировки. Она предполагает усилия по конфигурированию и трансформации релевантных акторов — участников диалога, которые, в свою очередь, могут быть описаны в терминах фигуративизации: так, абстрактных и аморфных «науку» и «публику» превращают в конкретных спикеров мероприятий и их посетителей [Latour, 1988, 1992; Ляпугина, Кузнецов, 2024]. Соответственно, чтобы понять происходящее с публиками в ДМП, мы можем наблюдать за процессом материальной инсценировки, в котором находят отражение усилия научных коммуникаторов по разрешению дилеммы рекрутинга — контроля, и описывать ход этого процесса, фокусируясь на работе по приданию публикам тех или иных форм — фигуративизации.

Описание инсценировки диалога мы будем называть сценографией диалога [Ляпугина, Кузнецов, 2024] и в следующем разделе сценографируем усилия научных коммуникаторов по фигуративизации публик, основываясь на результатах эмпирического кейс-стади одного ДМП. Мы проследим за практической работой по превращению аморфной, слабо очерченной сущности «широкая публика» в (относительно) дисциплинированных собеседников науки ДМП, со-создателей его диалога — и немного далее, в убежденных союзников науки проекта.

Фигуративизация публик в проекте медианаучной коммуникации

Диалоговый медиапроект «Аппетит к науке»

«*Annetum к науке*» (далее — «*Annetum*») — научно-коммуникационный проект Центра наук и технологий⁹, вдохновленный форматом научного кафе. Он представляет собой серию встреч спикеров-экспертов с горожанами в ресторанах, кафе или барах. На «*Annetum*» спикер разговаривает с ведущим о сфере своей деятельности, ее последних новостях, о своем карьерном пути и повседневной рабочей рутине. Посетители задают спикеру интересующие вопросы, едят и пьют. После окончания мероприятия спикер ненадолго остается, чтобы ответить на оставшиеся вопросы посетителей. «*Annetum*» проходят раз в две недели и записываются на видео с последующей загрузкой на канал Центра на *YouTube*. Команда, создающая «*Annetum*», определяет его как диалоговый проект, придуманный как «живая беседа» (Инт. 7) и предполагающий активные публикации, которые «максимально включ[ены] в процесс» (Там же)^{10, 11}.

Описание происходящего на «*Annetum*» может показаться тривиальным и естественным. Но не следует принимать происходящее как нечто самоочевидное. Ниже мы увидим, какая практическая работа по инсценировке стоит за с виду обыденными взаимодействиями, которые авторы «*Annetum*» называют диалогом между учеными и посетителями, и какие усилия по фигуративизации публик, их трансформации вышеупомянутая «естественность» скрывает за собой.

Меж двух огней:

о кросс-локальности, офлайн-посетителях и онлайн-зрителях «Аппетита»

Для понимания специфики процессов фигуративизации публик в «*Annetum*» необходимо начать с сюжета про кросс-локальность проекта. Практически с самого начала «*Annetum*» существовал не в одной, но сразу в двух локальностях: офлайн и онлайн — и был рассчитан не на одну, но сразу на две публики¹².

В период исследования эта кросс-локальность спровоцировала большие изменения формата «*Annetum*». В связи с «обидно» малым числом просмотров (Инт. 10, 11, 7, 6) на *YouTube* простая видеофиксация мероприятия должна была превра-

⁹ Названия проекта, институции-организатора, упоминаемые в тексте темы мероприятий, были заменены или модифицированы по договоренности с командой проекта для сохранения конфиденциальности.

¹⁰ Здесь и далее в круглых скобках указаны цитируемые полевые материалы, список которых приведен в Приложении.

¹¹ Исследование проводилось в стратегии кейс-стади, сбор данных продлился с декабря 2021 по март 2022 г. Основной корпус полевых данных составили: полуструктурированные интервью с участниками команды «*Annetum*» (13), спикерами мероприятий (2) и посетителями (8); данные включенного наблюдения на командных встречах (9), мероприятиях (2); анализ документов (76); анализ видеозаписей командных встреч (2), брифинга со спикером (1), смонтированных записей прошедших мероприятий (20), а также несмонтированных записей мероприятий (2).

¹² Более подробно переход от «*Annetum-1*» к «*Annetum-2*» рассматривается в статье: [Ляпугина, Кузнецов, 2024].

титься в полноценный и привлекательный¹³ для онлайн-аудитории *YouTube*-продукт (Инт. 11, 7, 10). Непривлекательность *YouTube*-«*Annetuma*» (назовем версию до изменений «*Annetumom-1*») связывали в числе прочего с длиной видео: видео минимально изменяли в монтаже, выкладывая на видеохостинг «полный метр» длительностью около полутора часов — от вступительных до завершающих слов ведущего. В период исследования команда посчитала, что такие видео не соответствовали привычкам онлайн-аудитории, привыкшей к гораздо более «короткому метру» (Инт. 11, 4, 8, 6). Поэтому длительность роликов нового онлайн-«*Annetuma*» должна была сократиться до 30–40 минут и в этих видео должны были оказаться все самые содержательные и интересные моменты офлайн-«*Annetuma*».

Но офлайн-«*Annetum-1*» не позволял непроблематично конденсировать себя до короткого насыщенного ролика (Инт. 7, 4, 11, 10, 2): в «*Annetume-1*» посетители могли включиться в разговор спикера с ведущим практически с самого начала и нарушить логичную линию разговора, выстраиваемую ведущим. При создании *YouTube*-продукта такая петляющая беседа требовала больших усилий по дополнительному сценарированию и редакции в монтаже, на что команда не готова была пойти. В связи с этим было решено изменить офлайн-«*Annetum*». Так появился на свет «*Annetum-2*», офлайн-версия которого оказалась более жестко структурирована и разделена на четыре части (Инт. 11, 10): «нарративную», «интерактивную», «живую» и «кулуарную». «Нарративная» часть представляла собой публичное интервью ведущего со спикером, в которое посетители теперь включаться не могли. За «нарративной» частью следовала «интерактивная»: интерактив, существовавший в «*Annetume-1*» и представлявший собой, как правило, краткую викторину, в которую вовлекали посетителей, — переместился из начала мероприятия в его середину. Далее начиналась «живая» часть: время вопросов посетителей и ответов спикера. Последняя, «кулуарная» часть осталась такой же, какой была в «*Annetume-1*»: после официального окончания мероприятия посетители могли в личном порядке обратиться к спикеру с вопросами, которые по какой-то причине не были заданы во время мероприятия. Первые три части участники команды называли «тактами взаимодействия» (Инт. 10), подчеркивая сценаризированный и драматургический характер действия, происходящего на «*Annetume-2*».

Большие изменения офлайн-«*Annetuma*» заставили команду переживать о его диалоге: голос посетителей нового структурированного «*Annetuma-2*» оказался отнесен в отдельный такт — захотят ли теперь посетители участвовать в диалоге офлайн-«*Annetuma*», будут ли «максимально включены», случится ли «живая беседа»? Как им помочь, при этом «не сходя с курса» по созданию качественного *YouTube*-продукта? Это были не праздные вопросы, но проблемы, вокруг которых создатели «*Annetuma*» выстраивали свою деятельность (Инт. 1, 7, 10, 11). Учет предполагаемых требований онлайн-аудитории изменил процессы фигуративизации офлайн-публик и одновременно с этим подсветил их для исследования: в момент сбора данных команда активно обсуждала, как найти баланс между офлайн- и онлайн-«*Annetumами*». Поэтому, несмотря на то что далее мы будем говорить именно о фигуративизации офлайн-публик как стороны диалога, мы будем регулярно

¹³ Привлекательность онлайн-«*Annetumom*» волновала команду и потому, что участники считали своей важной задачей привлечение внимания к Центру и создание «ядерной аудитории» его постоянных посетителей в том числе из зрителей «*Annetuma*» (Инт. 9).

обращаться к онлайн-«*Annetum*». Кроме того, напряжение между офлайн- и онлайн-«*Annetumами*» также подсоветит для нас других акторов, с требованиями которых авторы «*Annetumов*» вынуждены считаться при производстве диалога и придании формы его участникам.

От широкой публики к посетителям «*Аппетита*»

Прежде всего для производства диалога команде «*Annetuma*» нужно превратить аморфную «широкую публику» в конкретных посетителей мероприятия. Для этого команда «*Annetuma*» использует более или менее стандартные инструменты изучения аудитории и анонсирования грядущих мероприятий: анализ интернет-запросов, спецпроекты по сбору вопросов, сбор и анализ обратной связи, исследование соцсетей, мониторинг динамики присутствующих, поддержание контакта с аудиторией через рассылку, соцсети, мессенджеры, сайт Центра, продвижение через медиapартнеров, спикеров и другие активности Центра. Однако использованием этих стандартных инструментов команда не ограничивается. Не имея возможности описать всю работу по фигуративизации публик, которую производят акторы, мы остановимся на одном из вышеперечисленных «стандартных» сюжетов — на проверке не столь тривиальном — и добавим к нему сюжеты менее очевидные, но не менее любопытные.

Начнем с анонсов мероприятий, а именно формулирования тем для этих анонсов. Согласно участникам команды, «*Annetum*» «спикероцентричен» (Инт. 9), а четко сформулированной темы у «*Annetuma*» в принципе может не быть. Команда говорит об этом как об особенности формата «*Annetuma*» (Инт. 9, 6, 4)¹⁴. Важностью фигуры спикера во многом объясняется сложный процесс отбора спикеров и их «настройки» еще на этапе подготовки мероприятия, а также то, что в случае «*Аппетита*», скорее, нужно говорить о гибридах — «спикер-темах»: спикеры и темы в «*Annetume*» сложно отделимы друг от друга. Процессы оформления спикер-тем мы подробно описали в другой статье в контексте анализа фигуративизации наук в «*Annetume*» [Ляпугина, Кузнецов, 2024]. Здесь же интересно отметить следующее.

Во-первых, гибрид спикер-темы, который играет важнейшую роль в производстве эффекта диалога, позволяя выстроить неформальный, «живой», *вовлекающий посетителя* разговор спикера с ведущим, рассматривается командой как проблематичный при анонсировании мероприятий: чтобы аморфная «публика» трансформировалась в посетителей «*Аппетита*», ей *нужно* предложить сформулированную тему. Формулировка темы необходима для создания пресс-релиза — документа, на основе которого будут в дальнейшем сформированы анонсы мероприятия (Инт. 7). Да, люди могут, по мнению команды, прийти «на спикера», если он публичная личность и достаточно известен, но тема не менее важна, чтобы привлечь внимание представителей публики — которые, к примеру, со спикером не знакомы, но могут заинтересоваться темой (Инт. 4, 6). Процессы анонсирования и продвижения «*Аппетитов*» следуют логике мира медиа: в то время как офлайн-«*Annetum*» спикероцентричен и тема не имеет большого значения, «*Аппетит*» в мире медиа должен иметь отчетливый тематический контур.

¹⁴ Формат — один из ключевых терминов словаря наших акторов. Ранее мы определили формат как «набор обязательств, взятых командой “*Annetuma*” на себя для обеспечения стилистического единства мероприятий» [Ляпугина, Кузнецов, 2024, с. 19].

Во-вторых, тема должна быть оформлена для будущего *YouTube*-ролика: здесь нужна цепкая, привлекательная и содержательно емкая формулировка, на которую в будущем среагирует онлайн-аудитория. Некоторые участники команды настаивают, что формулирование темы для заголовка *YouTube*-ролика — это «отдельная редакционная задача» (Инт. 9; Дн. Л2; Т. Л2), тем самым разделяя офлайн- и онлайн-«*Annetumy*». Однако данные, полученные в ходе наблюдения, показывают, что, обсуждая спикер-темы офлайн-«*Annetumov*», некоторые участники команды принимают во внимание и эту задачу (Дн. Л2; Т. Л2). Здесь образуются споры, которые отражают непростые отношения между диалоговым офлайн-мероприятием и онлайн-«*Annetumom*». С одной стороны, первичен офлайн-«*Annetum*», беседа на котором может пойти в непредсказуемом направлении и который поэтому не должен иметь резюмирующей его содержание емкой формулировки, легко превращающейся в заголовок ролика (Дн. Л2; Т. Л2; Инт. 10). Но в то же время в формулировании заголовка видят подспорье при обсуждении спикер-тем, и цепкий заголовок может помочь участникам команды понять друг друга, «настроить» спикер-тему для производства диалога офлайн-«*Annetumata*» (Дн. Л2; Т. Л2). Таким образом, требования онлайн-«*Annetumata*» и ориентация на его потенциальную аудиторию могут влиять на процессы оформления спикер-тем, которые, трансформируясь, уйдут в релиз, поучаствуют в фигуративизации публик, вступят с ними в диалог на мероприятии.

К конфигурированию публик «*Annetumata*» имеют отношение и процессы менее очевидные, например, отбор «площадки» — конкретного кафе и ресторана, где будет проходить мероприятие. Площадку отбирают с учетом потенциальных предпочтений аудитории: 1) заведение должно быть похожим на места, куда обычно ходят посетители, и достаточно «популярно» (Инт. 7, 4); 2) заведение должно быть легко находимо и располагаться в центре города, чтобы до него можно было доехать из любой точки города (Инт. 1, 4, 7); 3) в заведении должны быть адекватные цены, чтобы посетители могли позволить себе пообедать (Инт. 7); 4) заведения должны варьироваться: разнообразие, по мнению команды, — также важно для посетителей (разве постоянно ходить в одно и то же место — это интересно?) (Инт. 7). Наконец, есть требования, напрямую связанные с форматом: 1) приличная репутация заведения, что исключает лаундж-бары, рюмочные, кальянные (Инт. 1, 4); 2) вместимость не менее 35–40 человек (Инт. 8). Остановимся немного подробнее на двух критериях из списка.

Возможность посетителей пообедать важна не только для того, чтобы люди пришли на «*Annetum*» и чувствовали себя комфортно, но и для соблюдения интересов площадок-партнеров. Между площадками и «*Annetumom*» существует дружеская договоренность: команда не платит площадкам за использование пространства. И если менеджеры площадки считают, что она теряет прибыль из-за «*Annetumata*» (посетители занимают целый зал, но не заказывают еду, а еще отпугивают других посетителей), то они могут отказаться от сотрудничества или изменить его условия (к примеру, изменив большой зал на малый) — такие случаи у команды «*Annetumata*» были (Инт. 6, 7, 4, 8). Так требование адекватных цен связано и с необходимостью выстраивать отношения с миром институций, поддерживающих «*Annetum*», — для того чтобы стабилизировать проект.

Требование о способности площадки вместить 35–40 человек, кажущееся формальным, однако, важно для инсценировки диалога офлайн и онлайн. Именно та-

кое число людей, по убеждению авторов «*Annetuma*», позволяет выстроить диалог, не уходя в «личный разговор», что не только не стыкуется с изначальной установкой ведущего «говорить на аудиторию», но и конфликтует с конвенциями *YouTube*, аудитория которого не терпит «кулуарности» (Инт. 4). Далеко не любой неформальный разговор на людях может быть считан посетителями и тем более внешними наблюдателями в качестве диалога или даже публичной речи — и не любое общение офлайн будет убедительным для онлайн-публики. Таким образом, для диалога «*Annetuma*» широкую публику важно не просто превратить в посетителей «*Annetuma*» — но в определенное их количество.

Требование к вместимости площадки, с одной стороны, и задача обеспечить необходимое число человек тесно связаны с таким инструментом, как онлайн-регистрация. Определение количества зарегистрировавшихся важно для диалога «*Annetuma*», так, слишком большое число посетителей, превышающее возможности кафе или ресторана, диалог «*Annetuma*» также не приветствует: в таком случае посетителей не удастся комфортно рассадить на площадке, пределы вместимости которой подлежат обязательной оценке (Дн. А1; Инт. 8, 6). При этом инструмент онлайн-регистрации интересен не только в силу своей функции рутинной стабилизации производства диалога: он позволяет рассмотреть, как команда «*Annetuma*» «инновировать» в моменты, когда инструменты рутинной стабилизации перестают работать.

В случае одного из «*Annetumov*» онлайн-регистрация стала ключевым инструментом, позволившим разрешить сложную ситуацию. За пару дней до мероприятия произошли большие социальные пертурбации, и команда проекта сомневалась, стоит ли проводить запланированный «*Annetum*», так как не была уверена, что соберется достаточно участников. Чтобы принять решение, команда решила спросить самих посетителей, хотят ли они прийти (Инт. 10). Связаться с ними помогла информация, введенная при регистрации: посетителям позвонили, и они уверили команду, что людей соберется достаточно (Инт. 10; Дн. А1). Так регистрация помогла сохранить саму возможность диалога с посетителями, экстренно стабилизировав «*Annetum*» в момент форс-мажора.

Кроме того, часть команды отмечала, что личный контакт при звонке становится дополнительным инструментом привлечения посетителя: человеку сложнее не прийти после того, как он пообещал это сделать в личном разговоре (Инт. 4, 7). Сама практика обзванивания посетителей не была регулярной, и появилась она чуть ранее в связи с поломкой формы регистрации. Согласно требованиям Министерства культуры, связанным со сбором информации о посещаемости¹⁵, регистрацию перенесли на сайт Центра. После переноса одна из кнопок новой формы регистрации не реагировала на нажатие: посетители думали, что не записались, когда на самом деле запись была создана. В результате команда получила множество повторяющихся записей и не могла понять, сколько человек на самом деле собираются прийти. Помогло обзванивание посетителей, позволившее установить примерное их количество (Инт. 7, 4, 6). Так инструмент регистрации, призванный стабилизировать производство диалога и обеспечивать связь «*Annetuma*» с миром институций, от которых проект зависит, вызвал к жизни новые практики, направ-

¹⁵ На момент исследования такая отчетность для Министерства культуры еще не формировалась.

ленные на стабилизацию самого инструмента. Эти практики, в свою очередь, подсказали научным коммуникаторам стратегию обеспечения устойчивости проекта в экстренной ситуации, а также новую стратегию для более точечной и управляемой фигуративизации публик — превращения далекой и непонятной широкой публики в реальных посетителей.

Итак, списки зарегистрировавшихся и обещавших прийти сформированы, аморфная широкая публика, которая призвана вступить в диалог с наукой, превратилась в (уже почти что) посетителей «*Annetuma*». Мы видим, что публики «*Annetuma*» начинают приобретать форму намного раньше начала мероприятия, а процессы их фигуративизации претерпевают влияние разных социальных миров, образующих временами противоречивые требования, которые команда стремится балансировать. В частности, речь о медиамире, интересы которого оказываются представлены требованиями не только *YouTube*-аудитории, но и медиалогики анонсирования, входящими в противоречие с запросами офлайн-диалога, — и мире институций, которые поддерживают проект. При этом необходимость стабилизации проекта вынуждает научных коммуникаторов привлекать и мобилизовывать новых акторов, образуя новые практики. В следующих разделах мы продолжим сцену графировать усилия акторов по приданию формы публикам «*Annetuma*»: впереди еще огромная часть работы, ведь посетителей нужно не только довести до мероприятия, но и трансформировать в участников диалога.

От людей, пришедших на мероприятие, к вовлеченным слушателям

Пришедшие на мероприятие люди, по мнению и опыту команды, — еще не сторона диалога. Раньше, до превращения «*Annetuma-1*» в «*Annetum-2*», посетители не готовы были сразу включаться в общение со спикером: комментировать и задавать вопросы (Инт. 1). Команда считала, что для этого посетителей нужно было сначала «разогреть» и вовлечь, предложив им некоторое «содержание» (Там же). Теперь, в «*Annetum-2*», где вопросы и комментарии посетителей оказались заключены в конкретном отрезке времени, задача «разогрева» и вовлечения стала еще более насущной.

Самый важный элемент, необходимый для превращения посетителей в сторону диалога, с точки зрения команды, — это разговор спикера и ведущего. И прежде чем посетители превратятся в сторону диалога, их необходимо трансформировать в вовлеченных слушателей этого разговора. Первостепенной задачей при этом становится *активация* спикер-тем, то есть раскрытие их достоинств непосредственно на площадке мероприятия. Важнейшая роль в этом отведена самим спикер-темам: не зря команда прилагает множество усилий по их форматированию¹⁶ на этапе подготовки «*Аппетитов*» [Ляпугина, Кузнецов, 2024]. При этом спикер-темы, прошедшие через эту комплексную процедуру, на самом мероприятии будут достаточно самостоятельны: для их активации потребуется не так много усилий. Но это не значит,

¹⁶ Форматирование можно определить как процесс отбора, о-пределения и о-граничения акторов в соответствии с требованиями формата «*Аппетита*», как их видит команда [Ляпугина, Кузнецов, 2024]. Дефисное описание слов «о-пределение» и «о-граничение» призвано подчеркнуть, что эти слова употребляются не в обычном значении, а отсылают к *практическим усилиям* по идентификации *пределов* компетенций акторов и оформлению и корректировке *границ* их поведения соответственно.

что их не нужно продолжать форматировать. И здесь в игру вступают ведущий и сценарий.

Сценарий — инструмент ведущего, который формируют сценаристы после предварительной встречи-обсуждения со спикером. В «*Annetume-2*» он отражает тактовую структуру мероприятия. Его основа — выверенные формулировки вопросов, помогающих ведущему выстроить логичный и понятный для слушателей разговор со спикером. При этом сценарий — вспомогательный инструмент: на площадке он уходит на второй план (Инт. 1, 4, 10). Беседа ведущего и спикера должна выглядеть естественной, не заскриптованной: чтение вопросов с листа этому способствовать не будет (Инт. 10). Одновременно с этим беседа должна, во-первых, уложиться в рамки своего «нарративного такта» (Дн. А1; Т. А1; Дн. Л1; Т. Л1), а во-вторых — раскрыть все достоинства спикер-темы, то есть самые интересные ее стороны, которые, как правило, определяются во время предварительного форматирования (Инт. 1, 4, 10). Только тогда разговор ведущего и спикера будет способен превратить посетителей во внимательных слушателей. Ведущий — именно тот актер, который отвечает за эту работу.

Подобная зона ответственности предъявляет требования к фигуре ведущего, и ведущих команда о-пределяет и отбирает коллективными усилиями. Так, эти о-пределение и отбор должны валидировать совместимость ведущих со спикер-темами. К примеру, ведущие должны интересоваться темой и немного в ней разбираться, хотя бы на уровне «знания непрофессионалов» (Инт. 4, 10, 7, 1, 11). Это позволит им лучше поддерживать разговор, если тот отходит от сценария, понимать, когда задать уточняющий вопрос, быть сфокусированными и одновременно живыми, но не уводить разговор в сторону, не особенно понятную и интересную посетителям (Инт. 4, 10, 1). В то же время между ведущими и спикерами должен быть контакт, что позволит сделать разговор живее и интереснее (Инт. 4, 7). Одновременно с этим ведущие также должны уметь следить за реакциями аудитории (слушают или нет? интересно или нет?) и отвечать на них, хорошо зная сценарий, но быть способными импровизировать, быть уверенными в себе, чтобы вовремя уточнять что-то у спикеров и возвращать разговор в нужное русло, а также помогать спикерам, «натягивая» провисающие нити разговора (Инт. 4, 1, 10). Ведущие должны оглашать сценарные такты мероприятия, указывая посетителям на роли, которые им предстоит играть в разные моменты «*Annetuma*», а затем следить за соблюдением этих сценарных тактов (Дн. А1; Т. А1; Дн. Л1; Т. Л1; Инт. 10), то есть прежде всего за временем: при нарушении тайминга под угрозой будет как раскрытие достоинств спикер-темы (не успеют рассказать все самое интересное и полезное), так и вовлечение посетителей (не смогут узнать интересное и полезное, не переключатся на общение со спикером, не захотят или не успеют задать интересующие вопросы). Таким образом, ведущие должны обладать целым рядом компетенций, чтобы в режиме онлайн форматировать спикер-темы, делая их способными трансформировать посетителей в вовлеченных слушателей.

Однако вспомним, что у команды проекта есть обязательства перед онлайн-«*Annetumom*»: ведущий также отвечает за то, чтобы происходящее на офлайн-«*Annetumite*» можно было превратить в интересное для *YouTube*-аудитории видео. Это предъявляет к фигуре ведущего дополнительные требования. Так, он должен уметь работать на камеру, переключаясь с обращений к онлайн-аудитории на аудиторию

офлайн (Инт. 10, 4)¹⁷. Кроме того, с переходом от «*Annetuma-1*» к «*Annetumu-2*» команда стала рассматривать возможность звать на «*Annetумы*» в качестве ведущих популярных в медиа людей, чтобы привлечь к проекту и к Центру дополнительное внимание, и онлайн, и офлайн (Инт. 1, 4, 7, 11; Дн. Л1; Т. Л1). Это конфликтовало с желанием возвращать собственных квалифицированных ведущих из сотрудников Центра, повышая устойчивость проекта (некоторые сотрудники регулярно выступали ведущими «*Annetумов*») (Инт. 1; Дн. Л1; Т. Л1). Конфликт проявлялся в динамичных командных обсуждениях. У него были и другие измерения: желание привлечь медийного ведущего могло конфликтовать с: 1) требованием хорошей совместимости ведущего со спикер-темой (так для «*Annetuma*» с врачом «идеальным попаданием» была сценаристка, сотрудница Центра); 2) с особенностями бюрократической и организационной жизни «*Annetuma*»: «внешний» ведущий — это дополнительная статья ограниченного бюджета, который нужно согласовывать заранее, при достаточно коротком цикле создания мероприятий; «внутренний» ведущий — бюджетнее и проще (Дн. Л1; Т. Л1).

За превращение посетителей в вовлеченных слушателей отвечают не только главные герои, перформанс которых находится в центре внимания аудитории «*Annetuma*» в день мероприятия. Производство вовлеченных слушателей происходит уже на моменте отбора площадки. Команда «*Annetuma*» предъявляет к площадке целый ряд «технических» требований: 1) хорошее звуковое оборудование, чтобы посетителям было лучше слышно спикера и ведущего: их речь транслируется через колонки в зале (Инт. 8, 7); 2) возможность подвесить дополнительный «свет», что важно для видео «*Annetuma*» (Инт. 8); 3) точка, куда можно «безопасно» посадить спикера и ведущего, создав пустую зону между ними и посетителями: при наличии безопасной зоны посетителей в первом ряду не будут беспокоить сидящие на высоких стульях спикеры и ведущие, ведь когда «нога спикера тебе в тарелку лезет, это не очень прикольно» (Инт. 8); 4) людям должно быть видно спикера и ведущего из любого места в зале, а значит — никаких колонн (Инт. 7); 5) в зале не должно быть шумно, а значит — никакой открытой кухни или бара (Инт. 8, 7, 4). В день мероприятия технический продюсер и техническая команда приезжают заранее, чтобы подготовить площадку к проведению мероприятия. Они ставят, развешивают, проверяют и настраивают оборудование, создают «безопасную» зону (Дн. А1; Дн. А2; Инт. 8): здесь техническая команда во главе с продюсером мобилизует «техническое» измерение, которое оценивала при выборе площадки, подготавливая последнюю для диалога и оформляя как будущий перформанс спикер-тем, так и поведение посетителей — чтобы посетители могли следить за разговором спикера и ведущего, не испытывая напряжения. При этом мы видим, что такое оформление сцены будущего действия нужно не только офлайн-, но и, разумеется, онлайн-«*Annetumu*»: техническая команда и продюсер стремятся создать красивую и непроблематичную с точки зрения записи картинку, а также обеспечить хороший звук, чтобы избе-

¹⁷ В момент исследования команда «*Annetuma*» активно обсуждала, как стоит вести себя ведущим, чтобы переключение происходило бесшовно, а также отдельные части сценария, которые могли провоцировать конфликт офлайна и онлайн. Например, сложности вызывала необходимость дважды обратиться к онлайн-аудитории с фразой «Подписывайтесь на наш канал» (в начале и в конце видео), которая, по мнению части команды, звучала не очень естественно для офлайн-аудитории: ее было сложно «настроить» сразу на две публики (Т. В.; Дн. Л2; Т. Л2).

жать ненужных сложностей при постобработке и монтаже видеоролика для *YouTube* (Инт. 8; Дн. А1). Таким образом, мы наблюдаем и стремление учесть интересы медиамира с его требованием технически качественного и красивого контента, чтобы завоевать онлайн-аудиторию, и мира институционального, где работа должна быть выполнена в срок, а количество затраченных на нее ресурсов — оптимизировано.

Задачу мобилизации возможностей площадки и их согласования с требованиями диалога «*Annetuma*» подхватывают продюсеры, которые встречают посетителей на площадке и помогают им рассестся. Почему команда предпочитает вмешаться в этот на первый взгляд тривиальный процесс? Посетителей стараются рассаживать так, чтобы те, кто хочет сидеть вместе, смогли сесть вместе, а посетители-одиночки не занимали столики, за которыми мог бы уместиться целый «комплект». Это связано с комфортом и дискомфортом посетителей, которые, по мнению команды, влияют на возможность превращения посетителей в вовлеченных слушателей, а затем — в сторону диалога: тот, кому некомфортно, с меньшей вероятностью станет и первым, и вторым.

До этого момента мы много говорили о согласовании требований онлайн- и офлайн-«*Annetumov*». Но есть еще одно измерение «*Annetuma*», которое требует внимания организаторов в контексте разговора о превращении пришедших на «*Annetum*» людей в вовлеченных слушателей. Оно уже неоднократно проглядывало сквозь повествование. Речь о «подверсии» офлайн-«*Annetuma*», «*Annetume-как-досуге*», а именно — как о месте, куда люди могут прийти поесть и приятно провести время в выходной день. Команда «*Annetuma*» полагает, что для некоторых людей «наполниться» полезным научным содержанием может быть второстепенной целью, тогда как первостепенная — выбраться из дома в центр города, недорого и вкусно пообедать, провести время с семьей или друзьями (Инт. 11, 7). Кроме этого, люди должны есть еще и потому, что в противном случае площадка, партнер «*Annetuma*», может отказаться от сотрудничества из-за потери прибыли (Инт. 1, 4, 6). Поэтому команда стремится организовать «*Annetum*» так, чтобы «научно-коммуникационная» подверсия офлайн-«*Annetuma*» («*Annetum-как-научно-коммуникационный-проект*») не конфликтовала с «досуговой» («*Annetum-как-досуг*»): люди должны иметь возможность и поесть с комфортом, и стать вовлеченными слушателями разговора спикера с ведущим. А конфликтовать они очень даже способны. Так, переговаривающиеся с посетителями и постоянно перемещающиеся по залу официанты не способствуют вдумчивому погружению в содержание разговора спикера с ведущим. Поэтому ведущие «*Annetuma*» просят посетителей заказывать еду заранее (Дн. А1; Дн. А2). Для такой просьбы есть и другая причина: «*Annetum-как-досуг*» может конфликтовать и с онлайн-«*Annetumom*»: ходящие туда-обратно перед камерой официанты мешают съемке и увеличивают количество работы при подготовке ролика для *YouTube* (Инт. 8).

Таким образом, важный для офлайн-«*Annetuma*» элемент — обедающие посетители — создает напряжение, существуя в контексте противоречивых требований, которые команда стремится сбалансировать¹⁸. И это напряжение позволяет увидеть,

¹⁸ В контексте этого конфликта стоит упомянуть любопытный сюжет. Еще во времена «*Annetuma-1*» команда хотела «перенести» расслабленную атмосферу «*Annetuma-как-досуга*» в онлайн-«*Annetum*»: режиссер снимал на ручную камеру элементы обстановки, как едят и пьют посетители, и это в небольшом объеме включалось в *YouTube*-версию. Но по комментариям на видеохостинге команда сделала вывод, что онлайн-зрителей это, скорее, раздража-

что «*Annetum*» не просто кросс-локален в смысле существования на пересечении различных пространств (офлайн- и онлайн-) и социальных миров (мир медиа, мир науки, миры поддерживающих проект институций), но еще и множественен: офлайн-«*Annetum*» состоит из подверсий, предполагающих разные практики, и не все эти практики находятся в непроблематичных отношениях друг с другом и с производством диалога.

Переключаем тумблер: от вовлеченных слушателей к дисциплинированным собеседникам

Главный такт «*Annetuma-2*», отвечающий за его «диалоговость», — это «живой такт» с вопросами посетителей и ответами спикера. Именно возможность задать вопрос (оцениваемая командой по анкетам обратной связи), количество этих вопросов (оцениваемое командой в зале) и «качество» вопросов (прохождение проверки на адекватность, которая также оценивается участниками команды в зале) в первую очередь говорят команде, был или не был успешен диалоговый офлайн-«*Annetum*» (Инт. 12, 6, 1, 5, 7, 4; 3; Т. Л2).

Мы уже знаем, что команда проекта считает: посетителей сначала нужно вовлечь в разговор спикера и ведущего, чтобы появились вопросы. Но команда опасалась, что этого может быть недостаточно: успешно трансформировавшиеся в слушателей посетители могут не трансформироваться в задающих вопросы — их нужно расшевелить, «проснуть» (Инт. 1, 5, 9, 4). Нужен инструмент, переводящий посетителей из одного режима в другой. Таким инструментом стал интерактив, существовавший и в «*Annetume-1*», но в начале мероприятия: так как посетители могли вмешиваться в беседу спикера и ведущего с вопросами и комментариями с самого начала, их необходимо было сразу ввести в «активный» режим (Инт. 1, 4, 5). Теперь эта необходимость стала еще более насущной, так как фигурация слушателей могла по инерции амортизировать начало следующего такта и одного лишь заявления ведущего о переходе к вопросам посетителей могло быть недостаточно. Чтобы расшевелить посетителей и ввести их в активное взаимодействие со спикером, команда предлагала посетителям отвечать на вопросы ведущего — поднимая руки, отмечая про себя ответы на вопросы или давая ответы вслух, а спикеру — комментировать результаты этой активности (Инт. 1, 4; Дн. А1; Т. А1; Т. Л1). Так «интерактивный» такт стал играть роль драматургической «смычки» (Инт. 11) между «нарративным» и «живым» тактами «*Annetuma*», превратившись в своеобразный тумблер, призванный изменить фигурацию посетителей. Кроме «пробуждения» посетителей, интерактив также должен был дать им время подумать о том, какие бы вопросы они хотели задать. Отметим, что интерактив, по мнению команды, нужен не всегда: иногда слушатели уже «разогреты» и готовы превратиться в вопрошающих без дополнительной помощи. Задача оценки этой готовности лежит на ведущем — главном «контролере» элементов «*Annetuma*» (включая спикер-темы и посетителей) во время мероприятия¹⁹.

ет, — и от подобного отказались. Так, перенос важных черт «*Annetuma-как-досуга*» в онлайн оказался проблематичным (Инт. 8).

¹⁹ Бывают случаи, когда интерактив считается участниками команды как «неуместная» по отношению к спикер-теме активность, и за оценку этой уместности отвечают сценаристы при разработке сценария. Так произошло на одном из «*Annetumov*», что мы наблюдали: сценаристка не приготовила интерактив, посчитав эту активность несовместимой со спикер-те-

Но вот начинается важнейшая часть «*Annetuma*» — «живой такт». Посетители поднимают руки и по очереди задают несколько вопросов, спикер отвечает. Вдруг возникает пауза — кажется, вопросы начали «затухать» раньше времени. Тогда могут включиться участники команды в зале — и также задать вопрос. Участники команды связывают задавание вопросов в «живом такте» и с личным интересом, и с задачей подать пример посетителям: показать им, что говорить нестрашно, и дать дополнительное время подумать над вопросами, не переживая некомфортную паузу (Инт. 4, 1, 11, 6, 7). Может подключиться и ведущий, также заполняя паузу и при этом продолжая оформлять спикер-тему: например, задав не заданный в первой части мероприятия вопрос из сценария (Инт. 4; Дн. А1; Т. А1). Но на ведущем лежит ответственность за поведение сразу множества элементов «*Annetuma*». И участники команды в зале представляют собой контур контроля, который берет на себя задачу поддержки и направления тех элементов «*Annetuma*», которые «сходят с курса». К примеру, ведущий может увлечься разговором со спикером и не уследить за временем, что нарушит течение тактов мероприятия (Дн. Л1; Т. Л1) и помешает диалогу посетителей со спикером. Чтобы этого не произошло, о том, что время заканчивается или уже закончилось, знаками просигнализирует продюсер из зала (Дн. Л1; Т. Л1; Инт. 4).

Если до этого момента мы рассматривали то, как команда проекта стремится «активировать» посетителей, то теперь важно подчеркнуть: при производстве эффекта диалога команда «*Annetuma*» решает не проблему рекрутинга, но дилемму рекрутинга — контроля. Ее задача — не только подтолкнуть посетителей к задаванию вопросов, но и дисциплинировать их. Контроль предполагает в том числе о-граничение свободы посетителей, как мы уже видели в связи с конфликтом «*Annetuma-как-досуга*» и «*Annetuma-как-научно-коммуникационного проекта*». Так, в «живом такте» взаимодействие посетителей и спикера не аморфно, свободно от правил: им чутко дирижирует продюсер в зале (Дн. А1; Инт. 6, 1). Продюсер управляет микрофоном, который, в свою очередь, управляет «голосом» посетителей: после поднятия руки он спешит к посетителю, желающему задать вопрос, и вручает тому микрофон, а когда вопрос задан — почти всегда забирает микрофон. Это связано с тем, что посетители не должны злоупотреблять своим «правом голоса» (Инт. 1): «порции диалога» следует равномерно распределять по желающим задать вопрос. О подобных негласных, но вполне реальных правилах диалога свидетельствует недовольное (хоть и дружелюбное) «бурчание» продюсера, когда на одном из «*Annetumов*» посетитель задал сразу несколько вопросов подряд (Дн. А1).

О-граничение свободы посетителей как собеседников происходит не только в связи с требованием равномерного распределения возможности задать вопрос, но и в связи с содержанием вопросов и комментариев. Положительно оценивая, как прошел «*Annetum*», участники команды упоминали не только количество вопросов, но и их качество: посетители задавали «классные» вопросы (Т. Л2). Так, о своей готовности вмешаться во взаимодействие посетителей со спикером и о-граничить их участники команды говорят и в таком контексте: иногда на «*Annetum*» приходят «странные люди» (Инт. 6), от которых команда готова ожидать «нетривиальных» (Инт. 5, 6) вопросов. Участники команды отмечают, что в случае некоторых «нетри-

мой. Впоследствии это было расценено как просчет: в момент перехода к вопросам в зале «повисло» молчание и не поднялось ни одной руки (Дн. А2; Т. А2; Инт. 3).

виальных» вопросов продюсеры в зале «морально готовы забрать микрофон аккуратно» (Инт. 6; Инт. 5, Дн. А1; Т. А1)²⁰.

Однако для успешной трансформации посетителей в собеседников науки «*Annemuma*» о-граничивать приходится не только посетителей, но и других акторов. В частности, такое о-граничение ярко проявляется в контексте съемки видео для онлайн-«*Annemumov*». Ранее, когда «*Annemum-1*» только начинали записывать на видео, команда переживала: не отпугнут ли камеры офлайн-посетителей, не будут ли отвлекать их от содержания встречи, мешая вовлечению (Инт. 8, 1)? Камер в зале целых четыре, причем три из них размещаются на треногах и сопровождаются операторами, а четвертая перемещается по залу в руках режиссера: казалось бы, не заметить их сложно. Но, основываясь на своих наблюдениях и разговорах с посетителями после мероприятий, создатели «*Annemuma*» пришли к выводу, что камеры не влияют на вовлечение посетителей: последние быстро забывают о съемке и, более того, рады, что смогут увидеть себя на видео в интернете (Инт. 8, 1). Этому способствовали усилия технической команды: так, режиссер, управляющий ручной камерой, медленно и плавно перемещался по залу, снимая участников диалога и детали обстановки с разных ракурсов. Аккуратные и плавные перемещения призваны были превратить участников технической команды в «ниндзя» (Инт. 8) и таким образом ограничить «инвазию» онлайн-«*Annemuma*» на территорию диалогового офлайн-мероприятия. И все же «диалоговость» в «*Annemume-1*» регулярно нарушала деликатно конструируемую гармонию: внезапный вопрос посетителя во время разговора спикера с ведущим заставлял режиссера «нестись по головам» в другой конец зала, чтобы успеть заснять человека, задающего вопрос. По мнению команды, это отвлекало посетителей от разговора спикера с ведущим, разрушая вовлечение. Но «страдал» не только «*Annemum-как-научно-коммуникационный-проект*», но и «*Annemum-как-досу*», так как «нестись по головам» тех, кто обедает, еще хуже, чем по головам вовлеченных слушателей (Инт. 8). В структурированном «*Annemute-2*» конфликт онлайн и офлайн в этом случае преодолеть стало проще: так как вопросы посетителей оказались заключены в отдельный такт, они больше не заставляли режиссера врасплох. Дополнительным инструментом, позволяющим режиссеру оставаться «ниндзя», стали сигналы продюсера, отслеживающего очередность поднятия рук: продюсер заранее показывал режиссеру, кто и где задаст следующий вопрос. Так переход к «*Annemumu-2*» не только усилил напряжение между онлайн- и офлайн-версиями проекта, но и в определенной степени стал способствовать диалогу офлайн-«*Annemuma*»²¹.

²⁰ За время сбора данных подобного не наблюдалось, хотя нетривиальные вопросы, по словам команды, были. Определить нетривиальные вопросы затруднительно, но можно предположить, что их содержание очень сложно связать, ассоциировать с наукой «*Annemuma*» (Инт. 5). Об этом будет сказано далее.

²¹ И все же достичь искомого баланса выходит не всегда: так, на одном из «*Annemumov*», где проводилось наблюдение, посетители отмечали, что камеры им мешали, закрывая обзор. Одновременно с этим отмечали тесноту, которая была связана с изменением площадки мероприятия в последний момент: она была куда меньше, чем та, на которую рассчитывали организаторы, из-за чего некоторым посетителям даже не хватило мест (Инт. 15, 16; Дн. А1). Это вновь указывает на то, что размер площадки важен, чтобы снижать напряжение между онлайн- и офлайн-«*Annemumami*».

От дисциплинированных собеседников — к убежденным наукой «Аппетита»?

Выше мы подняли вопрос о «классных» и «нетривиальных» вопросах посетителя, который позволит перейти к обсуждению последней фигурации публик «Аппетита». Почему «классные» вопросы для команды предпочтительнее «нетривиальных»? Ведь можно было посчитать, что любые вопросы — это хорошо, любые позиции могут и должны быть выражены. И что это все-таки такое — «классный» вопрос?

Предпримем попытку в этом разобраться, обратившись к тому, что происходит в диалоге «Аппетита» с научными утверждениями и как это должно, по замыслу команды, трансформировать посетителей «Аппетита».

В вопрос-ответной коммуникации «Аппетита» посетители не являются простыми реципиентами научных утверждений. Они также их активные со-создатели: задавая вопросы спикеру исходя из собственных интересов, они модифицируют эти утверждения. Так, на «Аппетите» с врачом один из посетителей, отталкиваясь от личного примера, задал спикеру вопрос о связи частоты и интенсивности проявлений болезни с образом жизни. Отвечая на вопрос, спикер достроил научное утверждение по запросу посетителя, снабдил его персонализированными «грузами»²²: рассказал о существовании исследований, о возможных факторах влияния на частоту и интенсивность, о том, что действительно есть указания на связь образа жизни и этих параметров (Т. А1). По сути, «Аппетит» позволил посетителю самому найти новых союзников для научного утверждения — связать его с новыми, важными и актуальными для посетителя вещами (личным опытом, понятием образа жизни), которые в результате сработают на его собственное убеждение. Так вопрос-ответная коммуникация обеспечивает науке «Аппетита» главного союзника — самого посетителя. Участники команды говорят об этом в контексте запоминания посетителями информации: «...потому что все-таки это диалогичный формат, и если все вопросы мы зададим спикеру сами, то из зала не будет никаких вопросов... <...> Как мне кажется, люди хуже запомнят информацию, если они не захотят ее спросить сами» (Инт. 5). При этом, как мы увидим ниже, запоминанием информации желаемые изменения посетителей не ограничиваются. Успех модификации научных утверждений в диалоге «Аппетита» во многом должна обеспечить фигуративизация публик на этапе подготовки «Аппетита» (когда команда стремится изучить свою аудиторию и представить себе, кто и зачем придет на грядущий «Аппетит») — и фигуративизация наук: оформление спикер-тем таким образом, чтобы те оказались уже предварительно ассоциированы с важным и актуальным для посетителей, как это «считывает» команда.

Правда, за подобное приходится платить, отдавая научные утверждения в руки посетителей, что может быть рискованно. Но у организаторов есть инструменты контроля: спикер и ведущий могут о-граничить, направить разговор в нужное русло. Спикер способен связать важные для посетителя и «адекватные» для науки элементы в единое непротиворечивое и устойчивое целое. Ведущий может ему помочь, например, переформулировав или дополнив вопрос [Т. А1]. И все же подобное не всегда возможно. Вдруг посетитель спросит что-то настолько «нетривиальное», что

²² «Грузы» (*loads*) — это акторы-союзники, которых инноватор/фактостроитель присоединяет к своему высказыванию (инновации, научному утверждению), стремясь убедить нужных акторов и изменить их поведение [Latour, 1990].

никак не сможет образовать ассоциацию с научным утверждением? В перспективе ANT невозможность такой ассоциации означает, что перемещение в рамки референции, подразумеваемые вопросом посетителя, введение новых персонажей, действующих в этих рамках, разрушает эффект объективности, а значит, убедительности научного утверждения, так как производитель научного утверждения не может заставить новых персонажей играть по правилам, определенным научным консенсусом. Их не получается дисциплинировать, чтобы произвести «след», наложимый на повествование спикера-ученого — а затем вернуться к автору и его утверждению и подтвердить его [Latour, 1988]. «Нетривиальный» вопрос опасен именно этим. Но почему такая ассоциация важна для команды «Annetuma»? И почему принципиальны правила, определяемые научным консенсусом? Команда «Annetuma» видит своей основной задачей развлекательное просвещение, усвоение посетителями «полезного» в бытовом и социальном смысле знания (Инт. 9, 4, 6), и это касается не только разговора спикера с ведущим, но и «живого такта». Какое знание «полезно» с позиции команды? Прежде всего то, которое находится в пределах существующего научного консенсуса: спикер-темы обязаны отвечать этому критерию [Ляпугина, Кузнецов, 2024]. Поэтому вопросы посетителей должны позволять спикеру связать себя с утверждениями в заданных рамках научности, иначе развлекательного просвещения не произойдет.

Здесь нужно внести уточнение. На другом «Annetume», мероприятии с социальным ученым, описанная выше схема приобрела дополнительные измерения. Модификации научного утверждения со стороны спикера, отвечающего на вопрос посетителя, могут апеллировать не только к «научному», но и к «личному». «Грузы» личного опыта могут навешиваться на утверждение и со стороны спикера. Представляется, что такая практика может зависеть от специфики спикер-тем. В целом команда не порицает обращение к личному опыту в том числе во время разговора с ведущим, если он осознается спикером именно как личный опыт, а не как научная экспертиза, то есть если спикеры производят это различие, делают его явным для всех присутствующих на «Annetume» (Инт. 9). Но в случае «Annetuma» с социальным ученым отступления от «строго научной» рамки и уход в личный опыт не просто не порицались и допускались: они выполняли важную фигуративизирующую функцию, которую предполагали создатели «Annetuma»; собственно, даже самому «интересному и полезному», «понятному» научному содержанию пришлось отступить на второстепенные позиции — и команда это допустила:

...может быть, к концу «Аппетита» нам не так чтобы удалось это собрать все воедино так, чтобы это было совсем просто и понятно. Но я надеюсь, что каждый, может быть, вынес для себя какой-то маленький рецептик. Потому что я понимаю, что, наверное, это немножечко за пределами даже ее [спикера] <...> профессиональной деятельности (Инт. 3).

«Рецептики», о которых идет речь в словах ведущей, — это комментарии и советы спикера, которые и она сама, и создатели «Annetuma» позиционировали как выходящие за пределы строгих рамок научной компетенции спикера и содержащие солидную долю «личного» (Инт. 14, 3). Мы наблюдаем здесь любопытное движение: чтобы сделать более убедительной для посетителей науку «Annetuma», иногда нужно сделать шаг в сторону от строгости научных утверждений. Нужно изменить

конфигурацию спикер-темы, допустить послабление о-граничений, усилить «личное». Более того, можно признаться, что у науки в принципе нет ответов на волнующие посетителей вопросы (Т. А2)! Это должно было валидировать переживания посетителей (Инт. 14), придавая вес их собственным суждениям и комментариям, а с точки зрения науки «*Annetima*», «ослабляя» ее, одновременно с этим призвано было ее усилить. Здесь важно отметить: личные истории и советы спикера и даже указания на отсутствие у науки ответов на вопросы посетителей не означали невозможности ассоциировать с этими вопросами научное содержание, просто эта ассоциация выстраивалась иначе. Например, посетителям говорили: у науки нет ответа на вопрос «что делать?», но отвечать на него не в ее компетенциях. Зато с помощью науки можно обрести новые перспективы, которые позволят осмысливать и совершать выборы в собственной жизни. Это отражено в следующем комментарии спикера:

Поскольку я работаю именно в зоне гуманитаристики, <...> мне кажется, что <...> это история про опыт каждого конкретного человека и про то, как этот опыт можно <...> концептуализировать, <...> объяснить для себя через какие-то категории, через какие-то принципы, через какие-то убеждения, и как, соответственно, чуть более субъектно и агентно относиться к собственной жизни и к тем решениям, которые мы принимаем (Инт. 14).

Примером применения предлагаемых наукой концептуализаций и становились личные истории и «рецептики» спикера. В итоге наука «*Annetima*» становилась сильнее. Ограничивая свою компетенцию, несколько меняя правила игры по сравнению с «*Anнетитом*», где участвовал врач, она продолжала утверждать себя, при этом подчеркивая собственную «недостаточность» без тех, кто способен воспринять ее перспективу, — посетителей «*Annetima*».

Наконец, подсветим те трансформации, которые посетители должны претерпеть в диалоге с наукой «*Annetima*». Рассмотрим следующие высказывания продюсера и спикера-врача:

...ну, мы занимаемся наукой, мы знаем, как это правильно лечить, как с этим работать, что с этим делать, — как по науке. Понимаем, что люди не знают, когда говорят: у меня [болезнь]. <...> Вот, и мы хотим людей... сообщить, что разная [болезнь] бывает, от разного она происходит. Что с этим делать, как это отслеживать <...> (Инт. 7).

Как бы просто эти идеи о том, что это важное заболевание... <...> Оно важное и в экономическом смысле, и в смысле социальном. То есть люди стигматизируются, они очень страдают, что они не могут планировать свою жизнь и что [болезнь] влияет не только на них, но и на семью, на родственников и коллег по работе — ну, то есть вот это все тоже хотелось бы рассказать (Инт. 13).

В случае «*Annetima*» с врачом участники команды и спикер рассчитывают, что при контакте с наукой «*Annetima*» посетители станут не просто активными вопрошающими, но убежденными сторонниками науки «*Annetima*», ее союзниками. И последняя трансформация, которую хотят совершить организаторы «*Annetima*»,

предполагает изменение их социальных идентичностей. Социальные идентичности в ANT — динамические, изменяющиеся конструкции, образуемые множеством связей, в которых оказывается актор. При изменении этих связей трансформируются и идентичности акторов [Callon, Rabearisoa, 2003]. Создатели «Annetuma» стремятся связать его научное содержание с элементами повседневной жизни посетителей — и выстроить для науки «Annetuma» новые связи. Если посетители оказываются убеждены, принимают науку «Annetuma» — их социальные идентичности изменятся. Так, создатели «Annetuma» и его спикер рассчитывают, что посетители, страдающие от болезни, перестанут заниматься самолечением, когда узнают, как эта болезнь «работает», — и место неработающих средств в их домашних аптечках займут проверенные медицинские препараты. А еще появится убеждение, что с болезнью можно продуктивно сосуществовать: не обязательно мириться с тяжелым состоянием. Так описанный медицинской наукой механизм болезни позволит больным переопределить свои отношения с заболеванием. В то же время они перестанут считать себя немногочисленными и недостаточно продуктивными «статистами», когда мучаются от симптомов болезни на работе, не справляясь со своими обязанностями. Они станут Большим Числом Людей, которые на самом деле страдают и, по тяжести своего состояния, действительно не могут во время обострения работать. Они также станут гражданами, о которых обществу стоило бы больше задумываться и заботиться (Инт. 13; Т. А1).

Так ли обстоит дело в случае «Annetuma» с социальным ученым? Здесь тоже, безусловно, речь идет про принятие науки «Annetuma» и про трансформацию посетителей. Одна из трансформаций имела в виду изменение социальных идентичностей и поведения, но скорее за счет обретения посетителями новых рамок референции, новых концептуальных инструментов для осмысления собственных решений. Здесь наука не предлагала определенного (научным консенсусом) «правильного» поведения, а предлагала скорее инструмент, соединяясь с простыми, не совсем входящими в сферу компетенций спикер-темы поведенческими рецептами. Другая же трансформация должна была касаться аффектов посетителей еще на самом мероприятии (способность спикер-темы взаимодействовать с аффектами посетителей оценивалась на этапе о-пределения спикер-темы). На это указывает комментарий сценаристки и ведущей мероприятия:

Ну, во-первых, я хотела терапевтичного какого-то диалога... <...> То есть мне хотелось, чтобы мы вошли в какое-то общее эмоциональное поле, скажем так. То есть сообщество создать. Второе — мне хотелось, чтобы люди ушли... может, они разное про себя отметят, но с каким-то пониманием, что дальше делать (Инт 3).

Таким образом, обращаясь к разным мероприятиям в рамках одного проекта, мы наблюдаем вариацию практик фигуративизации и предполагаемых трансформаций публик. Эта вариация требует дальнейшего изучения.

Итак, эффект диалога в наблюдаемых «Annetumax» должен был способствовать изменению социальных идентичностей посетителей и превратить их в союзников науки «Annetuma». Но здесь важно отметить: хотя у участников команды, спикера и ведущего есть инструменты, которые помогают им сделать научное высказывание убедительным для посетителей, убеждение и действительная трансформация посетителей все же предполагает изменение поведения. Выбросят ли больные «на-

родные средства» из аптечки? Посетив мероприятие, начнут ли друзья, коллеги, работодатели больных иначе к ним относиться? Используют ли посетители новую предложенную им перспективу анализа, осмысления и оценки собственных решений? «...судьба того, что мы говорим и делаем, — в руках дальнейших пользователей» [Latour, 1987, p. 29]. И что посетители сделают с наукой «*Annetuma*» за его пределами, создатели проекта контролировать не могут.

Заключение

В заключение мы представим размышления о значимости полученных результатов для исследований медианаучной коммуникации и для исследований производства научных фактов и инноваций. Мы также укажем на возможные направления дальнейших исследований.

Исследования медианаучной коммуникации

1. Наши результаты исследования публик в диалоге медиапроекта указывают на важность дальнейшего изучения проблем, стратегий и практик научных коммуникаторов. Рассматривая процессы фигуративизации публик через обращение к материальным практикам производства медианаучной коммуникации, мы увидели, что на фигуративизацию публик оказывает непосредственное влияние то, как научные коммуникаторы стремятся выстроить отношения с различными социальными мирами: миром медиа, миром институций, поддерживающих проект, миром науки. Кроме того, в контексте существующего в работах о ДМП понимания публик именно прослеживание практической работы по фигуративизации публик позволило увидеть, что: а) за «активными» публиками ДМП, как их определяют в литературе, стоят различные роли, реализация и переключение которых обеспечиваются большим количеством кропотливой работы («максимально включенные» посетители «*Annetuma*» — не результат устранения барьеров «свободного» диалога, а результат материальной практической сборки и согласования требований множества акторов); б) концептуализация публик как активных контрибьюторов и со-создателей ДМП нуждается в развитии: публикации «*Annetuma*» с самых ранних этапов подготовки мероприятия не только оформляются сами, но и участвуют в конфигурировании «сборки» самого «*Annetuma*» — например, через опосредованное научными коммуникаторами участие в фигуративизации наук; в) при этом некоторые фигурации публик (например, вовлеченные слушатели) вполне могли бы быть «считаны» как свидетельство дефицитного подхода и стать основанием для критики, но, сцениграфируя диалог «*Annetuma*», мы показали, что создатели проекта видят эту фигурацию необходимой для превращения посетителей в собеседников науки. Так, обращение к знакомым коммуникативным жанрам в ДМП может являться не барьером, а свидетельством рефлексивной работы научных коммуникаторов, рассматривающих это как необходимую ступень в строительстве диалога. Мы также увидели нуждающуюся в дальнейшем изучении вариацию практик фигуративизации публик в рамках одного проекта: «убежденные сторонники науки “*Annetuma*”» могут предполагать различные трансформации, которые в нормативной перспективе PES вряд ли могут быть интерпретированы одинаково и однозначно (как «диалоговые» или нет).

2. Следовательно, результаты исследования также подтверждают важность аргумента об использовании не исходящих из нормативности подходов к исследованию ДМП, включая отбор проектов и интерпретацию результатов. Отбор и критическая оценка проектов, исходя из представлений о должных (и «недолжных») ролях и трансформациях публик, связываемых с отдельными форматными особенностями, скорее контрпродуктивны. Теоретические и методологические достижения STS, в согласии с ключевыми концептуализациями PES, перефокусируют нас с проблемы ожиданий соответствия на вопросы «что производят ДМП, стремящиеся организовывать коммуникацию науки и общества в духе диалога?» и «кто, как и почему вовлечен в это производство и какие трансформации претерпевает?» Так, перспектива ANT фокусирует исследователей на новых местах и новых формах взаимодействия наук и публик, не сводя разговор о вовлечении и диалоге до императива горизонтального обсуждения социальных предпосылок в основе научных результатов и решений на их основе, но приглашая исследовать сегодняшние пути производства и распространения наук и технологий через обращение к тем местам, куда нас приведут старания «следовать за учеными и инженерами внутри общества» [Latour, 1987]. ДМП — очевидно, в числе таких мест. Возможно, это позволит обновить дискуссию о диалоге в медианаучной коммуникации, о чем, в частности, может свидетельствовать наличие альтернативы «мейнстримному» объяснению динамики отношений науки и общества в PES, принадлежащей ANT [Ляпугина, 2023].

Исследования производства научных фактов и инноваций

Вышесказанное также указывает на то, что применение ключевых результатов STS для изучения медианаучной коммуникации также важно для исследований производства научных фактов и инноваций, так как *любая* научная коммуникация всегда являлась частью процессов этого производства. И предлагаемым текстом, как и более ранними работами [Ляпугина, Кузнецов, 2024], мы стремимся навести мосты между двумя исследовательскими полями. Использование теоретико-методологического аппарата ANT позволяет объединять результаты исследований научной коммуникации и важнейшие результаты STS, также обогащая последние. Так, концептуализация ДМП как мест, процессов и событий в традиции PES может провоцировать интересные вопросы для будущих исследований. Как различаются процессы фигуративизации акторов в местах медианаучной коммуникации и в других местах, релевантных для наук, например, на конференциях и в научных статьях? В чем отличия производимых в таких местах эффектов и процессов их производства? Какие стратегии акторы используют для стабилизации производства эффектов: как акторы решают дилемму рекрутинга — контроля и какие трансформации акторов этому сопутствуют? Как места и эффекты, ассоциируемые с «внутринаучным» и «внеаучным», оказываются связаны друг с другом в сегодняшних процессах производства наук и технологий, в частности, как процессы фигуративизации публик при создании эффекта диалога связаны с процессами создания объективных фактов и эффективных технологий? В данной работе мы только начали отвечать на эти вопросы. К примеру, мы показали, как эффект диалога одного ДМП связан с усилиями по производству убежденных союзников науки и какие трансформации — как науки, так и ее потенциальных союзников — он призван обеспечить. Продолжение исследований в обозначенном направлении, на наш взгляд, может

способствовать лучшему пониманию происходящих сегодня в отношениях наук и общества процессов.

Литература

- Бычкова О.В.* Исследования науки и технологий (STS): чему научили нас за 50 лет? // Социология науки и технологий. 2020. Т. 11. № 3. С. 7–21. DOI: 10.24411/2079-0910-2020-13001.
- 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. DOI: 10.22394/2074-0492-2023-3-8-56.
- Ляпугина Н.А., Кузнецов А.Г.* Сценография диалога ученых и публики: к акторно-сетевой теории медианучной коммуникации // Мониторинг общественного мнения. 2024. № 6. С. 3–26. DOI: 10.14515/monitoring.2024.6.2642.
- Bucchi M., Trench B.* Science Communication Research: Themes and Challenges // Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology / Eds. M. Bucchi, B. Trench. 2 ed. London; New York: Routledge, 2014. С. 1–14.
- Burns M., Medvecky F.* The Disengaged in Science Communication: How Not to Count Audiences and Publics // Public Understanding of Science. 2016. Vol. 27. No. 2. P. 118–130. DOI: 10.1177/0963662516678351.
- Callon M., Rabeharisoa V.* Research “In the Wild” and the Shaping of New Social Identities // Technology in Society. 2003. Vol. 25. No. 2. P. 193–204. DOI: 10.1016/S0160-791X(03)00021-6.
- Callon M.* Society in the Making: The Study of Technology as a Tool for Sociological Analysis // The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology / Eds. W.E. Bijker, T.P. Hughes, T. Pinch. CambridgeMassachusetts: MIT Press, 1987. P. 83–103.
- Davies S., McCallie E., Simonsson E., Lehr J.L., Duensing S.* Discussing Dialogue: Perspectives on the Value of Science Dialogue Events that Do not Inform Policy // Public Understanding of Science. 2009. Vol. 18. No. 3. P. 338–353. DOI: 10.1177/0963662507079760.
- Davies S.* Doing Dialogue: Genre and Flexibility in Public Engagement with Science // Science as Culture. 2009. Vol. 18. No. 4. P. 397–416. DOI: 10.1080/09505430902870591.
- Davies S.* Participation as Pleasure: Citizenship and Science Communication // Remaking Participation. Science, Environment and Emergent Publics / Eds. J. Chilvers, M. Kearnes. London; New York: Routledge, 2016. P. 162–177.
- Davies S.* Science Communication Is Not an End in Itself: (Dis)Assembling the Science Festival // International Journal of Science Education, Part B. 2018. P. 1–12. DOI:10.1080/21548455.2018.1540898.
- Davies S.* Science Communication as Emotion work: Negotiating Curiosity and Wonder at a Science Festival // Science as Culture. 2019. Vol. 28. No. 4. P. 538–561. DOI: 10.1080/09505431.2019.1597035.
- Davies S., Halpern M., Horst M., Kirby D.A., Lewenstein B.* Science Stories as Culture: Experience, Identity, Narrative and Emotion in Public Communication of Science // Journal of Science Communication. 2019. Vol. 18. No. 5. A01. DOI: 10.22323/2.18050201.
- Graham H.C.* The “Co” in Co-Production: Museums, Community Participation and Science and Technology Studies // Science Museum Group Journal. 2016. Vol. 5. DOI: 10.15180/160502.
- Gregory J., Lock S.J.* The Evolution of “Public Understanding of Science”: Public Engagement as a Tool of Science Policy in the UK // Sociology Compass. 2008. Vol. 2. No. 4. P. 1252–1265. DOI: 10.1111/j.1751-9020.2008.00137.x.
- Gresle A.S., Urias E., Scandurra R., Balázs B., Jimeno E., de la Torre Ávila L., Pinazo M.J.* Citizen-Driven Participatory Research Conducted through Knowledge Intermediary Units. A Thematic

Synthesis of the Literature on “Science Shops” // *Journal of Science Communication*. 2021. Vol. 20. No. 5. A02. DOI: 10.22323/2.20050202.

Horst M., Davies S., Irwin A. Chapter 30. Reframing Science Communication // *Handbook of Science and Technology Studies* / Eds. U. Felt, R. Fouché, C.A. Miller, L. Smith-Doerr. 4th ed. Cambridge, Massachusetts; London: The MIT Press, 2017. P. 881–907.

Horst M., Michael M. On the Shoulders of Idiots: Re-Thinking Science Communication as “Event” // *Science as Culture*. 2011. Vol. 20. No. 3. P. 283–306. DOI: 10.1080/09505431.2010.524199.

Horst M. Taking Our Own Medicine: On an Experiment in Science Communication // *Science and Engineering Ethics*. 2011. Vol. 17. P. 801–815. DOI: 10.1007/s11948-011-9306-y.

Irwin A., Wynne B. Conclusions // *Misunderstanding Science? The Public Reconstruction of Science and Technology* / Eds. A. Irwin, B. Wynne. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. P. 213–221.

Irwin A. The Politics of Talk: Coming to Terms with the ‘New’ Scientific Governance // *Social Studies of Science*. 2006. Vol. 36. No. 2. P. 299–320. DOI: 10.1177/0306312706053350.

Jahnsen S.S. The Balancing Act. Museums as Spaces for Democratic Debate: A Case Study from Oslo, Norway // *Museums & Social Issues*. 2019. Vol. 14. No. 1–2. P. 4–22. DOI: 10.1080/15596893.2021.1970901.

Latour B., Woolgar S. *Laboratory Life: The Construction of Scientific Facts*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1986. 295 p.

Latour B. *Science in Action. How to Follow Scientists and Engineers Through Society*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1987. 274 p.

Latour B. A Relativistic Account of Einstein’s Relativity // *Social Studies of Science*. 1988. Vol. 18. No. 1. P. 3–44. Available at: <http://www.jstor.org/stable/285375> (date accessed: 04.08.2024).

Latour B. Technology Is Society Made Durable // *The Sociological Review*. 1990. Vol. 38. No. 1. P. 103–131. DOI: 10.1111/j.1467-954X.1990.tb03350.x.

Latour B. Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts // *Shaping Technology / Building Society: Studies in Sociotechnical Change* / Eds. W.E. Bijker, J. Law. Cambridge, Massachusetts; London: MIT Press, 1992. P. 225–259.

Lehr J.L., McCallie E., Davies S.R., Caron B.R., Gammon B., Duensing S. The Value of “Dialogue Events” as Sites of Learning: An Exploration of Research and Evaluation Frameworks // *International Journal of Science Education*. 2007. Vol. 29. No. 12. P. 1467–1487. DOI: 10.1080/09500690701494092.

Miller S. Public Understanding of Science at the Crossroads // *Public Understanding of Science*. 2001. No. 10. P. 115–120. DOI: 10.3109/a036859.

Nakamura M. STS in Japan in Light of the Science Café Movement // *East Asian Science, Technology and Society: an International Journal*. 2010. Vol. 4. P. 145–151. DOI: 10.1215/s12280-010-9122-5.

Norton M., Nohara K. Science Cafés. Cross-Cultural Adaptation and Educational Applications // *Journal of Science Communication*. 2009. Vol. 8. No. 4. A01. DOI: 10.22323/2.08040201.

Stilgoe J., Lock S.J., Wilsdon J. Why Should We Promote Public Engagement with Science? // *Public Understanding of Science*. 2014. Vol. 23. No. 1. P. 4–15. DOI: 10.1177/0963662513518154.

Trench B. Towards an Analytical Framework of Science Communication Models // *Communicating Science in Social Contexts: New Models, New Practices* / Eds. D. Cheng, M. Claessens, T. Gascoigne, J. Metcalfe, B. Schiele, S. Shi. New York: Springer, 2008. P. 119–135.

Wilke R., Hill M. On New Forms of Science Communication and Communication in Science: A Videographic Approach to Visibility in Science Slams and Academic Group Talk // *Qualitative Inquiry*. 2019. Vol. 25. No. 4. P. 363–378. DOI: 10.1177/1077800418821531.

Wynne B. Misunderstood Misunderstanding: Social Identities and Public Uptake of Science // *Public Understanding of Science*. 1992a. Vol. 1. No. 3. P. 281–304. DOI: 10.1088/0963-6625/1/3/004.

Wynne B. Public Understanding of Science Research: New Horizons or Hall of Mirrors? // *Public Understanding of Science*. 1992b. Vol. 1. No. 1. P. 37–43. DOI: 10.1088/0963-6625/1/1/008.

Wynne B. Ghosts of the Machine: Publics, Meanings and Social Science in a Time of Expert Dogma and Denial // *Remaking Participation. Science, Environment and Emergent Publics* / Eds. J. Chilvers, M. Kearnes. London; New York: Routledge, 2016. P. 99–120.

Yaneva A., Rabesandratana T.M., Greiner B. Staging Scientific Controversies: a Gallery Test on Science Museums' Interactivity // *Public Understanding of Science*. 2009. Vol. 18. No. 1. P. 79–90. DOI: 10.1177/0963662507077512.

From “General Public” to “Interlocutors of Science” and a Little Further: Figuration of Publics in a Dialogue Media-Science Communication Project

NATALIA A. LYAPUGINA

European University at St. Petersburg,
St. Petersburg, Russia;
e-mail: nlyapugina@eu.spb.ru

The transition from “deficit” to “dialogue” in science communication has led to the proliferation of dialogue media projects, whose curators seek new ways to talk about science with publics. Yet, the research on the dialogue of such projects and on their publics reveals a few challenges. The author attempts to address these challenges and to contribute to the understanding of dialogue in media-science communication projects by exploring the processes of their publics shaping and transformation, drawing on the Actor-Network Theory (ANT) approach. To achieve this, the author: 1) analyzes the research on the publics in the dialogue of media-science communication, identifying its problems; 2) describes how ANT can address these problems; 3) presents findings from an empirical study of the publics shaping and transformation processes in a dialogue media project, these processes being described in terms of *figuration*. The key empirical findings are as follows. While organizing dialogue, the creators of a dialogue media project strive to practically and materially implement a number of transformations of their publics: the general public → visitors → engaged listeners → disciplined interlocutors → convinced allies of the project's science. These efforts are influenced by diverse social worlds, such as the media, institutions supporting the project, and science. Such cross-locality of the project forces actors to pursue difficult work of balancing conflicting requirements. At the same time, the processes of publics' figuration within the above-mentioned transformations suggest variability that requires further study. The author concludes by reflecting on the significance of the findings and proposing questions for future research.

Keywords: science & technology studies, STS, Actor-Network Theory, science communication, public understanding of science, public engagement with science, publics, dialogue.

References

Bucchi, M., Trench, B. (2014). Science Communication Research: Themes and Challenges, in M. Bucchi, B. Trench (Eds.), *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology. Second Edition* (pp. 1–14), London; New York: Routledge.

Burns, M., Medvecky, F. (2018). The Disengaged in Science Communication: How Not to Count Audiences and Publics, *Public Understanding of Science*, 27 (2), 118–130. DOI: 10.1177/0963662516678351.

Bychkova, O.V. (2020). Issledovaniya nauki i tekhnologii (STS): chemu nachili nas za 50 let? [The STS field: what have they taught us in 50 years?], *Sotsiologiya nauki i tekhnologii*, 11 (3), 7–21 (in Russian). DOI: 10.24411/2079-0910-2020-13001.

Callon, M., Rabeharisoa, V. (2003). Research “In the Wild” and the Shaping of New Social Identities, *Technology in Society*, 25 (2), 193–204. DOI: 10.1016/S0160-791X(03)00021-6.

Callon, M. (1987). Society in the Making: The Study of Technology as a Tool for Sociological Analysis, in W.E. Bijker, T.P. Hughes, T. Pinch (Eds.), *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology* (pp. 83–103), Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

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*, 18 (3), 338–353. DOI: 10.1177/0963662507079760.

Davies, S.R. (2009). Doing Dialogue: Genre and Flexibility in Public Engagement with Science, *Science as Culture*, 18 (4), 397–416. DOI: 10.1080/09505430902870591.

Davies, S. (2016). Participation as Pleasure: Citizenship and Science Communication, in J. Chilvers, M. Kearnes (Eds.), *Remaking Participation. Science, Environment and Emergent Publics* (pp. 162–177), London; New York: Routledge.

Davies, S.R. (2018). Science Communication Is Not an End in Itself: (Dis)Assembling the Science Festival, *International Journal of Science Education*, Part B, 1–12. DOI:10.1080/21548455.2018.1540898.

Davies, S.R. (2019). Science Communication as Emotion Work: Negotiating Curiosity and Wonder at a Science Festival, *Science as Culture*, 28 (4), 538–561. DOI: 10.1080/09505431.2019.1597035.

Davies, S.R., Halpern, M., Horst, M., Kirby, D.A., Lewenstein, B. (2019). Science Stories as Culture: Experience, Identity, Narrative and Emotion in Public Communication of Science, *Journal of Science Communication*, 18 (5), A01. DOI: 10.22323/2.18050201.

Graham, H.C. (2016). The “Co” in Co-Production: Museums, Community Participation and Science and Technology Studies, *Science Museum Group Journal*, no. 5. DOI: 10.15180/160502.

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*, 2 (4), 1252–1265. DOI: 10.1111/j.1751-9020.2008.00137.x.

Gresle, A.S., Urias, E., Scandurra, R., Balázs, B., Jimeno, E., de la Torre Ávila, L., Pinazo, M.J. (2021). Citizen-Driven Participatory Research Conducted Through Knowledge Intermediary Units. A Thematic Synthesis of the Literature on “Science Shops”, *Journal of Science Communication*, 20 (5), A02. DOI: 10.22323/2.20050202.

Horst, M., Michael, M. (2011). On the Shoulders of Idiots: Re-Thinking Science Communication as ‘Event’, *Science as Culture*, 20 (3), 283–306. DOI: 10.1080/09505431.2010.524199.

Horst, M. (2011). Taking Our Own Medicine: On an Experiment in Science Communication, *Science and Engineering Ethics*, no. 17, 801–815. DOI: 10.1007/s11948-011-9306-y.

Horst, M., Davies, S., Irwin, A. (2017). Chapter 30. Reframing Science Communication, in U. Felt, R. Fouché, C.A. Miller, L. Smith-Doerr (Eds.), *Handbook of Science and Technology Studies*, 4th ed. (pp. 881–907), Cambridge, Massachusetts; London: The MIT Press.

Irwin, A., Wynne, B. (1996). Conclusions, in A. Irwin, B. Wynne (Eds.), *Misunderstanding Science? The Public Reconstruction of Science and Technology* (pp. 213–221), Cambridge: Cambridge University Press.

Irwin, A. (2006). The Politics of Talk: Coming to Terms with the ‘New’ Scientific Governance, *Social Studies of Science*, 36 (2), 299–320. DOI: 10.1177/0306312706053350.

Jahnsen, S.S. (2019). The Balancing Act. Museums as Spaces for Democratic Debate: a Case Study from Oslo, Norway, *Museums & Social Issues*, 14 (1–2), 4–22. DOI: 10.1080/15596893.2021.1970901.

- Latour, B., Woolgar, S. (1986). *Laboratory Life: The Construction of Scientific Facts*, Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Latour, B. (1987). *Science in Action. How to Follow Scientists and Engineers through Society*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Latour, B. (1988). A Relativistic Account of Einstein's Relativity, *Social Studies of Science*, 18 (1), 3–44. Available at: <http://www.jstor.org/stable/285375> (date accessed: 04.08.2024).
- Latour, B. (1990). Technology Is Society Made Durable, *The Sociological Review*, 38 (1), 103–131. DOI: 10.1111/j.1467-954X.1990.tb03350.x.
- Latour, B. (1992). Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts, in W.E. Bijker, J. Law (Eds.), *Shaping Technology / Building Society: Studies in Sociotechnical Change* (pp. 225–259), Cambridge, Massachusetts; London: MIT Press.
- Lehr, J.L., McCallie, E., Davies, S.R., Caron, B.R., Gammon, B., Duensing, S. (2007). The Value of “Dialogue Events” as Sites of Learning: An Exploration of Research and Evaluation Frameworks, *International Journal of Science Education*, 29 (12), 1467–1487. DOI: 10.1080/09500690701494092.
- Lyapugina, N.A. (2023). Kontroverzy — iskorenimoye zlo ili neizbezhnoye blago? Dinamika otnosheniy nauki i obshchestva v perspektive sotsial'nogo konstruktivizma i aktorno-setevoy teorii [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], *Sotsiologiya vlasti*, 35 (3), 8–56 (in Russian). DOI: 10.22394/2074-0492-2023-3-8-56.
- Lyapugina, N.A., Kuznetsov, A.G. (2024). Stsenografiya dialoga uchenykh i publiki: k aktorno-setevoy teorii media-nauchnoy kommunikatsii [A scenography of the dialogue between scientists and the public: towards the actor-network theory of media-science communication], *Monitoring obshchestvennogo mneniya*, no. 6, 3–26 (in Russian). DOI: 10.14515/monitoring.2024.6.2642.
- Miller, S. (2001). Public Understanding of Science at the Crossroads, *Public Understanding of Science*, 10 (1), 115–120. DOI: 10.3109/a036859.
- Nakamura, M. (2010). STS in Japan in Light of the Science Café Movement, *East Asian Science, Technology and Society: an International Journal*, 4 (1), 145–151. DOI: 10.1215/s12280-010-9122-5.
- Norton, M., Nohara, K. (2009). Science Cafés. Cross-Cultural Adaptation and Educational Applications, *Journal of Science Communication*, 8 (4), A01. DOI: 10.22323/2.08040201.
- Stilgoe, J., Lock, S.J., Wilsdon, J. (2014). Why Should We Promote Public Engagement with Science?, *Public Understanding of Science*, 23 (1), 4–15. DOI: 10.1177/0963662513518154.
- Trench, B. (2008). Towards an Analytical Framework of Science Communication Models, in D. Cheng, M. Claessens, T. Gascoigne, J. Metcalfe, B. Schiele, S. Shi (Eds.), *Communicating Science in Social Contexts: New Models, New Practices* (pp. 119–135), New York: Springer.
- Wilke, R., Hill, M. (2019). On New Forms of Science Communication and Communication in Science: A Videographic Approach to Visuality in Science Slams and Academic Group Talk, *Qualitative Inquiry*, 25 (4), 363–378. DOI: 10.1177/1077800418821531.
- Wynne, B. (1992a). Misunderstood Misunderstanding: Social Identities and Public Uptake of Science, *Public Understanding of Science*, 1 (3), 281–304. DOI: 10.1088/0963-6625/1/3/004.
- Wynne, B. (1992b). Public Understanding of Science Research: New Horizons or Hall of Mirrors?, *Public Understanding of Science*, 1 (1), 37–43. DOI: 10.1088/0963-6625/1/1/008.
- Wynne B. (2016). Ghosts of the Machine: Publics, Meanings and Social Science in a Time of Expert Dogma and Denial, in J. Chilvers, M. Kearnes (Eds.), *Remaking Participation. Science, Environment and Emergent Publics* (pp. 99–120), London; New York: Routledge.
- Yaneva, A., Rabesandratana, T.M., Greiner, B. (2009). Staging Scientific Controversies: a Gallery Test on Science Museums' Interactivity, *Public Understanding of Science*, 18 (1), 79–90. DOI: 10.1177/0963662507077512.

Приложение. Список процитированных интервью, дневников наблюдения и транскриптов

Интервью 1–3. Руководитель сценаристов, ведущая, Ж.

Интервью 4–5. Сценаристка, ведущая, Ж.

Интервью 6. Руководитель продюсеров, Ж.

Интервью 7. Продюсер, Ж.

Интервью 8. Технический продюсер, М.

Интервью 9. Руководитель научных консультантов, М.

Интервью 10. Руководитель, М.

Интервью 11. Руководитель, М.

Интервью 12. Руководитель исследователей-социологов, Ж.

Интервью 13. Спикер, врач, М.

Интервью 14. Спикер, социальный ученый, Ж.

Интервью 15. Посетители «*Annetuma*» с врачом, М и Ж.

Интервью 16. Посетительница «*Annetuma*» с врачом, Ж.

Дн. Л1 / Т. Л1. Дневник наблюдения / транскрипт записи: Летучка 1.

Дн. Л2 / Т. Л2. Дневник наблюдения / транскрипт записи: Летучка 2.

Т. В. Транскрипт видеозаписи: командная встреча.

Дн. А1 / Т. А1. Дневник наблюдения / транскрипт видеозаписи: «*Annetum*» с врачом.

Дн. А2 / Т. А2. Дневник наблюдения / транскрипт видеозаписи: «*Annetum*» с социальным ученым.