

## CASE STUDIES

УДК 30.303.01

DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-2-102-117

### К ПРОБЛЕМЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИМВОЛИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ НАУЧНО-ЭКСПЕРТНОГО ЗНАНИЯ

**Шибаршина Светлана Викторовна** – кандидат философских наук, доцент, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. Российская Федерация, 603022, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 23; e-mail: svet.shib@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6741-8909

Данная статья исследует проблему использования символической власти и легитимности научно-экспертного знания различными социально-политико-экономическими группами. Проблема рассматривается в более широком контексте постнормальной науки, рациональность которой обусловлена необходимостью отбора актуальных задач науки и способов их разрешения исходя из ожиданий и опасений потребителей научных результатов за рамками научных сообществ. Первая часть статьи посвящена рассмотрению того, как различные агенты, конкурируя друг с другом за общественное внимание и власть над мнениями, стратегически используют научное знание в качестве социальной валюты, формирующей доверие. Они опираются на символическую легитимность науки для придания своим утверждениям большей убедительности. Во второй части статьи в контексте проблемы медиатизации науки изучается вопрос о том, как научная проблема приобретает, поддерживает или теряет медийное внимание. В данном рассмотрении автор исходит из теории установления (информационной/медийной/публичной) повестки дня, а также из теории фрейминга. В качестве примера предлагаются описание и оценка двух кейсов – освещения тем стволовых клеток и эпигенетики в СМИ. Автор указывает на то, что обе темы активно муссировались в массмедиа, причём в данном процессе использовались эффективные коммуникативные приёмы («сторителлинг», яркие образы из истории и культуры, эмоционально насыщенная стилистика), а транслируемые фреймы имели явный манипулятивный потенциал. В заключение отмечается, что вопросы формирования информационной повестки в области науки и технологий, а также финансовой, политической и идеологической независимости групп, использующих научно-экспертное знание в качестве социальной валюты, остаются открытыми. Вовлечение науки в этические, социальные и экономические вопросы может способствовать дальнейшей коммерциализации и политизации науки и, соответственно, тому, что её символическая

власть и эпистемический статус будут использоваться в интересах различных внеучебных групп.

**Ключевые слова:** наука и технологии, постнормальная наука, символическая легитимность науки, научно информированная экспертиза, социальная валюта, медиатизация науки, установление медийной повестки дня, фрейминг

*Цитирование:* Шибаршина С.В. К проблеме использования символической власти научно-экспертного знания // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2023. Т. 6. № 2. С. 102-117. DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-2-102-117

*Рукопись получена: 7 апреля 2023*

*Пересмотрена: 15 июня 2023*

*Принята: 17 июня 2023*

## ON THE PROBLEM OF USING THE SYMBOLIC POWER OF SCIENTIFIC AND EXPERT KNOWLEDGE

**Svetlana V. Shibarshina** –  
PhD in Philosophy, Associate  
Professor, National Research  
Lobachevsky State University.  
23 Gagarin Ave., 603022 Nizhny  
Novgorod, Russian Federation;  
e-mail: svet.shib@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-6741-8909

This article explores the use of symbolic power and the legitimacy of scientific and expert knowledge by various socio-political and economic groups. The author considers this problem in a broader context of postnormal science, the rationality of which proceeds from the need to select the urgent problems of science and ways to solve them, considering the expectations and fears of the consumers of scientific results outside the scientific community. The first part of the article focuses on how various agents, competing with each other for public attention and power over opinions, strategically apply scientific knowledge as a social currency that builds trust. In this, they rely on the symbolic legitimacy of science to make their claims more convincing. The second part of the article considers mediatization of science and studies the question of how a scientific problem gains, maintains or loses media attention. In this, the author proceeds from the theory of setting the information/media/public agenda and the theory of framing. As examples, she suggests a description and evaluation of two cases including coverage of the topics of stem cells and epigenetics in the media. The author points out that mass media actively discussed both topics employing effective communication techniques in that process, such as “storytelling”, vivid images from history and culture, emotionally rich style, while the broadcast frames had a clear manipulative potential. In conclusion, it is noted that the issues of information agenda setting in science and technology, as well as the financial, political and ideological independence of groups using scientific and expert knowledge as a social currency, remain open.

The involvement of science in ethical, social and economic issues can further commercialize and politicize science and contribute to a further use of its symbolic power and epistemic status in the interests of various non-scientific groups.

**Keywords:** science and technology, post-normal science, symbolic legitimacy of science, scientifically informed expertise, social currency, science mediatization, media agenda setting, framing

*How to cite:* Shibarshina, S.V. (2023). On the problem of using the symbolic power of scientific and expert knowledge, *The Digital Scholar: Philosopher's Lab*, 6 (2): 102-117. DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-2-102-117 (In Russian)

*Received:* 7 April 2023

*Revised:* 15 June 2023

*Accepted:* 17 June 2023

### *Вместо предисловия*

Когнитивный капитализм, как новая генерация капитализма, означает серьёзные изменения для процессов производства научного знания. С одной стороны, процесс получения нового знания связан с постоянным развитием науки и технологий. С другой стороны, наука и технологии организованы, как и общество знания в целом, по капиталистическим принципам (Полье, 2008, с. 66), что далеко не всегда благоприятно для науки как социального института. «Происходит постепенное стирание некогда стабильных демаркационных линий между наукой, обществом, бизнесом и политикой» (Ефременко, 2014б, с. 52), и наука всё чаще направляется «не внутринаучными, а заданными извне, социальными целеполаганиями, связанными с представлениями о социальных потребностях и потенциальных потребителях» (Ефременко, 2014а, с. 8). Она становится пространством пересечения интересов различных социальных, политических, экономических групп.

В частности, в США исследователи говорят о формировании после Второй мировой войны «научоёмкого» правительства (англ. *science-based government*), активно опирающегося на учёных и экспертов, с одной стороны, и существенно контролирующего производство и экспертизу научно-технического знания, с другой (Miller, 2017, web). Свою роль здесь играет и бизнес. Специалист в области исследований науки и технологий, сторонник идеи технoчеловеческого будущего, К. Миллер отмечает, что в XX столетии бизнес тесно связал себя с наукой, создавая «огромные технико-экономические центры и технико-человеческие комплексы, охватывающие всю планету». Более того, он утверждает, что сегодняшние научноёмкие отрасли – «не более союзники свободы и равенства, чем их государственные коллеги. Логика капитала настолько тесно переплелась с технологиями, что современные предприятия не могут от-

крыто признать, что их программы преобразований сопряжены с серьёзными этическими, моральными или политическими рисками» (Ibid., web).

Исследователи науки и технологий фиксируют процессы, происходящие между наукой и обществом, в различных концепциях: «постнормальной науки» (С. Фунтович, Дж. Равец), «науки для политики» (Ш. Джасанофф) и т. д. Для данных концепций характерно представление о том, что в современных условиях неотъемлемой частью производства научного знания становятся его социально-политические аспекты. По сути, научное исследование «сталкивается с задачей социальной и даже политической легитимации его результатов», усиливается значение его социального восприятия (Ефременко, 2014а, с. 9), а также влияние медиа (Weingart, 1998). Сравнивая нормальную и постнормальную науку, В.А. Бажанов и В.Н. Порус замечают, что рациональность последней не в том, чтобы «сосредоточиться на решении головоломок, не обращая внимания на последствия», а в «селекции насущных задач науки и способов их разрешения с учётом того, чего ждут и чего опасаются “потребители” научных результатов за рамками научных сообществ» (Порус, Бажанов, 2021, с. 21).

Не только социально-гуманитарные, но и естественные науки имеют определённую зависимость от их совместимости с социокультурными конструктами и ожиданиями. Показательной иллюстрацией здесь являются представления об изменении климата, о влиянии био- и цифровых технологий на человека. В них можно выделить как научные, так и культурные компоненты, а образованный в результате их соединения единый конструкт отмечен более слабым научным обоснованием, но при этом большей действенностью с точки зрения общественного восприятия (Гиряева, 2011, с. 135-136). В исследованиях климата, биотехнологий и т. д. научное сообщество отнюдь не единодушно, а, напротив, может расходиться во мнениях. Кроме того, на научность претендуют не только представители научно-академического сообщества, но и эксперты, связанные с общественными организациями. При этом не всегда можно однозначно отделить политически, идеологически и финансово ангажированные исследования от неангажированных. В подобной ситуации представители тех или иных групп интересов выбирают для себя те научные и экспертные утверждения, которые подкрепляют их позиции. Другими словами, «различные акторы берут науку в “сообщники” для продвижения своих политических, идеологических и прочих повесток» (Шибаршина, 2021, с. 36).

#### *Использование символической легитимности научно-экспертного знания*

Как отмечает американский социолог Д. А. Шойфеле, внешняя научная коммуникация происходит отнюдь не в социально-политическом вакууме (Scheufele, 2014, p. 13586). Во взаимодействие

между наукой и общественностью вовлекаются различные группы влияния. Сегодня учёные и профессиональные научные коммуникаторы присоединяются к широкому кругу разнообразных социальных акторов, которые участвуют в публичном информировании о научных темах, открытиях, методах в многообразной и фрагментированной публичной сфере (Schäfer, Kessler, Fähnrich, 2019). В данном процессе различные агенты конкурируют друг с другом за общественное внимание и главенство над проблемами и мнениями (Fähnrich, Riedlinger, Weitkamp, 2020, p. 2).

В этой конкуренции научно информированная экспертиза используется как «валюта» (Fähnrich, 2018, p. 8) – мощный инструмент, своего рода социальная технология, формирующая доверие, а наука как бы берётся в «сообщники» (Шибаршина, 2021, с. 37). Мы бы добавили – как «социальная» валюта. Данное понятие в настоящее время используется прежде всего в исследованиях так называемой «экономики солидарности», в контексте маркетинговых исследований<sup>7</sup> и изучения социальных сетей<sup>8</sup> (см., напр.: Lobschat et al., 2013; Khan, Tao, Alam, 2021, web и др.). Вместе с тем социальная валюта представляет собой более широкую концепцию, описывающую общественные взаимодействия как онлайн, так и офлайн. Социальная валюта относится к ценности, которую люди создали с точки зрения их взаимодействия и потенциала для социального влияния или успеха. Это то, что ценится в социуме как нечто значительное. Сюда можно отнести и научно-экспертные знания.

Концепция основана на теории социального капитала Пьера Бурдьё. Сам Бурдьё использовал понятие «социальная валюта» для обозначения всех материальных и нематериальных ресурсов (Bourdieu, Passeron, 1977). При этом важно то, что потенциал вклада подобной валюты выходит далеко за рамки монетарных аспектов (Silva et al., 2023, web). Социальная валюта играет символическую роль и связана с солидарностью и общественным доверием. Таким образом, когда мы говорим, что различные группы влияния стратегически используют научно-экспертное знание как социальную валюту, мы подразумеваем использование его символической значимости, влияния, власти, основанной на признании авторитетности этого знания другими людьми.

Помимо инструментальной, научно-экспертное знание выполняет и символическую функцию. К примеру, его использование теми или иными лицами/группами наделяет последних эпистемической властью, предоставляет необходимую легитимность для подкрепления своей позиции (Boswell, 2009). Эпистемический статус

---

<sup>7</sup> Социальная валюта определяется здесь как «модальность, с помощью которой потребители делятся брендом, информацией о бренде и получают социальные преимущества посредством взаимодействия с другими пользователями бренда в рамках своей повседневной жизни в социальной среде» (Silva et al., 2023, web; Lobschat et al., 2013).

<sup>8</sup> Здесь примером социальной валюты служат «лайки», «подписки», «избранное», «друзья», «читатели» и т. д. (Khan, Tao, Alam, 2021, web, p. 5).

научно-экспертного знания остаётся достаточно высоким для того, чтобы заимствовать его в тех или иных целях.

Наука является важным источником символической легитимности в обществе, и к ней обращаются различные социальные группы, стремящиеся подкрепить собственные повестки её эпистемическим авторитетом. Представление о том, что наука рационализирует общество, поддерживало движение за «доказательную базу», охватившее здравоохранение и гуманитарные науки и утвердившееся в качестве профессиональной нормы в 1990-х и начале 2000-х гг. Это также привело к концептуализации и широкому принятию линейной модели взаимодействия науки и политики, идеи о том, что правильная наука приведёт к правильной политике (Goldenberg, 2021, p. 96). Как показывает М. Голденберг, всё это способствовало институционализации сциентистского подхода к решению социальных проблем (Ibid., p. 93).

К стратегическому использованию научно-экспертного знания прибегают политические, экономические и различные социальные группы. Приведём несколько примеров. Б. Фейнрих с коллегами показывают, как социальные активисты стратегически используют научное знание и публичную научную коммуникацию для продвижения своих идеологических позиций, укрепления влияния на принятие политических и/или экономических решений и на мотивацию к гражданским действиям (Fähnrich, 2018; Fähnrich, Riedlinger, Weitkamp, 2020). В течение многих десятилетий общественные движения ссылаются на эмпирические данные и научные оценки для продвижения своих идеологических позиций. Однако мнения по одной и той же проблеме разных учёных и экспертов могут не совпадать, и активисты, таким образом, далеко не всегда обращаются к общепризнанным в научно-экспертном сообществе оценкам. К примеру, книга американского биолога Рэйчел Карсон «Безмолвная весна» (1962 г.) о вреде пестицидов считается одной из отправных точек международного экологического движения и активно апеллирует к научным данным – «хотя и не обязательно к научному консенсусу» (Murphy, 2019).

Активисты опираются на «символическую легитимность» науки (Cox, 2013), чтобы придать своим утверждениям большую убедительность (Sardo, Weitkamp, 2017). Они стратегически используют науку, чтобы влиять на принятие политических и/или экономических решений и мотивировать гражданские действия (Yearley, 2014). При этом они не просто информируют и убеждают публику в утверждаемой важности социальных, экологических и прочих проблем, предлагают те или иные подходы и решения, но и «конструируют» эти проблемы (Fähnrich, Riedlinger, Weitkamp, 2020, p. 2). Другими словами, «проблемы становятся проблемами только тогда, когда кто-то указывает на угрозу [или не указывает, а изобретает угрозу – С.Ш.] важным ценностям, которым общество следует» (Cox, 2013, p. 24).

Исследование взаимодействия между наукой и активизмом выявляет различные ролевые отношения, которые важно учитывать в связи с их влиянием на общественное восприятие и легитимацию науки. В частности, наука и активизм могут быть как сообщниками, так и оппонентами. Борьба с проблемой вымирания видов служит примером сообщничества, когда активисты ссылаются на научные исследования для обоснования своих аргументов (Fähnrich, 2018) и тем самым способствуют общественному признанию научных данных. Вместе с тем активизм может выступать против легитимности отдельных научно-технических разработок. Кроме того, научная критика со стороны популистских движений (Mede, Schäfer, 2020), адаптация контрнаучных стратегий глобальными группами давления, а также сциентистское возвеличивание и некритическое распространение науки социальными движениями (Naack, 2011) могут угрожать позитивному общественному восприятию и легитимности науки.

Л.Е. Гринин и А.Л. Гринин показывают, как климатический активизм используется крупнейшими глобалистами в рамках кампании по распределению ресурсов из традиционных секторов развития в пользу зелёной экономики (Гринин, Гринин, 2021б). Вышеупомянутый П. Бурдьё ещё в начале XXI в. призывал сопротивляться неолиберальной политике и политике глобализации, негативные последствия которой неизбежно затронут науку и общество. В частности, он упоминал опасность «символического влияния, которое оказывают “эксперты”, нанятые большими транснациональными корпорациями»<sup>9</sup> (Бурдьё, 2002, web). В современном мощнейшем потоке информации и пропаганды не всегда просто отделить реальные проблемы от тех, что конструируются различными социально-политико-финансовыми группами для продвижения собственных интересов, и глобалисты могут служить примером. Не всегда можно однозначно ответить на вопрос, «кто и почему стоит за спиной сил, выступающих за сохранение климата, декарбонизацию, зелёную энергетику» и других глобальных движений (Гринин, Гринин, 2021а, с. 14).

Следует учитывать и возможности влияния медиа на общественное восприятие научно-технических и социальных проблем. Это выводит нас на другой важный аспект рассматриваемой проблематики, связанный с так называемой медиатизацией науки.

#### *Медиатизация науки: кто определяет научную повестку?*

Массмедиа представляют собой очень важную арену, из которой различные проблемы и дебаты, в том числе научные, попадают в поле зрения общественности, включающей лиц, принимающих решения, заинтересованные группы и т. д. Происходит «медиатизация» науки (Weingart, 1998), которая осознала растущее влияние

---

<sup>9</sup> Bourdieu P. Pour un savoir engagé (2001).

средств массовой информации на общественное мнение и стала всё больше ориентироваться на медиа и медийный формат представления научного знания. Более того, как отмечает Д. А. Шойфеле, политизация науки привела к тому, что сегодня она освещается в медиа не столько ради самой себя, сколько для создания общественного резонанса и пользовательской реакции (Scheufele, 2014, p. 13588).

Рассматривая проблему социально-политического контекста публичной научной коммуникации, Д. А. Шойфеле задаётся следующими вопросами: каким образом те или иные проблемы представляются публике; как различные заинтересованные стороны борются за внимание в политической сфере (Scheufele, 2014, p. 13587). Это действительно очень примечательные вопросы, заслуживающие более пристального рассмотрения. И часть ответа на них связана как раз с медиатизацией науки.

В связи с этим хотелось бы обратить внимание на исследования 2000-х гг. М. Нисбета и его коллег, не утративших своей актуальности. М. Нисбет изучает вопрос о том, как научная проблема приобретает, поддерживает или теряет политическое и медийное внимание, и в поисках ответов он обращается к *теории установления повестки дня* (Nisbet, Brossard, Kroepsch, 2003). Теория установления повестки дня (информационной/медийной/публичной; англ. *agenda setting*) занимает важное место среди используемых в политической коммуникативистике подходов. К ней близкое отношение имеет *теория фрейминга*. Применительно к массмедиа фрейминг означает, грубо говоря, процесс конструирования определённого образа действительности посредством отбора её отдельных аспектов и «усиления представленности этих аспектов в целях фиксации определённых причинно-следственных связей, формулирования морально-нравственных интерпретаций и выработки рекомендаций относительно того, как нужно поступать в той или иной ситуации» (Казаков, 2015, с. 107; Scheufele, 2004, p. 405). Его результатом становится фрейм – «стержневая идея коммуникационного текста, раскрывающая суть и содержание основного сюжета информационного сообщения», или, образно говоря, «окружающая действительность в том виде, в каком она преподносится аудитории средствами массовой информации» (Казаков, 2015, с. 107). Следует иметь в виду, что фрейм изначально несёт в себе манипулятивный потенциал.

В исследованиях фрейминга и публичной повестки существенную роль играет вопрос «представленности определённого события в СМИ, значение, которое ему придаётся в массмедиа, степень уделяемого ему внимания, его “заметность” на фоне других информационных тем» (Казаков, 2015, с. 104). Характер представленности включает как внешние параметры присутствия определённой темы в массмедиа (например, темы, к которым в течение определённого промежутка времени чаще всего обращаются, постепенно начинают восприниматься как приоритетные), так и внутреннюю её характеристику (позитивный, негативный или

нейтральный тон, эмоциональный заряд) (Там же, с. 104-105). При этом важным является также сокрытие определённых проблем: в медийном освещении одни аспекты могут выпячиваться, а другие, наоборот, замалчиваться. Другими словами, концепция фрейминга связана также с умалчиванием об отдельных сторонах некоего события, проблемы, явления (Entman, 1993, p. 54).

Как соотносятся между собой концепции фрейминга и установления повестки дня, учитывая их близость и похожесть? Единой позиции по этому вопросу нет, и можно утверждать приблизительно следующее. Согласно некоторым исследователям, в результате процесса установления повестки дня человек начинает принимать в расчёт те аспекты события (явления), о которых информируют его массмедиа, а в результате фрейминга у него складывается вполне определённое мнение об этом событии (явлении) (Scheufele, Tewksbury, 2007, p. 14). То есть первое способствует тому, что в поле зрения общественности часто муссируются те или иные вопросы/проблемы/ситуации; второе же нацелено на формирование определённого к ним отношения.

Не менее значимым аспектом рассматриваемой проблемы является выделение сил влияния, оказывающих воздействие на новостную продукцию (Reese, Shoemaker, 2016). Помимо сотрудников массмедиа с их частными социальными, политическими, мировоззренческими, ценностными и прочими установками, а также организационного влияния, связанного с редакционным менеджментом, структурой собственности, существуют ещё и немедийные влияния – например, политические силы и не прямые экономические интересы. В контексте указанной проблемы выделяют отдельный тип фрейма – так называемый фрейм в поддержку (англ. *advocate frame*), заданный изначально определёнными группами интересов и транслируемый посредством массмедиа (Tewksbury et al., 2000, p. 806). В любом случае в процессе формирования различных фреймов участвуют властные структуры, различного рода элиты, группы интересов и лоббистские образования (Scheufele, 2000, p. 307; Nisbet, Brossard, Kroepsch, 2003, pp. 38-39).

Таким образом, конструирование повестки дня оказывается связанным и с определёнными стратегическими усилиями многих заинтересованных сторон, конкурирующих друг с другом за доступ к информационным ресурсам (Шибаршина, 2021, с. 39). Примечательно в этом отношении исследование М. Нисбета и его коллег, которые, используя данные контент-анализа статей о стволовых клетках, появившихся в период с 1975 по 2001 г. в *New York Times* и *Washington Post*, анализируют закономерности освещения и представления этой темы в СМИ в зависимости от того, как она обсуждалась в научном сообществе и становилась повесткой научной политики (Nisbet, Brossard, Kroepsch, 2003). Рост попыток внедрения данной разработки в политическую повестку совпал с ростом освеще-

щения темы стволовых клеток в СМИ. Таким образом, общественность может быть очень восприимчива к тому, как освещается и характеризуется в медиа та или иная научная проблема.

Исследователи научной коммуникации отмечают особую роль историй, так называемого «сторителлинга», желательным сюжетом и драмой (Nisbet, Brossard, Kroepsch, 2003; Goldstein et al., 2020). Истории предпочтительнее других форм структурирования информации, поскольку объяснение сложных событий с помощью историй интуитивно привлекательно и естественно для человеческого восприятия. По словам М. Нисбета, именно обилие сюжетных тем и драматических элементов способствовали в 2001 г. выдвижению полемики о стволовых клетках на передовую медиаповестки США. Как сторонники исследований эмбриональных стволовых клеток, так и их противники использовали яркие узнаваемые образы из истории и культуры, включая ссылки на «игру в Бога», доктора Франкенштейна, «дивный новый мир», фаустовские сделки; также употреблялись угрожающие прилагательные, такие как «злой», «убийственный» или «ужасный». Одна сторона дебатов рисовала образ безумного учёного, экспериментирующего с человеческими эмбрионами, в то время как противоположная – изображала религиозного фанатика, препятствующего научному и социальному прогрессу (Nisbet, Brossard, Kroepsch, 2003, p. 44). Таким образом, здесь одни группы оппонировали науке, а другие от лица науки оппонировали её традиционным противникам.

В другом исследовании было изучено медийное освещение эпигенетики за 2013–2017 гг. в англоязычной публичной коммуникации, причём выбранные источники были ориентированы на широкую аудиторию (Dubois, Louvel, Le Goff, 2019). Мониторинг показал, что в публичном пространстве в большинстве случаев эпигенетика противопоставляется генетике в качестве «новой» и «потенциально революционной» науки, «будущего» науки и т. п. Эпигеном описывается как «пространство изменений и личного совершенствования», а гены – как нечто «неподвижное и пассивное». В то время как в научном сообществе отношение к эпигенетике неоднозначно, и учёные всё ещё расходятся в своих мнениях относительно природы отношений между генетикой и эпигенетикой, в пространстве публичной научной коммуникации образ эпигенетики более однороден, а её отношения с генетикой зачастую изображаются в духе оппозиции (Ibid.). Можно предположить, что публичное пространство словно бы подготавливается для продвижения достижений эпигенетики в политических и коммерческих целях (Шибаршина, 2022, с. 342).

Оба кейса демонстрируют активную муссируемость в массмедиа проблем стволовых клеток и эпигенетики в определённые временные периоды, а также использование при этом определённых коммуникативных приёмов, которые считаются одними из наиболее эф-

фективных. Таким образом, можно утверждать, что задействованный в обоих случаях фрейминг отмечен значительным манипулятивным потенциалом. Можно ли назвать некоторые из смыслов, транслируемых посредством медиа, фреймами в поддержку? И стоят ли за данными процессами те или иные силы влияния? Это, однако, отдельные вопросы, которые выходят за рамки нашего исследования.

### *Заключительные строки*

Исследование проблемы стратегического использования научно-экспертного знания различными группами, а также установления медийной повестки дня даёт основания поставить резонные вопросы: как формируется актуальная информационная повестка в публичной научной коммуникации; насколько финансово, политически и идеологически независимыми оказываются лица, затрагивающие научные вопросы в качестве сообщников либо оппонентов науки, и т. д.? Не случайно вышеупомянутая М. Голденберг отмечает, что сциентистско-технологический медийный дискурс последних десятилетий показывает, что наука примешивается к вопросам, которые на самом деле являются не научными, а этическими, социальными или экономическими. Это, в свою очередь, способствует всё большей коммерциализации и политизации науки (Goldenberg, 2021, pp. 91-92), а также в некоторой степени и её дискредитации.

В целом мы доверяем науке и учёным как институтам формирования знаний. Причём учёным мы доверяем из-за их авторитета не в качестве частных лиц, а как членов профессионального сообщества, которые развивают общие знания и коллективную мудрость. Наука сохраняет свой эпистемический статус и символическую власть, достаточно значительные для того, чтобы различные социальные акторы использовали научное знание как социальную валюту.

### **Информация о конфликте интересов**

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

### **Declaration of Conflicting Interests**

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

### **Список литературы**

Бурдьё, 2002, web – *Бурдьё П.* За ангажированное знание / Пер. с фр. М. Бухарин // *Неприкосновенный запас*. 2002. Т. 25. № 5. URL: <http://bourdieu.name/content/burde-za-angazhirovannoe-znanie> (дата обращения: 12.03.2023).

Гиряева, 2011 – *Гиряева В.Н.* Шторх Х. фон. Исследование климата и политическое консультирование – между возмещением долга и

постнормальностью. Storch H. von. Klimaforschung und Politikberatung – Zwischen Bringschuld und Postnormaalität. LEVIATHAN. В., 2009. - JG. 37, Н. 2. С. 305-317 // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: Реферативный журнал. 2011. № 2. С. 135-142.

Гринин, Гринин, 2021а – *Гринин Л.Е., Гринин А.Л.* Глобализм против американизма. Часть первая. Как глобалисты истощают ресурсы США для построения нового глобального порядка // История и современность. 2021. Т. 40. № 2. С. 3-43. <https://doi.org/10.30884/iis/2021.02.01>

Гринин, Гринин, 2021б – *Гринин Л.Е., Гринин А.Л.* Размышления об экономическом росте и будущем. Статья первая. Глобализм vs рост ВВП и «закат Запада» // Философия и общество. 2021. Т. 100. № 3. С. 5-34.

Ефременко, 2014а – *Ефременко Д.В.* Социальные коммуникации науки в эпоху когнитивного капитализма: введение к тематическому разделу // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: Реферативный журнал. 2014. № 1. С. 5-13.

Ефременко, 2014б – *Ефременко Д.В.* Фундаментальные и прикладные исследования в эпоху когнитивного капитализма // Эпистемология и философия науки. 2014. Т. 40. № 2. С. 50-54.

Казаков, 2015 – *Казаков А.А.* Теория установления повестки дня vs фрейминг: к вопросу о соотношении подходов // Журнал политической философии и социологии политики «Полития. Анализ. Хроника. Прогноз». 2015. Т. 76. № 1. С. 103-113.

Польре, 2008 – *Польре Б.* Когнитивный капитализм на марше // Политический журнал. 2008. Т. 179. № 2. С. 66-72.

Порус, Бажанов, 2021 – *Порус В.Н., Бажанов В.А.* Постнормальная наука: между Сциллой неопределённости и Харибдой политизации знания // Философия. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 5. № 4. С. 15-33.

Шибаршина, 2021 – *Шибаршина С.В.* Когда наука берётся в «сообщники» // Философия. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 5. № 4. С. 34-43.

Шибаршина, 2022 – *Шибаршина С.В.* Социально-политическая власть науки и технологий (на примере эпигенетики) // Философия. Журнал Высшей школы экономики. 2022. Т. 6. № 2. С. 334-345.

Boswell, 2009 – *Boswell C.* The Political Uses of Expert Knowledge: Immigration Policy and Social Research. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. 280 p.

Bourdieu, Passeron, 1977 – *Bourdieu P., Passeron J.-C.* Reproduction in Education, Society and Culture. L.; Beverly Hills: Sage, 1977. 254 p.

Cox, 2013 – *Cox R.* Environmental Communication and the Public Sphere. Los Angeles; L.; New Delhi: SAGE, 2013. 448 p.

Dubois, Louvel, Le Goff, 2019 – *Dubois M., Louvel S., Le Goff A.* Epigenetics in the public sphere: interdisciplinary perspectives // Environmental Epigenetics. 2019. Vol. 5. No. 4. Pp. 1-11.

Entman, 1993 – *Entman R.M.* Framing: toward clarification of a fractured paradigm // Journal of Communication. 1993. Vol. 43. No. 4. Pp. 51-58.

Fährnrich, 2018 – *Fährnrich B.* Digging deeper? Muddling through? How environmental activists make sense and use of science – an exploratory study // Journal of Science Communication. 2018. Vol. 17. No. 3. A08. <https://doi.org/10.22323/2.17030208>

Fährnrich, Riedlinger, Weitkamp, 2020 – *Fährnrich B., Riedlinger M., Weitkamp E.* Activists as “alternative” science communicators – exploring the

facets of science communication in societal contexts // *Journal of Science Communication*. 2020. Vol. 19. No. 6. C01. <https://doi.org/10.22323/2.1906030>

Goldenberg, 2021 – *Goldenberg M.J.* Vaccine Hesitancy: Public Trust, Expertise, and the War on Science. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2021. 263 p.

Goldstein et al., 2020 – *Goldstein C.M., Murray E.J., Beard J., Schnoes A.M., Wang M.L.* Science communication in the age of misinformation // *Annals of Behavioral Medicine*. 2020. Vol. 54. No. 12. Pp. 985-990.

Haack, 2011 – *Haack S.* Defending Science – Within Reason: between Scientism and Cynicism. Amherst, N. Y.: Prometheus Books, 2011. 411 p.

Khan, Tao, Alam, 2021, web – *Khan J., Tao M., Alam F.* Social currency is a personal entity in the social mediaplatform domain: sharing and caring phenomenon in E-commerce platform (preprint) // ResearchGate. 5 January 2021. URL:

[https://www.researchgate.net/publication/348259870\\_Social\\_Currency\\_Is\\_a\\_Personal\\_Entity\\_in\\_the\\_Social\\_Media\\_Platform\\_Domain\\_Sharing\\_and\\_Caring\\_Phenomenon\\_in\\_E-Commerce\\_Platform](https://www.researchgate.net/publication/348259870_Social_Currency_Is_a_Personal_Entity_in_the_Social_Media_Platform_Domain_Sharing_and_Caring_Phenomenon_in_E-Commerce_Platform) (дата обращения: 10.02.2023)

Lobschat et al., 2013 – *Lobschat L., Zinnbauer M.A., Pallas F., Joachimsthaler E.* Why social currency becomes a key driver of a firm's brand equity – insights from the automotive industry // *Long Range Planning*. 2013. Vol. 46. No. 1-2. Pp. 125-148. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.11.004>

Mede, Schäfer, 2020 – *Mede N.G., Schäfer M.S.* Science-related populism: conceptualizing populist demands toward science // *Public Understanding of Science*. 2020. Vol. 29. No. 5. Pp. 473-491. <https://doi.org/10.1177/0963662520924259>

Miller, 2017, web – *Miller C.A.* It's not a war on science // *Issues in Science and Technology*. 2017. Vol. 33. No. 3 (Spring). URL: <https://issues.org/perspective-its-not-a-war-on-science/> (дата обращения: 17.03.2023)

Murphy, 2019 – *Murphy M.K.* Scientific argument without a scientific consensus: Rachel Carson's rhetorical strategies in the Silent Spring debates // *Argumentation and Advocacy*. 2019. Vol. 55. No. 3. Pp. 194-210. <https://doi.org/10.1080/00028533.2018.1429065>

Nisbet, Brossard, Kroepsch, 2003 – *Nisbet M.C., Brossard D., Kroepsch A.* Framing science: the stem cell controversy in an age of press/politics // *Harvard International Journal of Press/Politics*. 2003. Vol. 8. No. 2. Pp. 36-70.

Reese, Shoemaker, 2016 – *Reese S., Shoemaker P.* Media sociology and the hierarchy of influences model: a levels-of-analysis perspective on the networked public sphere // *Mass Communication and Society*. 2016. Vol. 19. No. 4. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>

Sardo, Weitkamp, 2017 – *Sardo A.M., Weitkamp E.* Environmental consultants, knowledge brokering and policy-making: a case study // *International Journal of Environmental Policy and Decision Making*. 2017. Vol. 2. No. 3. Pp. 221-235. <https://doi.org/10.1504/IJEPDM.2017.10006332>

Schäfer, Kessler, Fähnrich, 2019 – *Schäfer M.S., Kessler S.H., Fähnrich B.* Analyzing science communication through the lens of communication science: reviewing the empirical evidence // *Science Communication* / Ed. by A. Leßmöllmann, M. Dascal, T. Gloning. Berlin: De Gruyter, 2019. Pp. 77-104.

Scheufele, 2000 – *Scheufele D.A.* Agenda-setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication // *Mass Communication and Society*. 2000. Vol. 3. No. 2-3. Pp. 297-316.

Scheufele, 2014 – *Scheufele D.A.* Science communication as political communication // *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. 2014. Vol. 111. Pp. 13585-13592.

Scheufele, 2004 – Scheufele D.A. Framing-effects approach: a theoretical and methodological critique // *Communications*. 2004. No. 29. Pp. 401-428. <https://doi.org/10.1515/comm.2004.29.4.401>

Scheufele, Tewksbury, 2007 – Scheufele D.A., Tewksbury D. Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models // *Journal of Communication*. 2007. Vol. 57. No. 1. Pp. 9-20.

Silva et al., 2023 – Silva B.N., da Silva W.V., de Macêdo A.F.P., de Almeida Levino N., Dalazen L.L., Kaczam F., da Veiga C.P. A systematic review on social currency: a one-decade perspective // *Journal of Financial Services Marketing*. Published 19 April 2023. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/s41264-023-00231-x#citeas> (дата обращения: 15.05.2023). <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00231-x>

Tewksbury et al., 2000 – Tewksbury D., Jones J., Peske M.W., Raymond A., Vig W. The interaction of news and advocate frames: manipulating audience perceptions of a local public policy issue // *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 2000. Vol. 77. No. 4. Pp. 804-829.

Yearley, 2014 – Yearley S. Environmentalists as communicators of science: advocates and critics // *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology* / Ed. by M. Bucchi, B. Trench. 2nd ed. L., U.K.: Routledge, 2014. Pp. 113-124.

Weingart, 1998 – Weingart P. Science and the media // *Res Policy*. 1998. Vol. 27. No. 8. Pp. 869-879.

## References

Bourdieu, P. (2001). Pour un savoir engage. In: P. Bourdieu. *Contre-feux 2. Pour un mouvement social Européen* (pp. 33-40.). Liber.

Bourdieu, P., Passeron, J.-C. (1977). *Reproduction in Education, Society and Culture*. Sage.

Cox, R. (2013). *Environmental Communication and the Public Sphere*. SAGE.

Dubois, M., Louvel, S., Le Goff, A. (2019). Epigenetics in the public sphere: interdisciplinary perspectives. *Environmental Epigenetics*, 5 (4), 1-11.

Efremenko, D. V. (2014). Social communications of science in the era of cognitive capitalism: introduction to the thematic section. *Social and Humanitarian Sciences. Russian and Foreign Literature. Ser. 11. Sociology: Abstract Journal*, 1, 5-13. (In Russian)

Entman, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.

Fähnrich, B. (2018). Digging deeper? Muddling through? How environmental activists make sense and use of science – an exploratory study. *Journal of Science Communication*, 17 (3). A08. <https://doi.org/10.22323/2.17030208>

Fähnrich, B., Riedlinger, M., Weitkamp, E. (2020). Activists as “alternative” science communicators – exploring the facets of science communication in societal contexts. *Journal of Science Communication*, 19 (6), C01, <https://doi.org/10.22323/2.1906030>

Giryayeva, V. N. (2011). Storch H. background. Climate research and policy advice – between debt repayment and post-normality. Storch H. von. *Klimaforschung und Politikberatung – Zwischen Bringschuld und Postnormalität*. LEVIATHAN. B., 2009.- JG. 37, H. 2. S. 305-317. *Social and Humanitarian Sciences. Domestic and Foreign Literature. Ser. 11. Sociology: Abstract Journal*. 2, 135-142. (In Russian)

Goldenberg, M. J. (2021). *Vaccine Hesitancy: Public Trust, Expertise, and the War on Science*. University of Pittsburgh Press.

Goldstein, C. M., Murray, E. J., Beard, J., Schnoes, A.M., Wang, M. L. (2020). Science communication in the age of misinformation. *Annals of Behavioral Medicine*, 54 (12), 985-990.

Grinin, L. E., Grinin, A. L. (2021). Globalism vs Americanism. Part one. How globalists are depleting US resources to build a new global order. *History and Modernity*, 40 (2), 3-43, <https://doi.org/10.30884/iis/2021.02.01> (In Russian)

Grinin, L. E., Grinin, A. L. (2021). Reflections on the economic growth and future. Part 1. GDP Growth and "the decline of the West". *Philosophy and Society*, 100 (3), 5-34. (In Russian)

Haack, S. (2011). *Defending Science – Within Reason: between Scientism and Cynicism*. Prometheus Books.

Kazakov, A. A. (2015). Agenda setting theory vs framing: on the question of the correlation of approaches. *Journal of Political Philosophy and Sociology of Politics "Politiya. Analysis. Chronicle. Forecast"*, 76 (1), 103-113. (In Russian)

Khan, J., Tao, M., Alam, F. (2021). Social currency is a personal entity in the social mediaplatform domain: sharing and caring phenomenon in e-commerce platform (preprint). *ResearchGate*, 5 January. Retrieved February 10, 2023, from [https://www.researchgate.net/publication/348259870\\_Social\\_Currency\\_Is\\_a\\_Personal\\_Entity\\_in\\_the\\_Social\\_Media\\_Platform\\_Domain\\_Sharing\\_and\\_Caring\\_Phenomenon\\_in\\_E-Commerce\\_Platform](https://www.researchgate.net/publication/348259870_Social_Currency_Is_a_Personal_Entity_in_the_Social_Media_Platform_Domain_Sharing_and_Caring_Phenomenon_in_E-Commerce_Platform)

Lobschat, L., Zinnbauer, M. A., Pallas, F., Joachimsthaler, E. (2013). Why social currency becomes a key driver of a firm's brand equity – insights from the automotive industry. *Long Range Planning*, 46 (1-2), 125-148. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.11.004>

Mede, N. G., Schäfer, M. S. (2020). Science-related populism: conceptualizing populist demands toward science. *Public Understanding of Science*, 29 (5), 473-491, <https://doi.org/10.1177/0963662520924259>

Miller, C. A. (2017). It's not a war on science. *Issues in Science and Technology*, 33 (3). Retrieved March 17, 2023, from <https://issues.org/perspective-its-not-a-war-on-science/>

Murphy, M. K. (2019). Scientific argument without a scientific consensus: Rachel Carson's rhetorical strategies in the Silent Spring debates. *Argumentation and Advocacy*, 55 (3), 194-210, <https://doi.org/10.1080/00028533.2018.1429065>

Nisbet, M. C., Brossard, D., Kroepsch, A. (2003). Framing science: the stem cell controversy in an age of press/politics. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 8 (2), 36-70.

Paulré, B. (2008). Cognitive capitalism on the march. *Political Journal*, 179 (2), 66-72. (In Russian)

Porus, V. N., Bazhanov, V. A. (2021). Post-normal science: passing the Scylla of uncertainty and the Charybdis of the politization of knowledge. *Journal of the Higher School of Economics*, 5 (4), 15-33, <https://doi.org/10.17323/2587-8719-2021-4-15-33> (In Russian)

Reese, S., Shoemaker, P. (2016). Media sociology and the hierarchy of influences model: a levels-of-analysis perspective on the networked public sphere. *Mass Communication and Society*, 19 (4). <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>

Sardo, A. M., Weitkamp, E. (2017). Environmental consultants, knowledge brokering and policy-making: a case study. *International Journal of Environmental Policy and Decision Making*, 2 (3), 221-235, <https://doi.org/10.1504/IJEPDM.2017.10006332>

Schäfer, M. S., Kessler, S. H., Fähnrich, B. (2019). Analyzing science communication through the lens of communication science: reviewing the empirical evidence. In A. Leßmöllmann, M. Dascal, T. Gloning. *Science Communication*. (pp. 77-104). De Gruyter.

Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication and Society*, 3 (2-3), 297-316.

Scheufele, D. A. (2014). Science communication as political communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111, 13585-13592.

Scheufele, D. A. (2004). Framing-effects approach: a theoretical and methodological critique. *Communications*, 29, 401-428, <https://doi.org/10.1515/comm.2004.29.4.401>

Scheufele, D. A., Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57 (1), 9-20.

Shibarshina, S. V. (2022). Social-political power of science and technology: a case of epigenetics. *Philosophy. Journal of the Higher School of Economics*, 6 (2), 334-345, <https://doi.org/10.17323/2587-8719-2022-2-334-345>

Shibarshina, S. V. (2021). When science is made an “accomplice”. *Philosophy. Journal of the Higher School of Economics*, 5 (4), 34-43, <https://doi.org/10.17323/2587-8719-2021-4-34-43>

Silva, B. N., da Silva, W. V., de Macêdo, A. F. P., de Almeida Levino, N., Dalazen, L. L., Kaczam, F., da Veiga, C. P. (2023). A systematic review on social currency: a one-decade perspective. *Journal of Financial Services Marketing*, published 19 April. Retrieved May 15, 2023, from <https://link.springer.com/article/10.1057/s41264-023-00231-x#citeas> <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00231-x>

Tewksbury, D., Jones, J., Peske, M. W., Raymond, A., Vig, W. (2000). The interaction of news and advocate frames: manipulating audience perceptions of a local public policy issue. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77 (4), 804-829.

Yearley, S. (2014). Environmentalists as communicators of science: advocates and critics. In M. Bucchi, B. Trench (Eds.). *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology*. 2nd ed. (pp. 113-124). Routledge.

Weingart, P. (1998). Science and the media. *Res Policy*, 27 (8), 869-879.