

## ДИСКУССИЯ

УДК 001.9

DOI: 10.32326/2618-9267-2024-7-2-20-29

### КОГДА НАУКА БЕРЁТСЯ В «СООБЩИКИ»: К ПРОБЛЕМЕ СИМВОЛИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ

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

Исследуется проблема использования символической власти научного знания различными социальными группами в эпоху постправды. Автор рассматривает ряд вопросов: что такое символическая власть применительно к научному знанию и в чём особенности её использования в эпоху постправды? Каковы примеры этого? Насколько существующие модели коммуникации между наукой и обществом учитывают социально-политические аспекты участия различных групп влияния? Для изучения поставленных вопросов автор обращается к концепциям символической власти (П. Бурдьё) и постправды как ситуации игры в знание (С. Фуллер), к понятию «социальная валюта», а также к моделям публичной научной коммуникации (М. Букки). Символическая власть понимается автором как ресурс, участвующий в формировании определённых схем восприятия реальности и предрасположенности к действиям. Указывается, что символическая власть науки в обществе связана с наличием у неё экспертного влияния, основанного на общественном признании научного знания: к нему обращаются различные социальные группы, стремящиеся подкрепить собственные повестки эпистемическим авторитетом науки. В качестве примера рассматривается социальное конструирование проблемы климата на основе исследования Н. Штера и Х. Шторха. Исходя из особенностей рассматриваемой проблематики, автор указывает на важность изучения социально-экономико-политического контекста публичной научной коммуникации.

**Ключевые слова:** наука и общество, публичная научная коммуникация, символическая власть научного знания, постправда, социальная валюта, научно-информированная экспертиза, климатические исследования, модели научной коммуникации

*Цитирование:* Шибаршина С.В. Когда наука берётся в «сообщники»: к проблеме символической власти научного знания // Цифровой учёный: лаборатория философа. 2024. Т. 7. № 2. С. 20-29. DOI: 10.32326/2618-9267-2024-7-2-20-29

*Рукопись получена: 4 февраля 2024*

Пересмотрена: 21 мая 2024

Принята: 23 мая 2024

## WHEN SCIENCE IS MADE AN “ACCOMPLICE”: THE SYMBOLIC POWER OF SCIENTIFIC KNOWLEDGE

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

This study explores the use of symbolic power of scientific knowledge by various social groups in the post-truth era. The author poses the following questions. What is symbolic power in relation to scientific knowledge, and what are the features of its use in the post-truth era? How can this situation be illustrated by present cases? To what extent do existing models of science communication consider the socio-political aspects of the participation of various stakeholders? To study these questions, I address the concepts of symbolic power (P. Bourdieu), social currency, and post-truth as a situation of a knowledge game (S. Fuller), as well as models of science communication such as deficit, dialogue and participation (M. Bucchi). Symbolic power is understood as a resource involved in producing certain schemes of perception of reality and a predisposition to action. I assume that the symbolic power of science in society is associated with the presence of expert influence based on public recognition of scientific knowledge: various social groups turn to it, seeking to reinforce their own agendas with the epistemic authority of science. As an example, I consider the social construction of the climate problem basing on the research of N. Stöhr and H. Storch. Proceeding from the context of the article, the author points out the importance of studying the socio-economic and political context of public science communication.

**Keywords:** science and society, public science communication, symbolic power of scientific knowledge, post-truth, social currency, scientifically informed expertise, climate studies, models of science communication

*How to cite:* Shibarshina, S.V. (2024). When science is made an “accomplice”: the symbolic power of scientific knowledge. *The Digital Scholar: Philosopher's Lab*, 7 (2): 20-29. DOI: 10.32326/2618-9267-2024-7-2-20-29 (In Russian)

*Received:* 4 February 2024

*Revised:* 21 May 2024

*Accepted:* 23 May 2024

В социальном пространстве мы наблюдаем столкновение различных нарративов, связанных с научным знанием и способных с равным успехом обосновывать глубоко противоположные идеи,

которые при этом не всегда могут быть опровергнуты оппонентами. Подобное состояние в современности связывают с так называемой постправдой (или постистиной<sup>1</sup>), которую в данном исследовании мы интерпретируем с использованием социо-эпистемологического подхода С. Фуллера (Фуллер, 2021). В целом это ситуация, в которой различные социальные акторы получают символическую власть над умами других в ходе игры в знание, где наградой становится «истина», понимаемая как «маска легитимности, которую носит всякий, кто стремится к власти» (Там же, с. 17). «Размытость границ между истиной, неясностью, полуправдой, явной ошибкой и намеренным обманом – это одна из главных особенностей постправды», – отмечают Е.Н. Лисанюк и Н.В. Перова, обсуждая фуллеровское понимание данного феномена (Лисанюк, Перова, 2020, с. 223). Данное понимание постправды основано на идее многообразия «режимов истинности», и в подобном контексте всякое притязание на истинность объявляется, по сути, политическим притязанием. Это более чем актуально для публичной коммуникации, охватывающей множество самых разнообразных участников. При этом нельзя сказать, что постправда как таковая появилась лишь в современности. Однако эпоха глобализации с распространением идеи о ценности плюрализма мнений и оценок, цифровизацией и открытым доступом к различным интернет-нарративам сделала ситуацию более сложной и запутанной.

Говоря, что различные группы влияния используют символическую власть научного знания, мы исходим из концепции символической власти Пьера Бурдьё, являющейся частью его теории социального пространства. Социальный мир, несмотря на потенциальную множественность возможных интерпретаций, описывается Бурдьё как «сильно структурированная реальность» (Бурдьё, 1993, с. 144), основанная на определённых классификациях и схемах восприятия. Социальное пространство же «определяется различием позиций, которые занимают одни агенты по сравнению с другими агентами», при этом данные различия «функционируют символически» (Баринов, 2017, с. 73). Стержнеобразующим элементом теории Бурдьё является идея о символическом влиянии, позволяющем навязывать определённое видение социального мира. Причём речь идёт не о конкретных центрах власти, а о её вездесущности – «повсюду и везде» (Бурдьё, 2007, с. 88). Бурдьё говорит о символической власти как о «власти учреждать данность через высказывание, ... заставлять видеть и верить, утверждать или изменять видение мира» (Бурдьё, 2007, с. 95); как о ресурсе, формирующем определённые схемы восприятия реальности и, более того, предрасположенность к действиям (Баринов, 2017, с. 74). Согласно П. Бурдьё,

---

<sup>1</sup> На русский язык понятие *post-truth* переводится и как «постистина», и как «постправда». Сами же мы в данном исследовании используем понятие «постправда», как подразумевающее в том числе ценностный аспект той или иной проблемы или ситуации (существует известное выражение: «У каждого своя правда»).

символы являются инструментами социальной интеграции: «Как инструменты познания и общения... они делают возможным консенсус по поводу смысла социального мира» (Бурдьё, 2007, с. 91). Символы могут влиять на конституирование самого социального пространства через определение тех или иных явлений в качестве легитимных со стороны правообладателей символов (носителей символической власти).

Если рассматривать символическую власть науки в контексте общей социальной игры и конкуренции между различными социальными полями, то следует отметить, что символическая власть науки в обществе связана с наличием у неё экспертного влияния, основанного на общественном признании авторитетности научного знания. Наука является важным источником символической легитимности в обществе, и к ней обращаются различные социальные группы, стремящиеся подкрепить собственные повестки её эпистемическим авторитетом (Boswell, 2009; Шибаршина, 2023, с. 106).

Одним из важнейших полей, где проявляется символическая власть научного знания, стала публичная сфера, в том числе медиасфера, а одним из важнейших инструментов – публичная научная коммуникация, которую мы, исходя из контекста нашего исследования, трактуем довольно широко. Дело в том, что обычно под ней понимается прежде всего коммуникация между научно-экспертными сообществами и общественностью. Однако в реальности учёные, научные эксперты и профессиональные научные коммуникаторы в многообразной и фрагментированной публичной сфере являются лишь частью широкого круга разнообразных социальных групп, которые участвуют в публичном информировании о научных темах, открытиях, методах, проблемах, так или иначе имеющих отношение к научному знанию (Schäfer, Kessler, Fähnrich, 2019; Шибаршина, 2023, с. 106). В данном процессе различные агенты конкурируют друг с другом за общественное внимание и главенство над проблемами и мнениями (Fähnrich, Riedlinger, Weitkamp, 2020, web).

Речь идёт, к примеру, о ситуации, когда в том или ином нарративе апеллируют к определённым научным исследованиям в духе «учёные доказали»<sup>2</sup>. Содержание подобной отсылки можно трактовать как символ, подразумевающий доверие (в данном случае научному знанию), кто бы его ни использовал. При этом за правообладание символом «учёные доказали» может бороться довольно таки широкий круг социальных акторов. Помимо учёных – публичных интеллектуалов, научных журналистов, общественных активистов и т. д., примыкающих к научному консенсусу по тем или

---

<sup>2</sup> За столь удачный пример использования символической власти научного знания автор благодарит А.Н. Ткачёва – одного из участников дискуссии в ходе научно-теоретического семинара «Философия в эпоху перемен» (ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 16 января 2024 г.), на котором автор представила доклад, ставший основой данной статьи.

иным вопросам, на результаты научных исследований могут ссылаться социальные группы, выступающие против научного консенсуса – например, в отношении применения вакцин, изменения климата и т. д. Они не отрицают науку как знание, но выражают сомнение в политической неангажированности тех или иных учёных; ряд исследователей называют их «дениалистами» (Тухватулина, 2023). Ещё чаще на научные исследования ссылаются лица (в том числе и эксперты), которые выступают от лица политических и финансовых групп. Таким образом, различные акторы, участвующие в публичной научной коммуникации (в широком смысле слова), могут апеллировать к научному знанию, выбирая те научные утверждения или данные, которые подкрепляют их позиции.

Одним из существенных аспектов проблемы использования символической власти научного знания является научно-информированная экспертиза, которая в конкуренции за общественное мнение используется как «валюта» (Fähnrich, 2018, p. 8), точнее социальная валюта – «мощный инструмент, своего рода социальная технология, формирующая доверие» (Шибаршина, 2021, с. 37). Понятие социальной валюты используется в области исследований так называемой «экономики солидарности», маркетинга и социальных сетей (Lobschat et al., 2013), но вместе с тем представляет собой более широкую концепцию, описывающую общественные взаимодействия. Это «некая ценность, обладающая потенциалом социального влияния или успеха; то, что ценится в социуме как нечто значимое», как например научно-экспертные знания (Шибаршина, 2023, с. 106). Социальная валюта играет символическую роль и связана с солидарностью и общественным доверием. Таким образом, отсылка к символу «учёные доказали» теми или иными лицами/группами наделяет последних эпистемической властью, предоставляет необходимую легитимность для подкрепления своей повестки.

Исследователь публичной научной коммуникации Б. Фейнрих в своих статьях использует неоднозначную, но подходящую для нашего исследования метафору сообщничества или соучастия. В частности, в одной из его публикаций это звучит следующим образом: «Учёные воспринимаются как эксперты и авторитеты, с одной стороны, и как соучастники [сообщники/единомышленники; в оригинале *accomplices* (англ.) – С.Ш.] экологического активизма и его убеждений, с другой» (Fähnrich, 2018, web). Здесь Б. Фейнрих имеет в виду, что активисты апеллируют к научно-экспертному знанию для продвижения своих повесток, укрепления влияния на принятие политических и/или экономических решений, на мотивацию к гражданским действиям (Fähnrich, 2018, web). Схожая идея отражена в другой его публикации (Fähnrich, Riedlinger, Weitkamp, 2020, web). При этом Фейнрих подразумевает не умышленное искажение активистами научных данных и результатов, а именно использование «информации, имеющей отношение к научному

знанию, для того чтобы быть услышанными» (Fährlich, 2018, web).

Действительно, различные общественные движения ссылаются на эмпирические данные и научные оценки для продвижения своих 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 (Шибаршина, 2023, с. 107). Иногда сами представители научного сообщества в интервью научным журналистам предлагают несоответствующие оценки по поводу той или иной проблемы – например, в области исследований климата (речь в данном случае не идёт об отрицателях глобального потепления). Активисты и климатологи могут преувеличивать риски антропогенных факторов, чтобы привлечь внимание к возможности климатической катастрофы (Штер, Шторх, 2003, с. 111-112). В такой непростой ситуации формируется общественное мнение относительно климатических изменений.

В своей деятельности активисты (и другие участники публичной научной коммуникации) 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 (Fährlich, Riedlinger, Weitkamp, 2020, p. 2). Другими словами, «проблемы становятся проблемами только тогда, когда кто-то указывает на угрозу [или конструирует её – С.Ш.] важным ценностям, которым общество следует» (Сох, 2013, p. 24).

В совместной работе «Погода – климат – человек» метеоролог Ханс фон Шторх и социолог Нико Штер приводят примеры того, что они называют «социальным конструированием проблемы климата» (Штер, Шторх, 2011, с. 104-114). Если учёные рассматривают климат как «сложно организованную систему, в которой взаимодействуют и влияют друг на друга различные компоненты типа океана, атмосферы, морских льдов и т. д.». (Там же, с. 13), то, согласно общественным представлениям, климат и его изменения связаны прежде всего с деятельностью человечества. Штер и Шторх задаются вопросами о том, каким образом сформировались подобные представления у населения, какие факторы и общественные силы повлияли на социальное конструирование климатического сознания и понимания климатических процессов (Там же, с. 109-112). Среди важных факторов названы экономические и общественные интересы. Также Штер и Шторх ссылаются на стремление СМИ к сенсациям и на манипулятивные стратегии некоторых авторов научно-популярной литературы, склонных к явным преувеличениям. Свой вклад вносят и эксперты по изменению климата, климатологи. Помимо исполнения долга по информированию общественности, может иметь место желание получить финансирование или медийную славу, повлиять на политические решения, а также искренняя вера в то, что экологический алармизм способен «улучшить мир». В свою очередь, СМИ иногда предпо-

читают публиковать интервью с теми климатологами, которые в своих предположениях о последствиях климатических процессов делают пугающие прогнозы (Там же, с. 112).

Это возвращает нас к фуллеровскому пониманию постправды, в котором подчёркивается размытость границ между истиной, правдой, полуправдой, ошибкой и намеренным обманом, а также политическое притязание на истину. При этом отметим, что не всегда подобные притязания могут осознаваться самими субъектами как политические; тем не менее, оказавшись в публичном пространстве, вне зависимости от воли субъекта они могут стать таковыми.

В данном контексте важным представляется утверждение социолога Д.А. Шойфеле о том, что публичная научная коммуникация происходит не в социально-политическом вакууме, а это не всегда учитывается в рамках существующих моделей публичной научной коммуникации (Scheufele, 2014, p. 13586). Речь идёт прежде всего о моделях дефицита и диалога (типология М. Букки), которые представляют собой прямые формы коммуникации и не отражают её реальный, сложный и многоакторный, характер. Они не учитывают более широкий социально-экономико-политический контекст публичной научной коммуникации, в котором происходят взаимодействия между наукой и обществом, и, следовательно, уделяют недостаточно внимания вопросам участия в коммуникации различных групп влияния (Шибаршина, 2021, с. 39). Третья модель – участия – больше связана с проблемой равноправного сопроизводства и оценки научного знания учёными и представителями общественности. К существующим моделям Д.А. Шойфеле, в свою очередь, предлагает добавить модель научной коммуникации как политической коммуникации. Она должна включать исследование следующих вопросов: какие научные проблемы попадают в публичное пространство, а какие нет (стоит также добавить – почему?); каким образом те или иные проблемы представляются публике; как различные заинтересованные стороны борются за внимание в публичной сфере; как граждане взаимодействуют с потоками информации (часто противоречивыми) и т. д. (Ibid., p. 13587). Это действительно заслуживающие внимания вопросы.

Таким образом, в контексте ситуации постправды приходится признавать, что сегодня учёные и профессиональные научные коммуникаторы присоединяются к широкому кругу разнообразных социальных акторов, которые участвуют в игре в знание, где наградой является так называемая «истина» (или «правда»? ). И далеко не всегда мы осознаём то обстоятельство, что нас вовлекают в языковую игру с собственными процедурами валидации (правилами), в которой научное знание может использоваться как социальная валюта.

## Благодарности

Автор благодарит организаторов научно-теоретического семинара «Философия в эпоху перемен» (ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 16 января 2024 г.) за возможность выступить с докладом, ставшим основой данной статьи, а также участников состоявшейся дискуссии.

## 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

Баринов, 2017 – *Баринов Д.Н.* Концепция символической власти П. Бурдьё // Язык и социальная коммуникация: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции 30 сентября 2017 г. Смоленск: Новаленсо, 2017. С. 73-77.

Бурдьё, 2005 – *Бурдьё П.* Поле науки // Социология под вопросом. Социальные науки в постструктуралистской перспективе: альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской академии наук. М.: Праксис; Институт экспериментальной социологии, 2005. С. 15-56.

Бурдьё, 1993 – *Бурдьё П.* Социальное пространство и символическая власть / Пер. с фр. В.И. Иванова // Thesis. 1993. Вып. 2. С. 137-150.

Бурдьё, 2007 – *Бурдьё П.* Социология социального пространства / Пер. с фр., ред. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. 288 с.

Лисанюк, Перова, 2020 – *Лисанюк Е.Н., Перова Н.В.* Стив Фуллер и его игра в знание в условиях постправды // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 53. С. 221-257.

Тухватулина, 2023 – *Тухватулина Л.А.* Наука как объект веры и недоверия: феномен дениализма // Эпистемология и философия науки. 2023. Т. 60. № 1. С. 6-20. <https://doi.org/10.5840/eps20236011>

Фуллер, 2021 – *Фуллер С.В.* Постправда: знание как борьба за власть / Пер. с англ. Д. Кралечкин. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. 368 с.

Шибаршина, 2023 – *Шибаршина С.В.* К проблеме использования символической власти научно-экспертного знания // Цифровой учёный: лаборатория философа. 2023. Т. 6. № 2. С. 102-117.

Шибаршина, 2021 – *Шибаршина С.В.* Когда наука берётся в «сообщники» // Философия. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 5. № 4. С. 34-43. <https://doi.org/10.17323/2587-8719-2021-4-34-43>

Штер, Шторх, 2011 – *Штер Н., Шторх Х.* Погода – Климат – Человек / Пер. с нем. К.Г. Тимофеева. СПб.: Алетейя, 2011. 171 с.

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

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

Fähnrich, 2018, web – *Fähnrich 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>

Fähnrich, Riedlinger, Weitkamp, 2020, web – *Fähnrich 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>

Lobschat et al., 2013 – *Lobschat L., Zimbauer 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.

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, 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.

## References

Barinov, D.N. (2017). The concept of symbolic power by P. Bourdieu. In *Language and Social Communication*. Collection of papers from the First International Academic Conference on September 30, 2017 (pp. 73-77). Novalenso Publ. (In Russian)

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

Bourdieu, P. (2005). Scientific field (Le champ scientifique; transl. from French). In *Sociology in Question. Social Sciences in a Post-Structuralist Perspective: Almanac of the Russian-French Center for Sociology and Philosophy of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences* (pp. 15-56). Praxis Publ.; Institute of Experimental Sociology Publ. (In Russian)

Bourdieu, P. (1993). Social space and symbolic power (Espace social et pouvoir symbolique; transl. from French by V.I. Ivanova). *Thesis*, 2, 137-150. (In Russian)

Bourdieu, P. (2007). *Sociology of Social Space* (Sociologie de l’espace social; transl. from French by N.A. Shmatko). Institute of Experimental Sociology Publ.; Aleteya Publ. (In Russian)

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

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>

Fuller, S. (2021). *Post-Truth. Knowledge as a Power Game* (transl. from Engl. by D. Kralechkin). The Higher School of Economics Publ. (In Russian)

Lisanyuk, E.N., Perova, N.V. (2020). Steve Fuller and his knowledge power game in the post-truth condition. *Tomsk State University Journal. Philosophy. Sociology. Political Science*, 53, 221-257. (In Russian)

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>

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

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. <https://doi.org/10.32326/2618-9267-2023-6-2-102-117>

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>

Storch, H. von, Stehr, N. (2011). *Weather – Climate – Man* (Clima – Wetter – Mensch; transl. from German by K.G. Timofeeva). Aleteya Publ.

Tukhvatulina, L.A. (2023). Science as an object of faith and distrust: the phenomenon of denialism. *Epistemology and Philosophy of Science*, 60 (1), 6-20. <https://doi.org/10.5840/eps20236011> (In Russian)