

# МЕДИАВИРУСНАЯ КАМПАНИЯ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В SCIENTIFIC RELATIONS

Федотовских А.В., к.э.н., проф. РАЕ

Институт стратегического развития Севера СПП

Красноярск-Норильск, Россия

E-mail: [fedotovskihav@obninsk.net](mailto:fedotovskihav@obninsk.net)

Работа посвящена вопросам формирования общественного мнения широких аудиторий о проектах научного теоретического и прикладного характера, где **общественное мнение** — усредненная и поддерживаемая большинством точка зрения различных социальных групп на какую-либо проблему с учетом развития массового сознания и ролевых представлений социальной группы о поведении и мышлении внутри социума<sup>1</sup>. Общественное мнение складывается из широко распространенной информации, как то: мнений, суждений, убеждений, идеологий, равно как и из слухов, сплетен, заблуждений.

В формировании общественного мнения большую роль играют средства массовой информации (СМИ), в частности: телевидение, радиовещание, печатные издания (пресса). На общественное мнение влияют мнения людей, признаваемых обществом авторитетными и компетентными, личный опыт.

## SCIENTIFIC RELATIONS. ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СПЕЦИФИКА

Современная наука предстает перед нами в двух ипостасях. С одной стороны – скучные, серые и серьезные школьные уроки, институтские лекции и иная «научно-техническая информация» по физике, химии, биологии и ряду других дисциплин, а с другой – это запоминающиеся образы научной фантастики, яркие новостные сюжеты и информация о будущих технологических прорывах всего человечества.

Истоки связей с общественностью в научной сфере лежат в области популяризации знаний. **Популяризация науки** — процесс распространения научных знаний в современной и доступной форме для широкого круга людей (имеющих определенный уровень подготовленности для получения информации). Популяризация науки, «перевод» специализированных знаний на язык малоподготовленного слушателя, читателя — одна из самых важных задач, стоящих перед популяризаторами науки. Задачей популяризатора науки является превращение скучных научных данных в интересную и понятную большинству информацию. Популяризация науки может быть направлена как на общество в целом, так и на его часть, подрастающее поколение, — талантливых школьников<sup>2</sup>. Авторами в этом жанре выступали А. Эйнштейн и многие другие ученые с мировым именем. Естественные науки популяризировали: Михаил Ломоносов, Александр Столетов, Альфред Брем, Айзек Азимов, Стивен Хокинг.

Научная популяризация проводится в двух основных схемах. Первая - прагматическая. Она практиковалась в советское время и представляет собой форму профориентации. Направлена на молодежь, которой еще предстоит получить

---

<sup>1</sup> Евгеньева Т.А., Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им, спецкурс по социальной психологии МДАД «НАШИ» // Национальный институт «Высшая Школа Управления». - Москва. - 2005.

<sup>2</sup> Популяризация науки // Материал из Википедии — свободной энциклопедии. - электронная ссылка: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Популяризатор>

профессиональное образование. Кружки физики, математики, журналы «Квант». Обеспечивает отбор интересующихся. Схема работает великолепно при условии внешнего финансирования со стороны государства или крупнейших корпораций. Вторая схема популяризации - развлекательная. Прекрасно работала в это же время на Западе. Ее идея в том, что наука превращается в шоу, которое оправдывает затраты на науку в глазах налогоплательщика. Если можно потратить сотни миллионов долларов на кинофильм, то почему за те же деньги не послать вездеход на Марс. Люди понимают, что наука - это весело, интересно, забавно<sup>3</sup>.

«Мы отдаем себе отчет, что должны все-таки объяснять людям, налогоплательщикам, что мы делаем. Но нужно популяризировать те области науки, которые уже полностью понятны, - настаивал на встрече в Клубе научных журналистов специалист по математической физике академик РАН Людвиг Фаддеев. - Современную науку труднее популяризировать. Рассказывать про кварки, струны, поля Янга-Миллса. Получается нехорошо - с обманами». На Западе подобные возражения задержали становление научного шоу-бизнеса до конца 1970-х годов, а в России его и по сей день нет<sup>4</sup>. Но самое тяжелое то, что изменения такого рода не планируются и воспринимаются учеными из нашей страны как кощунство. По утверждению советского фантаста Ивана Ефремова, в СССР на заседаниях комиссий и редакций некоторые учёные говорили, что научно-популярная литература — пустяки<sup>5</sup>.

За рубежом – в Западной Европе и США - связи с общественностью в науке (Scientific Relations) сформировались еще в 1965-1975 гг. Scientific Relations - особое направление коммуникационной отрасли. В рамках взаимодействия бизнес-структур с научным сообществом могут решаться различные задачи. Среди них: реализация совместных проектов с научными и образовательными организациями, вовлечение авторитетных ученых в коммуникационные кампании, получение экспертных оценок и комментариев и др. В ряде случаев проведение научных исследований позволяет легитимизировать в коммуникациях позитивные оценки продвигаемого продукта.

Особенно тесные корни с научной средой имеют высокотехнологические компании. К примеру, многие лидеры отечественной IT-индустрии возникли на базе научных институтов и центров. Эффективные коммуникации позволяют привлечь к сотрудничеству лучших молодых исследователей, организовать мониторинг перспективных для компании научных идей, продемонстрировать инновационность и технологичность бизнеса<sup>6</sup>.

Инновации и высокие технологии все чаще востребуются как основной ресурс успешного развития. Связи бизнеса и государства с научным сообществом позволяют значительно повысить эффективность проектов, ориентированных на создание или внедрение инноваций.

Итак, **Scientific Relations - это специализированная коммуникационная деятельность, в рамках которой реализуются совместные проекты государственных и бизнес-структур с научными институтами и образовательными учреждениями<sup>7</sup>.**

Одним из важных решений в продвижении SR в нашей стране стало решение о

<sup>3</sup> Стратегии научной популяризации сегодня // Дискуссия в FAQ-safe сайта «Проблемы эволюции». - 15.12.2004. – электронная ссылка: <http://www.evolbiol.ru/popular.htm>

<sup>4</sup> Показуха по науке // Компьютерра. - электронная ссылка: <http://offline.computerra.ru/2007/714/343917/-http://humanism.al.ru/ru/articles.phtml?num=000473>. – 10.2007

<sup>5</sup> Ефремов И. О широкой популяризации науки // М.- Литературная газета. - 1953. – 24.02. - С. 3. – электронная ссылка: <http://iae.newmail.ru/Publicism/LG53-24march.htm>

<sup>6</sup> Scientific Relations // Коммуникационная группа «Гуров и партнеры». - электронная ссылка: <http://www.gurovpr.com/ru/services/sr>

<sup>7</sup> Scientific Relations. Решения // Сайт Коммуникационной Группы Insiders. - электронная ссылка: <http://www.insiders.ru/create/solutions/scientific/>

создании Комитета Scientific Relations (по связям с научным и экспертным сообществом) в IABC/Russia. Руководителем Комитета стал Евгений Кузнецов, вице-президент Фонда содействия развитию науки, образования и медицины и вице-президент КГ «Insiders».

Scientific Relations – новое направление в сфере коммуникаций, развитие которого диктуется не только задачами общего усиления инновационной экономики, но и имеющимися в России острыми проблемами, блокирующими развитие и применение ее научного потенциала. Мировая система институтов взаимодействия государства, бизнеса и научного сообщества основана на целой системе управляемых коммуникаций, в ходе которых появляется возможность эффективно планировать инвестиции, концентрировать средства на наиболее успешных направлениях и создавать эффективные программы, ориентированные на практический результат. В настоящее время в России отсутствуют не только эти механизмы, но даже предпосылки для их возникновения. Эта ситуация может и должна быть максимально быстро исправлена, и только это поможет деблокировать системные препятствия к созданию инновационной экономики в России. Новый комитет, открытый в рамках российского отделения IABC, поставил перед собой задачу решать эти проблемы<sup>8</sup>.

Важнейшая роль PR-специалиста, работающего в проектах научного направления – медиация. Иными словами, перевод на простой язык обывателя сложных, часто узко специализированных понятий. В Европе в начале 1908-х гг. введен такой термин как «scienctainment». В этом стиле работает большинство западных научно-популярных телеканалов и радиопрограмм.

Не для кого ведь не секрет, что чертовщину, суеверия, НЛО, падающие метеориты люди любят куда больше, нежели простое объяснение обычных процессов физико-химического, или физико-математического свойства. Поэтому в данном случае, общественное мнение, или шумиха (понятие широких масс) - всего лишь следствие того, что простой человек, во-первых, не способен в полной мере оценить подобные проекты, и во-вторых, потому что ему куда больше нравятся прогнозы, например, на тему неизбежного конца света или заката Солнца. Роль медиатора в таких случаях проста: «переводить» тексты с научного языка на обывательский.

Однако, популяризация и SR – идеологически разные направления, хотя второе – логическое продолжение первого. Популяризация предполагает обращение к обезличенным аудиториям - неопределенному кругу лиц как в известном определении рекламы. Система SR невозможна без получения явного или скрытого результата, направленного на развитие конкретной организации, группы лиц или научного проекта – получение инвестиций, государственных гарантий, нового оборудования и других ресурсов, направленных на собственное развитие, а не на развитие всего общества.

## **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ SR**

После окончания Второй мировой войны, в послевоенное время, овладение ядерной энергией, выход в космос, кибернетика, прорыв в медицине и создание компьютеров обеспечили ажиотажный интерес к науке во всем мире. Особенно ярко это выразилось в фантастике. Ранее немногочисленные фантасты использовали средства литературы, чтобы популяризовать волновавшие лично их идеи прогресса. Получалась бесплатная, хотя и односторонняя, реклама или пропаганда науки. Но в середине 60-70-х

---

<sup>8</sup> IABC/Russia займется Scientific relations // «Коммуникационная группа «Region PR. – электронная ссылка: <http://www.regionpr.ru/news.php?extend.500>. – 04.03.2009

гг. XX столетия достижения реальной науки оказались столь впечатляющими и практическими, что теперь уже она стала возвращать старые долги обществу и поддерживала фантастику своим авторитетом. Особенно такое положение дел было актуально для США и Европы. Фантасты с мировым именем Лем, Кларк и Брэдбери – первое поколение примеров слияния научно-технического прогресса и выдумки.

Пионером SR стало NASA (Национальное аэрокосмическое агентство США)<sup>9</sup>. В отличие от советско-российских, строго засекреченных ЦУПа (Центр управления полетами), космодромов Байконур, Плесецк и космических предприятий, NASA рассказывало общественности о космосе, экспериментах, астронавтах, прогнозировало будущее развитие науки, в первую очередь, астрономии и космонавтики (астронавтики). Особая роль отводится нашумевшей и до конца не рассекреченной программе «Аполлон» с рядом автоматических орбитальных и пилотируемых полетов на Луну, в том числе с высадкой землян на единственном естественном спутнике. Однако, к концу американской программы «Аполлон» интерес публики к науке стал снижаться. Многократно прокатанные визуальные научные сюжеты перестали притягивать широкое внимание. Даже успешная посадка «Викингов» на Марсе в 1976 году не вызвала большого воодушевления. Пресса и телевидение практически не интересовались этими событиями. Наука сама по себе перестала быть шоу. Тогда в NASA пошли на решительные шаги. Часть ресурсов, высвободившихся после закрытия программы «Аполлон», руководство NASA перебрало на создание космического телескопа, получившего впоследствии имя Эдвина Хаббла. Когда в 1990-х телескоп заработал в полную силу, сотрудники Space Telescope Institute стали получать изображения невиданного прежде качества. Это был прорыв не только в самой науке, но и в понимании достижений науки обществом.

Для возвращения NASA статуса пионера популяризатора науки в конце 1970-х гг. директор по анализу данных и планированию проекта «Викинг» Джентри Ли учредил продюсерскую компанию, которая по сценарию астронома, биолога и научного писателя Карла Сагана сняла 13-серийный научно-популярный фильм «Космос». Фильм охватывал широчайший набор тем - от судьбы Александрийской библиотеки до межпланетных полетов, от эволюции звезд до происхождения жизни. Сериал был «нацелен на неподготовленную аудиторию и нуждался в великолепном визуальном ряде и музыкальном оформлении, чтобы захватывать сердца так же, как и умы»<sup>10</sup>. «Космос» посмотрели более 600 млн. зрителей (около 10% населения Земли) более чем в шестидесяти странах мира. К сожалению, Россия, поглощенная «следствиями знатоков» в советский период и желтыми боевиками «про ментов и оперов» в нынешнее время, в число стран, показавших этот сериал на широком ТВ-экране, не вошла.

Еще одним примером вложений в популяризацию науки можно считать деятельность множества научных гигантов – Microsoft, Национальный Институт Здоровья США, Intel, Французский центр научных исследований (CNRS).

Но фактор личности в донесении научных открытий еще более важен, чем деятельность огромных корпораций. Так, Айзек Азимов не только гениальный американский фантаст, но и активный популяризатор науки. В его научно-популярных книгах, написанных в основном в 60-х и 70-х годах, в доступной форме излагаются занимательные стороны таких наук, как биология, химия, физика, математика, астрономия. Знаменитый Стивен Хокинг не только физик, но также популяризатор. Хокинг популяризировал астрономию и физику. В его научно-популярных книгах «Краткая

<sup>9</sup> НАСА в России // Интернет сайт Посольства США в Москве. - <http://russian.moscow.usembassy.gov/nasa.html>

<sup>10</sup> Показуха по науке // Компьютерра. - электронная ссылка: <http://offline.computerra.ru/2007/714/343917/> - <http://humanism.al.ru/ru/articles.phtml?num=000473>. - 10.2007

история времени», «Кратчайшая история времени», «Чёрные дыры и молодые вселенные» (1993), и «Мир в ореховой скорлупке» (2001) в научно-популярном стиле рассказывается о космологии и её последних достижениях.

Но Хокинг еще и чудесный мастер SR. Благодаря его гению не только ученого, но и великолепного рассказчика – медиатора, второе дыхание получил британский университет в Кембридже. Сейчас в Тринити колледже Кембриджского университета Стивен Хокинг занимает должность, которую три столетия назад занимал Исаак Ньютон, а в XX веке Поль Дирак.

Особое внимание необходимо уделить уже упомянутому Карлу Сагану – американскому астроному, который был пионером в области экзобиологии и дал толчок развитию проекта по поиску внеземного разума SETI. Карл Саган получил мировую известность за свои научно-популярные книги и уже указанный телевизионный мини-сериал «Космос: Персональное Путешествие» (Cosmos: A Personal Voyage). Он также является автором романа «Контакт», на основе которого в 1997 году был снят фильм с одноимённым названием. Карл Саган выступал в поддержку научного метода<sup>11</sup>.

Задачу помощи SR-специалистам, аналогично партнерству в PR, выполняют медиа. В Америке и Европе – это пресс-службы при исследовательских центрах и научные информационные агентства, такие как «EurekAlert!», «ScienceDaily», «NewsWise», «AlphaGalileo». Некоторые крупные научные журналы, в том числе «Nature», специально для журналистов готовят обзоры самых интересных публикаций и бесплатно дают доступ к оригинальным статьям.

В Северной Америке наиболее удачным примером развития SR стала деятельность Американской ассоциации содействия развитию науки — The American Association for the Advancement of Science (AAAS). Это международная некоммерческая организация, созданная с целью содействия сотрудничеству между учеными, защиты свободы исследований, поощрения научной ответственности, а также поддержки образования и науки на благо всего человечества. Ассоциация является крупным научным сообществом и издателем известного научного журнала «Science», который выходит еженедельным тиражом 138549 экземпляров. Основана 20 сентября 1848 г. в Пенсильвании<sup>12</sup>.

## **ПРИМЕРЫ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОЕКТОВ, ОТНЕСЕННЫХ К СИСТЕМЕ SR**

Нашей страны проблема развития SR касается самым непосредственным образом. С распадом Советского Союза полностью разрушилась система популяризации науки. Иначе говоря, перешла в законсервированное состояние. Еще десять лет научно-популярные книги практически не издавались. С 1992 года заботы о хлебе насущном, набивании желудков и карманов задавили в обществе спрос на познание. Денег почти не выделялось на саму науку, не то, что на ее популяризацию и продвижение. С 2001-2002 гг. небольшие средства стали появляться. Но если в науке потенциал более или менее сохранился, то людей и структур, готовых и умеющих делать качественное научное шоу не оказалось. Нет их в практикующих специалистах по связям с общественностью и уж тем более в выпускниках профильных кафедр, до сих пор пишущих заезженные выпускные работы о роли пресс-служб в муниципалитетах.

Двадцать-тридцать лет назад в СССР была замечательная система популяризации знаний. Издавались большими тиражами такие журналы, как «Наука и

<sup>11</sup> Саган Карл // Словари и энциклопедии на Академике. – 2009. – электронная ссылка: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/74567>

<sup>12</sup> Интернет-сайт ассоциации ААСРН. - электронная ссылка: <http://www.aaas.org/>

жизнь», «Химия и жизнь», «Знание-Сила», «Техника молодежи» и прочие подобные. По всей стране активную пропаганду науки вело всесоюзное общество «Знание», хотя назвать работу массовиков с бесплатными лекциями о квантовой механике для доярок в обеденный перерыв под надзором парторга вряд ли можно эффективной. Тем не менее, множество людей самостоятельно и добровольно тратили свободное время - читали научно-популярную литературу, спорили по вопросам науки, интересовались последними научными открытиями. Именно популяризация советской науки дала нам возможность узнать о и гордиться множеством открытий и достижений: первый человек в космосе и советские космические программы, луноходы, лучший вуз - МГУ, Чернобыль и множество других как позитивных так и не очень по содержанию проектов.

Сегодня выстроенной индустрии раскрутки научных проектов нет, зато псевдонаучная продукция - постоянный ингредиент большинства «желтых» печатных СМИ и российских телеканалов. Это уже стало серьезно сказываться на мировоззрении общества. Особенно выделяется на общем фоне «Рен-ТВ» с циклами «околонаучных» продуктов.

Но все же существует ряд примеров, доказывающих, что популяризация науки в современных условиях (а значит и возможный переход к профессионально сформированному SR) в России ведется.

В Советском Союзе, а позднее и в России наиболее ярким популяризатором науки стал Сергей Петрович Капица - русский советский учёный, телеведущий, главный редактор научно-популярного журнала «В мире науки»<sup>13</sup>. едущий научно-популярной телепередачи «Очевидное-Невероятное». Капица является лауреатом премии Калинги, Государственной премии и премии РАН за популяризацию науки.

Ярким примером, стоящим особняком в области популяризации науки является деятельность негосударственного некоммерческого Фонда «Династия» Дмитрия Зимина. Популяризация отечественной фундаментальной науки представлена фондом сразу несколькими программами:<sup>14</sup>.

- Премия в области литературы нон-фикшн «Просветитель».
- Научно-популярный сайт о фундаментальной науке «Элементы».
- Библиотека фонда «Династия».
- Публичные лекции.
- Конкурс «Научный музей в XXI веке».
- Научно-популярный фестиваль «Дни науки».
- Научные кафе.

Что касается именно внедрения SR как части или направления в PR, то в первую очередь это должно быть прерогативой учреждений Минобразования и предприятий государственных корпораций. Но на деле ведущие научные структуры «Росатом», «Роскосмос» и «Роснано» – по сути, коммерческие корпорации, участие которых в популяризации науки весьма ограничено. Однако, и SR предприятия этих корпораций выстроить не смогли – привлечь инвесторов и совершать технологические прорывы гораздо сложнее, чем «выбивать» и «осваивать» государственные бюджетные деньги.

Конечно, единичные примеры несистемного научного шоу в Росси и присутствует. Так от НПО им. Хруничева постоянно идут новости, где на полном серьезе говорят о разработке «двигателя, нарушающего третий закон Ньютона», и в прессе об этом сообщается как о чем-то само собой разумеющемся. Единственный, на взгляд автора, эталон эффективного применения SR в российских медиа - блок «Технологии» на канале

<sup>13</sup> Журнал «В мире науки» // Электронная версия: <http://www.sciam.ru/>

<sup>14</sup> Фонд «Династия». – электронная ссылка: <http://www.dynastyfdn.com/programs/popular>

Россия24, подготовленный редакцией ВГТРК и ГК «Ростехнологии», где популярным и доступным языком, рассказывается о новейших научно-технических разработках, проводимых на предприятиях, подведомственных «Ростехнологии». На том же канале идет и другой не менее интересный блок «Час науки», который можно отнести к современным программам по популяризации науки.

Причина невозможности применения в нашей стране SR-технологий - отсутствие важнейшего механизма обратной связи науки с обществом. Даже в тех НИИ, где формально имеются пресс-службы или специалисты по PR, они не справляются со своей задачей: регулярно предоставляют прессе удобную в работе информацию и информировать целевые аудитории. Между тем, крупные научные зарубежные конгломераты, скажем, NASA или CERN располагают еще и обширными мультимедийными архивами и даже готовят свои телепрограммы, которые могут использовать другие СМИ. У нас же на сайтах большинства исследовательских центров нет даже приличных снимков используемых установок и оборудования. Каждый первый директор исследовательского института и в страшном сне не выделит, 1-2% своего бюджета на Public Relations. Да у него и права такого нет - подобные расходы просто не предусмотрены бюджетами подобных учреждений.

В целом же у популяризации науки и развития SR нет никаких новых, особенных, качественных проблем, кроме желания государства, которому в реалиях не нужны на самом деле грамотные люди – так и до социального бунта недалеко.

## **МЕДИАВИРУСЫ И РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУЧНЫХ ПРОЕКТОВ**

Анализ последних наиболее удачных SR-кампаний в международной практике показал, что использование медиавирусом становится наиболее эффективным, эффективным и недорогим способом донесения научной информации до целевых аудиторий, в том числе дифференцированных.

Медиавирус — термин, введённый американским специалистом в области СМИ Дугласом Рашкоффом для обозначения медиасобытий, вызывающих прямо или косвенно определённые изменения в жизни общества<sup>15</sup>. Этот термин он ввел в книге «Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture» (1994, — «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание», 2003 - переиздание) на различных примерах описывает, как современные СМИ манипулируют общественным мнением, продвигая интересы их владельцев в виду своей корпоративной природы. Эффектом от книги стало придание Дугласу Рашкоффу статуса «виртуозного медиааналитика». Существовая на деньги рекламодателей и дотации государственных корпораций, СМИ, вольно и невольно, продвигают повсеместно потребительские ценности, формируют определённое общественное мнение и, в итоге, контролируют общедоступное описание мира<sup>16</sup>.

По мнению Рашкоффа, вместе с развитием технологий средств массовой информации в мировой и, более всего, в американской культуре появилось целое поколение «икс», выросшее в тесном контакте с массмедиа, свободно знакомое с информационными технологиями и по-настоящему функционирующее в мировом «эфире» — инфосфере, или «медиапространстве», прообраза виртуальной реальности. Отдельные представители поколения Рашкоффа, обладающие пониманием психологии,

<sup>15</sup> Медиавирус // Материал из Науки — свободной энциклопедии. — электронная ссылка: <http://ru.science.wikia.com/wiki/медиавирус>

<sup>16</sup> Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание // Пер. с англ. Д. Борисова. — М.: Ультра. Культура, 2003. — 368 с., илл. ISBN 5-98042-012-6

социологии, маркетинга, знакомые с приёмами нейролингвистического программирования и психологии влияния, создают организованные группы, целью которых ставится проведение «медиадиверсий», способных взорвать карту реальности, создаваемую СМИ, — чаще всего упрощённую модель мира. И если раньше «медиапространство» большинством людей воспринималось в качестве медиума, посредника, информирующего людей о реальности, то сейчас всё больше людей относится к инфосфере, как к отдельному феномену, существующему по своим законам.

В книге «Медиавирус» Рашкофф подробно описывает фактор, противодействующий преднамеренному упрощению картины мира средствами массовой информации, — медиасобытия, «вызывающие подлинные социальные перемены», детища сложившейся ситуации, информация о которых распространяется в информационной среде по принципу вирусов, названных Рашкоффом медиавирусами. Именно запуском подобных медиавирусов и занимаются современные медиаактивисты и специалисты по массмедиа. Плодами их работы могут пользоваться предвыборные штабы, крупные корпорации и другие заинтересованные лица.

Медиавирусы — распространяющиеся по инфосфере мемы и мемокомплексы (мем (англ. meme) — единица культурной информации, распространяемая от одного человека к другому посредством имитации, научения и др.<sup>17</sup>) чья информация изменяет восприятие людьми локальных и глобальных событий. Научная дисциплина, изучающая вирусные и менее влиятельные мемы, называется меметика, плодами которой и пользовался Дуглас Рашкофф для формирования концепции «медиавируса».

Оболочкой медиавируса как фактора, раскрывающего сложность и полноту связей инфосферы, может быть:

- Событие.
- Изобретение.
- Технология.
- Научная теория.
- Философская система.
- Сексуальный скандал.
- Поп-звезда.

Вызывая интерес у потребителей массмедиа, распространяясь, даже, казалось бы, немасштабные события способны вызвать серьёзный сдвиг в массовом сознании. Для описания этого Дуглас Рашкофф любит приводить известный пример «эффекта бабочки», введенного фантастом Рэем Брэдбери: незначительное событие в одной части сложной системы может спровоцировать непредсказуемые катастрофические изменения в другой.

Сегодня естественной сферой распространения медиавирусов считается Интернет. Некоторые исследователи придерживаются гипотезы, что интернет может в скором будущем служить плацдармом для революций. Как бы то ни было, если судить по текущему положению дел, получившая широкое распространение Wikipedia подпадает под определение весьма крупномасштабного медиавируса в Интернете, оказывающего значительное влияние на общество.

Можно выделить три вида медиавирусов:

- **Преднамеренно созданные медиавирусы**, сознательно кем-то запускаемые, чтобы способствовать распространению какого-либо товара или идеологии. Примерами таких вирусов Рашкофф называет рекламные трюки и

---

<sup>17</sup> Мем // Материал из Википедии — свободной энциклопедии. — электронная ссылка: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Mem>

акции медиаактивистов.

- **«Кооптированные» вирусы**, или **«вирусы-тягачи»**, могущие возникнуть спонтанно, но мгновенно утилизируемые заинтересованными группами с целью распространения собственных концепций. Примеры включают скандал вокруг Вуди Алена и Миа Фэрроу (использовался республиканцами для критики концепций демократов), эпидемию СПИДа (была использована консерваторами для обвинения гомосексуалистов) и др.

- **Полностью самозарождающиеся вирусы** — медиавирусы, вызывающие интерес и распространяющиеся сами по себе. Примерами могут служить избиение Родни Кинга, новые технологии или научные открытия.

### **Медиаактивизм и применение медиавирусов.**

Медиаактивизм (media activism) — явление, особенно характерное для нескольких последних десятилетий, но предпосылки которого, вероятно, можно было наблюдать на протяжении всего развития средств коммуникации между людьми. Медиаактивистов можно назвать «партизанами информационной войны», ибо существующие организованные группы или отдельные индивиды ведут специальную работу по созданию медиавирусов. Среди наиболее известных медиаактивистов или, по крайней мере, людей, запустившим ряд известных медиавирусов, можно назвать д-ра Тимоти Лири, с которым Дуглас Рашкофф был знаком. Экоterrorism, практикуемый экстремальными группировками «зелёных», также имеет целью создавать медиавирусы. Существуют социологические исследования медиаактивизма среди ВИЧ-инфицированных.

Сегодня политические деятели и другие публичные персоны — скорее всего, знакомые с мемометикой и принципами распространения мемов — будучи естественными ньюсмейкерами для средств массовой информации, активно запускают вирусные мемы, и нет оснований считать, что это ими делается неосознанно.

### **Медиавирусы в России.**

Россияне также имели возможность наблюдать ряд медиавирусов, различных по масштабам последствий. В июле 2006 года поцелуй Никиты Путиным вызвал широкий общественный резонанс, так как данное событие невозможно было однозначно истолковать. Это событие сразу же нашло отражение в форумах Интернета. Комплексность данного события, скорее всего, была усилена тем фактом, что вопрос о мотивах, побудивших Владимира Путина прилюдно поцеловать ребёнка в живот, попал в перечень самых популярных вопросов президенту на интернет-конференции 6 июля 2006 года. Ещё одно медиасобытие, имеющее основания называться потенциально вирусным, — известный скандал вокруг Филиппа Киркорова, нецензурно выругавшегося в адрес журналистки. Насколько эффективным оказался медиавирус — неизвестно, однако он привлёк к российской поп-звезде определённое внимание средств массовой информации.

### **Медиавирусы и наука.**

Давно отмечено, что для СМИ научная тематика — дорогая и не очень интересная. Причем, затраты на ее производство выше средних. К тому же она ориентирована на относительно небольшой сегмент аудитории. Поэтому вряд ли СМИ будут выбиваться из сил, за свой счет обеспечивая качество научной информации. Расклад может измениться, только если дать науке проявить заинтересованность в информировании общества о своих результатах. И вот тут медиавирусы как продует симбиоза науки и медиа очень актуален.

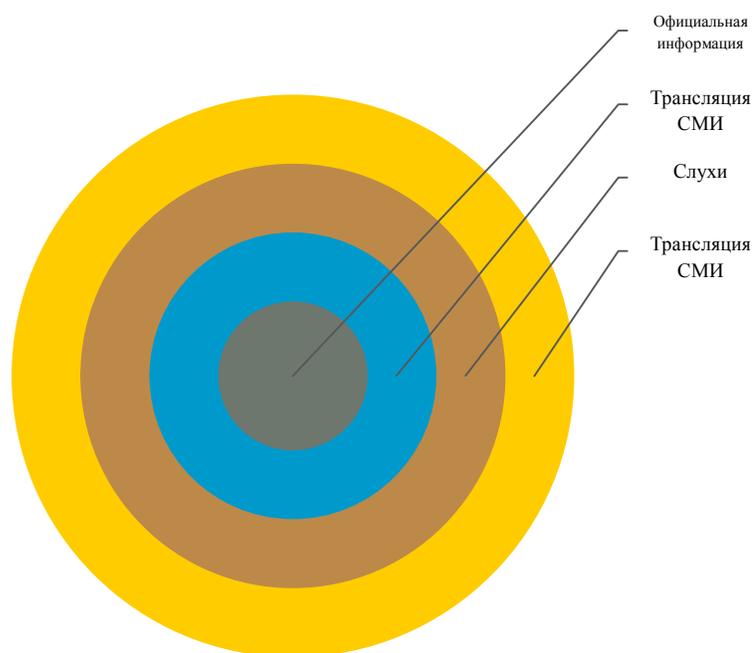
Парадоксально, но в комментариях к постам в блогах и новостях, которые

публиковали SR-специалисты Европейского центра ядерных исследований (CERN) – основного объекта для анализа в представленной работе, люди высказывали недоверие к их словам, базировавшееся на эмоциях - «но ведь это такое большое сооружение, это же опасно!», «частицы будут двигаться с ужасающей скоростью, а вдруг рванет?». Видимо, причина этого в том, что во-первых, людям нравится щекотать себе нервы страхом, а во-вторых, очень часто встречается убеждение, что обыватель разбирается во всем, что происходит, будь то ядерная физика или управление государством. Таким образом, не понимая происходящего, обыватель автоматически настороженно относится ко всему не до конца понятному, но при этом разбираться не хочет, а хочет чтобы все было «как надо». В угоду обывателям – то есть в целях пиара и увеличения лояльности - , были проведены такие мероприятия, как сожжение Бруно, философский пароход и дело врачей. Создают такие мнение медиавирусы, искусно вплетаемые в жизнь простого обывателя при помощи медиа.

## КОНТЕНТЫ

Множество жителей планеты ожидают, что в 2010 году посыплются новые очень интригующие сведения из CERN. Рассмотрим примерную структуру и направления содержания сообщений.

Выстроенная пресс-службой CERN схема информирования с использованием вирусных технологий представляет собой замкнутую систему:



*Схема №1. Принцип донесения информации до аудиторий*

На официальных порталах, в пресс-релизах и на пресс-событиях CERN предлагал общественности научно-выверенную официальную информацию, которую получали аккредитованные СМИ, а затем медиа, не входящие в приоритетный пул. Далее СМИ транслировали выданную официальную информацию, впрочем, уже на этом этапе не обошлось без обещания глобальных угроз всему человечеству. В преддверии запуска

БАК и прочих других событий многие СМИ публиковали тревожные сообщения о том, что в результате столкновения протонов в коллайдере может образоваться черная дыра, которая ни много ни мало поглотит и само гигантское сооружение, и все, что находится за его пределами, включая всю нашу маленькую планету.

Получившие «сборную солянку» аудитории распространяли такого рода симбиозную информацию в виде слухов из уст в уста, на блогах и т.п., и после этого «желтые» СМИ стали выдавать в эфир слухи как правдивую информацию. И так далее.

Можно предположить, что существуют минимум четыре блока информации о CERN и экспериментах на БАК. Приведем их с краткими примерами:

#### **1. Официальная (алгоритмическая) информация:**

- Все эксперименты пройдут успешно, и их результаты помогут в изучении Хиггсовского механизма, топ-кварков, будет подтверждена или опровергнута суперсимметрия, проверены экзотические теории и идеи относительно устройства мира.
- Ученых волнует, удастся ли обнаружить бозон Хиггса или нет, как проходят столкновения адронов. Причем информация о бозоне Хиггса появится лишь в 2010 году<sup>18</sup> (хотя изначально планировали уже в 2009).
- Первые научные публикации результатов, полученных на коллайдере, появились только в конце 2009 года и стали источником для СМИ, транслирующих официальную строго научную информацию.

Что же касается «черных дыр», о которых так часто говорится в применении к БАК, существует множество мнение, что это не что иное, как успешный PR-ход пресс-службы CERN, используемый создателями проекта для привлечения внимания общественности и правительств, финансирующих данный проект<sup>19</sup>.

#### **2. Научная информация (разрозненная) от третьих лиц:**

- Начало работы мощного ускорителя вызвало множество катастрофических предсказаний в среде ученых. Следует отметить, что на все эти доводы исследователи CERN приводят научные данные, согласно которым подобные опасения признаются необоснованными, так как столкновения той же мощности, что и на коллайдере, в природе происходят постоянно.
- По информации очень авторитетных СМИ с мировым именем «New Scientist» и «The Daily Telegraph», профессор И.Арефьева и член-корреспондент РАН, д.ф-м.н И.Волович предполагают, что запуск БАК станет ключом к созданию машины времени, такое возможно с помощью пространственно-временных «кротовых нор», которые могут появиться в результате столкновения протонов во время эксперимента. Образуется микроскопическая черная дыра, которая очень стремительно вырастет и поглотит планету.
- Другие ученые не согласны с тем, что такая катастрофа может произойти, выдвигают множество аргументов (излучение Хокинга, процесс испарения черной дыры; тот факт, что черные дыры растут крайне медленно) в свою пользу.
- Во время эксперимента может образоваться антивещество — двойник

<sup>18</sup> Первые публикации о коллайдере появятся к концу 2009 года // ИА Росбалт. - электронная ссылка: <http://www.rosbalt.ru/2008/9/10/522043.html>. - 10.09.2008

<sup>19</sup> «Черные дыры» на службе у PR // Нижегородская деловая газета. - № 12 (77) от 26.09.2008 г. - электронная ссылка: <http://www.kuriermedia.ru/ru/archiv/1162/1171/>

обычного вещества, и если это произойдет, то оно уничтожит обычное вещество. Планета Земля исчезнет с лица Вселенной.

- Ученые-противники катастрофических теорий считают, что если антивещество будет оставаться стабильным благодаря магнитным ловушкам и скапливаться в одном месте, то для получения достаточного количества антивещества понадобится целая вечность.
- Возникнет магнитный монополюс - частица, несущая положительный или отрицательный магнитный заряд, которая может спровоцировать распад материи. Стоит заметить, что до сих пор ученым так и не удалось обнаружить магнитные монополи. Считается, что либо он просто не существует либо встречается крайне редко. Однако если предположить, что такой редкий монополюс вдруг образуется, то распавшееся количество протонов до того, как импульс отдачи выбросит монополюс за пределы планеты, будет крайне мало<sup>20</sup>
- Появятся стрпельки — «Странные капельки», состоящие из странной материи. Сторонники этой версии катастрофы предполагают, что если стрпельки образуются в ускорителе, то при взаимодействии с окружающим веществом, они приведут планету к концу существования. Их противники в свою защиту используют тот факт, что если стрпельки могли возникнуть в БАК, то они должны были возникнуть и в релятивистском ускорителе тяжелых ионов RHIC, однако этого не происходит.

### **3. Бытовая и «околонаучная» (бесструктурная) информация:**

- «Может там что-то повредило во время бури? Может, случилось какая-то катастрофа? Кто знает, чем они занимались? Некоторые ждали, что там экспериментировали с высоко мощными лазерами и мазерами. А иногда я слышал про термоядерную энергетику. Вдруг они прокололи дыру в каком-нибудь другом измерении?» — писал Стивен Кинг в романе «Туман». Эта история может служить аналогом реального БАКа - её процитировали сотни СМИ.
- «Что если предположить, будто ученые из ЦЕРН все эти разговоры насчет большого взрыва ведут специально, дабы скрыть истинную цель проекта — открыть портал в иные миры. А если что-то пойдет не так во время эксперимента, то вполне возможно, что мир заселят монстры и чудовища типа тех, которые описаны в книгах Говарда Лавкрафта».
- Коллайдер - игрушка ученых (хотя, это признак не только непонимания задач современной физики, но и, прежде всего, неуважения к научным исследованиям как к таковым).
- Информация для низового и необразованного обывателя – конец света, черная дыра, адроны (протоны относятся к адронам, но во многих СМИ и на блогах их еще именуют «адронами» и даже «андроидными»).
- Тема терроризма, связанная с медиа и мировой угрозой Аль-Каеды. «Работавшему на БАК ученому предъявлено обвинение в преступном сговоре с террористическим движением. Сотрудник CERN, француз алжирского происхождения, был задержан 08.10.2009 по подозрению в контактах с алжирским подразделением «Аль-Каедой в исламском

---

<sup>20</sup> Большой адронный коллайдер. Между апокалипсисом и прогрессом // ИД Калейдоскоп Журнал НЛО . - электронная ссылка: <http://www.rassnlo.ru/stat/nomer23.html>. - 11.2008

Магрибе». Через несколько дней после ареста стало известно, что он признался в переписке с террористами. При этом представители CERN заявили, что ученый не работал непосредственно на коллайдере, но был сотрудником лаборатории и у него не было доступа к материалам, которые можно было бы использовать для подготовки терактов на коллайдере. В ЦЕРН также заметили, что обвиняемый был профессионалом и защитил докторскую диссертацию по физике, специализируясь на физике элементарных частиц<sup>21</sup>. Имя ученого не разглашается.

#### **4. Правдивая информация о происходящем в БАК:**

- Зачастую информация о реально происходящих событиях является лишь фоном, отголоском. Реальную ситуацию в БАК знают лишь единицы, в том числе, вероятно, представители некоторых приближенных СМИ с узким охватом определенных групп и максимальной степенью доверия к ним. Так, речь может идти о создании искусственных торсионных полей или электрогенераторов нового поколения.

Стоит отметить, что шумиха, поднятая вокруг БАК про конец света и черные дыры – не дело рук конкретной организации. Это не первая такая ситуация в истории инфополя: в 50-70-е гг. XX века атомная и водородная бомбы были достаточно мощными орудиями, чтобы разрушить всю биосферу, однако мы живем уже в XXI столетии.

### **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Сам LHC (Большой адронный коллайдер) - недешевый проект ни в инвестиционном плане ни в плане эксплуатационных затрат. Известный факт - одно только его энергопотребление составляет 10% от всего кантона Женева. История показывает, что многие научные проекты закрылись из-за отсутствия финансирования. А финансирование прекратилось из-за отсутствия интереса к проектам, причем именно интереса, а не результатов. Это и «Аполлон» и советская лунная пилотируемая программа. Экономические расчеты в фундаментальной (теоретической) науке не работают - положительные или отрицательные последствия слишком долговременны, чтобы их можно было оценить. Для того чтобы был интерес нужен общественный резонанс, хорошие коммуникации, грамотное PR-сопровождение.

Безусловно, что такое направление коммуникаций как IR (Investor Relations) является частью как PR так и SR. Ученым и администраторам CERN необходимо было оправдать затраченные на постройку БАК средства, а это около \$6 млрд. и будущие расходы. По разным сведениям общая стоимость креативной кампании составила порядка 100 тысяч евро. Причем стоимость для такого PR-проекта была весьма невысокой, так как активно финансировался только старт кампании. Далее информирование происходило с использованием медиавирусом – бесплатно или с минимальными тратами.

Вложения в науку тем отличаются от вклада на счет в банке, что там сразу объявляют, какой доход будет иметь вкладчик и за какой период. Доход от вложений в науку заранее предсказать невозможно. Существуют мнения, что на сегодняшний день физика высоких энергий в этом смысле чиста перед обществом – она отплатила социуму

---

<sup>21</sup> Работавшего на коллайдере ученого обвинили в связях с террористами // Lenta.ru. - электронная ссылка: <http://lenta.ru/news/2009/10/12/charges/>. - 08.01.2010

сполна практическими результатами, однако в наше время – время точного расчета все же необходимо оглядываться на инвесторов и считаться с их мнением.

Яркий пример научного открытия подобного уровня - всемирная паутина, совершившая информационную революцию в обществе. Интернет существовал с 80-х годов XX века; исходно он был разработан Пентагоном под военные нужды, потом был безвозмездно передан всему обществу для гражданских целей. Сначала он использовался в узкой среде – им было трудно пользоваться. Перелом и настоящий взрыв в развитии сети интернет наступил в начале 90-х годов, когда в CERN именно для нужд передачи информации физиками был предложен проект World Wide Web (WWW), а затем изобретен первый в мире браузер WWW. Эту цепочку технологий завершил американский браузер «Мозаика», и так родилась всемирная паутина. Все локальные сети соединили в мировую паутину, и пользоваться этой сетью стало легко. И, конечно, те преимущества, которые человечество получило от изобретения мировой паутины, стремительное развитие коммуникационных технологий принесли обществу не десятки миллиардов долларов, которые были вложены в развитие физики высоких энергий, а сотни, а может, и тысячи миллиардов долларов или больше<sup>22</sup>.

Нельзя упускать из виду еще один факт – по правде общественности показали полуроботающий прибор (БАК). Причем публичная информация о БАК появилась только в 2008 году, хотя известно, что коллайдер строился годами – идея была одобрена в 1984 году, а строительство началось в 2001. Ответ просто – уменьшилось финансирование. В период экономических кризисов в первую очередь страдают от недостатка финансирования именно научно-исследовательские, фундаментальные программы. Во время мирового экономического кризиса, начавшегося в 2008 году поток средств на поддержание и деятельность CERN снизился. Вероятно, именно поэтому понадобилось в спешном порядке начать PR-кампанию и заявить о том, что БАК запущен и работает. Иными словами, показать, что семилетние вложения средств окупаются и вот-вот будут получены невероятные научные результаты. Это подстегнет инвесторов, особенно если про коллайдер узнает и заговорит весь мир.

Проведенная уникальная SR-кампания пошла на пользу не только ученым из CERN, но и физикам во всем мире, обеспечив популяризацию теоретической (квантовой) физики минимум на 3-5 лет. Специалисты по SR, работающие в CERN смогли предусмотреть так называемые «трудности продажи» - это проблемы «покупки» результатов работы БАК очень ограниченными кругами людей (прочих они не касаются). Этот рынок имеет определенную емкость. В 2010 году финансирование БАК налаживается, а это означает, что эффект от SR (она же PR&IR) кампании грандиозен.

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СМИ**

Взаимодействие со СМИ и распространение официальной информации возложено на пресс-центр CERN - <http://www.cern.ch/Press/>.

Старт кампании был дан в феврале 2008 года, весной того же года пресс-центр CERN объявил о сборке и пуске коллайдера. Информация распространялась от специальных изданий в издания общего профиля. Однако, когда сообщения о пуске БАК дошли до прессы рассчитанной на непрофессиональную аудиторию, то мгновенно появились сообщения о том, что этот агрегат представляет угрозу существованию Земли, так как в процессе эксперимента могут появиться черные дыры, которые «сожрут планету

---

<sup>22</sup> Две дороги физики от коллайдера // Газета. Наука. - электронная ссылка: [http://www.gazeta.ru/science/2008/10/20\\_a\\_2861050.shtml](http://www.gazeta.ru/science/2008/10/20_a_2861050.shtml)

изнутри». Стал создаваться неуправляемый поток информации, который по силе и количеству в скором времени превзошел официальный.

Официальные комментарии о работе БАК давали сразу несколько персон из CERN и среди них представитель пресс-службы Джеймс Джиллис, который, к примеру, сообщил агентству Associated Press, что полноценный запуск БАК состоялся на 9 часов раньше запланированного срока.

Пресс-служба не только обеспечивала информирование СМИ в классической форме, но и проводила ряд on-line мероприятий. Так, тестовый запуск коллайдера транслировался в прямом эфире европейского информационного телеканала «Евронеюз»<sup>23</sup>. Официальные новости стали достоянием прогрессивной мировой общественности через Твиттер на портале <http://twitter.com/cern>

Эксперты CERN и независимые эксперты-физики утверждали, что никакой опасности нет, что в атмосфере Земли ежедневно происходит миллион столкновений частиц, куда более интенсивных чем те, которые будут проходить в коллайдере. Однако это не мешало журналам, газетам и телепрограммам помещать сенсационные заголовки вроде «Коллайдер представляет угрозу Земле», «Землю поглотит черная дыра» и так далее. Был случай даже иска в суд на создателей коллайдера, где истцы требовали приостановки работы проекта и предоставления полной отчетности об эксперименте.

Пресс-служба CERN оперировала фактами, и из всех физических обоснований выбирала, вероятно, самое доступное уму обывателя – то, что в природе происходят гораздо более мощные столкновения, чем в условиях БАК, поскольку космические лучи перемещаются по нашей галактике со скоростью, близкой к скорости света, и например, на Луне подобные столкновения происходят вот уже пять миллиардов лет, однако ее не пожрали ни хищная «черная дыра», ни странная частица (страпелька)<sup>24</sup>.

05 сентября 2008 года, перед запуском коллайдера, пресс-служба CERN выпустила официальный пресс-релиз, где утверждалась совершенная безопасность эксперимента. Ученые из CERN, Университета Калифорнии и НИИ Ядерной Физики России подготовили совместный доклад, в котором было предоставлено полное обоснование безопасности эксперимента. Этот доклад стал основой для информирования прессой и мировой общественности.

В России миссию по информированию о происходящем на БАК взял на себя фонд «Династия», где на площадке одного из проектов - сайта «Элементы» - готовились и появлялись в сети новости об экспериментах на коллайдере: <http://elementy.ru/LHC>.

Запуска БАК с нетерпением ждали не только физики, но и люди, которые последний раз вспоминали об этой науке в школе. Такое необычное для обывателей внимание к исследованиям старательно поддерживалось журналистами, в том числе и далекими от науки. Кроме того, важную роль в «раскрутке» коллайдера сыграли работающие на нем специалисты, что является нетипичным для ученых поведением.

Бесспорно, что большинство СМИ «перекрутили» информацию и обратились не к строго научным заявлениям и данным, предоставляемым пресс-службой CERN, а «вероятно научным» – черная дыра, коллапс и т.п. Но предъявлять претензии к ученым бессмысленно, а к журналистам – бесполезно. И те и другие исполнили своё предназначение, причем вторые, даже не подозревая об этом, стали инструментом в руках PR-профессионалов из CERN.

---

<sup>23</sup> Первые публикации о коллайдере появятся к концу 2009 года // ИА Росбалт.- электронная ссылка: <http://www.rosbalt.ru/2008/9/10/522043.html>. - 10.09.2008

<sup>24</sup> Запуск коллайдера: теория Большого Пиар-Взрыва // Журнал «Полилог». - Электронная версия: <http://www.polylog.ru/ru/marketing-communications-community/blog-pr-btl/LHC-CERN-PR.htm>. - 10.09.09

## СПЕЦСОБЫТИЯ И ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ

Запуск Большого адронного коллайдера стал самым ожидаемым событием 2008 года. Для ученых это событие явилось завершением семилетнего строительства, а обсуждение проекта БАК велось уже около 30 лет. БАК стал самым масштабным научным экспериментом за всю историю человечества.

CERN предприняла ряд попыток, которые должны были завоевать доверие публики и снизить напряжение перед первым экспериментом 2008 года. 6 апреля 2008 был объявлен «День открытых дверей», когда посетители могли сами посмотреть на коллайдер и послушать объяснения специалистов.

Первый официальный запуск коллайдера был запланирован на 8 июля. Такая дата была выбрана не случайно, это был грамотный PR-ход, заставивший многих уверовать, что 08.08.08 станет последним днем существования человечества.

Второй запуск коллайдера был запланирован на 10.09.08. Такая дата также была выбрана не случайно – она напоминает обратный отсчет. 8 сентября, перед вторым пуском БАК, разработчики собрали пресс-конференцию цель которой успокоить общественное мнение и убедить еще раз население Земли, что установка на француско-швейцарской границе абсолютно безвредна для человечества. Возможность возникновения при эксперименте черных дыр, куда якобы затянет весь мир, не более чем слухи, считает большинство ученых<sup>25</sup>.

В день 10 сентября в CERN началось большое разрекламированное шоу. Это был, прежде всего, крупномасштабный PR-проект, очень грамотно поданный публике иностранными учеными. В это же день, дежурившие около месяца «Зеленые» неожиданно собрали пикеты, сложили палатки и покинули газоны перед зданиями CERN<sup>26</sup>.

Пробный маломощный запуск произошел 10 сентября в Женеве, а через 10 дней – 20.09.08 года ученых ждал повтор на «бис», специально для приглашенных VIP-персон: министров, президентов стран. На секретный объект водили и экскурсантов из числа местного населения<sup>27</sup>. Окрестные жители совсем не боялись соседства с малопонятным агрегатом и более того, десятками набивались в тоннель, чтобы поближе его рассмотреть. Таким образом, при пропускной способности бункера в сто человек там набиралось до тысячи любопытных. Но в некоторые отсеки не только публику, но и самих ученых пускали в ограниченном количестве. Чтобы туда попасть, сотрудникам требовалось преодолеть несколько степеней защиты. На одном из отрезков пути предъявить пароль, на другом, чтобы получить ключ от тщательно охраняемого помещения, — беспрекословно подчиниться сканеру, считывающему информацию с сетчатки глаза, снимающему отпечатки пальцев, идентифицирующему голос

В ноябре 2008 года CERN представили важную, однако до сих пор не особо замеченную представителями прессы систему, без которой работа Большого адронного коллайдера не имеет смысла. презентуют Grid-сеть, отвечающую за обработку научных данных, поступающих с коллайдера. Grid-сеть представляет собой довольно масштабный проект компьютерной сети, в которой работают 100 000 компьютеров и серверов,

<sup>25</sup> Коллайдер запустят завтра – останется ли Земля... // Водородные технологии Атомэнергпрома. - электронная ссылка: <http://www.runwater.ru/node/145>.- 09.09.2008

<sup>26</sup> Большой адронный коллайдер - отложенная катастрофа // электронная ссылка: <http://kvodrat.ru/science/237.html>. - 12.09.2008

<sup>27</sup> Конец света опять откладывается // «Молодая Сибирь — Новая Сибирь». - электронная ссылка: [http://www.newsib.net/engine/print.php?newsid=4426&news\\_page=1&paper\\_id=100](http://www.newsib.net/engine/print.php?newsid=4426&news_page=1&paper_id=100). – 20.11.2008

расположенных в 33 странах, в том числе и в России<sup>28</sup>.

Несмотря на то, что на частые ремонты БАК уходило огромное количество ресурсов, CERN продолжало поддерживать и другие научные проекты. С 10 по 13 мая 2009 года в CERN прошла конференция, посвященная их обсуждению. Для проведения большей части экспериментов ученые задействуют «разгоночные» ускорительные кольца БАК (перед тем как попасть в 27-километровый туннель, протоны набирают скорость в меньших по размеру кольцах). Программа конференции и ссылки на тексты докладов были опубликованы в сети на сайте Центра: <http://indico.cern.ch/conferenceOtherViews.py?view=standard&confId=51128>

За 2008-2009 гг. было подготовлено более 60 спецсобытий, но не одно из них не представляло бы особого интереса без привлечения к участию в них лидеров общественного мнения.

Первым, кто одобрил эксперименты в БАК стал великий Стивен Хокинг. Точнее, его голосовой компьютер ровно повествует о том, что опасности нет. С логической точки зрения свидетельство Хокинга перевешивает любые опасения, хотя с эмоциональной картинка статичного ученого, у которого двигаются только глазные яблоки, и звук ровного механического голоса - не всех убеждают. Однако многие СМИ восприняли заявления Хокинга однозначно: «Ну раз Хокинг сказал, значит действительно бояться нечего».

В создании БАК принимали участие около 700 российских ученых из РАН, Росатома и Роснано. В связи с тем, что все физические институты системы РАН (ИЯИ, ИФВЭ, ИТЭФ, ФИАН, НИИЯФ МГУ, ПИЯФ) сотрудничают с CERN, то наиболее авторитетные их руководители либо являются сопредседателями различных комитетов (Фурсенко А.А. - сопредседатель комитета «Россия-CERN», Матвеев В.А. - Председатель Совета коллаборации в проекте эксперимента CMS на коллайдере LHC, Сисакян А. Н. - сопредседатель комитета «ОИЯИ-CERN»), либо так или иначе участвуют в различных экспериментах (А. Скринский, А. Зайцев, Б. Долгошеин, И. Голутвин, Л. Дудко, Э. Боос, В. Саврин, И. Ткачев и др.) Все перечисленные специалисты так или иначе принимали участие в качестве публичных лидеров мнения по работам в БАК.

В РФ за коллайдер перед СМИ «отвечает» Виктор Саврин, замдиректора НИИ ядерной физики МГУ, координатор участия российских институтов в создании БАК. Это именно он один из первых прокомментировал заявления некоторых ученых и позицию СМИ относительно появления «черных дыр». «Эти черные дыры, если они и родятся, жить будут очень мало. Сразу испарятся. Даже до стенки коллайдера не долетят», - заявлял Саврин в своих интервью.

Немаловажную роль в информировании сыграл заместитель директора Института физики высоких энергий, координатор российского участия в эксперименте ATLAS на БАК Александр Зайцев, а Игорь Ткачев, член рабочей группы по изучению безопасности коллайдера заявлял: «Когда впервые взрывали атомную бомбу, возникали опасения, что может произойти цепная реакция в атмосфере. После анализа было показано, что цепная реакция не возникнет. Но никто же не рассматривал вероятность того, что при взрыве вся вода в океанах превратится в серную кислоту»<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> 100 000 компьютеров готовы обслуживать Большой адронный коллайдер // И-Наука. - электронная ссылка: <http://inauka.org/main/novosti/mir-nauki/591-100-000-kompyuterov-gotovy-obsluzhivat-bolshoj.html>

<sup>29</sup> Коллайдер запустят завтра – останется ли Земля... // Водородные технологии Атомэнергопрома. - электронная ссылка: <http://www.runwater.ru/node/145.-> 09.09.2008

## МИФОЛОГИЗАЦИЯ

Научный миф — широко распространённое, массовое заблуждение, преподносимое как научный факт. При популяризации научные теории, факты и события искажаются до неузнаваемости. От упрощения наука превращается в восприятии людей в нечто простое и интересное, но потерявшее первоначальный смысл. Многие научные мифы распространяют сами учёные. Создавая свои мемуары или интервью, они дополняют их какими-либо историями или излишними подробностями. Некоторые из этих мифов создаются под конец жизни их создателей: Пуанкаре и Гаусс поведали о своих исследованиях только под конец жизни, а Ньютон первый раз заговаривает о яблоке за год до своей смерти<sup>30</sup>.

Существуют такие научные мифы как «Ванна Архимеда», «Яблоко Ньютона», «Вечный двигатель». Один из последних, искусственно созданных мифов - «Катастрофические сценарии развития экспериментов на БАК».

Идея придумывать новые научные идеи красивая и интересная. Ведь в ходе изобретения велосипеда мир заморожен идеей изобретения велосипеда, тогда велосипед рождается вновь. Дело в том, что чудес в привычном понимании этого слова не бывает. В привычном для обывателя понимании чудо - это что-то, с одной стороны, поразительное, потрясающее, необычайное, невозможное, а с другой - общедоступное, всем понятное и именно поэтому такое увлекательное и занимательное.

В мифологии коллайдера были использованы SPIN-технологии, когда правда об экспериментах иногда умалчивается, а наиболее простая информация и мифы выходят на первое место. Просто сенсации являются хлебом многих журналистов, причем, если нет реальных сенсаций, то их нужно придумать.

Влияние коллайдера на массовое сознание оказалось неоднозначным, но очень эффективным. Жертвовать слишком много для познания вселенной обычный частный человек не согласен - есть у него другие интересы. Вот поэтому был придуман миф о черной дыре как часть PR-кампании, чтобы обыватели «купились» и проявили жуткий интерес, хотя серьёзные ученые убеждены на 99,9% что такое невозможно. После внедрения в сознания новых научных мифов и создания ажиотажа вокруг этого агрегата, неудивительно, что разговоры о его мифической опасности ведутся даже на кухнях.

Также и отсутствие мифа – тоже миф. Научные данные «секретят до полного окончания экспериментов», при этом на вопрос, о каких экспериментах идет речь и когда они завершатся, ответа также нет – только глубокомысленное молчание.

Однако, народ вместо того, чтобы восхититься достижениями ученых, впал в истерию. В Индии даже был зафиксирован случай ритуального самоубийства: индийские девушки, которые понятия не имеют о сути экспериментов на ускорителях, кончают жизнь самоубийством. Где-то в интернете даже промелькнул анекдот в эту тему: «У физиков сложилась традиция - каждую пару миллиардов лет строить очередной Большой Адронный Коллайдер...»

## МЕДИА

Параллельно с чисто научной деятельностью CERN продолжает активно вести как просветительскую работу, так и использовать медиаресурсы в своих личных целях.

---

<sup>30</sup> Научный миф // Материал из Википедии — свободной энциклопедии. - электронная ссылка: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Научный\\_миф](http://ru.wikipedia.org/wiki/Научный_миф)

### **Кино.**

Одновременно с премьерой фильма Рона Говарда «Ангелы и демоны» в 2009 году на официальном портале CERN был запущен сайт <http://angelsanddemons.cern.ch/> на котором разъясняется суть упоминающихся в картине научных явлений. Фильм снят по книге Дэна Брауна, которая подвергалась значительной критике за антинаучность многих фактов, проведенных в ней. По сюжету главные герои пытаются спасти Ватикан, который злоумышленники хотят разрушить при помощи созданной в CERN антиматерии. Частично на сайте воспроизводится опубликованная ранее научно-популярная статья об антивеществе, но некоторые разделы сайта, посвященные экспериментам на БАК и бозону Хиггса, являются новыми. Научную основу картины, снятой по мотивам одноименного романа Дэна Брауна, нельзя назвать безукоризненной. Тем не менее, представители CERN активно сотрудничали со съемочной группой и использовали фильм для рекламы коллайдера. Во время визита в CERN в феврале 2009 года исполнитель главной роли Том Хэнкс дал согласие принять участие в церемонии повторного запуска БАК<sup>31</sup>.

О своем согласии известный актер заявил директору по технологии и ускорителям БАК Стиву Маиерсу, который лично проводил экскурсию для Хэнкса по территории коллайдера. Хэнкс посетил ускоритель в рамках рекламной кампании фильма, в котором он исполняет роль профессора Роберта Лэнгдона. Герой Тома Хэнкса оказывается втянут в сложную интригу, в которой участвуют представители Ватикана, ученые, а также 0,25 грамма антиматерии.



*Рис. 1. Фотоколлаж: Том Хэнкс и БАК*

Фильм «Ангелы и демоны» поставлен по мотивам одноименной книги Дэна Брауна, вышедшей в 2000 году (в РФ – в 2005 году). В ней автор подробно описал и БАК и антиматерию. Описано, что с помощью такого вот коллайдера ученые доказали миру, что материя может быть создана практически из ничего, при этом, естественно получится и антиматерия, а уж она то и несет разрушительную силу. Это свойство антиматерии

---

<sup>31</sup> У коллайдера появился конкурент // Интернет-издание Утро.Ру. - электронная ссылка: <http://www.utro.ru/articles/2009/02/17/798255.shtml>. - 17.02.2009

давно пугает человечество. Сотрудники CERN опубликовали статью, в которой подробно объясняли, почему в действительности подобный заговор бы провалился. Коллайдер вновь спровоцировал споры об антивеществе. Однако, специалисты CERN информацию о возможности или невозможности создания антиматерии, описанной в книге не подтверждают, но и не отвергают.

В 2008-2009 гг. на BBC вышел ряд коротких фильмов, посвященных БАК. Несмотря на то, что с точки зрения логики, в каждой программе обосновывалась полная безопасность этого агрегата, тема опасности все же звучала и оставляла след в восприятии зрителей. Например, в одном из фильмов взволнованная журналистка срывающимся голосом повествует об опасности запуска БАК (в это время на экране демонстрируется простая, но эффектная картинка с черной дырой, пожирающей незащищенные звезды). В одном из фильмов этого ряда есть короткометражка про 4 варианта конца света. Там тоже был коллайдер. В фильме «Конец света» последним из четырех наиболее вероятных сценариев апокалипсиса являлась авария при запуске новейшего ускорителя элементарных частиц, повлекшая за собой образование черной дыры. Более научный подход к проблематике БАК продемонстрировали фильмы National Geographic. В 2008 году был снят 48-минутный научно-популярный фильм «Суперсооружения: Большой адронный коллайдер (Megastructures: Atom Smasher)».

Вся подобная документалистика, если и не была на 100% инициирована CERN, то, по меньшей мере, без их вмешательства и участия в создании фильмов явно не обошлось.

Россияне тоже не остались в стороне и «отличились» по-своему. «Научно-популярный» фильм коллектива программы «Секретные истории» телеканала Рен-ТВ «Коллайдер: взорвать Вселенную» в 2009 году с успехом прошел по ТВ. Свою явно выдуманную и обывательскую «позицию» по отношению к коллайдеру авторы фильма не аргументируют, поскольку доказать заведомо ложный тезис – задача софистики, а не физики элементарных частиц. И с этим Рен-ТВ чудесно справляется. «Коллайдер: взорвать Вселенную» стал одним из самых ярких примеров псевдонаучности и «желтизны».

Если же поднять историю, то в научно-фантастическом телесериале Лекс (The Lexx, показ которого стартовал в апреле 1997 года) в четвертом сезоне главные герои оказываются на Земле. Обнаруживается, что Земля относится к планетам «типа 13», на последней стадии развития. Планеты типа 13 всегда уничтожают себя сами, в результате неудачного опыта по определению массы бозона Хиггса на сверхмощном ускорителе элементарных частиц, при этом сжимаясь до размеров горошины. В конечном итоге, Земля была уничтожена. В шестой серии тринадцатого сезона мультсериала «Южный Парк» с помощью магнита из Большого адронного коллайдера была достигнута сверхсветовая скорость на конкурсе Дерби соснового леса (Pinewood Derby)<sup>32</sup>.

### **Музыка.**

В CERN создана филк-группа Les Horribles Cernettes (LHC, та же аббревиатура, что и у БАК). Первая песня этого коллектива «Collider» была посвящена парню, который забыл о своей девушке, будучи увлеченным созданием коллайдера. Les Horribles Cernettes на самом деле переводится с французского как «Страшненькие девушки из CERN», которые сами себя называют пародийной поп-группой или «первым и единственным рок-коллективом высоких энергий». Их музыкальный стиль чаще всего описывается как doo-wop, а тексты песен в основном посвящены физическим явлениям или образу жизни ученых. Музыкальный альбом группы размещен на сайте

---

<sup>32</sup> Коллайдер // электронная ссылка: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Большой\\_адронный\\_коллайдер](http://ru.wikipedia.org/wiki/Большой_адронный_коллайдер)

<http://www.cernettes.com/>.

Независимые исполнители также не прошли мимо запуска БАК. Так, российский DJ Atlantis выпустил композицию «Запуск коллайдера» ([http://atlantis.promodj.ru/tracks/436492/Dj\\_Atlantis\\_Zapusk\\_kollaydera.html](http://atlantis.promodj.ru/tracks/436492/Dj_Atlantis_Zapusk_kollaydera.html)), ставшую наиболее популярным электронным произведением на эту тему.

## ИНТЕРНЕТ

Сейчас большинство населения в Европе, Азии и Америке грамотное. Имеется всемирная сеть интернет. Более того интернет моден, не иметь его не престижно, так что из массы сопутствующих соображений люди сами и на свои деньги его приобретают, а бизнес в нем заинтересован. Мощнейшие справочные, образовательные, обучающие системы становятся доступны на дому. Но мало кто действительно знает, что интернет – изобретение CERN. Использовать свое детище на все сто решили и в пресс-службе создателей всемирной сети, ведь именно из интернета информация стала поступать в СМИ.

Летом 2008 года был открыт медиапортал, посвященный первому официальному запуску БАК 10.09.2008 - <http://lhc-first-beam.web.cern.ch/lhc-first-beam/Welcome.html>. Позже в сети появилась игра «Большой адронный коллайдер» <http://microcosm.web.cern.ch/microcosm/LHCGame/LHCGame.html>

Кроме официальной информации на специальных сайтах еще одной категорией граждан, которых CERN пытается приобщить к экспериментам БАК, стали дети. В конце марта 2009 года в Сети появилась «Цернландия» - сайт, на котором можно совершить путешествие в мультяшный БАК. Выполняя различные квесты, посетители сайта узнают названия и суть проводимых на коллайдере экспериментов и назначение различных установок БАК. Сайт проекта: <http://project-cernland.web.cern.ch/project-cernland/>

Даже Google не обошла запуск этого уникального прибора. В этот день на сайте поисковой системы был изменен логотип. Теперь БАК его окружает как кольца планету Сатурн.

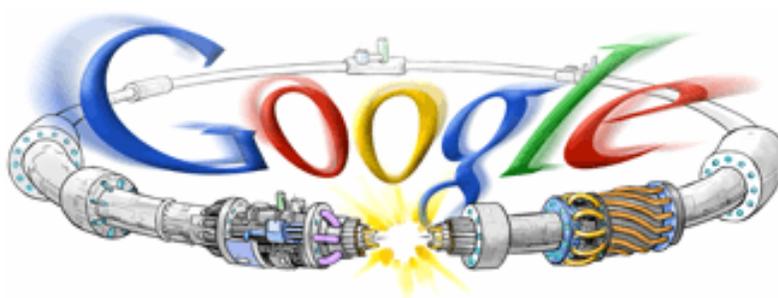


Рис. 2. Логотип Google во время запуска БАК

Россию в эксперименте CERN ATLAS представляет НИИЯФ МГУ. ATLAS (A Toroidal LHC ApparatuS) — один из четырех основных экспериментов (ALICE, CMS, LHCb) на коллайдере LHC в европейской исследовательской лаборатории в городе Женева (Швейцария). Вся информация об эксперименте и участии в нем россиян присутствует на официальном портале ATLAS - <http://atlas.pnpi.nw.ru/pAtlas/>

Особенно же, в распространении информации о БАК и в создании

«апокалиптических настроений» преуспела Блогосфера. Благодаря коллаидеру, общая масса «интернетчиков» выучила новое слово и вспомнила, что есть такая наука - физика. И что эти физики даже что-то делают, причем это что-то - страшное, опасное, а значит важное и интересное. CERN при этом не возражала и даже всячески блоггеров поддерживала.

Уже летом 2008 года в сети появились первые ролики о том, как коллаидер уничтожит землю (Youtube, RuTube). Эти произведения активнейшим образом тиражировали на своих сайтах и блогах по всему миру любители «всякого интересного». Так появились:

- знаменитый «Дагестанский комментатор о Большом Адронном Коллаидере» - <http://chelny-city.ru/1150887454-dagestanskij-kommentator-o-bolshom-adronnom.html>;
- Large Hadron Rap - <http://www.youtube.com/watch?v=i50ZssEojtM>;
- «WEB-камера» с черным юмором и образованием черной же дыры - <http://www.cyriak.co.uk/lhc/lhc-webcams.html>

Самым известным в сети был признан неофициальный портал БАК - <http://lhcountdown.com/> (Обратный отсчет Большого адронного коллаидера). Ситуация с сайтом оказалась парадоксальной. Итак, есть Европейский Центр ядерных исследований CERN, у которого есть сайт - [www.cern.ch](http://www.cern.ch). На сайте нет и не было никакой информации о дате запуска коллаидера и его возможной опасности. Позднее появился сайт [www.lhcountdown.com](http://www.lhcountdown.com), на котором установлен обратный отсчёт до даты запуска коллаидера. В узких кругах считается, что lhcountdown.com, на котором висели «часики», отсчитывавшие время до момента запуска, оказался либо гениальной PR-ошибкой, либо гениальной PR-находкой самого CERN. Как только счетчик приближался к роковой отметке на сутки, порождая волну публикаций на тему «Завтра мы все умрём! Нет, может быть, хотя и вряд ли», так сразу «время X» сдвигалось на несколько месяцев вперед, поскольку даже руководство CERN в 2008 году толком не знало, когда же будет старт БАК. И так несколько раз. Сайт сделан на движке WordPress и наполнен рекламными объявлениями AdSense. Несмотря на всё это, Первый канал и телеканал «Россия» сослались на этот счётчик, приняв его за достоверную информацию. А потом в нашей стране обсуждали запуск БАК такими словами: «По федеральному телеканалу сказали, значит правда». Мало того, создатели сайта предлагали всем желающим бесплатно разместить на своих порталах счетчик со ссылкой для вставки на сайт.



Рис. 3. Счетчик «обратного отсчета»

И все же именно заслугу Блогосферы в раскрутке БАК переоценить сложно. Завсегдатаи популярных форумов, с трудом вспоминая школьный курс физики, искренне пытались найти истину в спорах, а закаленные жизнью в постапокалиптических мирах геймеры советовали запастись гравипушками и рассказывали о повадках хедкрабов из Half-Life. Это было очень весело, но насколько это полезно для адекватного восприятия окружающего мира человечеством - вопрос до сих пор открытый. Но в конце 2009 года

даже Блогосфера устала от БАК'а, а некоторые блоггеры пишут, что ажиотаж вокруг коллайдера им уже порядком надоел.

## ВИРУСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В СИСТЕМЕ SR

Вирусный маркетинг – это техника, которая формирует группу «лидеров мнений», распространяющих информацию своим друзьям или знакомым и создающим цепочку «из уст в уста». Основной канал распространения – интернет-рассылки или размещение информации на блогах. Но Блогосфера – только стартовая площадка, там вирус запускается, а его содержание подхватывают аудитории, меняют, передают друг другу.

Задача пресс-службы CERN заключается в популяризации проводимой деятельности и привлечении внимания людей. А популярность – прямой путь к увеличению грантов на исследования. Так в сети появилась информация о том, что «существует вероятность образования черной дыры, отличная от нуля». Эта очень сочная фраза стала преамбулой для мировой Блогосферы.

В 2008 году интересная версия появилась на ряде сайтов о том, что на самом деле шума вокруг БАК создана вовсе не CERN.



*Рис. 4. Физик, напоминающий персонажа игры HL-1*

Вероятно, это – вирусный маркетинг от Valve Software, направленный на раскрутку готовящейся к выпуску игры Half-Life-3. Версию довольно активно обсуждали, особенно после публикации одной фотографии, на которой запечатлены физики и монтажники во время работы над коллайдером, где один из физиков показался пользователям сети похожим на главного персонажа игры Half-Life Гордона Фримана.

В CERN поступили классическим образом – собрали группу людей, которая стала засылать нужную им информацию на нужные сайты. Это типичный вирусный маркетинг. Конечно, в России он еще не так развит, но многие компании пытаются его опробовать. Кстати говоря, влияние БАК на сознание среднестатистических россиян оказалось намного ниже, чем на жителей старушки Европы. В сентябре 2008 года специалисты ФОМ провели исследование общественного мнения «Адронный коллайдер:

великий и ужасный». Результаты оказались весьма скромными<sup>33</sup>. Опрос проводился 20-21 сентября. 44 субъекта РФ. 100 населенных пунктов. 1500 респондентов. Судя по данным опроса, тревоги мировой общественности в связи с запуском в Европе о коллайдера россиян затронули мало. Почти двум третям российского населения сами слова «адронный коллайдер» незнакомы: 61% респондентов сказали об этом в ходе опроса, а 4% затруднились ответить, слышали ли они их ранее. Уверенно заявили, что им знакомо словосочетание «адронный коллайдер» 14% опрошенных, чаще других – люди с высшим образованием (29% в этой группе). 22% участников опроса, как они утверждают, что-то слышали о коллайдере (среди лиц с высшим образованием – 32%).

Но в целом, эффективность применения вирусной технологии, которая практически ничего не стоила CERN, сложно переоценить. Так, ежегодно во всем мире проходит акция «Слово года». Её представители в России - РОЦИТ (Региональный общественный центр интернет-технологий) совместно с интернет-ресурсом «Имхонет» и Центром творческого развития русского языка. По мнению PR-директора рекомендательного сервиса «Имхонет» Елены Лебедевой, «Слово года» — это акция, позволяющая определить слова, «которые передают в вербальной форме основной нерв, основную смуту, основные события года». Так вот словами года во всем мире в 2008 году стали: кризис, коллайдер и великодержавность. Акция «Слово года» при поддержке государств широко проводится во всём мире: в США, Франции, Германии, Японии<sup>34</sup>.

Но есть и у вирусных маркетологов правило хорошего тона - рано или поздно вирус должен быть раскрыт. В том числе - чтобы снять негативные оценочные суждения. Пока вирусы от CERN в секрете, и вероятнее всего, они будут раскрыты только после первых действительно значимых результатов экспериментов на БАК.

Вирусы про БАК поразили не только сеть, но и стали поводом для использования слова «коллайдер» всюду и даже в коммерческих целях структур никак не связанных с наукой. Пожалуй, ещё ни одно изобретение, созданное когда-либо человеком, не вызывало столько противоречивых мнений, как БАК, поэтому слово «коллайдер» стали применяться кем попало и где попало.

Так появились многочисленные литературные произведения «Коллайдериада» или «Сага о Коллайдере», причем с темой ядерных исследований никак не связанные. Оператор сотовой связи из Иркутска «Байкал Вест Ком» придумал и предлагает пользователям услугу «Интернет-коллайдер» для оптимизации трафика передачи данных (<http://www.bwc.ru/gsm/internet/venturi>). В Москве проходят интеллектуальные джемы клуба «Cloudwatcher», посвященные коллайдеру. 27 января 2009 в Москве состоялась организованная агентством «Интерфакс» пресс-конференция о крахе теории относительности. О своих достижениях рассказала группа во главе с Джабраилом Базиевым. Прежде всего, они заявили, что открыли новую элементарную частицу — электрино. По словам докладчиков, она отвечает за передачу энергии, света, образование магнитного поля Земли и много еще за что. Например, признание электрино естественным образом делает ненужной работу Большого адронного коллайдера<sup>35</sup>. А ученые из Национальной ускорительной лаборатории Энрико Ферми (Fermilab) в Иллинойсе (США) намерены обставить своих коллег из швейцарского CERN и самим познать радость открытия неуловимого бозона Хиггса. Сотрудники Fermilab уверяют, что шансы их ускорителя «Теватрон» первым обнаружить бозон как минимум уравнились с

<sup>33</sup> Адронный коллайдер: великий и ужасный // Документ опубликован на сайте [www.fom.ru](http://www.fom.ru). - электронная ссылка: <http://bd.fom.ru/report/map/projects/dominant/dom0838/d083825>

<sup>34</sup> Пользователи Интернета выберут слово года 2009 // ИГ Север-Инфо. - электронная ссылка: <http://www.severinfo.ru/news/29970>. - 23.10.2009

<sup>35</sup> Ученый скандал вокруг адронного коллайдера // Свет Ислама. - электронная ссылка: [http://www.islamannur.org/russ/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1015&Itemid=141](http://www.islamannur.org/russ/index.php?option=com_content&task=view&id=1015&Itemid=141). - 08.03.2009

Большим адронным коллайдером, а в лучшем случае даже увеличились до 96%<sup>36</sup>. При этом слово «коллайдер» они также как и CERN считают «своим».

Вирусы породили не только обсуждение развития БАК и смежных научных тем, но и мимирию или даже умелый со-брендинг.

### **Медиавирусы как ядро комплекса SR**

Анализ коммуникационных технологий, используемых таким гигантом как CERN, как в собственном продвижении, так и в популяризации фундаментальной физики, показал необходимость распределенного и одновременно медиативного подхода в реализации PR-проектов в сфере науки. Для выделения собственной информации из огромного потока необходим резонанс. Не секрет, что есть информация, которую нужно распространять механически. К примеру, такая как новости про малоинтересные съезды, планы и конференции партии «Единая Россия». Но есть иная информация, распространяющаяся практически самостоятельно, а то и в геометрической прогрессии. Это относится к любым новостям о судьбах человечества, об опасности для жизни масс, о конце света и угасании Солнца. Именно на этом была построена коммуникационная кампания CERN с активным применением медиавирусов. На этой основе пытаются возводить новые отношения с общественностью Росатом, Роснано и Роскосмос.

Стремление к познанию - первичная человеческая потребность наряду с иными известными потребностями Маслоу - спать, есть, размножаться. Из всех первичных потребностей она самая человеческая, и в то же время она легче других подавляется и контролируется, особенно если познание касается информации о жизни и смерти. Этот процесс объясняет психофизиология: железы, вырабатывающие адреналин в моменты страха, должны работать, чтобы не атрофироваться, и мы даём им работу - подсознательно.

На Западе еще в 1960-е гг. вошло в обиход понятие «научный шоу-бизнес», в котором PR-специалисты играют важную, если даже не первостепенную роль. Однако в этом процессе существует очень серьезная проблема. Случается так, что спектакль с научными декорациями разыгрывают люди, отношения к науке не имеющие. В этом случае общество получит фальсифицированный, псевдонаучный продукт, а средства, собранные для поддержки науки, окажутся направленными на совершенно другие цели. Система SR предполагает взаимодействие между признанными учеными и медиаторами, в противном случае науку подменяют собой только PR-технологии со встроенными вирусами, разрушающими научную среду и фундаментальные исследования.

Вирусный маркетинг и формирование мнения о бренде в среде блоггеров и в форумах - новое направление в маркетинге и PR<sup>37</sup>. Тем более новое в системе SR. Целью воздействия через комьюнити (социальные сети) обычно становится

- Быстрое распространение информации, а том числе новой.
- Коррекция имиджа.
- Работа с возражениями.
- Стимулирование продаж (для коммерческих компаний).

CERN и партнеры использовали комплексный подход в такой тонкой теме, как работа с интернет-сообществами. И всё же одним из основных направлений в работе был партизанский маркетинг — популяризация бренда компании, её товаров и услуг путем размещения завуалированных сообщений агентами влияния в форумах, блогах, социальных сетях.

Вирусный маркетинг является продолжением или составляющий медиавирусологии в целом. Это создание маркетингового продукта в основном развлекательного содержания и размещение информации о нем в форумах, блогах,

<sup>36</sup> У коллайдера появился конкурент // Интернет-издание Утро.Ру. - электронная ссылка: <http://www.utro.ru/articles/2009/02/17/798255.shtml>. - 17.02.2009

<sup>37</sup> Что нужно, чтобы правильно спланировать кампанию вирусного маркетинга // Агентство «ПроАктивс Технолоджис». - электронная ссылка: [http://www.p-active.ru/pr\\_bt/](http://www.p-active.ru/pr_bt/)

социальных сетях. При этом основной целью ставится достижение эффекта передачи информации «из уст в уста».

Для этого CERN создали ряд продуктов развлекательного содержания для дальнейшего распространения, которые являются некоторым стандартным набором, позволяющим осуществлять эффективную медиакампанию в интернете:

- Развлекательный промо-сайт.
- Промо-сайт с интерактивными элементами.
- Копия регулярного сайта, с заменой иллюстраций и текстов на аналогичные по смыслу, но более понятного содержания.
- Видео ролик.
- Форум на корпоративном сайте/ корпоративный блог.
- PR-кампании с участием популярных блоггеров.
- Ведение специалистами компании разделов на популярных форумах.
- Прямая реклама в социальных сетях.
- Скрытое формирование мнения в форумах и блогах через агентов влияния.
- Онлайн игры.

Основная задача вирусного маркетинга - добиться того, чтобы пользователи интернет захотели разослать маркетинговый продукт своим друзьям и знакомым<sup>38</sup>. Таким образом, решаются и основные задачи SR-кампании:

- Эмоциональная вовлеченность аудитории.
- Высокий уровень запоминаемости бренда.
- Большой охват аудитории.
- Организация шумихи вокруг бренда или компании.

Вирусный маркетинг должен быть основан на понятном большинству содержании. Так, CERN сформировал уникальный «продукт», который сам по себе заставил говорить об этой компании. Таким «продуктом» стало научное изобретение – коллайдер. Далее необходимо собрать группу людей, которая будет засылать нужную информацию на нужный сайт. Необходима эффективна работа с блогами. Необходимо договариваться с людьми, которые уже давно находятся в лидерах на сайте по общению. Но тут нужно быть осторожными, что агентов (блоггеров) не раскрыли, а то в ответ можно получить только отрицательные слухи. Запуск видеороликов и размещение информации в Интернете с помощью ссылок на нужный сайт - один из лучших способов. Но сами по себе разные способы не будут настолько эффективными насколько этого хотелось бы. Необходимо применять все идеи, только тогда получится хорошая PR(SR)-кампания.

Для достижения результата мало использовать технологии вирусного маркетинга, когда агенты скрыто работают. Необходим комплексный подход к реализации SR-кампании. Необходимо использование дополнительных каналов информационного воздействия:

- Активная медиакампания в традиционных СМИ.
- Организация и проведение спецсобытий, в том числе медийных.
- Привлечение лидеров общественного мнения.
- Прямые рекламные коммуникации, включая сувенирную продукцию для туристов, полиграфические материалы, баннеры и т.д.

Использование медиавирусом – новая тенденция, позволяющая экономить значительные средства на PR, маркетинг и рекламу, но заменить полностью традиционные коммуникации вирусным технологиями пока не в состоянии. Особенно в России, в отдаленных уголках которой степень интернетизации до сих пор низкая, а наиболее эффективные средства массовой коммуникации – телевидение и слухи, телевидением же и рожденные.

---

<sup>38</sup> Что нужно, чтобы правильно спланировать кампанию вирусного маркетинга // Корпоративный сайт агентства «ПроАктив Технолоджис». – URL: [http://www.p-active.ru/pr\\_bt/](http://www.p-active.ru/pr_bt/). – 20.02.2010