

Максим Тимофеев: «Работа со СМИ для меня – процесс целенаправленный»

Зачем ученым рассказывать о своих исследованиях и в каких случаях это приносит инвестиции, а в каких – головную боль, Indicator.Ru рассказал биолог и эколог, директор НИИ биологии Иркутского государственного университета Максим Тимофеев.



— Немногие ученые и руководители научных институтов так активны в СМИ, как вы: регулярно выходят не только новости об исследованиях вашей научной группы, но и интервью, и ваши собственные статьи. Что вас мотивирует вкладывать силы и время в медийную активность?

— Вообще я не считаю себя особенно медийной персоной, есть гораздо более активные в этом плане ученые, например Артем Оганов. Трудно сказать, что мотивировало поначалу, но сейчас работа со СМИ для меня — процесс целенаправленный, потому что я вижу ее плюсы. Если выделять мотивы, то, во-первых, как и любому ученому, мне нравится рассказывать о наших исследованиях. Люди обычно не понимают, зачем изучать какие-то специализированные темы, большинству кажется, что ты зря тратишь народные деньги. Может, так не везде, но в байкальском регионе обывателю сложно объяснить пользу ученых, особенно когда они мешают убивать нерпу на мясо, ловить омуля или сливать отходы в Байкал. Потому что нужно постоянно рассказывать, что и зачем ты делаешь.

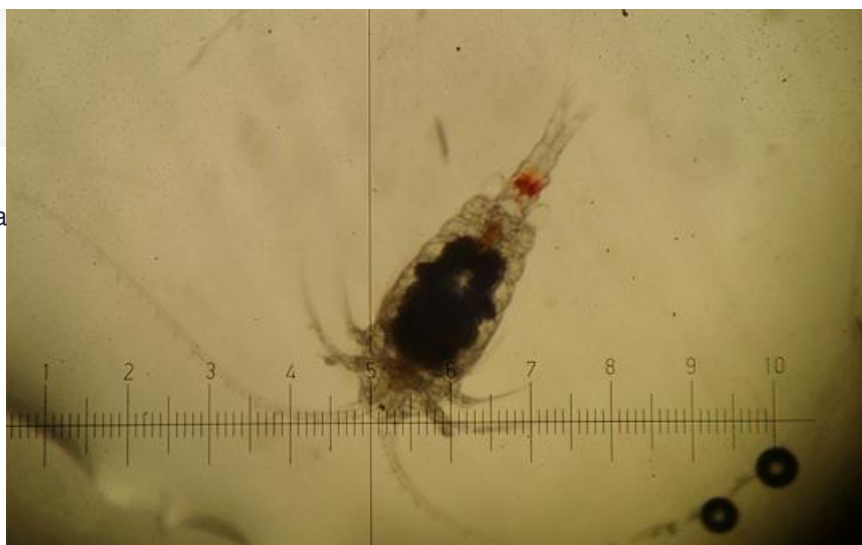
Во-вторых, очень часто, когда следишь за политикой государства в области науки и технологий, понимаешь, что процесс идет не туда. И хочется поучаствовать хотя бы в дискуссии, в расстановке приоритетов. Так, например, в «Ведомостях» недавно была опубликована моя статья о том, что решения, которые сейчас принимаются относительно Байкала, исходят из устаревших подходов, взглядов века прошлого. А мы давно живем в XXI веке, и сейчас есть возможности, используя его биотехнологический ресурс и потенциал, войти в новую технологическую повестку. На эту статью был интересный фидбек от крупных предпринимателей, представителей технологических компаний, ряда федеральных чиновников. Так что есть некоторая иллюзия того, что мои слова сыграют роль, что-то сдвинется, будут более-менее правильные решения. Вообще после любой публикации в СМИ есть отклик, но иногда он может быть странным. Так, после одной из статей о необходимости развития системы очистных сооружений на Байкале меня завалили предложениями разные

кулибины, которые почему-то решили, что я отвечаю за распределение субсидий на строительство этих сооружений.

— А были в вашей практике примеры, когда продвижение ваших тем в СМИ принесло прямую финансовую пользу?

— Да, есть несколько и таких случаев. Наверное, самый важный из них связан с проектом «Точка № 1». Это долговременный мониторинг пелагиали — толщи воды — Байкала. Он был начат еще в феврале 1945 года, и с тех пор непрерывно примерно раз в две недели в одной и той же точке на разных глубинах сотрудники нашего института берут образцы воды, фито- и зоопланктона. Потом эти образцы анализируют, и благодаря этим наблюдениям мы знаем, что происходило и происходит с основной экосистемы Байкала, какие виды в ней доминируют, как меняется их численность, фиксируем все флуктуации. За эти 74 года, например, средняя поверхностная температура воды повысилась более чем на градус, произошло изменение долей эндемичных планктонных видов, их замещение на виды космополитов (свойственные водоемам всех широт виды, — прим. Indicator.Ru) и многое другое.

Байкальский
планктонный рачок «в
прицеле» микроскопа.



Проект долговременного мониторинга Байкала «Точка № 1» рекордный, у нас только самих записей накоплено более пяти миллионов. Подобные мониторинговые проекты есть, к примеру, на Женевском озере и на Великих американских озерах, но они начались значительно позже.

Байкальский проект очень важный, уникальный, и его поддерживали несмотря ни на что в самые тяжелые годы. Но в тот год, когда я стал директором НИИ биологии ИГУ, грянула реформа финансирования госзадания. Раньше деньги выделялись по «тематическим планам», которые продлевали каждый год – обеспечивая пусть небольшое, но гарантированное финансирование. А с 2014 года его решили распределять по конкурсам по типу грантов. В целом решение здоровое, однако грантовые конкурсы просто не рассчитаны на поддержку долговременных исследований, к которым и относятся мониторинги. Грантовый проект необходимо выполнить за три года и отчитаться. А результаты мониторинга видны только на материале десятилетий. Это всегда качественные результаты, публикации в топовых журналах, но их невозможно делать часто.

Мы оказались в ситуации, когда самый продолжительный в мире проект мониторинга остался без финансирования. Только представьте – он начался в войну, прошел застой, перестройку, «лихие девяностые», и вдруг оказался на нулях!

Проблема поддержки долговременных проектов, аналогичных нашему мониторингу озера Байкал, не уникальна. Насколько я знаю, подобные проекты в мире всегда испытывают дефицит финансирования, и потому чаще всего их выполняют консорциумы организаций, поддержанные в рамках отдельных целевых программ. Однако в нашей ситуации на целевую программу рассчитывать было сложно.

Мы опубликовали с десяток статей в СМИ о важности мониторинга, даже получили сертификат Книги рекордов России. Но самым серьезным шагом стала заметка в журнале Nature. Я написал (открытое, — прим. Indicator.Ru) письмо о положении проекта, и его подписали многие наши международные партнеры, потому что масштаб и значимость проекта на мировом уровне неоспоримы. В ответ на эту публикацию началась и более заметная кампания в российских СМИ. Буквально через пару недель со мной связался московский бизнесмен Эдуард Войтенко, компания которого занимается GR-коммуникациями, и предложил мне войти в экспертную группу нового фонда «Озеро Байкал», создаваемого им для поддержки научных и образовательных проектов. Он сам когда-то работал и жил на Байкале и хотел поддерживать инициативы, действительно полезные для озера. Он был готов взять наш проект первым. Так и получилось. Уже несколько лет фонд за счет личных средств Войтенко и еще нескольких предпринимателей поддерживает проект долговременного мониторинга

Байкала. Благодаря этому есть уверенность, что проект не закроется.

Отбор проб по проекту
«Точка № 1»



Отбор проб по проекту
«Точка № 1».

Это не единственный наш такой опыт. Практически на каждую публикацию реагируют представители бизнес-структур, которые отвечают за поиск новых технологий, стартапов. Чаще всего потенциальных инвесторов интересует наши работы в области биофармацевтики, а также наши сенсорные разработки. Мы умеем делать имплантируемые, размером до 2 мк, сенсоры, с помощью которых можно выполнять *in vivo* (прижизненные, — прим. Indicator.Ru) измерения метаболических параметров, например кислотность внутренней среды, причем даже у мельчайших животных, рыб, моллюсков, рачков. Наши сенсоры даже работают в мозге миллиметрового эмбриона рыбки данио-рерио! В рамках сенсорного направления мы разрабатываем новую высокочувствительную технологию оценки стрессовых состояний гидробионтов-обитателей водной среды в расчете на применения на озере Байкал. Однако сама технология таких имплантируемых сенсорных устройств имеет массу других применений, например для медицины. Поэтому бизнес следит за нашей работой и по научным публикациям, и по медиа. Причем не только российский. Время от времени к нам приходят предложения как от компаний из США, так и, например, от крупных компаний из Китая и Кореи. Отечественную научную периодику внимательно читают не только в русскоязычном сегменте интернета.



— Исследования Байкала, в которых вы работаете, связаны со многими острыми социальными и экологическими вопросами. Как можно заметить на примере других «горячих» научных и околонаучных тем, в их обсуждении в российских общественно-политических медиа ученые выступают экспертами намного реже, чем политические деятели или чиновники. Как вы считаете, с чем это связано – нет запроса от СМИ на научную экспертизу или российские исследователи слишком закрыты?

— Вопрос непростой. Приведу свежий пример. Буквально сегодня знакомая журналистка обратилась ко мне с просьбой посоветовать какого-нибудь эксперта-ученого, который будет готов дать комментарий против одной крупной компании. Издание пишет статью от имени некоего депутата, и им нужны негативные комментарии. Ученый же, которого приглашают высказаться по проблеме, пусть и связанной с его тематикой, прекрасно понимает, что его слова будут использованы одними политиками против других. При этом будет названо его имя, и очевидно, что в случае конфликта ему первому и прилетят все шишки. Частная позиция ученого всегда отражается на репутации института, в котором он работает. И как отнесется к этому руководство? Ученому скорее всего укажут, что никто не давал ему права говорить от имени института, он испортит отношения с

руководством, может даже получить дисциплинарное взыскание и так далее. Так что у исследователей нет особой необходимости вступать в дискуссии в СМИ. Особенно это не актуально для академических институтов, где у нас работает большая часть научных сотрудников. Финансирование ставок работающих в них исследователей больше зависит от лоббистских способностей директоров, а не от личной активности ученых в СМИ. Для них позиционирование в СМИ имеет явные риски, при этом не несет очевидной выгоды.

В нашем вузовском институте ситуация радикально отличается от академических структур. У нас на 56 сотрудников всего шесть базовых ставок, поэтому приходится шевелиться: нужно выигрывать гранты, привлекать инвестиции, доказывать право на свое существование. Отчасти и поэтому мы вынуждены выражать свою позицию более активно — нам важно, чтобы нас и то, что мы делаем, знали не только коллеги, которые читают наши научные статьи, но и чиновники, политики, бизнес.

— «Испорченный телефон» между учеными и СМИ – и тема многих шуток, и серьезный повод для беспокойства самих исследователей и институтских пресс-служб. Случаи, когда ученые вынуждены опровергать собственные вырванные из контекста цитаты и доказывать, что они не то имели в виду, все еще не редкость. Например, недавно со ссылкой на ученых прошла информация, что вода в Байкале стала токсичной, но потом это заявление опровергли. С чем, на ваш взгляд, связаны такие «коммуникационные провалы»?

— Информация искажается, когда переходит из рук в руки, это естественно, но за этим надо внимательно следить. Да, вы привели хороший пример: несколько недель назад произошла история с коллегами из близкого нам уважаемого академического института, когда его директор в выступлении на крупном конгрессе рассказал об экологических проблемах Байкала — распространении спирогиры и цианобактерий в некоторых его районах. В докладе он использовал одну не очень осторожную фразу, которая, будучи вырванной из контекста, тут же попала в СМИ и вызвала мгновенную цепную реакцию. Поднялась волна публикаций о том, что вода Байкала отравлена, озеро стало токсичным, со ссылкой на руководство академического института. Тему подхватили все, она неудачно вписалась в социальную и политическую повестку. А институт, по сути, эту волну пропустил. Коллеги не оценили масштаба и последствия этой истории для себя: позже выяснилось, что у них вообще нет сотрудников, которые бы отслеживали информацию об институте и его тематиках в СМИ. И только когда информационная компания уже захлестнула все что можно и даже ушла в международные СМИ, выпустили опровержение, которое уже никто особо и не увидел. Такие скандалы, пусть и основанные на искаженных новостях, крайне негативно отражаются на репутации не только конкретных научных сотрудников и администраторов, но и в целом на байкальской науке, поскольку подрывают доверие к экспертизе местных исследователей.

Между тем, ученым, работающим на Байкале, крайне непросто, потому что тема экологии озера, его охраны и оценки ресурсов крайне чувствительная и политизированная. Она находится на стыке сразу множества вопросов региональной, федеральной и международной повестки: помимо всего прочего, Байкал — объект всемирного наследия ЮНЕСКО. И на острие всей этой политики находятся институты и конкретные специалисты, вынужденные брать на себя бремя ответственности и соответствующие риски, где каждое неточно произнесенное слово может быть интерпретировано в ту или иную сторону и использовано в кампаниях как против политических или экономических группировок, так и против самих ученых. При том, что наука на Байкале вовсе не избалована поддержкой и финансированием, а вот политического внимания хоть отбавляй. Наблюдается явный избыток кнотов при недостатке пряников.

– Как вы относитесь к такому формату продвижения науки, как научные пресс-релизы и новости? С одной стороны, они помогают быстро и просто узнать, что делают ученые прямо сейчас, а с другой стороны, при тиражировании их значение нередко преувеличивают и получается пресловутое «ученые доказали».

– Если речь идет о качественных новостях, то чем больше их будет, тем лучше. Потому что другой контент – со стороны того же «РЕН ТВ», например — производится в огромном количестве и действует на людей. Я лично знаю практикующих врачей, прекрасных профессионалов в своей области, которые, когда речь заходит о других областях, вполне верят, например, в эффективность гомеопатических шариков. Но, безусловно, из-за хайпа вокруг отдельных тем информационная повестка искажается даже у специалистов.

У меня есть на этот счет пример по Байкалу. Одна из наших заявок на поддержку проекта по мониторингу фитопланктона пелагиали не была поддержана из-за того, что эксперт в отзыве написал примерно следующее: «Главная проблема Байкала сейчас – спирогира, все ресурсы нужно бросить на ее изучение». А спирогира находится на мелководье, она вообще никак не связана с тем, что происходит в толще воды! Но если заявка не попадает в хайп, то большой и важный проект может и не получить поддержку. Это частный

пример. А как в стране воспринимаются ГМО-технологии, в том числе из-за позиции, которую транслируют ведущие СМИ? Это уже вопрос технологического суверенитета государства. Получается, что целая область исследований закрыта для практики из-за каких-то надуманных предубеждений и банального мракобесия.

— Вы долгое время работали в Германии. Чем там отличается отношение ученых к общению с журналистами от российской ситуации?

— В Германии очень серьезно относятся к стандартам корпоративной культуры, и каких-либо неосторожных фраз и громких утверждений, как это бывает у нас, там себе никто не позволяет. Цена слова там гораздо выше. Но и журналисты, как правило, работают более ответственно, внимательно согласовывают все формулировки. Потому ученые рады давать интервью, это в принципе приветствуется. Все, что положительно влияет на репутацию, на узнаваемость института и конкретного ученого, идет на пользу: если ты что-то сказал в федеральной прессе, это поднимет твой рейтинг, улучшит шансы получить финансирование, получить постоянную ставку в университете. У нас же в целом никакой прямой корреляции нет.

– Как вы считаете, будет ли меняться ситуация в России?

— Я думаю, что если у нас будет развиваться история с реальным конкурсным финансированием, с грантами, то количество людей, которым будет выгодно усиливать свою представленность в СМИ, будет расти. Пока же у ученого нет никаких гарантий. Более того, чем больше ты говоришь, тем больше у тебя появляется и недоброжелателей. Любая публичная фраза может повлечь неблагоприятные последствия — как произошло недавно, когда мои комментарии из личной страницы на Facebook к статьям «Новой газеты» о Байкале вдруг растиражировали в СМИ, и после этого «Новая» начала меня воспринимать как эксперта, ангажированного в интересах одной промышленной группы, и даже написала против меня полноценную негативную статью. Меня эта ситуация повеселила, но в целом она очень хорошо отражает риски.

И тем не менее я считаю, что качественная активность в СМИ ученым полезна, особенно для сотрудников региональных институтов и вузов. Если нет никаких федеральных связей, то это один из немногих способов быть замеченным и узнаваемым. Плюс активность в медиа помогает молодежи увидеть, кто и что делает, привлекает свежие силы и таланты. И могу сказать, что сотрудники нашего института, молодые ученые, тоже очень заинтересованы рассказывать о своей науке. У нас сейчас есть два молодежных видеопроекта. Первый — «Байкальские зарисовки» — уже несколько лет делает команда аспиранта института Дмитрия Карнаухова, это проект популяризации байкальской науки и байкальской природы. Второй проект только начал: молодежная научная группа Антона Гуркова снимает мини-сериал про разработки новых биосенсоров. Кстати, проект по биосенсорам, ранее получивший старт при поддержке Российского научного фонда, сейчас подхвачен негосударственным фондом «Озеро Байкал» и теперь выполняется уже на частные средства. И вот на эти грантовые деньги ребята сами нанимают операторов, готовят сценарии, снимают все сюжеты. Они хотят рассказать миру, чем занимаются. По-моему, это круто.

Автор: Екатерина Ерохина © Babr24 Источник: indicator.ru НАУКА И ТЕХНИКА, ИРКУТСК 👁 8933
02.08.2019, 17:56 📄 1402

URL: <https://babr24.com/?ADE=191498> Bytes: 17403 / 16935 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:
irkbabr24@gmail.com

Автор текста: **Екатерина Ерохина.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)