

Научная статья

УДК 070

DOI 10.25205/1818-7919-2022-21-6-50-58

Лидеры научных коммуникаций сквозь призму премии «Коммуникационная лаборатория» АКСОН

Елена Александровна Сидорова

Новосибирский государственный университет
Новосибирск, Россия

krasivaya_tv@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0584-66681>

Аннотация

Рассматривается премия «Коммуникационная лаборатория» АКСОН как площадка для дискуссий и обмена опытом научных коммуникаторов. Экспертное интервью с организатором премии позволило понять принципы, на которых она создавалась, а анализ победителей премии за все годы ее существования – охарактеризовать организации, которые заявили себя как наиболее серьезные участники этой сферы деятельности. Появление премии «Коммуникационная лаборатория» сыграло огромную роль в процессе формирования профессионального сообщества коммуникаторов. Можно утверждать, что премия стала важным аспектом институционализации, формирующим рамки профессии «научного коммуникатора», информационное поле для этой сферы, и начала формировать систему знаний о проектах и практиках, которые могут рассматриваться в этой области как образцовые.

Ключевые слова

научная коммуникация, премия «Коммуникационная лаборатория», АКСОН, научный коммуникатор, популяризация науки, научный пиар, имидж науки

Для цитирования

Сидорова Е. А. Лидеры научных коммуникаций сквозь призму премии «Коммуникационная лаборатория» АКСОН // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2022. Т. 21, № 6: Журналистика. С. 50–58. DOI 10.25205/1818-7919-2022-21-6-50-58

Leaders in Science Communications through the Prism of the AKSON Communications Laboratory Award

Elena A. Sidorova

Novosibirsk State University
Novosibirsk, Russian Federation

krasivaya_tv@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0584-66681>

Abstract

The article considers the AKSON Communications Laboratory award as a platform for discussions and exchange of experience between scientific communicators. An expert interview with the organizer enables the author to understand the principles that underlie the award, and an analysis of the list of award winners over the years of its existence helps to characterize the organizations that have declared themselves the most competitive participants in this field of activity. The article outlines the structure of the award and gives an impression about the degree of involvement in its competition of leading Russian universities along with research institutes and other scientific and educational organizations. This makes it possible to assess the state of the scientific communication industry in Russia and to identify the

© Сидорова Е. А., 2022

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2022. Т. 21, № 6: Журналистика. С. 50–58

Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2022, vol. 21, no. 6: Journalism, pp. 50–58

best results of the application of communication methods. In general, the establishment of the AKSON Communications Laboratory award played a huge role in the formation of the professional community of communicators. It can be argued that the award has become an important aspect of institutionalization, forming the framework of the profession of “scientific communicator”, the information field for this area, and a system of knowledge about projects and practices that can be considered exemplary for this area.

Keywords

scientific communication, AKSON Communications Laboratory award, project 5-100, communication practices, science journalist, communicator, popularization of science, science PR, image of science

For citation

Sidorova E. A. Leaders in Science Communications through the Prism of the AKSON Communications Laboratory Award. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2022, vol. 21, no. 6: Journalism, pp. 50–58. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2022-21-6-50-58

В последнее десятилетие отмечаются принципиальные изменения во взаимодействии науки и общества, проникновение медиатизации и медийной культуры в академическое сообщество [Фаустов, 2019, с. 138]. Публикация результатов исследований для широкой аудитории становится требованием к научным проектам и организациям со стороны государства, грантовых фондов. Возникает осознание, что необходимо развивать и поощрять интерес к науке в общественном сознании и диалогичность акторов научной коммуникации: академического сообщества и «простых граждан». По сути, сегодня именно это обеспечивает развитие и определяет ключевые тенденции в сфере научных коммуникаций.

Понятие «научная коммуникация» толкуется двояко: *communication in science*, или коммуникация в науке (см., например, [Замошанский и др., 2016; Сайко, 2015; Савченко, 2017]), и *science communication*, или научная коммуникация (см., например, [Медведева, 2014а; Астахова, 2013]). Для концептуального понимания расхождения этих понятий используются выражения «внутренняя» и «внешняя» коммуникация [Шиповалова, 2019]. Следуя логике коммуникативного поворота в социально-гуманитарных дисциплинах, в соответствии с концепцией С. Хилгарднера, процессы взаимодействия в научном сообществе также происходят с помощью метафоры восходящего (профессиональное научное общение) и нисходящего (новости исследований, отчеты для политиков) потоков [Астахова, 2013, с. 181].

В данной работе мы придерживаемся видения, что научные коммуникации – это всё-таки не о наукометрии и не о коммуникации в академической среде, а об освещении достижений науки, которое запускает демократические процессы, необходимые для продвижения рациональных научных идей. В публикации «*Science Communication: A Contemporary Definition*» Т. Бёрнс говорит о том, что термин «научная коммуникация» можно использовать как синоним для общественного понимания науки, научной культуры или научной грамотности [Burns et al., 2003, p. 183]. Примерно такое же видение отражено в трудах теоретиков и практиков в области научной коммуникации: А. Г. Ваганова [2007], О. В. Бойченко [2012], С. М. Медведевой [2014б], Т. Бёрнса [Burns et al., 2003], М. Букки и Б. Тренча [2018], Р. М. Качалова и др. [Качалов и др., 2017; Качалов, Слепцова, 2018], М. А. Косякова и Т. Т. Шайдулиной [2016].

Площадки для дискуссий и обмена опытом позволяют увидеть современные трансформации, в том числе необходимость обновления методологических основ изучения научной коммуникации как социального института науки. Заметно противоборство двух эпистемологических культур в научной коммуникации: гражданской (использующей классический подход, включающий научно-популярные лекции, публикации в специализированных журналах) и фан-науки (ток-шоу, ивент-мероприятия, развлекательные приложения), которое продолжает нарастать. «Новые медиа создали спрос на “хипстерскую” науку, интегрированную в программные платформы для смартфонов и “нарезанную” небольшими порциями в формате увлекательных видеороликов. Быть ученым сегодня – это модно, это значит работать в хакерском пространстве и выкладывать фотографии лабораторных экспериментов и оборудования в Instagram» [Абрамов, Кожанов, 2015, с. 47].

Развитие сферы научной коммуникации неотделимо от появления соревновательных платформ, отражающих реальное положение дел и берущих на себя необходимую функцию по объединению коммуникаторов.

Одной из таких площадок можно назвать премию «Коммуникационная лаборатория» Ассоциации коммуникаторов в сфере образования и науки (АКСОН), созданную при содействии Российской венчурной компании (РВК) в 2017 г. Исследуя причины и факторы, детерминирующие появление стартапов и развитие среды для успешного трансфера технологий, специалисты РВК в свое время пришли к выводу, что научным разработкам и инновациям необходима информационная открытость. По мнению Евгения Кузнецова, члена Правления ОАО «РВК» с 2014 по 2017 г., репутационный капитал, с которым работают специалисты в области коммуникаций, легко конвертируется в эффективное сотрудничество изобретателей с представителями экономического сектора. Функционируя как нематериальная привилегия, он является тем самым базовым инструментом, которым управляют современные корпоративные университетские коммуникации¹.

В 2016 г. РВК совместно с АКСОН было проведено исследование, посвященное оценке состояния отрасли научной коммуникации и выявлению лучших результатов применения коммуникационных методик². Итогом эксперимента стало появление премии «Коммуникационная лаборатория» АКСОН, которая продемонстрировала различие ключевых показателей эффективности рабочих процессов, организуемых коммуникаторами, и их готовность повышать свой уровень.

В экспертном интервью исполнительного директора АКСОН, кандидата химических наук, академического руководителя магистратуры по научной коммуникации НИУ ИТМО Александры Борисовой-Сале, которое мы взяли в апреле 2021 г., приводятся принципы, на которые ориентировались организаторы.

1. Формирование большого жюри участников, включающего сильных претендентов на победу (50 % – в первом туре, 75 % – во втором туре).

2. Подбор представительного экспертного жюри, включающего в себя научных журналистов, сотрудничающих с большинством федеральных экспертных редакций, высокоцитируемых медийных ученых, сотрудников государственных структур, вовлеченных в коммуникационную деятельность, пиар-специалистов высокотехнологичных корпораций, представителей научно-популярного ивента, коммуникаторов – победителей прошлых лет. Эксперты представляют разные регионы, имеют различную профессиональную спецификацию и индивидуальные взгляды на коммуникационные стратегии.

3. Вдумчивая работа оргкомитета, включающая в себя составление компактных, но при этом информативных анкет, качественная обработка входящей информации и технический отсев заявок, не соответствующих единому стандарту.

4. Прозрачная методология, исключая случайные результаты, элемент случайности и фактор субъективности. К положительным характеристикам данной методики также можно отнести отсутствие смещения оценочного баланса в сторону публикационной активности в ущерб практическим достижениям. Используемая технология адаптирована для премии специалистами в области эконометрии и включает в себя два тура рангового голосования от 1 до 5.

Существенную роль в поддержании высокого уровня экспертности проводимого конкурса играет качество жюри³. В его первый экспертный состав вошли: 6 представителей науки, которые одновременно являлись научными популяризаторами и авторами книг об исследовательской деятельности для широкой аудитории, среди которых присутствовали молеку-

¹ https://www.rvc.ru/upload/iblock/9ae/scientific_formula_PR.pdf (дата обращения 07.08.2021).

² https://www.rvc.ru/upload/iblock/0b3/201605_dynamics_of_scientific_communication.pdf (дата обращения 07.08.2021).

³ <https://akson.science/projects/project-archive/jekspertnyj-socket-premii-kommunikacionnaja-laboratorija-2017/> (дата обращения 07.08.2021).

лярный биолог, кристаллограф, физик, биотехнолог, морской биолог, астроном; 17 редакторов российских научных изданий, научных обозревателей, корреспондентов известнейших российских СМИ, подробно занимающихся научной проблематикой; научный блогер; основатель некоммерческого научного волонтерского проекта.

В последующие годы к оценке коммуникационных проектов присоединились победители прошлых лет, представители научно-популярного ивента, специалисты в области научного пиара.

Говоря о применяемой методологии, следует упомянуть о подходе, который лег в основу премии «Коммуникационная лаборатория» АКСОН. С разрешения авторов элементы данного подхода были заимствованы из другого конкурса – Всероссийской премии «За верность науке». Речь идет о системе голосования, исключающей субъективную оценку отдельных членов жюри при присвоении итогового балльного статуса.

Данная методика позволяет исследовать коммуникационную активность научных и научно-образовательных организаций на основе анализа информации из открытых источников и включает в себя метрики, каждой из которых присвоено определенное количество баллов: позиционирование пресс-службы на сайте, количество научных новостей и частота их обновления, присутствие организации в социальных сетях, цитируемость публикаций в российских СМИ, англоязычная версия сайта. Таким образом, данная технология моделирует реальную ситуацию поиска информации научным журналистом.

Из заявок на участие формируется лонг-лист. Необходимо отметить, что с 2019 г. сведения об организациях, попавших в лонг-лист, не являются публичными. Данное решение было принято оргкомитетом премии для исключения возможности негативной репутационной оценки той команды, чьи кейсы оказались слабее и не прошли в шорт-лист. После определения шорт-листа экспертный совет премии двухступенчатым голосованием выбирает организации с наиболее успешными коммуникационными проектами.

В первом туре происходит голосование по трем тематическим номинациям. В «Малый Гран-при» и «Гран-при» участники номинируются по их сумме. Это те номинации, в которые нельзя заявиться. Жюри определяет победителей по результатам рассмотрения их проектов в других номинациях. Победители «Малого Гран-при» и «Гран-при» не могут повторно участвовать в конкурсе в течение пяти лет. Такая позиция организаторов способствует ежегодному обновлению состава претендентов, что положительно сказывается на конкурсном портфолио. Так, по результатам 2020 г., несмотря на отсутствие призового фонда, на участие в конкурсе подали заявки около 300 организаций.

Для премии были разработаны пять номинаций⁴. Их количество, применяемые методы оценивания и порядок присуждения премии не меняются. Ежегодно мониторится и анализируется обратная связь от участников, что позволяет не только избегать организационных ошибок при проведении мероприятия в дальнейшем, но и учитывать пожелания по его совершенствованию.

Чтобы понять, как менялись лидеры и практики научных коммуникаций России, мы проанализировали шорт-листы и проекты победителей с 2017 по 2021 г. (см. таблицу).

1. Ряд организаций можно отнести к безусловным лидерам научных коммуникаций в нашей стране, поскольку они становились победителями в различных номинациях неоднократно. НИУ «Высшая школа экономики» трижды завоевывала первое место в номинациях «Эксперимент» (2017–2018 гг.) и Гран-при «Коммуникационная лаборатория» (2019 г.) за успешно реализованные коммуникативные практики в неэкспертной среде, среди которых можно отметить совместный лекционный проект с Еврейским музеем и Центром толерантности «Самрус». Университет ИТМО дважды становился победителем в номинациях «Сверхтекучесть» (2017 г.) и получил Гран-при «Коммуникационная лаборатория» (2018 г.)

⁴ <https://akson.science/project-list/comlab-landing-2020/#about> (дата обращения 07.08.2021).

Обладатели премии «Коммуникационная лаборатория» АКСОН (2017–2021)
 Winners of the “Communication Laboratory” award AKSON (2017–2021)

Год	Номинация					Общее количество работ	
	«Гран-при»	«Эврика! Малый Гран-при»	«Сверхтекучесть»	«Эффект присутствия»	«Эксперимент»	лонг-лист	шорт-лист
2017	Московский физико-технический институт	Институт биорганической химии РАН / Институт космических исследований РАН	Университет ИТМО	Институт проблем передачи информации РАН	НИУ «Высшая школа экономики»	197	16
2018	Университет ИТМО	Российский научный фонд	НИТУ «МИСиС»	Сибирское отделение РАН	НИУ «Высшая школа экономики»	161	18
2019	НИУ «Высшая школа экономики»	Красноярский научный центр СО РАН	Сибирское отделение РАН	МГУ имени М. В. Ломоносова	Карельский научный центр РАН	нет данных	15
2020	НИТУ «МИСиС»	Иркутский планетарий	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева	Институт прикладной физики РАН	нет данных	15
2021	Томский государственный университет	Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева	Сибирское отделение РАН	Сколтех	Томский политехнический университет	нет данных	15

за организацию многочисленных научных фестивалей и кампаний по продвижению имиджа науки для школьников, в том числе в соцсетях. НИТУ «МИСиС» дважды завоевывал первое место в номинациях «Сверхтекучесть» (2018 г.) и Гран-при «Коммуникационная лаборатория» (2020 г.) за проведение 53-х мероприятий в рамках проекта «Бесконечная наука» в 2019 г. и продвижение имиджа ученых в СМИ. Сибирское отделение РАН трижды становилось обладателем первых мест в номинациях «Эффект присутствия» (2018 г.) и «Сверхтекучесть» (2019 и 2021 гг.) за подготовку научных материалов и включение издания СО РАН «Наука в Сибири» в число самых цитируемых СМИ по научному критерию во втором квартале 2018 и в 2020 г.

2. Среди победителей в различных номинациях больше всего университетов. Они становились победителями четырнадцать раз с 2017 по 2021 г. Это НИУ ВШЭ, НИУ ИТМО, МФТИ (г. Долгопрудный), НИТУ «МИСиС», НИУ ИТМО, МГУ им. М. В. Ломоносова, РХТУ им. Д. И. Менделеева, СПбПУ им. Петра Великого, ТГУ. Десять раз становились победителями институты и отделения РАН: Институт проблем передачи информации РАН, Институт биоорганической химии им. академиков М. М. Шемякина и Ю. А. Овчинникова РАН, Институт космических исследований РАН, Институт прикладной физики РАН, Сибирское отделение РАН (Новосибирск), Российский научный фонд, Карельский научный центр РАН, Красноярский научный центр (СО РАН). Один раз победителем стал Иркутский планетарий.

Можно предположить, что толчок к развитию коммуникативных практик в университетах дал Проект 5-100. Это единственная программа, которая определила научную коммуникацию как целевой показатель успешной деятельности вузов. Очевидно, что государственное финансирование флагманских университетов, участвующих в Проекте 5-100, позволяет реализовывать масштабные коммуникативные стратегии. Программа опорных вузов также поощряет развитие коммуникационных каналов, однако опорные университеты находятся на более слабых ресурсных позициях, что не позволяет им попасть в топ-лист участников. Тем не менее наблюдается устойчивая инициативность и этой группы номинантов, ежегодно представляющих экспертному жюри коммуникационные кейсы.

3. Подают заявку на участие в конкурсе исключительно представители государственных научных организаций. Инициативы по включению в заявочный список представителей бизнес-сектора не нашли поддержки у организаторов конкурса в связи с разницей имеющихся ресурсов, а следовательно, с неравными возможностями участия в конкурсе для остальных номинантов. Это понимание возникло в результате анализа проектов и подтвердилось в ходе экспертного интервью. Вообще, надо отметить бережное отношение организаторов премии к участникам, в частности отказ от обнародования списка тех, кто «пытался, но не смог», запрет на участие в той же номинации проектов – победителей прошлых лет.

4. Анализ шорт-листов и победителей премии с 2017 по 2021 г. показал недостаточную активность научно-исследовательских институтов. Причина может быть в нежелании рассматривать всерьез идею научной открытости в качестве одного из главных приоритетов развития научной отрасли. В этой связи актуален вопрос всесторонней поддержки и содействия конкурсу со стороны государства. Пока же формат взаимодействия с Минобрнауки России по вопросам проведения премии «Коммуникационная лаборатория» выражается в периодической информационной поддержке.

При этом необходимо отметить успешное участие в премии Российского научного фонда (РНФ), который, в свою очередь, демонстрирует понимание эффективности коммуникационного процесса, например, тем, что включает структурный стимул во внутренний документооборот сотрудников в виде указания научно-популярных публикаций в СМИ наряду с экспертными публикациями.

5. Портфолио команд, принявших участие в конкурентной борьбе и получивших высокую оценку экспертного совета, размещается на сайте премии «Коммуникационная лаборатория» АКСОН, а их идеи получают рекомендацию к масштабированию. Хочется отметить, что

практические кейсы победителей, собранные за четырехлетнюю практику, можно отнести к профессиональному методическому справочнику коммуникатора, отражающему настоящее положение научной коммуникации в России и мотивирующему на новые достижения.

Появление премии «Коммуникационная лаборатория» АКСОН сыграло огромную роль в процессе формирования профессионального сообщества коммуникаторов. Несмотря на то что премия напрямую не формирует стандарты и бенчмарки, она является механизмом, позволяющим выявить практики, которые признаны лучшими непосредственно представителями научного комьюнити на правах реер-review (экспертной оценки). Можно утверждать, что премия стала важным аспектом институционализации, формирующим рамки профессии и общее информационное поле для научных коммуникаторов.

Однако при всем многообразии достижений в результате взаимодействия коммуникаторов в конкурсной среде до сих пор существует сложность признания важности функции данных специалистов. Необходимо поддерживать стратегическую значимость научного пиара и работать над повышением статуса научного коммуникатора среди дирекций научно-исследовательских институтов. С этой точки зрения премия «Коммуникационная лаборатория» АКСОН добросовестно выполняет функцию утверждения имиджа научного коммуникатора и формирования уважения к профессии внутри научно-образовательной среды.

Список литературы

- Абрамов Р. Н., Кожанов А. А.** Концептуализация феномена Popular Science: модели взаимодействия науки, общества и медиа // Социология науки и технологий. 2015. № 2. С. 45–99.
- Астахова А. С.** Публичная репрезентация профессионального сообщества: популяризация науки и общественные дебаты // Эпистемология и философия науки. 2013. № 3. С. 179–189.
- Бойченко О. В.** Современные социологические теории научной коммуникации // Вестник Моск. ун-та. Серия 18. Социология и политология. 2012. № 1. С. 207–216.
- Букки М., Тренч Б.** Пособие по общественным связям в науке и технологиях / Пер. с англ. М.: Альпина нон-фикшн, 2018. 592 с.
- Ваганов А. Г.** Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании // Российский химический журнал (ЖРХО им. Д. И. Менделеева), 2007. № 3. С. 86–90.
- Замошанский И. И., Конашкова А. М., Красавин И. В.** Научные коммуникации: ученый в современном обществе // Изв. Урал. федерального ун-та. Серия 3, Общественные науки. 2016. № 1 (149). С. 30–41.
- Качалов Р. М., Слепцова Ю. А.** Структурный подход к выбору коммуникационных решений стратегии маркетинга научной организации // Экономическая наука современной России. 2018. № 3 (82). С. 80–93.
- Качалов Р. М., Слепцова Ю. А., Климанова А. Р.** Формирование позитивного образа научной организации в социальном пространстве // Актуальные проблемы экономики и права. 2017. Т. 11, № 3. С. 16–29.
- Косяков М. А., Шайдулина Т. Т.** Коммуникационные стратегии ведущих российских вузов // Креативная экономика. 2016. Т. 10, № 7. С. 813–828.
- Медведева С. М.** Научная коммуникация в современном мире: проблемы и перспективы // Вестник МГИМО. 2014а. № 2 (35). С. 253–255.
- Медведева С. М.** От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // Вестник МГИМО. 2014б. № 4 (37). С. 278–286.
- Савченко А. П.** Открытое информационное пространство научной коммуникации как фактор развития экономики знаний в России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2017. № 1. С. 129–135.

- Сайко Е. А.** Научные коммуникации в России: реалии и перспективы исследования проблемы // Научная периодика: проблемы и решения. 2015. Т. 5, № 5. С. 208–212.
- Фаяустов А. В.** Обеспечение коммуникации между научным сообществом и СМИ: проблемы и пути их решения медиаслужбой федерального университета // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 3 (33). С. 138.
- Шиповалова Л. В.** Научная коммуникация и образование будущего ученого. К вопросу о преподавании истории и философии науки в вузе // Высшее образование в России. 2019. № 28 (6). С. 115–128.
- Burns T. W., O'Connor D. J., Stocklmayer S. M.** Science communication: a contemporary definition. *Public understanding of science*, 2003, no. 12, pp. 183–202.

References

- Abramov R. N., Kozhanov A. A.** Kontseptualizatsiya fenomena Popular Science: modeli vzaimodeistviya nauki, obshchestvai media [Conceptualization of the Popular Science phenomenon: models of interaction between science, society and media]. *Sotsiologiya nauki i tekhnologii* [*Sociology of Science and Technology*], 2015, no. 2, pp. 45–99. (in Russ.)
- Astakhova A. S.** Publichnaya reprezentatsiya professional'nogo soobshchestva: populyarizatsiya nauki i obshchestvennye debaty [Public representation of the professional community: popularization of science and public debate]. *Epistemology & Philosophy of Science*, 2013, no. 3, pp. 179–189. (in Russ.)
- Boichenko O. V.** Sovremennye sotsiologicheskie teorii nauchnoi kommunikatsii [Modern sociological theories of scientific communication]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya* [*Bulletin of Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science*], 2012, no. 1, pp. 207–216. (in Russ.)
- Bukki M., Trench B.** Posobie po obshchestvennym svyazyam v nauke i tekhnologiyah [Manual of public relations in science and technology]. Trans. from Eng. Moscow, Alpina non-fikshn Publ., 2018, 592 p. (in Russ.)
- Burns T. W., O'Connor D. J., Stocklmayer S. M.** Science communication: a contemporary definition. *Public understanding of science*, 2003, no. 12, pp. 183–202.
- Fayustov A. V.** Obespechenie kommunikatsii mezhdru nauchnym soobshchestvom i SMI: problemy i puti ih resheniya mediasluzhboj federal'nogo universiteta [Ensuring communication between the scientific community and the media: problems and ways to solve them by the media service of the Federal University]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [*Sign: Problematic Field of Media Education*], 2019, no. 3 (33), pp. 138. (in Russ.)
- Kachalov R. M., Sleptsova Yu. A.** Strukturnyi podhod k vyboru kommunikatsionnyh reshenii strategii marketinga nauchnoi organizatsii [Structural approach to the choice of communication solutions for the marketing strategy of a scientific organization]. *Ekonomicheskaya nauka sovremennoi Rossii* [*Economic Science of Modern Russia*], 2018, no. 3 (82), pp. 80–93. (in Russ.)
- Kachalov R. M., Sleptsova Yu. A., Klimanova A. R.** Formirovanie pozitivnogo obraza nauchnoi organizatsii v sotsial'nom prostranstve [Formation of a positive image of a scientific organization in the social space]. *Aktua'nye problemy ekonomiki i prava* [*Actual Problems of Economics and Law*], 2017, vol. 11, no. 3, pp. 16–29. (in Russ.)
- Kosyakov M. A., Shaidulina T. T.** Kommunikatsionnye strategii vedushchikh rossiiskikh vuzov [Communication strategies of leading Russian universities]. *Kreativnaya ekonomika* [*Creative Economy*], 2016, vol. 10, no. 7, pp. 813–828. (in Russ.)
- Medvedeva S. M.** Nauchnaya kommunikatsiya v sovremennom mire: problemy i perspektivy [Scientific Communication in the Modern World: Problems and Prospects]. *Vestnik MGIMO* [*Bulletin of MGIMO*], 2014, no. 2 (35), pp. 253–255. (in Russ.)

- Medvedeva S. M.** Ot nauchnogo tvorchestva k populyarizatsii nauki: teoreticheskaya model' nauchnoj kommunikatsii [From scientific creativity to the popularization of science: a theoretical model of scientific communication]. *Vestnik MGIMO [Bulletin of MGIMO]*, 2014, no. 4 (37), pp. 278–286. (in Russ.)
- Saiko E. A.** Nauchnye kommunikatsii v Rossii: realii i perspektivy issledovaniya problem [Scientific communications in Russia: realities and prospects for researching the problem]. *Nauchnaya periodika: problemy i resheniya [Scientific Periodicals: Problems and Solutions]*, 2015, vol. 5, no. 5, pp. 208–212. (in Russ.)
- Savchenko A. P.** Otkrytoe informatsionnoe prostranstvo nauchnoi kommunikatsii kak faktor razvitiya ekonomiki znaniy v Rossii [Open information space of scientific communication as a factor in the development of the knowledge economy in Russia]. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski [State and Municipal Administration. Scientific Notes]*, 2017, no. 1, pp. 129–135. (in Russ.)
- Shipovalova L. V.** Nauchnaya kommunikatsiya i obrazovanie budushchego uchenogo. K voprosu o prepodavanii istorii i filosofii nauki v vuze [Scientific communication and education of the future scientist. On the issue of teaching the history and philosophy of science at the university]. *Vysshee obrazovanie v Rossii [Higher Education in Russia]*, 2019, no. 28 (6), pp. 115–128. (in Russ.)
- Vaganov A. G.** Nauchno-populyarnaya zhurnalistika i prestizh nauki v obshchestvennom soznanii [Popular science journalism and the prestige of science in the public mind]. *Rossiiskii khimicheskii zhurnal (ZhRHO im. D. I. Mendeleeva) [Russian Chemical Journal (ZhRHO named after D. I. Mendeleev)]*, 2007, no. 3, pp. 86–90. (in Russ.)
- Zamoshchansky I. I., Konashkova A. M., Krasavin I. V.** Nauchnye kommunikatsii: uchenyi v sovremennom obshchestve [Scientific communications: the scientist in modern society]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 3, Obshchestvennyye nauki [News of the Ural Federal University. Series 3, Social Sciences]*, 2016, no. 1 (149), pp. 30–41. (in Russ.)

Информация об авторе

Елена Александровна Сидорова, аспирант

Information about the Author

Elena A. Sidorova, Post-Graduate Student

Статья поступила в редакцию 03.02.2022;
одобрена после рецензирования 03.03.2022; принята к публикации 05.03.2022
The article was submitted 03.02.2022;
approved after reviewing 03.03.2022; accepted for publication 05.03.2022