**Научная коммуникация как глобальный тренд**

***Власова О.О.***

*Аспирант*

*ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»*

*Факультет гуманитарных наук и социальных технологий, Ульяновск, Россия*

*E–mail:* [*rosaf2020@mail.ru*](mailto:rosaf2020@mail.ru)

В России понимание термина «научная коммуникация» как коммуникации, направленной на внешнюю аудиторию с целью популяризации научных результатов, возникло сравнительно недавно – с 2014 года. До этого периода в российском научном поле данный термин трактовался чаще всего как процесс продвижения научных идей внутри научного сообщества [3].

В отличие от «коммуникации в науке» внешняя научная коммуникация в России только еще начинает формироваться, хотя во многих развитых странах это направление уже является отдельной профессиональной и академической дисциплиной. «Обобщающий» термин – «научная коммуникация» – охватывает широкий спектр направлений деятельности, в том числе классический PR, научную журналистику, популяризацию науки и представление ее в СМИ, взаимодействие между учеными и представителями общественности.

Сегодня отмечается рост интереса к вопросу коммуникации между наукой и обществом в России и во всем мире. Происходит осмысление новой роли науки в научно-образовательных кругах, на уровне государственной политики, в социальной среде вовлеченных граждан.

Научная коммуникация как область исследования выросла за последние 20–30 лет на пересечении популяризации науки, социологии, теории массовых коммуникаций, музееведения и ряда других давно устоявшихся академических и профессиональных видов деятельности. Возникновение НК связывают с началом движения Public Understanding of Science в Великобритании [1].

Сегодня научную коммуникацию преподают в Великобритании, Ирландии, Испании, Нидерландах, Швеции, США, Канаде, Бразилии, Австралии, ЮАР, Новой Зеландии, Китае. Еще в 2008 году Генеральная дирекция Европейской комиссии по научно-исследовательской деятельности выпустила сборник «European Guide to Science Journalism Training», объединяющий более 100 образовательных программ по научной коммуникации и журналистике в Европе.

Растущее число научных курсов и квалификаций отразилось и на количестве занятых специалистов в этой области. Согласно результатам исследования агентства SPN Communication, в европейских странах и США в 2014 году на 1 тысячу ученых приходилось 8 сотрудников, занимающихся связями со СМИ и PR в научных учреждениях (для сравнения: в России эта цифра на тот момент составляла 2,68).

Можно сделать вывод о том, что научные коммуникации как термин, предмет преподавания и предмет исследования хорошо понятны и широко распространены во всем мире. Формальное образование способствует формированию дисциплины, поскольку более или менее определяет, кто имеет право и законные основания выступать от имени участников этой сферы деятельности.

Если говорить о России, наши достижения в области внешних научных коммуникаций довольны скромные. Обсуждения такого важного аспекта началось в нашей стране лишь в 2014 году, когда запустились научно-популярные интернет-ресурсы «Кот Шредингера», в СМИ начали появляться научные редакции, а в научных учреждениях – первые профессиональные службы. В 2015 году Университет ИТМО (г. Санкт-Петербург) запустил первый образовательный курс по научной коммуникации. Через год появилась Ассоциация коммуникаторов в сфере образования и науки. В 2016 году Университет ИТМО стал первым образовательным учреждением, открывшим прием студентов в магистратуру по научной коммуникации.

Именно в этот период в России и начинает формироваться сообщество профессиональных научных коммуникаторов. Их роль состоит в том, что они должны распространять, продвигать научное знание и способствовать открытому взаимодействию научного сообщества, государства, бизнеса и граждан, при этом стараться сохранить высокий статус научной деятельности.

В нашей стране существуют специальности PR-менеджеров, журналистов, пресссекретарей, однако на практике оказывается, что их деятельность не вполне удовлетворяет эту необходимость. Кроме навыков общения с людьми, организации мероприятий, продвижения научных разработок научный коммуникатор должен обладать знаниями в различных областях науки (физика, химия, астрономия, социология и т. д.). Именно поэтому для успешной работы в сфере НК необходимо получить специализированное образование.

Рост интереса к НК отразился и на состоянии профессионального сообщества научных коммуникаторов – доля НИИ и научно-образовательных организаций с работающей функцией внешних коммуникаций по сравнению с 2014 годом выросла с 22 до 40% [4]. Вакансия «научный коммуникатор» уже появилась на сайтах по поиску работы, а институты начали публиковать объявления о поиске сотрудников с компетенци ми в области научной коммуникации. Однако отметим, что должность «научный коммуникатор» не представлена ни в перечне научных должностей, ни в «Квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и других служащих». Отсутствие четких унифицированных стандартов, которые бы регламентировали функции научных коммуникаторов, замедляет, на наш взгляд, институционализацию и дальнейшее развитие этой сферы.

Литература

The Royal Society. The Public Understanding of Science: Report of a Royal Society ad hoc Group endorsed by the Council of the Royal Society. London: Royal Society, 1985. 41 p.

Демина Н. Близкие контакты первого рода // Троицкий вариант – Наука. 2018. № 12. С. 2–3.

Новая философская энциклопедия: в 4 т. Т. 2. М.: Мысль, 2001. С. 281.

Обжорин А.М. Проблемы популяризации науки в России // Научная периодика: проблемы и решения. 2017. Т. 7. № 2. C. 117–125.