

ОРГАНИЗАЦИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ

DOI: 10.15838/tdi.2019.5.50.10

УДК 001.92 | ББК 72.4

© Неустроева С.Л.

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАУЧНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ И ИХ ПРЕСС-СЛУЖБ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ВОЛОГОДСКОГО НАУЧНОГО ЦЕНТРА РАН



СВЕТЛАНА ЛЕОНИДОВНА НЕУСТРОЕВА

Вологодский научный центр Российской академии наук

Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а

E-mail: svetlana.neustroeva-obraztsova@yandex.ru

ORCID: [0000-0002-3016-5637](https://orcid.org/0000-0002-3016-5637); ResearcherID: [R-6486-2017](https://orcid.org/R-6486-2017)

В последнее время происходят различные преобразования в сфере развития каналов коммуникации от науки к обществу. Одним из основных инструментов реализации данных преобразований является эффективная система коммуникации со СМИ, задачи по формированию которой чаще всего возлагаются на пресс-службы или отделы по связям с общественностью. С их помощью транслируется политика организации, формируется ее образ, устанавливаются общественные связи. Специалисты пресс-службы представляют общественности информацию в соответствии с миссией, стратегией и задачами организации и работают на формирование ее имиджа. Большая часть исследований, посвященных данной проблематике, носит всеобъемлющий характер и содержит общее представление о структуре коммуникации со СМИ, методах и инструментах, применяющихся в деятельности пресс-службы. Однако особенности взаимодействия научных организаций с обществом, СМИ и бизнесом предполагают дополнительные принципы формирования и работы пресс-служб. В статье представлен опыт выстраивания коммуникации научного учреждения со средствами массовой информации, а также новые форматы работы и практики взаимодействия с целевыми аудиториями. Материал будет интересен представителям пресс-служб, специалистам по связям с общественностью, руководителям PR-департаментов научных и образовательных учреждений.

Пресс-служба, научная коммуникация, пресс-релиз, система коммуникации, упоминаемость в СМИ.

Несмотря на то что в последние годы со стороны государства был предпринят комплекс мер по реформированию науки, включающий в себя увеличение затрат на исследования и разработки, отмечается низкая эффективность и консервативность ее структуры. Причины этого, согласно исследованиям ВШЭ, кроются «в несовершенстве системы выработки научно-технологических приоритетов, не учитывающей реальное состояние мировой науки и технологий, а также запросы общества» [1]. В аналитическом докладе «Наука и общество», посвященном интеграции Стратегии научно-технологического развития России в общественный контекст, исследователи отметили низкую вовлеченность населения в проблемы науки и технологий, невысокий престиж научной карьеры, слабый приток молодых талантливых кадров в сферу научных исследований, что связано с недостаточной эффективностью системы коммуникаций между наукой и обществом.

В последнее время особое внимание уделяется вопросам взаимодействия науки и общества и продвижения научных результатов – как со стороны государства, так и со стороны управления научно-исследовательских учреждений. Большую роль в этом играет развитие каналов коммуникаций от науки к обществу, приоритетные направления преобразований в этой сфере и основные инструменты их реализации.

Не случайно в Программу развития Федерального государственного бюджетного учреждения науки «Вологодский научный центр Российской академии наук» были включены следующие задачи:

1) формирование эффективной системы коммуникации, распространение научных знаний и результатов научно-технической деятельности, обеспечивающей повышение восприимчивости экономики регионов к инновациям;

2) создание дополнительных возможностей для развития наукоемкого бизнеса, а также расширение возможностей международного научно-технического сотрудничества и международной интеграции в об-

ласти исследований, позволяющих создание позитивного имиджа ФГБУН ВолНЦ РАН, и позиционирование его как одного из перспективных учреждений федерального уровня.

Эти задачи в ФГБУН ВолНЦ РАН возложены в том числе на сотрудников отдела редакционно-издательской деятельности и научно-информационного обеспечения (ОРИДиНИО), выполняющих обязанности работников пресс-службы. Было принято решение произвести анализ медиаосвещения научного центра.

Необходимо отметить, что статистика упоминаний научного центра в средствах массовой информации ведется с 2001 года. Ссылки на упоминания ВолНЦ РАН в СМИ выкладываются на официальном интернет-портале в рубрике «СМИ о ВолНЦ». Мониторинг проводится с помощью сочетания инструментов Яндекс и Google (Яндекс-Новости и Google-Новости), а также отслеживания публикаций в печатных СМИ, выходов на радио и ТВ, которые не индексируются в поисковых системах.

В 2017 году на основе данных, полученных в результате оперативного мониторинга упоминаний ВолНЦ РАН в СМИ, был сделан анализ, позволивший выявить слабые места в освещении деятельности организации. С 2001 по 2017 год наблюдается тенденция к увеличению количества информационных сообщений с упоминанием ВолНЦ РАН (табл. 1). Однако рост оказался незначительным. Произошло уменьшение количества публикаций в печатных СМИ (2017 год по сравнению с 2013, 2014, 2016 гг.), отмечено сравнительно небольшое количество упоминаний на ТВ и радио (рис. 1). Несмотря на постоянное появление новых интернет-ресурсов прирост упоминаемости в интернет-СМИ составил лишь 15%.

В географическом разрезе преобладали региональные источники, количество федеральных СМИ, в которых упоминается ВолНЦ РАН (ИСЭРТ РАН), не превышало 3% (рис. 2).

При анализе мы не случайно решили обратить внимание и на тематику инфор-

Таблица 1. Динамика упоминаемости ВолНЦ РАН в СМИ, 2001–2018 гг.

Показатель	2001–2010 гг.	Год							01.10.2018
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Интернет-ресурсы	21	20	22	30	108	97	130	150	280
Печатные издания	11	11	7	20	20	12	25	15	37
ТВ и радио	0	0	0	1	4	3	3	9	23
Итого	32	31	29	50	132	112	158	174	340



Рис. 1. Упомянутость ВолНЦ РАН по видам СМИ, 2017 год

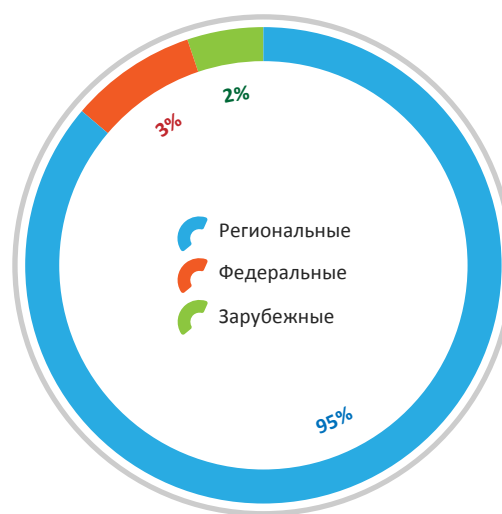


Рис. 2. Упомянутость ВолНЦ РАН в СМИ, география источников, 2017 год

мационных поводов упоминаний в СМИ. Информационно-сервисный портал «Индикатор», посвященный науке, опубликовал данные собственного рейтинга «Оценка эффективности PR-деятельности пресс-служб университетов из Проекта «5-100» в первом полугодии 2017 года». Пресс-службам университетов была направлена анкета, где присутствовал вопрос о количестве опубликованных в течение первых шести месяцев 2017 года научных пресс-релизов. В анкете во избежание недопонимания предлагалось и следующее определение научного пресс-релиза: «это пресс-релиз, информационным поводом для которого послужила статья, опубликованная в рецензируемом научном журнале, регистрация патента или выступление на конференции. Научный пресс-релиз содержит ссылку на публикацию (патент, те-

зисы), а также отражает суть проделанной научной работы». Новости о проведении студенческих или школьных мероприятий в университетах, визитах иностранных коллег, различные анонсы не относились к категории «научный пресс-релиз».

Анализ тематики информационных поводов ВолНЦ РАН за 2017 год показал, что из 174 сообщений четверть посвящена лишь одному событию – открытию Вологодского научного центра РАН (табл. 2).

Несмотря на то что такой информационный повод может способствовать формированию позитивного имиджа организации, новости данной тематики не отражают результаты научной деятельности ВолНЦ РАН.

Основной единицей медиаанализа, как правило, является одно информационное сообщение/упоминание. Именно упомина-

Таблица 2. Тематика информационных поводов, 2017 год

Тема	Количество сообщений
GR / открытие Вологодского научного центра РАН	42
Конференции, публичные лекции на базе ВолНЦ РАН или с участием ученых ВолНЦ РАН	52
Результаты исследований ВолНЦ РАН	44
Остальное	36

емость компании/учреждения в любом из каналов СМИ, по мнению многих специалистов, считается самым распространенным критерием эффективности медиапланирования. Научный пресс-секретарь университета Северной Каролины М. Шипман утверждает, что увеличение освещения в СМИ может помочь научным результатам стать более известными в научном обществе [2]. Есть данные, например результаты исследования Д. Филлипса [3], согласно которым освещение результатов научных исследований в газетах увеличило вероятность цитирования статьи в научных журналах.

Кроме того, анализ упоминаемости в СМИ позволяет выяснить имиджевые угрозы, оценить эффективность собственного PR и медиаприсутствие бренда, предоставить всесторонние и развернутые рекомендации по стратегии развития учреждения.

Выявленные в результате мониторинга и анализа упоминаний в СМИ негативные аспекты были использованы для корректировки направлений работы сотрудников пресс-службы ВолНЦ РАН. Главными задачами на 2018 год стали повышение узнаваемости ВолНЦ РАН в информационном пространстве и оперативное и качественное освещение деятельности ВолНЦ РАН в СМИ.

Разработан медиаплан, направленный на повышение узнаваемости ВолНЦ РАН в СМИ. Он включил в себя следующие пункты:

- 1) разработка и утверждение Порядка взаимодействия ФГБУН ВолНЦ РАН со средствами массовой информации;
- 2) ведение мониторинга СМИ на постоянной основе: ежедневный/еженедельный/ежемесячный/квартальный отчет с анализом упоминаний ВолНЦ РАН в СМИ;
- 3) качественная обработка пресс-релизов, включая сбор информации, написание и рассылку по СМИ;

- 4) разработка, ведение мероприятий по участию ученых ВолНЦ РАН в популяризации своих исследований;

- 5) своевременное размещение информации/пресс-релизов на сайте ВолНЦ РАН, включение новых рубрик и наполнение их актуальной информацией.

Количественный показатель медиаплана обозначен как двукратное повышение упоминаний в СМИ в 2018 году по сравнению с 2017 годом.

1. *Разработка и утверждение Порядка взаимодействия ФГБУН ВолНЦ РАН со средствами массовой информации*

Сотрудники пресс-службы разработали Порядок взаимодействия ФГБУН ВолНЦ РАН со СМИ, в котором были прописаны цели, сроки, ФИО ответственных сотрудников в отделах и порядок передачи материалов в пресс-службу научного центра для последующего размещения в СМИ. Это позволило более оперативно получать информацию о предстоящих, а также о прошедших мероприятиях с участием ученых ВолНЦ РАН для последующей подготовки и размещения актуальных пресс-релизов и научных новостей.

2. *Ведение мониторинга СМИ на постоянной основе: ежедневный/еженедельный/ежемесячный/квартальный отчет с анализом упоминаний ВолНЦ РАН в СМИ*

В процессе анализа медиаосвещения для ведения качественного мониторинга были опробованы ручные (Яндекс. Новости, Google. Новости) и автоматические инструменты (аналитические бизнес-платформы «Медialogия», «Интегрум»). Выявлено, что автоматические системы позволяют быстрее получать точную информацию и предоставляют всевозможный анализ собранных упоминаний. Однако мониторинг, предоставляемый с помощью бизнес-плат-

форм, платный и стоимость его весьма высока, при этом доля не проиндексированных ручными инструментами упоминаний, выявленная с помощью «Медиалогии» и «Интегрума», составила 7%. При сравнительно небольшом количестве упоминаний можно пользоваться новостными базами данных, для снижения риска потери каких-либо источников было принято решение производить мониторинг ежедневно.

3. *Качественная обработка пресс-релизов, включая сбор информации, написание и рассылку по СМИ*

Следующим пунктом стала попытка более качественного написания пресс-релизов. Пресс-релиз выступает одним из ключевых механизмов взаимодействия организаций со средствами массовой информации, это наиболее часто используемый инструмент в общении с институциональными науками [4]. Согласно результатам исследования Ш. Аутсен [5], высокорейтинговые университеты выпускают самое большое количество пресс-релизов и имеют повышенное общественное внимание в средствах массовой информации. Она также делает вывод о том, что повышенное освещение в СМИ может влиять на престиж компании. Исследование американских и канадских ученых в 2012 году показало, что хорошо написанные пресс-релизы могут улучшать качество передачи медицинских новостей общественности [6]. Все это свидетельствует о том, что пресс-релизы могут быть эффективным средством коммуникационной политики научного центра.

Основные правила написания пресс-релиза выделены давно: структура «прямая информационная пирамида», читабельность и выделение наиболее важных моментов в тексте, наличие информационного повода, объем не более 1–2 страниц и другие [7]. Научный пресс-релиз, несмотря на размещение в нем серьезной специализированной информации, должен описывать результаты «простым и не слишком специализированным языком» [5] – в этом и заключается основная сложность при написании таких информационных сообщений.

Для решения этой задачи специалисты пресс-службы разработали «Методические рекомендации к структуре и содержанию пресс-релизов с учетом современных требований», в соответствии с которыми стало оформляться большинство пресс-релизов, размещаемых на сайте ВолНЦ РАН и рассылаемых в СМИ. Так, например, размещение информации в виде такого пресс-релиза на сайте ВолНЦ РАН за период июнь – август 2018 года принесло 25 публикаций в СМИ с упоминанием об исследованиях центра.

4. *Разработка и ведение мероприятий по участию ученых ВолНЦ РАН в популяризации своих исследований*

Вопрос о необходимости популяризации науки учеными неоднократно поднимался на самом высоком уровне. На одной из последних встреч популяризаторов науки и президента РАН А.М. Сергеева было высказано следующее мнение: существенным недостатком РАН является слабая просветительская деятельность. Александр Михайлович подчеркнул, что будет настаивать на том, чтобы «просветительская работа находилась в перечне должностных обязанностей членов Академии именно как работа в рамках РАН»¹, и пообещал содействовать популяризации науки в качестве одного из государственных заданий, за которое институты будут получать деньги и отчитываться. Это позволит финансировать работу пресс-секретарей и пресс-служб.

Именно поэтому в 2017 году в Вологодском научном центре был разработан проект по популяризации науки и научных знаний и вовлечению ученых в процесс просветительской деятельности. Во второй половине 2017 года стартовал проект «Расскажи о своем исследовании», в рамках которого ученые ВолНЦ РАН принимали участие в передачах на радиостанции «Комсомольская правда – Вологда». В прямом эфире радиопередачи «Тема дня» они рассказывали о текущих или завершенных исследованиях и об особенностях научной работы, отвечали на вопросы ведущей и слушателей, дозвонившихся в редакцию радиостанции.

¹ URL: <https://trv-science.ru/2018/06/19/blizkie-kontakty-pervogo-roda>

Тематика обсуждаемых вопросов оказалась различной и касалась исследований, проводимых учеными или коллективом ученых ВолНЦ РАН. Затрагивались темы, имеющие отношение к региону («Здоровый образ жизни вологжан», «Демографическая ситуация Вологодской области», «О проекте бюджета г. Вологды на 2018–2020 гг.», «Проблемы и перспективы развития малого бизнеса в регионе»), и проблемы, актуальные для всей страны («Стереотипы и как они мешают социально уязвимым группам населения», «Проблема старения населения и роли старшего поколения в современном обществе», «Российский несырьевой экспорт – новые возможности для роста», «Вертикально интегрированные компании и их роль в экономике России и за рубежом»).

Всего за полтора года состоялось 20 радиопередач, в них приняли участие ученые всех отделов ВолНЦ РАН. Проект позволил рассказать вологжанам о Вологодском научном центре РАН, его сотрудниках и исследованиях, проводимых в центре, а также предоставил возможность самим ученым выступить в роли популяризаторов науки. Кроме того, непосредственное участие слушателей, которые в прямом эфире задавали вопросы, позволило сделать вывод о росте интереса общества к науке и результатам научных исследований. В 2019 году планируется продолжение данного медиапроекта.

5. *Своевременное размещение информации и пресс-релизов на сайте ВолНЦ РАН в рубрике «Новости», включение новых рубрик и наполнение их актуальной информацией*

Новизна контента, своевременное его обновление – факторы ранжирования сайта. По мнению SEO-аналитиков, когда новые публикации прекращают появляться на страницах сайта, его позиции в поисковых системах опускаются вниз. А.Е. Гуськов,

исследовавший вместе с группой ученых веб-трафик сайтов научных организаций, отмечает, что регулярное обновление новостей позволяет сохранять и наращивать постоянную аудиторию сайта [8]. Согласно результатам опроса, проводившегося немецкими учеными, пользователи ожидают, что информация для представления научного контента на сайтах институтов и научных организаций будет актуальной, понятной и высокого качества [9]. Таким образом, одним из важных направлений работы пресс-службы является работа с сайтом компании, т. к. своевременное обновление информации предоставляет материал для самостоятельного пользования СМИ, а также повышает рейтинг сайта в поисковой выдаче. Для выполнения данной задачи было принято решение о публикации в 2018 году на главной странице сайта ВолНЦ РАН материалов в режиме «Один день – одна новость».

Проведенная по всем пяти вышеперечисленным направлениям работа позволила добиться следующих показателей.

1. Количество упоминаний ВолНЦ РАН в СМИ по сравнению с 2017 годом выросло в 2 раза (табл. 3).

2. Увеличилось количество информационных сообщений на ТВ, радио и в печати (рис. 3), выросло число упоминаний в федеральных источниках (рис. 4).

3. Изменилась и тематика информационных поводов: в 2018 году в три раза возросло количество сообщений, посвященных результатам исследований ВолНЦ РАН (табл. 4).

Необходимо иметь в виду и улучшение качественных показателей. Здесь значительную роль играют характеристики СМИ, такие как аудиторный охват, география источника, степень цитирования источника другими средствами массовой информации. Для сравнительного анализа СМИ, в которых

Таблица 3. Упомятаемость ВолНЦ РАН в СМИ, 2017–2018 гг.

Показатель	2017 год	2018 год
Интернет-ресурсы	150	280
Печатные издания	15	37
ТВ и радио	9	23
Итого	174	340



Рис. 3. Упомянутость ВолНЦ РАН по видам СМИ, 2018 год



Рис. 4. Упомянутость ВолНЦ РАН в СМИ, география источников, 2018 год

Таблица 4. Тематика информационных поводов ВолНЦ РАН, 2018 год

Тема	Количество сообщений
Конференции, публичные лекции	130
Результаты исследований ВолНЦ РАН	127
GR, бренд	42
Остальное	41
Итого	340

упоминался ВолНЦ РАН в 2017–2018 гг., мы воспользовались рейтингами, предоставляемыми компанией «Медialogия», «ТОР-10 самых цитируемых СМИ Вологодской области» (ежеквартальные и ежегодные). Они рассчитываются на основе показателя качества распространения контента СМИ – Индекса цитирования (ИЦ), учитывающего количество ссылок на источник информации в других СМИ и влияние источника, опубликовавшего ссылку, а также социальную влияние СМИ (количество likes и shares материалов СМИ в соцмедиа).

Проведенный анализ показал, что в 2018 году по сравнению с 2017 годом в 2,3 раза увеличилось количество упоминаний ВолНЦ РАН в источниках, входящих в «ТОР-10

самых цитируемых СМИ Вологодской области» (табл. 5, 6).

Если в 2017 году упоминания ВолНЦ РАН в самых цитируемых СМИ области, имеющих наивысший индекс цитирования и занимающих первые три места, отсутствуют, то в 2018 году таких упоминаний 23. Это наиболее влиятельные медиаисточники, информацией в которых пользуются и другие СМИ, как федеральные, так и региональные. Именно поэтому важно и необходимо и в дальнейшем ориентироваться на них и налаживать конструктивные связи с журналистами данных изданий для публикации пресс-релизов и научных новостей.

Таким образом, можно сделать вывод о достижении определенных успехов по

Таблица 5. Упоминания ВолНЦ РАН в наиболее рейтинговых региональных источниках, 2017 год

	СМИ	Категория	ИЦ	Количество ссылок
1	Cherinfo.ru	интернет	74,10	0
2	Gorodche.ru	интернет	64,71	0
3	СеверИнформ	информ-агентство	30,52	0
4	Вологда Регион	информ-агентство	17,49	3
5	«Звезда» (Шексна)	газета	16,33	1
6	Вологда.рф	интернет	15,66	14
7	Срв.ru	интернет	14,18	0
8	Vo.rbc.ru	интернет	12,82	3
9	Newsvo.ru	интернет	10,47	1
10	«Премьер» (Вологда)	газета	8,42	2
Итого				24

Таблица 6. Упоминания ВолНЦ РАН в наиболее рейтинговых региональных источниках, 2018 год

	СМИ	Категория	ИЦ	Количество ссылок
1	Cherinfo.ru	интернет	20,96	2
2	Вологда.рф	интернет	18,35	17
3	Вологда Регион	информ-агентство	14,77	4
4	GorodVo	интернет	7,38	4
5	Newsvo.ru	интернет	4,52	2
6	Gorodche	интернет	4,18	0
7	«Звезда» (Шексна)	газета	4,07	2
8	СеверИнформ	информ-агентство	3,56	0
9	Vologda-poisk	интернет	2,87	21
10	Onlinevologda.ru	интернет	1,87	5
Итого				57

формированию позитивного информационного поля Вологодского научного центра РАН:

- 1) общий рост количества упоминаний в СМИ (в 2 раза);
- 2) увеличение количества федеральных источников, где присутствуют упоминания ВолНЦ РАН;
- 3) разнообразие информационных сообщений ВолНЦ РАН по видам СМИ (в интернете, в печати, на ТВ и радио);
- 4) увеличение количества упоминаний в наиболее рейтинговых региональных СМИ;
- 5) повышение интереса к научным статьям ВолНЦ РАН и использование результатов исследований в интернет-СМИ и в печати.

Эти изменения стали возможны благодаря следующим инструментам, которые мы рекомендуем применять в своей работе сотрудникам научных пресс-служб. Во-первых, необходимо провести количественный и

качественный анализ медиаосвещения учреждения или организации. Во-вторых, по его результатам составить медиаплан, куда входили бы количественные и качественные показатели (увеличение количества упоминаний, переход от региональных к федеральным источникам, от низкоцитируемых к высокоцитируемым СМИ и т. д.). Медиаплан должен соотноситься с общей стратегией научной организации и служить выполнению его общих задач. В-третьих, нужно обратить внимание на содержание информационных сообщений для их более точного следования определению научного пресс-релиза, в котором описываются конкретные результаты работы ученых, данные исследований, ссылки на научные статьи.

Вместе с этим необходимо отметить, что рост информационной активности в СМИ влечет за собой и ряд угроз: увеличение количества публикаций с ошибками в интер-

претации данных, неверными выводами, слишком «громкими» заголовками, с преумножением значимости исследований. Пресс-служба должна не только вовремя отслеживать такие публикации/выходы в СМИ, но и предусмотреть меры, уменьшающие риски. Для более глубокого изучения затронутой

проблемы необходимы дополнительный анализ опыта коммуникации российских и зарубежных научно-исследовательских учреждений со средствами массовой информации, а также выработка специальной стратегии реагирования для смягчения или удаления негатива в СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Наука и общество. М.: Мин-во образования и науки Российской Федерации, Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», 2016. URL: https://issek.hse.ru/data/2016/06/23/1115960460/09_Agamirzyan.pdf
2. Шипман М. Научная коммуникация: руководство для научных секретарей и журналистов. М.: Альпина нон-фикшн, 2018. 180 с.
3. Phillips D., Kanter E., Bednarczyk B., Tastad P. Importance of the lay press in the transmission of medical knowledge to the scientific community. *The New England Journal of Medicine*, 1991, vol. 325, pp. 1180–1183. DOI: 10.1056/NEJM199110173251620
4. Carver R. Public communication from research institutes: is it science communication or public relations? *Journal of Science Communication*, 2014, vol. 13, no. 3. Available at: https://jcom.sissa.it/archive/13/03/JCOM_1303_2014_C01 (accessed 13.11.2019).
5. Autzen C. Press releases – the new trend in science communication. *Journal of Science Communication*, 2014, vol. 13, no. 3. Available at: https://jcom.sissa.it/archive/13/03/JCOM_1303_2014_C01/JCOM_1303_2014_C02 (accessed 13.11.2019).
6. Schwartz L., Woloshin S., Andrews A., Stukel T. Influence of medical journal press releases on the quality of associated newspaper coverage: retrospective cohort study. *British Medical Journal*, 2012, vol. 344. DOI: 10.1136/bmj.d8164
7. Горновая В.А. Критерии качества пресс-релиза // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-kachestva-press-reliza> (дата обращения 09.10.2018).
8. Гуськов А.Е., Быховцев Е.С., Косяков Д.В. Альтернативная вебметрика: исследование веб-трафика сайтов научных организаций // Научно-техническая информация. Сер. 1 «Организация и методика информационной работы». 2015. № 12. С. 12–28.
9. Lederbogen U., Trebbe J. Promoting Science on the Web: Public Relations for Scientific Organizations—results of a Content Analysis. *Science Communication*, 2003, vol. 24 (3), pp. 333–352. DOI: 10.1177/1075547002250299

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Светлана Леонидовна Неустроева – младший научный сотрудник, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук». Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: svetlana.neustroeva-obraztsova@yandex.ru

Neustroeva S.L.

FORMS AND METHODS OF INTERACTION OF SCIENTIFIC INSTITUTIONS AND THEIR PRESS SERVICES WITH MASS MEDIA: THE CASE OF VOLOGDA RESEARCH CENTER OF RAS

In recent years, there have been various transformations in the development of communication channels from science to society. One of the main tools for the implementation of these reforms is an effective system of communication with the media, the formation of which is often a task assigned to the press services or public relations departments. With their help, the organization's policy is broadcast, its image is formed, public relations are established. Specialists of the press service present information to the public in accordance with the mission, strategy and objectives of the organization and work on the formation of its image. Most of the research devoted to this problem is comprehensive and contains a general idea of the structure of communication with the media, the methods and tools used in the press service's activities. However, the peculiarities of interaction of scientific organizations with society, media and business suggest additional principles of press services' formation and operation. The article presents the experience of building communication between a scientific institution and the media, as well as new formats of work and practices of interaction with target audiences. The material will be of interest to the representatives of press services, public relations specialists, heads of PR departments at scientific and educational institutions.

Press service, scientific communication, press release, communication system, mentioning in the media.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Svetlana L. Neustroeva – Junior Researcher, Federal State Budgetary Institution of Science “Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences”. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: svetlana.neustroeva-obraztsova@yandex.ru