

Я поступаю в Гуманитарный! Программа "Научный PR и продвижение научно-технического продукта"



Мы продолжаем знакомить вас, абитуриенты 2020, с магистерскими программами Гуманитарного института. Сегодня речь пойдет о программе Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью ГИ «Научный PR и продвижение научно-технического продукта».

Задача развития отечественной науки и технологий отнесена правительством Российской Федерации к числу приоритетных. Однако сегодня популяризация науки становится не менее важной, чем сама наука. В США, например, на пропаганду научных достижений федеральное правительство ежегодно тратит 1,5 миллиарда долларов, а в Китае в 2002 году даже был принят закон «О популяризации науки и техники». В целом по медийной представленности науки (данные агентства PR News) на 1-м месте США, на 2-м Великобритания, на 3-м, как это ни удивительно, Индия.

Неумение сообщить о своих результатах миру часто обнуляет влияние сделанного открытия, лишает его авторов и заслуженной славы, и финансирования. Например, по условиям получения крупных европейских грантов типа HORIZON 2020 ученые обязаны

рассказывать о своих исследованиях обществу, попросту говоря, активно пиариться. Действительно, умение правильно презентовать свои научные результаты исключительно важно. Это нужно и для того, чтобы объяснить рядовому обывателю, каждый из которых еще и налогоплательщик, на что расходуются его деньги. Это нужно для привлечения молодежи в науку. Это нужно для привлечения спонсоров, которые часто не понимают ни специфики науки, ни перспектив, которые сулят исследования. Но самое главное – это нужно для национального престижа и гордости.

В современных реалиях и российским ученым пренебрегать коммуникацией с обществом, в том числе зарубежным, непозволительно. Если не брать в расчет яркую историю советских научных достижений, когда каждый иностранец знал, что такое «спутник» и кто такой Гагарин, то за последние десятилетия за рубежом образовался настоящий информационный вакуум в отношении современной российской науки. И дело даже не в том, что пока еще мало специалистов, которые могут сделать неудобоваримый и слишком сложный научный контент интересным и конкурентоспособным, а хотя бы просто доступным на других языках...

В нашей стране научная коммуникация – новое понятие и новая профессиональная отрасль. В конце 2000-х вместе с возрождением науки у нас начали появляться и научные коммуникации. Сейчас все больше российских университетов и НИИ вводят функцию пресс-секретаря или пресс-службы. Постепенно формируется и особая категория пиарщиков – специалистов по научному PR, или научных коммуникаторов, то есть тех, кто непосредственно должны обеспечивать взаимодействие между научно-исследовательскими организациями и СМИ. В ведущих университетах, среди которых МИСиС, Университет ИТМО, МФТИ, а с этого года – и Петербургский Политех, появляются образовательные программы по научным коммуникациям.



Магистерская программа Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью "Научный PR и продвижение научно-технического продукта" позволит студентам приобрести знания и навыки, необходимые для успешной работы в области рекламы и PR в различных отраслях промышленности и бизнеса. Выпускники смогут работать PR-специалистами и пресс-секретарями в научно-образовательных организациях, производственных компаниях, научно-исследовательских центрах и т.д.

Что ж, если вы искренне любите науку и ученых, есть смысл задуматься о карьере в сфере научного пиара. Этот рынок пока невелик, и он точно будет расти. В нем есть деньги и много амбициозных задач. Быть может, именно вы будете причастны к тому, что российская наука перестанет производить впечатление закрытости и секретности, а российские ученые – быть злыми гениями, как их изображают в голливудских фильмах. И весь мир увидит, что Россия не только может успешно сотрудничать и конкурировать на международном уровне, но что здесь ведутся уникальные исследования в совершенно новых для мира областях.

На очной форме обучения предусмотрено 3 бюджетных места. Конкурс проводится на основе междисциплинарного экзамена, портфолио и мотивационного письма.

Текст: Инна ПЛАТОВА

