



Erasmus+

Латыпов Ильдар Абдулхаевич,  
доктор филос. наук, ИСК

Социально-теоретические  
основания Scientific Relations

11-05-2018



# Основная литература:

- 1) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «О РЕКЛАМЕ»
- 2) Лапшов А. Scientific Relations – это новая коммуникационная практика инновационной эпохи. URL:  
<http://www.psgoda.ru/articles/item/id/6>
- 3) Латыпов И. А. О некоторых коммуникационных аспектах популяризации науки // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность: сб. науч. ст. Ижевск, 2014. С. 211-215. — Режим доступа:  
<http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/12707>

## Литература:

4. Латыпов, И. А. Некоторые аспекты самоорганизации онлайн-научно-образовательных сообществ на основе интереса к социально-гуманитарным проблемам // Вестник Восточно-Сибирской открытой академии. - 2016. - № 22. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/14339>.
5. Федотовских А.В. Медиа-вирусная кампания как технология формирования общественного мнения в Scientific Relations // Научный электронный архив. URL: <http://econf.rae.ru/article/5041>

# ПЛАН:

1. Многообразие подходов к Scientific Relations как средству продвижения результатов научной деятельности.
2. Из зарубежной и отечественной теория и практики SR.

# § 1:

Многообразие подходов к  
**Scientific Relations**

как средству продвижения  
результатов научной  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

# Актуальность? ?

быстрый рост числа теоретических публикаций о необходимости и возможностях пропаганды науки, а также практических исследований в этой области, использующих новый инструментарий. - **SR (Scientific Relations)**

SR (Scientific Relations) оказывается  
видом специализированной  
коммуникационной деятельности по  
формированию позитивного  
общественного мнения по  
отношению к науке.

**Case:** формирование позитивного  
общественного мнения по  
отношению к CERN – **WWW - БАК**



SR (Scientific Relations) – CERN – БАН





## § 2.

# Из зарубежной и отечественной теория и практики SR

«За рубежом – в Западной Европе и США - связи с общественностью в науке (Scientific Relations) сформировались еще в 1965-1975 гг.». [Федотовских А.В.]. - «SR - особое направление коммуникационной отрасли. В рамках взаимодействия бизнес-структур с научным сообществом могут решаться различные задачи. Среди них:

- реализация совместных проектов с научными и образовательными организациями, ...».

- **вовлечение авторитетных ученых в коммуникационные кампании, получение экспертных оценок и комментариев и др.**

**В ряде случаев проведение научных исследований позволяет легитимизировать в коммуникациях позитивные оценки продвигаемого продукта».**

[Федотовских А.В. Медиа-вирусная кампания как технология формирования общественного мнения в SR].

«Scientific Relations—это новая коммуникационная практика инновационной эпохи. Она сформировалась на стыке IR (обеспечения притока инвестиций в венчурные и иные наукоемкие проекты), GR (как инструмент развития господдержки приоритетных и перспективных инноваций) и PR (как способа обеспечить внимание и интерес к инновациям и их внедрению). Она сводит воедино сообщества, которым, как показывает опыт, тяжелее всего *договориться*, — горящих *идеями* ученых и ищущих *выгоду* предпринимателей» [Лапшов А. Scientific Relations — это новая коммуникационная практика инновационной эпохи].

# Академпарк в Новосибирском Академгородке



Спасибо за внимание!

Вопросы?