

На форуме SciComm в Санкт-Петербургском государственном университете эксперты обсудили, как эффективнее продвигать научные проекты и налаживать связь между учеными, бизнесом и обществом.

Проректор СПбГУ Сергей Микушев отметил, что современные инструменты часто отвлекают от главного — живого общения. Он напомнил, что человеческий подход и простая подача остаются важнейшими даже в эпоху цифровизации.

Полина Огородникова, глава Управления маркетинга и медиа СПбГУ, подчеркнула, что научная повестка изменилась: если раньше акцент был на «импортозамещении», то теперь в центре внимания — «технологический суверенитет». Это нужно учитывать при продвижении новых разработок.

Екатерина Сошникова из МИСИС рассказала, что молодёжь чаще всего узнаёт о науке через Telegram, соцсети, блоги и шоу. По результатам опроса: 35% студентов смотрят научный контент несколько раз в неделю, 31% — раз в неделю, а 17% — почти никогда.

Наталья Тюрина из медиагруппы «Россия сегодня» добавила, что за последние годы образ российского учёного стал узнаваемым и позитивным.

Академик Сергей Кукушкин отметил, что научные коммуникаторы помогают бизнесу и науке понимать друг друга, объясняя сложные вещи простым языком.

А как считаете вы? Что нужно для продвижения российской науки и разработок?