

Какие научные статьи могут быть источником научных новостей?

По данным [Фонда «Общественное Мнение»](#) (ФОМ) две трети россиян интересуются научными новостями. Более того, 80% россиян уверены в том, что современный человек должен быть в курсе того, что сегодня происходит в науке. То, что сегодня происходит в науке — это то, что опубликовано в научной статье. Значит, ее можно использовать как источник для научной коммуникации.

Какие новости показываются в специальном разделе Google

Бывают конкретные научные новости, которые ведут на сайт СМИ. Но научным коммуникаторам больше интересен другой тип — вирусная новость, которая интересна многим СМИ и публикуется везде практически без изменений. В таких новостях всегда будет указываться организация, которая была источником научной информации.

Классы новостей

- Новость в формате развлечения.
- Просветительская научная новость.
- Новость, направленная на продвижение бренда российской науки или конкретной организации.

Откуда брать научные новости?

Брать научные статьи можно из научных журналов с высоким импакт-фактором. Это будет определенная гарантия, что эти статьи содержат какие-то значимые результаты.

В мире два топовых журнала: [Science](#) и [Nature](#). Но недостаток для научного коммуникатора здесь заключается в том, что это очевидный выбор, и все будут об этом писать. Важна скорость публикации, потому что чаще всего такие статьи пишутся в соавторстве ученых из разных организаций. Поэтому каждый научный коммуникатор этих организаций в пресс-релизе будет на первое место ставить свою организацию, а дальше писать в соавторстве с учеными других организаций. Тот, кто успеет первым, тот и соберет «сливки» цитируемости.

Однако журналисты могут просто убрать упоминания организаций, оставив лишь: «ученые открыли то-то». Поэтому с такими статьями трудно быть первым и трудно

собрать упоминаемость своего бренда, который производит высококачественные научные результаты.

Сотрудники даже небольшой научной организации публикуют десятки научных статей в год. Статьи будут разного качества в разных журналах, но в работе научного коммуникатора могут быть полезны разные статьи. Даже статьи из научных журналов с не очень высоким импакт-фактором могут становиться вирусными.

Первый такой пример — бразильская водоросль в Енисее.

Статья опубликована в журнале, который даже не индексируется мировыми базами данных, и научный журналист скорее всего про нее не напишет, просто потому, что не найдет ее среди огромного массива других статей.

Но мы можем использовать эту статью, и здесь важен контекст. Январь, в Сибири холодно, на улице -30 градусов, а Бразилия ассоциируется с чем-то жарким. Отличный повод, чтобы написать: «На улице стоит жара: сибирские ученые радуют нас своими горячими находками, они нашли бразильскую водоросль в реке Енисей». Этот повод попадает в местные региональные СМИ, использующие его частично как развлечение, а затем новость попадает и в федеральные СМИ.

Второй пример — самая маленькая люцифераза.

Здесь журнал уже средненький, но все равно статья прошла бы незамеченной, потому что он не входит в топ тех журналов, которые мониторят журналисты. Здесь информационный повод — рекорд: самая маленькая светящаяся молекула. Это красиво и хорошо расходится в СМИ.

Третий пример — механизм свечения грибов.

Публикация, вышедшая в крутом журнале, о ней будут писать все. И здесь как раз происходит та самая «война» брендов на этапе написания пресс-релизов, о которой мы с вами уже говорили. Очень трудно удержать упоминание бренда своей организации и быть уверенным, что он прошел по всем СМИ и полученный научный результат ассоциируется именно с вашей организацией. С такими новостями работать сложнее, здесь важна скорость.

Что важно при выборе научной статьи

Цель — зачем, для кого и как мы это делаем?

- Для статей не из топовых научных журналов важен контекст.
- Важны связи и знание рынка научной журналистики. У журналистов и конкретных СМИ могут быть очень специфические запросы, что позволяет подавать информацию целенаправленно им.
- Для статей в крутых журналах важна скорость. Здесь речь идет о часах, а не о днях.

Что еще может быть источником информации?

1. Гранты. Они, конечно, не являются результатами, а лишь намерениями. Но имеет смысл, если это крупные гранты или гранты, привлекающие внимание к работе известных ученых.
2. Научные конференции являются потенциально хорошим источником новостей, но почти никто их не использует.
3. Встречи руководства с чиновниками: только для официальных СМИ и сигналов узкой целевой аудитории из чиновников.
4. Комментарии ученых по поводу актуальных событий и тем.