

УДК 070.325:378.1 + 316.453

С. А. Большева
Н. С. Лопаева**НАУЧНЫЕ ЖУРНАЛЫ В ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЕ РЕФОРМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РФ**

В статье анализируются место и роль научных журналов в информационном и коммуникационном сопровождении радикальных преобразований в высших учебных заведениях РФ. Рассматриваются вопросы использования интеллектуального потенциала научной журналистики в управлении инновациями посредством эффективного применения PR- и GR-технологий при продвижении продуктов научной журналистики.

Ключевые слова: Government Relations (GR); медиaprостранство; мониторинг влияния научной статьи; public relations (PR); типология научных журналов; управление инновациями; эффективность научной журналистики.

Цель данной статьи — показать новые роли научного журнала как вида научной коммуникации в условиях информационного общества. Предложенный ракурс исследования обусловлен продолжающейся уже второе десятилетие реформой высшего образования. Она превратилась в проблему, которую можно с уверенностью охарактеризовать как «актуальность вечного». Фактически модернизация системы образования началась в 2003 г., с момента присоединения России к Болонской декларации. Как участница Болонского процесса Россия обязана выполнять определенные требования: введение многоуровневой системы (бакалавриат, магистратура); разработка образовательных стандартов на основе компетентностного подхода; использование академических кредитов европейского образца и т. д. Разнообразные направления реформы и определили тематический спектр их обсуждения на страницах научных журналов.

Сама идея данной статьи подсказана изучением массива научных публикаций по проблемам реформы высшего образования в журналах «Социологические исследования» и «Университетское управление: практика и анализ» (далее — *Университетское управление*) за период с 2004 по 2016 г. Издания выбраны с учетом важности социологического аспекта реформы и изучения позиций непосредственных участников преобразований на уровне конкретных вузов. Критериями контент-анализа являются: тематика статей, посвященных непосредственно модернизации образования на основе Болонского процесса; статус авторов; характер публикаций (фактографический, позитивный, положительный

БОЛЬШЕВА Светлана Александровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: pr-ural@yandex.ru).

ЛОПАЕВА Наталья Сергеевна — магистрант Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: n.s.lopaeva@urfu.ru).

© Большева С. А., Лопаева Н. С., 2017

с элементами критики, критический, проблемный); частота публикаций (до и после начала реформы).

Анализ показал, что авторами статей в журнале *Социологические исследования* являются ученые, исследователи, преподаватели (преимущественно доктора и кандидаты наук), которые априори квалифицируются как эксперты в своей области знания, преподавательской и управленческой деятельности в сфере образования. В структуре авторского состава журнала *Университетское управление* преобладающими категориями являются представители топ-менеджмента и среднего управленческого звена российских вузов, а также представители зарубежных высших учебных заведений в статусе экспертов.

Контент-анализ позволил выявить некоторые различия и в характере публикаций. Если в журнале *Социологические исследования* доминирующим стал фактографический и проблемный характер обсуждения — по 35,7 %, а также критический — 21,4 % и позитивный — 7,6 %, то в *Университетском управлении* преобладает фактографическая подача информации — 54 %. К постановке проблем в процессе обсуждения реформирования вузов обратилось 23 % авторов, позитивный, критический и положительный с элементами критики характер имели публикации соответственно 7,6 % авторов статей. Такую разницу в характере публикаций можно объяснить, прежде всего, различиями концепций журналов, профилем их деятельности и особенностями редакционной политики.

Исследование отчетливо выявило различия и в частоте публикаций. В журнале *Социологические исследования* зафиксирована публикационная активность по проблемам реформы на подготовительном этапе и ее нарастание непосредственно в период осуществления модернизации. Количество таких статей по сравнению с периодом обсуждения предстоящих изменений увеличилось в 2,5 раза. В журнале *Университетское управление* пик обсуждения различных аспектов коренных преобразований пришелся на период с 2005 по 2011 г. (50 %) и постепенно начал спадать в последующий период, чему также есть объяснение. Контент журнала является отражением многообразных направлений стратегического менеджмента российских вузов, и для его авторов важен не столько социологический и социально-психологический аспекты реформы, а прагматика, опыт реальной повседневной работы по управлению вузом во всем многообразии направлений его деятельности и проблем.

Что касается тематики статей, то наиболее актуальными и важными по остроте постановки проблем и глубине их разработки являются все-таки публикации в журнале *Социологические исследования*.

По мнению ряда авторов, инициированные сверху меры расцениваются как пример негативной реформы, что повлияло на формирование в обществе оппозиции по отношению к предложенной модели модернизации образования. Многие из того, что происходит в этой сфере, делается непрофессионально, спонтанно, неожиданно, без привлечения самих участников образовательного процесса. Зачастую изменения задаются откуда-то сверху, не всегда понятно кем.

В целом, обобщая опыт реформы системы образования, авторы статей выделяют несколько аспектов: управленческий, организационный, социальный,

социально-психологический и др. Их выводы относительно последствий модернизации сводятся к следующему:

1. Неспособность системы образования идти в ногу с развитием общества, прогрессирующее несоответствие жизненных и образовательных потребностей. Характер явления приобретает хроническая «нереформируемость» традиционной школы, альтернативой которой выступают непродуманные инновации, которые не только не приносят пользы, но приводят к еще более глубокому кризису.

2. Наблюдается расслоение образовательных возможностей. Большая часть общества не может применить полученные знания, что обуславливает тенденции к снижению общественного уровня образованности.

3. Утрата значимости «знания». В современных условиях более высокий статус приобретает «компетентность», которая соотносится не столько с профессией, сколько со способностью ориентироваться в мире. Большинство СМИ негативно оценивают данное направление реформы и говорят об отрицательных последствиях его внедрения.

4. В ряде научных публикаций, в том числе зарубежных коллег, дана критическая оценка воздействия рейтинговой системы на европейское и национальное высшее образование, анализируются непредвиденные побочные эффекты, оказывающие влияние на организационное поведение университетов.

5. Прогрессируют «теневые отношения» в высшей школе, связанные с серьезными правонарушениями при организации поступления абитуриентов в вузы, установлении сумм спонсорской помощи и распределении внебюджетных средств и доходов от предпринимательской деятельности вузов и т. д.

6. Функциональный кризис выражается в перегрузке образования не свойственными ему функциями — от социальной поддержки незащищенных семей до проведения предвыборных кампаний. Изменяется социальный статус образовательной системы: университет начинает рассматриваться сквозь призму предпринимательства и менеджмента.

7. В ходе реформы в стране сформирована новая социально-экономическая ситуация на рынке труда. Основная тенденция — несоответствие имеющегося количества и качества подготавливаемых специалистов структуре спроса, предъявляемого работодателями. Реальностью стала имитация (симуляция) профессионального образования. Результатом этого является структурная безработица и обособление образовательной сферы от рынка труда.

Нетрудно предположить, что адресат подавляющего большинства публикаций — основной субъект реформы, т. е. Министерство образования и науки РФ. Логично задаться вопросом: используется ли и в каком объеме данный массив научной информации в мониторинге хода реформы? Ответ на него авторы получили при исследовании ее предмета — информационно-коммуникационной инфраструктуры министерства.

Под коммуникационной и информационной инфраструктурой принято понимать некую систему организационных структур и подсистем, которые обеспечивают функционирование и развитие коммуникационного и информационного пространства конкретного субъекта и средств его взаимодействия с внешней

и внутренней средой. Информационно-коммуникационная инфраструктура, открыто презентованная на сайте министерства, дает представление о реальном понимании главным субъектом реформы ее места и роли в управлении [4].

Департамент информационной политики действует преимущественно в формате пресс-центра и координирует информационное взаимодействие с государственными, общественными и иными организациями, осуществляющими взаимодействие со СМИ. Он обеспечивает администрирование и информационное наполнение официального интернет-портала министерства, его официальных аккаунтов в ведущих социальных сетях, координирует работу интернет-ресурсов подведомственных организаций и интернет-ресурсов, созданных для коммуникационного сопровождения программ, реализуемых министерством.

В функционале департамента стратегии, анализа и прогноза — мониторинг системы образования, но на основе строго предписанного различными приказами и постановлениями регламента, исключающего научную периодику как источник информации.

Департамент науки и технологий, в ведении которого и находится сама наука, также ни в одном из своих ключевых проектов не ставит задачу мониторинга научных журналов, ценность которых как источника экспертной информации трудно переоценить.

По признанию сотрудников всех трех департаментов, задача организовать взаимодействие с научными журналами не ставилась.

Таким образом, в информационно-коммуникационной инфраструктуре министерства изначально не определены место и роль научных журналов. Роль научных журналов как конкретной формы научной коммуникации пока не отражена и разработчиками Глоссария (термины и определения) к проекту «Концепции развития информационно-коммуникационной инфраструктуры и технологий в Российской Федерации». Минкомсвязи России по согласованию с Министерством связи и массовых коммуникаций РФ принял и опубликовал 3 мая 2011 г. в Интернете данный проект, которому предшествовала общественная дискуссия в Интернете. Общий смысл замечаний участников обсуждения сводился к более тщательной проработке документа, который со временем должен стать документом государственной важности [7].

Рассмотренное направление деятельности по созданию необходимой информационной инфраструктуры, как и многие другие проекты инновационного пути развития страны, постоянно привлекает к себе внимание специалистов разных отраслей знания. Но пока эксперты вынуждены констатировать, что «в России еще не сложилась информационная инфраструктура, которая обеспечила бы информационное сопровождение инновационного цикла от возникновения идеи до ее внедрения в жизнь» [12].

Причины, по которым в условиях информационного общества научная периодика в качестве средства реального влияния на инновационные процессы в обществе оказалась невостребованной, заключаются в следующем:

1. Научная журналистика как тип СМИ и форма научной коммуникации пока недостаточно исследована, а тем более под углом зрения ее роли и перспектив в современных условиях;

2. Изживает себя существующая не одно десятилетие модель научного журнала определенного исторического образца, ориентированного преимущественно на научное сообщество. Смена устаревшей и удивительной для зарубежных коллег парадигмы «журнал для авторов, а не для читателей» [13, 57] является такой же неотложной задачей, как и коррекция редакционной политики научных журналов с учетом новых реалий;

3. В решение этой назревшей проблемы пока недостаточно вовлечено само профессиональное сообщество, связанное с процессом выпуска научной периодики. Ассоциация научных редакторов и издателей (АНРИ) создана только в конце марта 2015 г. и за решение подобных задач еще не принималась.

Охарактеризуем названные причины, используя несколько непривычный для анализа информационно-коммуникационного сопровождения реформы образования категориальный аппарат. Такие понятия, как «медиапространство реформы», «научный журнал в медиапространстве реформы», «научная журналистика», «научная периодика», «научная коммуникация» и др., имеют самое непосредственное отношение к предмету исследования.

Во-первых, к изучению феномена медиапространства исследователи современной отечественной журналистики обратились сравнительно недавно. Как отмечает профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» И. М. Дзялошинский, «...понятия “медиапространство”, “медиасреда”, “медиаполе”, “медиафера” возникли в отечественном дискурсе относительно недавно, пока еще не приобрели более или менее отчетливого смыслового наполнения и используются чаще всего в качестве синонимов. ...На сегодняшний день какого-либо общепринятого определения понятия “медиапространство” не существует. Весьма популярна точка зрения, что оно представляет собой совокупность источников, из которых люди получают информацию, и смысловое поле, которое эти источники формируют» [1].

Не случайно научных исследований медиапространства реформы в сфере образования авторам статьи выявить не удалось, что еще раз подтверждает актуальность данного исследования. Тем не менее следует отметить, что с самого начала постоянный интерес к реформе образования поддерживается именно средствами массовой информации самых разных типов. Предоставляя свою трибуну для различных высказываний, мнений, критики, СМИ не только отражают, но и активно формируют общественное мнение по поводу преобразований. Бесспорно, основу медиапространства реформы составляют преимущественно материалы средств массовой информации. Роль научной журналистики в этом процессе несколько иная. Как показало данное исследование, отдельные направления контента научных журналов только формально связаны с формированием медиапространства реформы. На деле они содержат достаточно представительный массив исследовательской информации по самым разнообразным аспектам реформирования, адресованный... самому научному сообществу.

Во-вторых, научная журналистика является объектом междисциплинарных исследований целого ряда наук: науковедения, массовой коммуникации, средств массовой информации, периодической печати. Так, представители *науковедения*

рассматривают научную периодику в качестве регулятора научного уровня в своей области и своеобразной хроники науки, записанной как точный протокол, в котором фиксируется главная деятельность ученых всего мира — передача знания.

Интерес *теоретиков журналистики* к этому типу прессы столь незначителен, что не оставляет возможности для более или менее корректного контент-анализа. Так, реальный объем публикаций, посвященных научной журналистике, в одном из ведущих научных изданий — «Вестнике МГУ» (серия 10: «Журналистика») за период с 2006 по 2016 г. составил менее десятка статей. Их авторами рассматривались преимущественно типологические особенности научных и научно-популярных журналов, причем в основном в историческом ключе.

Исследования с позиций *теории массовой коммуникации* позволяют составить четкое представление о научных журналах как виде научной коммуникации: ее целях, функциях, формах и др.

Постоянный и глубоко заинтересованный разговор на разнообразные сугубо «цеховые» проблемы научных изданий — прерогатива узкого круга авторов, принадлежащих к сообществу издателей, редакторов, отчасти — представителей читательской аудитории, делом которых и является создание научных журналов. В связи с этим целесообразно сослаться на продуктивный опыт функционирования издания «Научная периодика: проблемы и решения» — первого в России международного профессионального журнала для издателей и распространителей научной периодики, а также работников научных библиотек. На его страницах с завидным постоянством обсуждаются различные аспекты развития этого типа изданий.

Для более глубокого понимания необходимости смены парадигмы научных журналов уточним объем понятий «научная журналистика» и «научная периодика».

Большинство современных словарей определяет «научный журнал» как издание, содержащее статьи и материалы о теоретических исследованиях, а также статьи и материалы прикладного характера, предназначенные научным работникам. В современной типологии СМИ и толковых словарях научная журналистика рассматривается как область журналистики, которая используется для создания текстов на научные темы [9].

Такому толкованию понятия «научная журналистика» не противоречит и объем понятия «научная периодика», поскольку периодика (периодические издания) есть не что иное, как опубликованные работы, оформленные как СМИ, которые выходят в свет по определенному алгоритму. Наиболее распространенной формой периодики и является научный журнал [Там же].

Однако, учитывая специфичность ряда типологических характеристик этого типа СМИ (ограниченная аудитория, периодичность выхода, аудиторные предпочтения контента и др.), научную журналистику исследователи причисляют к так называемым «нишевым» изданиям.

Нишевые СМИ становятся перспективным направлением бизнеса в рунете, утверждают медиаменеджеры. Это то направление на рынке СМИ, в котором есть не только место, но и деньги для небольших игроков и где сейчас практически отсутствует конкуренция. Наталия Чанышева, занимающаяся издательской

деятельностью и продвижением профильных интернет-проектов для узкой профессиональной аудитории, считает, что нишевые СМИ, рассчитанные на достаточно узкую профессиональную категорию посетителей, являются тем направлением, в котором можно начинать работать даже с небольшим бюджетом. В России есть совершенно четкая категория людей, которые привыкли получать специализированный контент даром. Как пример нишевого бизнеса — СМИ для врачей, проекты для которых Н. Чанышева сейчас продвигает [5].

Наконец, в-третьих, на наш взгляд, только глубокая заинтересованность в развитии этого типа изданий самого профессионального сообщества (редакторов, издателей) способна трансформировать данный вид научной коммуникации, учитывая тенденции, свойственные мировому медиарынку. В связи с этим заслуживает внимания тенденция западных рынков СМИ, о которой поведали эксперты, принимавшие участие в подготовке ежегодного отраслевого доклада «Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития» (2015): «Социальные сети, по сути, отменили время между событием и журналистским сообщением о нем. Реакцией на это стала возникшая пару лет назад в качественных западных медиа, но еще слабо регистрируемая в России мода на “лонгриды” (материалы для вдумчивого чтения — longreads). Суть явления/медийной работы, когда “обстоятельная и сложная журналистика” приходит на смену “быстрой, простой и краткой”... Эта журналистика, имеющая целью создание языка общественной дискуссии, формирующая “реальный социальный и политический интерес” у аудитории, не замыкающаяся в форматных и целевых рамках, апеллирующая не к большинству по определению, не может быть сразу экономически самоокупаемой, а тем более — прибыльной. Оно скорее социокультурный, а не рыночный проект, поскольку такая журналистика до определенного момента существует не только “для общества”, но и “вместо общества”. До тех пор, пока это общество не станет более зрелым» [10].

Идея не такая уж неосуществимая применительно к научной журналистике, даже несмотря на то, что Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, ориентируясь в основном на рыночные СМИ, устойчиво игнорирует в своих ежегодных национальных докладах научную периодику. Поскольку главным вызовом для любой печатной периодики являются рыночные отношения и нарастающее проникновение в жизнь людей Интернета и цифровых технологий, именно этот вектор развития выбрали для себя еще во второй половине XX в. журналы открытого доступа, ставшие влиятельным субъектом западного рынка прессы [12, 58].

В условиях рыночной экономики, когда информация признана самым дорогим товаром, целый ряд отечественных научных журналов весьма успешно заняты продвижением своих продуктов в сети Интернет. Основные возможности научных журналов в этом плане общеизвестны: высокая оперативность и глобальность распространения научной информации; мультимедийная подача; интерактивность, позволяющая автору связываться с аудиторией, а пользователям — с автором научной статьи; гипертекстуальность; селекция научной информации пользователем [8].

В качестве перспективного направления деятельности профессионалов рынка научной периодики нужно признать появление на страницах ряда журналов статей, авторы которых объективно оценивают ситуацию и от констатаций типа «В результате цифровой революции, международной научной интеграции и реструктуризации научной сферы целая отрасль не имеет ориентиров для дальнейшего развития» [2] переходят к обсуждению различных подходов к решению этой проблемы, которые базируются на применении информационно-коммуникационных и маркетинговых технологий [6]. «На данный момент, — отмечают В. М. Якубсон и Д. Ю. Райчук, — открытый доступ уже перешел из разряда идеалистических планов в область прибыльного бизнеса... университетские научные журналы, издаваемые в России, автоматически оказываются на периферии мирового издательского процесса. Пока сложно говорить о перспективах их конкуренции с ведущими мировыми журналами. Тем не менее общепризнанным является факт, что периферийные научные журналы выполняют важные задачи и могут развиваться в общемировом русле» [12, 58].

В свете сказанного представляется конструктивной и позиция С. А. Мамаевой: «Каждый исследователь, вступая в мир науки, застаёт систему научных коммуникаций уже сложившейся в виде комплекса различных ее каналов, средств, форм, институтов. Рационально и творчески используя потенциал существующей системы научных коммуникаций, ученый в то же время стремится преодолеть налагаемые ею ограничения. Он сам формирует свои коммуникативные стратегии, исходя из своих исследовательских потребностей, а главное, возможностей. Эти возможности напрямую связаны с положением исследователя не только в когнитивной, но и в социальной структуре научной дисциплины» [3].

Одной из актуальных проблем, стоящих в настоящее время как перед отдельными учеными, так и научными коллективами и сообществами, является оперативная публикация и распространение среди специалистов и широкой общественности результатов научных исследований. На страницах самих научных журналов эта тема представлена во всем разнообразии ее аспектов, но чаще всего ее обсуждение сводится к чисто финансовой стороне вопроса. Пока редакционная политика многих научных журналов только декларирует задачу продвижения результатов труда ученых и не всегда связывает ее с маркетинговым подходом, а также формированием общественного мнения в поддержку тех или иных результатов исследований. Аксиоматичным является утверждение, что формирование общественного мнения предполагает наличие соответствующих каналов его выражения. Такими каналами являются представительная система власти и прямое участие общественности в законотворчестве. В нашем случае научный журнал можно и нужно рассматривать как канал связи власти с научной общественностью, способ информационного обмена по самым актуальным проблемам.

Построение научной среды такого общения — задача обеих сторон. Модель взаимодействия органов государственного и муниципального управления с институтами гражданского общества с самого начала 90-х гг. XX в. включает в систему связей с общественностью (public relations, PR), контакты с прессой, но

пока ограничивает свою информационную политику, исключая из перечня СМИ научные журналы как объект мониторинга. Такое игнорирование не оправдано, поскольку модель служб по связям с общественностью органов власти имеет специальное подразделение — информационно-аналитический отдел, чьей задачей и является непрерывный мониторинг не только информационного (медийного) пространства, но и социально-политической, экономической, социально-психологической и других ситуаций, которые также становятся объектами научных исследований. Следовательно, если из поля зрения сотрудников таких отделов выпадает крайне важная научная информация, то вряд ли их можно считать вполне компетентными специалистами.

Вклад самих научных журналов в создание и поддержание научной среды общения с государственными институтами также видится в обогащении редакционной политики методологией и технологиями связей с общественностью, целью которых является достижение согласия, взаимопонимания по различным общественно значимым проблемам. Способы решения таких задач известны. Прежде всего, необходимо создать постоянно действующие каналы коммуникации и регулярно предоставлять научную информацию по разным направлениям деятельности партнеров по общению, быть готовым выполнять социальный заказ и др.

В частности, освоение PR-инструментария непосредственно в деятельности редакций научных журналов даст возможность в превентивном порядке завоевать поддержку органов государственного и муниципального управления при выдвижении перспективных идей, проектов, в том числе активно включаться в обсуждение предстоящих реформ, кампаний. Постоянно находиться в авангарде событий и процессов, а не следовать за ними, быть в курсе стратегических и текущих планов, успешно продвигать продукты научных журналов позволит специальное направление деятельности в коммуникационной политике журнала — технологии связей с правительственными учреждениями и органами власти (government relations, GR).

Подведем итог.

Трансформации такого масштаба, как реформа сферы образования в России, уже не первый год осуществляются в рамках современного подхода — проектного управления. Сумма областей знаний по управлению проектами обязательно включает управление коммуникациями. Ведь своевременный учет содержания, направленности, характера внутренних и внешних связей осуществляемых реформ самым решающим образом влияет на успех проекта любого типа, вида, класса, масштаба и сложности, а особенно такого мегапроекта, каким является перевод отечественной системы образования на европейские стандарты. Исследование показало, что информационно-коммуникационное сопровождение модернизации образования в России само по себе нуждается в корректировке.

Официальное признание места и роли научных журналов в информационно-коммуникационной инфраструктуре реформы не только поможет повысить реальную отдачу публикуемых материалов, но и создаст благоприятные условия для дальнейшего осуществления реформы и развития научных коммуникаций

на уровне государства. Без активного учета органами государственного управления огромного массива экспертной информации, которая может быть использована в управлении процессом реформы образования, научные журналы остаются «вещью в себе и для себя».

По-прежнему актуальной является задача уточнения коммуникационной политики обоих субъектов потенциального общения и взаимодействия на принципах технологий public relations и government relations, которые выполняют в комплексе маркетинговых коммуникаций роль стратегических инструментов, напрямую связанных с формированием и поддержкой репутационных составляющих деловой политики и на уровне государственных органов, и на уровне самой научной периодики.

Как показывает первоначальный опыт развития ряда научных журналов, перспективы самого института научной периодики в России целиком будут зависеть от желания и готовности профессионального сообщества заниматься решением сложившейся в отрасли ситуации как задачи, стратегической по своему характеру.

1. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: состояние и тенденции развития [Электронный ресурс]. URL: <http://mic.org.ru/phocadownload/dzyaloshinsky.pdf>

2. Гриб В. В., Абрамов Е. Г. О необходимости поддержки отечественных научных журналов // Научная периодика: проблемы и решения. 2016. Т. 6, № 1. С. 41–44. doi: 10.18334/nppir.6.1.35650

3. Мамаева С. А. Коммуникативные стратегии ученых // Научная периодика: проблемы и решения. 2011. № 3. С. 6–12.

4. Министерство образования и науки Российской Федерации: [сайт]. URL: минобрнауки.рф

5. Нишевые СМИ становятся перспективным направлением бизнеса в рунете: [новост. и аналит. портал «Время электроники»]. URL: <http://www.russianelectronics.ru/leader-r/news/russianmarket/doc/47848/>

6. Павленко А. В. Анализ особенностей формирования эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций издательских компаний в условиях перехода к коммуникационной концепции маркетинга // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 1. С. 24–29.

7. Рудницкий Г. Глоссарий Концепции развития ИКТ инфраструктуры и технологий в РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://gosbook.ru/node/13120>

8. Скрынникова А. В. Научная журналистика в современной России [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/nauchnaya-zhurnalistika-v-sovremennoy-rossii>

9. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/152234>

10. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой докл. 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports.html>

11. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

12. Якубсон В. М., Райчук Д. Ю. Издание научного журнала в университете: новый взгляд // Университетское управление: практика и анализ. 2015. № 2. С. 57–64.

Статья поступила в редакцию 21.02.2017 г.