

СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ РОССИЙСКИХ УЧЁНЫХ

Винокурова Н.А.

Центральный экономико-математический институт РАН, Россия, 117418, г. Москва, Нахимовский проспект, дом 47, Тел.: + 7 (903) 6820947, E-mail: vinokurova@yandex.ru

В современной науке, характеризующейся огромным числом исследователей самого разного уровня и переполненной информацией, работа учёного, даже крупного, может остаться незамеченной без грамотной самопрезентации. Самопрезентация – это мост между исследованием и окружающим миром. У самопрезентации могут быть разные цели: привлечь единомышленников, получить финансирование, получить признание. В зависимости от целей учёные выбирают разные стратегии самопрезентации. Стратегия самопрезентации также может зависеть от таких факторов, как возраст учёного, статус, область науки. В данной работе рассматриваются самопрезентации известных учёных старшего поколения, представленные в форме глубинных интервью, взятых автором для проекта МГУ им. М.В. Ломоносова «Устная история». В результате исследования удалось подтвердить, что стратегия самопрезентации сильно связана с научной областью, которой занимается учёный. Были выявлены следующие стратегии самопрезентации: маркетинговая, миссионерская, научная. Маркетинговая стратегия [1] характерна для экономиста, который убеждён, что результаты экономических исследований ценны, в первую очередь, тем, что могут быть внедрены в практику. Для этого их нужно «продавать». Респондент-экономист отходит от обычной практики популяризации своих исследований исключительно в научной среде (на конференциях, семинарах, лекциях), хотя и не отказывается от этого. Но он настаивает на том, что нужно шире использовать также и средства массовой информации: ««Экономист должен быть популярен. Я всегда давал интервью, ко мне был большой интерес у журналистов». Стратегия специалиста по социально-демографическим проблемам народонаселения [2] определяется желанием донести до властей мысль о важности «сбережения народа», необходимости заботы о здоровье людей. Это воспринимается респондентом как миссия. Научная стратегия самопрезентации проявилась в интервью известного физика [3], сосредоточенного на науке, сотрудничающего с лауреатами Нобелевской премии.

Литература.

1. Устная история. Беседа с Квинтом В.Л.: [сайт]. URL: <https://oralhistory.ru/members/kvint-v-1?ysclid=mi71426nix314980111> (Дата обращения: 08.12.2025).
2. Устная история. Беседа с Римашевской Н.М.: [сайт]. URL: <https://oralhistory.ru/members/rimashevskaya?ysclid=mi715pqhnb333236544> (Дата обращения: 08.12.2025).
3. Устная история. Беседа с Чернавским Д.С. : [сайт]. URL: <https://oralhistory.ru/members/chernavskiy?ysclid=mi716sfzd7315769301> (Дата обращения: 08.12.2025).