

Mokslo komunikacija





Kam man to reikia?

Mokslo komunikacijos tikslas: būti MATOMIEMS visuomenėje. Šiuo būdu galima net pritraukti INVESTICIJŲ savo moksliniams tyrimams.

Visiems žinomas *mokslo populiarinimo* terminas yra visai kas kitą nei *mokslo komunikacija*. *Mokslo komunikacija*, kitaip nei *populiarinimas*, yra dvipusis veiksmas, kai vyksta interakcija tarp mokslininko ir visuomenės (pvz. visuomenės informavimas, edukavimas ir pan.).

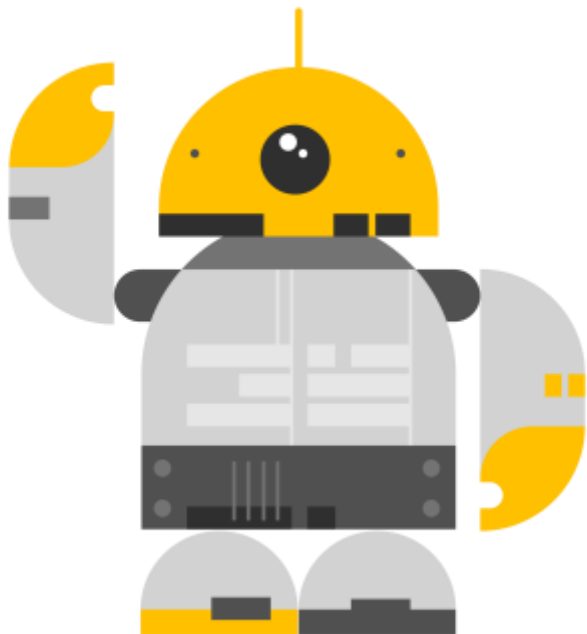
Edukacinis turinys patenka į skaitomiausių tekstų TOP absoliučiai visuose žiniasklaidos kanaluose!



Kaip pradėti?

Pirmiausia būtina atsakyti sau į klausimus:

- KODĖL noriu komunikuoti / koks mano tikslas? (Pvz. Noriu, kad visuomenė daugiau išmanytų mano tyrinėjamą sritį, geriau nusimanytų kai kuriais klausimais ir gebėtų atskirti tikrovę nuo *fake news* arba noriu pritraukti investicijų savo tyrimams).
- KOKS komunikatorius esu aš pats? (kokį įvaizdį noriu susiformuoti, pvz. esu laukinės bites tyrinėjantis mokslininkas, pats gyvenantis miške prižiūrintis laukinių bičių spiečius, mielai edukuojantis jaunąją kartą apie laukinės gamtos išsaugojimą).
- Kokia mano komunikacinės strategija (temos, su kokiais tyrimais bus siejamas mano vardas IR (LABAI SVARBU!) – apie ką aš nenoriu kalbėti jokių būdu.



1 svarbi taisyklė

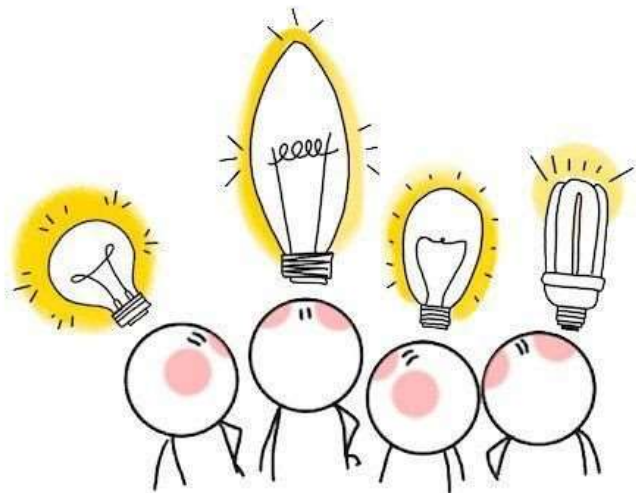
Visada labai svarbu įsivardinti sau 2-3 mokslines temas, kuriomis TIKRAI esu kompetentingas kalbėti ir atsisakyti kalbėti tomis temomis, kurių neišmanau. Neretai, pakomentavus žurnalistams kokia nors jų „primetama“ tema, žiniasklaida pradeda vis dažniau kalbinti apie tai, apie ką Jūs net nenorite kalbėti.

2 svarbi taisyklė

„Ekspertai“, galintys pasisakyti visomis temomis yra NEPATIKIMI.

3 svarbi taisyklė

Komunikacinė strategija yra dinamiškas dalykas, galintis keistis.



Auditorija

Lietuvoje turime per mažai duomenų, kokiais konkrečiais žiniasklaidos kanalais ir kokia auditorija domisi moksliniu turiniu, tačiau tai galime NUMANYTI. Svarbu sau atsakyti į klausimą: *ką aš pats turiu bendro su auditorija, kuriai pasakosiu apie mokslinius tyrimus?*



Žiniasklaidos kanalai (suskirstyti pagal populiarumą ir pasiekiamumą):

- Socialiniai tinklai (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter ir t. t.).
- Vieša paskaita (būtinai nemokama).
- Interviu žurnalistams (straipsniai, komentarai ir pan.).
- Knyga.
- Projektai su kitų sričių mokslininkais.
- YouTube (šiandien pasiekiamumas labai mažas. Tai daug resursų reikalaujantis ir mažai rezultatų pasiekiantis kanalas).
- Dokumentiniai filmai (Lietuvoje nepopuliari).
- Humoras! Pvz. mokslininkų *stand-up* komedijos (labai populiari Kanadoje) ar *slam* poezijos vakarai 😊.



Akademiniis etiketas

Šį kartą – tik apie toną, kalbą ir... laiką.

- Labai svarbu atsakyti sau pačiam į klausimą, KOKIU TONU aš noriu bendrauti su visuomene? Pvz. formaliai ar ne? Edukuoti savo auditoriją, ar kelti diskusiją?
- Gerbiant savo klausytojų, organizatorių ar laidų vedėjų laiką, būtina PAISYTI NUSTATYTO PRANEŠIMO LAIKO!
- AKADEMINIS ŽARGONAS yra savaime suprantamas akademinėje aplinkoje, bet bendraujant su visuomene jis gali skambėti net...atstumiančiai. Nesuprantamų sąvokų, „sunkių“ sakinių vartojimas NESUKURIA gero įvaizdžio, nes žinutė adresatų lieka nesuprasta, taigi – neiškomunikuota.



Paskutinė taisyklė

Būkime savimi, būkime drąsūs ir informuokime visuomenę apie savo vykdomus tyrimus, nes visuomenė yra mūsų *darbdavys*.