

СОЦИОЛОГИЯ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

АНДРЕЙ КОЖАНОВ

старший преподаватель департамента социологии НИУ ВШЭ, научный сотрудник Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН

НАУЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ЧАСТНЫЙ СЛУЧАЙ СОЦИОЛОГИИ НАУКИ

Научная коммуникация — организованные, явные и направленные действия для выстраивания коммуникации между научным знанием, методологией, процессами и практиками в условиях, когда значительной частью аудитории являются НЕ-ученые.

Научная коммуникация в данном формате — это внешняя коммуникация, предполагающая посредника между научным знанием и его получателем. Этот посредник и есть научный коммуникатор.

Что такое наука в этом понимании? Задачи научной коммуникации:

- 1.** Наука как текст. Формирование научно грамотного общества
- 2.** Наука как образ. Формирование доверия к институту науки через презентацию образа ученого, образа научного открытия
- 3.** Наука как практика. Передача методологии научного исследования, понимаемого во вненаучном контексте: принятие решений не в науке, а в бизнесе, в сфере социальных отношений, в семье ит.д.

СТРУКТУРА И УЧАСТИКИ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ



Совсем недавно появилось второе звено схемы — научный коммуникатор, как автономный действующий социальный персонаж.

Отличие научного коммуникатора от научного журналиста состоит в том, что журналист работает на СМИ, и его цели совпадают с целями СМИ. Научный коммуникатор находится на стороне науки и научного знания. Научный коммуникатор — это передатчик научной информации: в виде пресс-релиза, в виде научно популярного контента.

МОДЕЛИ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Итальянский исследователь научной коммуникации Массимиано Букки выделяет три модели научной коммуникации, где три стадии последовательно сменяют друг друга.

- 1. Дефицитарная модель.** Предполагает автономный институт науки, закрытый, снаружи население занимается своими делами. Иногда из башни доносится информация в виде фонарика, которая, по мнению светящегося, обогащает население, но населению не всегда нравится прямой свет в глаза. Это классическая модель еще с 17-го века, эта модель господствует и сейчас.
- 2. Модель диалога.** Предполагает участие публики в обсуждении результатов исследований. Это происходит когда население вовлечено в процесс обсуждения этических технологических рисков, возможного вреда, религиозных убеждений. Диалог возникает там, где затрагиваются интересы социальной группы. Диалог — это форма, предполагающая неопределенность результата.
- 3. Модель участия.** Предполагает равноправное, открытое участие населения в проведении исследования. Разница между человеком «с улицы» и ученым становится неопределенной, и в этой ситуации формируется образ гражданской науки, где проведение исследований возможно людьми без ученых. Эта модель имеет успешные проявления, но нельзя сказать, что она повсеместно распространена.

ЧТО ПРЕДЛАГАЕТ НАУЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ ЛЮДЯМ?

Два главных социальных эффекта научной коммуникации:

- 1. Формирование научно-технологической грамотности.** Это измеряемый показатель, существует тест, который позволяет определить уровень научной грамотности взрослого человека. Он позволяет оценивать разные социальные группы и делать выводы об их успешности.

- 2. Формирование образца поведения.** Перенос научной рациональности из области науки в область общественно-социальных отношений, где научный метод может пониматься как метод получения чего-то объективного и справедливого.

Социология научной коммуникации все больше обращается к социологии знания. Социология науки изучает научное знание. А социология знания изучает все системы убеждений, например, обыденные классификации, таксономии, представления и т. д. Это важно, чтобы понимать, какое отношение к научной информации будет иметь общество.



ЧТО ПОВЫШАЕТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ?

Есть три основных способа:

- 1. Геймификация.** Вовлечение через игру, придание научной информации игровой формы.
- 2. Медиализация.** Интернет и видео-глянец.
- 3. Делиберация.** Дискуссия, критическое обсуждение. Чем более горизонтален формат, тем больше в нем возникает делиберации.

Что такое «эффект делиберации»? Эффект в том, что население после делиберации приобретает ощущение собственной значимости, экспертности, готово дальше заниматься этой проблемой, распространять ее и отстаивать.

КАНАЛЫ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Каналы бывают:

- 1. Горизонтальные.** Их никто не организуют, они являются спонтанными, организуются обычными людьми (не учеными)
- 2. Вертикальные.** Инициатива идет «сверху», от ученых

Также:

- 1. Односторонние.** Пассивная коммуникация
- 2. Многосторонние.** Активная коммуникация

Тенденция последнего десятилетия — падение интереса к каналам вертикальной и односторонней коммуникации (стандартные лекции, научные публикации), при этом повышение интереса к спонтанному и активному каналам, которые предполагают участие и совместное сопроизводство, где с одной стороны находится научный коммуникатор, а с другой — любые другие социальные участники процесса, то есть люди.