

## SOCIAL COMMUNICATION

### Популяризація наукових результатів в умовах сучасного інформаційного світу

І. І. Комащенко

Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна  
Corresponding author. E-mail: irina.pidgorodetsky@gmail.com

Paper received 20.08.18; Accepted for publication 28.08.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2018-178VI29-14>

**Анотація.** Дослідження присвячене визначенню поняття популяризація, порівнянню підходів до розуміння його сутності та тлумачення в контексті презентації наукових результатів. Також в роботі виділено основні способи презентації інновацій, притаманні різним суб'єктам інноваційної діяльності –представникам науки, бізнесу та медіа, наприклад, представлення наукових результатів на наукових конференціях, комунікаційна взаємодія з представниками інвестиційного бізнесу, активне позиціонування розробки у соціальних медіа тощо.

**Ключові слова:** презентація інновацій, комунікаційні моделі, популяризація науки, інноваційна діяльність.

**Вступ.** Презентація наукових результатів є комплексним процесом, що забезпечується комунікаційною взаємодією суб'єктів інноваційної діяльності на всіх етапах створення інновацій. Промоція наукових досліджень базується на застосуванні спеціальних комунікаційних моделей взаємодії представників науки, бізнесу та медіа, що призводить до становлення інновації як кінцевого комерціалізованого результату наукових досліджень. З огляду на суттєві відмінності способів та особливостей інформаційно-комунікаційного забезпечення в сферах науки, бізнесу та медіа, постає потреба розуміння сутності процесу популяризації наукових результатів, його складових та шляхів забезпечення в сучасному інформаційному просторі.

Науково-інноваційна діяльність в умовах повсякденного інформаційного перенасичення потребує чіткої стратегії популяризації наукових здобутків, що передбачає інформування суспільства про новітні досягнення науки, залучення бізнес-інвестицій до сектору наукових розробок, стимулювання подальшої наукової діяльності шляхом виокремлення нових актуальних наукових напрямів згідно суспільних потреб, зацікавлення масової аудиторії науковою тематикою тощо. Сучасний вчений має не тільки бездоганно володіти своєю дисципліною, ретельно збирати, створювати та систематизувати нові знання, а й інтенсивно займатись менеджментом та маркетингом задля організації та популяризації своєї діяльності [1]. Відповідно, постає потреба чіткого розуміння сутності популяризації та оволодіння її комплексним інструментарієм задля презентації наукового здобутку масовій аудиторії та досягнення комерційного успіху.

**Короткий аналіз публікацій за темою.** Проблеми сутності та особливостей популяризації науки та присвячено чимало праць українських та зарубіжних дослідників. Зокрема, питанню вимог до науково-популярних видань та їх типології та особливостям функціонування в ході популяризації наукових результатів присвячені роботи С. Антонової, А. Бойко, М. Варич, О. Задорожної, М. Кузнецової, Е. Лазаревич, О. Романчук, М. Сікорського, М. Соловйова, Д. Філоненка та ін. Особливості використання інструментарію інтернет-простору задля популяризації наукових результатів описані в працях Т. Бондаренко, А. Дедушкіної, Н. Дивеевої, О. Макарової, А. Сененка, М. Чабаненка та ін. Питанню особливостей та проблем взаємодії науковців та медіа

задля популяризації наукових результатів детально досліджені в роботах Н. Березняк, Н. Зелінської, Г. Пітерса, Д. Нордфорса та багатьох інших. Проте питання значення терміну популяризація та відповідне його тлумачення саме в контексті презентації наукових результатів потребує більш детального розгляду та систематизації.

**Метою** роботи є виокремлення базових значень поняття «популяризація», встановлення її базових складових в контексті презентації результатів науково-інноваційної діяльності в сучасному інформаційному просторі.

**Матеріали і методи.** У дослідженні застосовано методи теоретичного аналізу, дефінітивного та компаративного аналізу (для визначення поняття «популяризація» та порівняння його тлумачення за різними джерелами), систематизації та узагальнення (для визначення особливостей процесу популяризації наукових результатів в умовах сучасного інформаційного світу).

**Результати і обговорення.** На перший погляд, значення поняття «популяризація» є досить зрозумілим і позначає процес інформаційного висвітлення певного об'єкта чи суб'єкта задля виникнення певної міри зацікавленості масової аудиторії. Таке розуміння популяризації найбільше корелює з поняттям «популярного», тобто такого, що користується попитом, уподобанням та захопленням серед широких верств населення. Проте в контексті презентації інновацій таке тлумачення є вкрай вузьким і потребує доповнення іншими значеннями поняття «популяризація». Нижче подано тлумачення терміну **популяризація** за різними словниками української та англійської мов:

1. *Словник української мови (1970-1980):*

- виклад чого-небудь у загальнодоступній, дохідливій формі. Нахил до популяризації в 90 рр. привів до того, що я робив популярні поетичні переробки західноєвропейських і східних поетичних творів (Іван Франко, І, 1955, 42);

- поширення серед народних мас надбань вітчизняної та світової культури, пропаганда знань, заходів тощо; популяризування [7];

2. *Етимологічний словник української мови:*

- популярний, популяризатор, популяризація, популяція «населення; заселення», популяризувати; - р. популярный, бр. популярны, п. вл. popularny, болг. популарен, м. популарен, схв. популаран... -- через західно-

європейські мови (нім. populär, фр. populaire) запозичено з латинської, лат. Populāris «народний, популярний, який користується любов'ю народу» є похідним від іменника populous «народ», можливо, запозиченого з етрусської мови [3];

3. *Словник іношомовних слів (за ред. О. С. Мельничука):*

- популяризація (від лат. popularis – народний, простий) – виклад наукового або взагалі складного питання в загальнодоступній формі; поширення знань, досвіду, заходів тощо; роз'яснення цілей і завдань чогось [5];

4. *Тлумачний словник англійської мови «Cambridge Dictionary»:*

- популяризувати - робити щось/когось популярним;  
- пояснювати щось у загальнодоступній та зрозумілій формі;

- спричиняти набуття чогось/когось статусу загальновідомого, схваленого та використовуваного серед широких верств населення (*переклад з англійської - автора*) [9];

5. *Словник англійської мови «Collins English Dictionary»:*

- популяризувати - робити популярним, привабливим, прийнятним для громадськості;

- викликати захоплення, зацікавлення та уподобання серед масової аудиторії;

- пояснювати академічний предмет, наукову ідею чи здобуток у загальнодоступній, зрозумілій для широкої аудиторії манері (*переклад з англійської - автора*) [10];

6. *Словник іношомовних соціокультурних термінів:*

- розповсюдження чого-небудь, намагання зробити що-небудь широко відомим;

- виклад якого-небудь питання у популярній, загальнодоступній формі [6];

7. *Вікіпедія:*

- популяризація науки – процес розповсюдження наукових знань у сучасній і доступній формі для широкого кола людей, що мають певний рівень підготовленості для отримання інформації [4];

Таким чином, на основі поданих тлумачень варто виділити три **основні підходи до розуміння поняття «популяризація»:**

1) як процесу спричинення зацікавленості, захопленості, любові народних мас до певного об'єкта чи суб'єкта суспільної дійсності;

2) як комплексу заходів з поширення й, певною мірою, пропаганди серед соціуму знань, надбань культури, з тенденцією до виникнення мейнстріму;

3) як способу пояснення, викладу інформації (переважно академічного змісту) про науку та її здобутки в загальнодоступній/доступній, зрозумілій для масової аудиторії формі, сприйняття якої не потребує володіння аудиторією професійним рівнем підготовки щодо предмету комунікації.

В контексті популяризації наукових результатів імовірність застосування кожного з вищезазначених значень є рівноцінною, адже: а) результат наукового дослідження потребує майстерного інформаційного супроводу для комерційного успіху шляхом залучення інвестицій та для переконання громадськості в актуальності та користі від впровадження у повсякденне застосування; б) зацікавленість аудиторії наукою та інноваціями породжує подальшу інноваційну діяльність, а відповідно й науково-технічний прогрес та розвиток людства в цілому; в) процес популяризації наукових результатів потребує застосування патернів комунікаційної майстерності

усіх суб'єктів інноваційної діяльності, що забезпечує найбільш повну картину для розуміння цінності наукового результату серед громадськості.

Способи популяризації наукових результатів повною мірою відображаються сутністю комунікаційних моделей презентації інновацій. У межах дисертаційного дослідження автора статті, присвяченого вивченню різновидів та особливостей комунікаційних моделей презентації інновацій, було виокремлено такі основні способи популяризації наукових результатів, як: 1) наукові публікації, конференції, система патентування (прерогатива наукової комунікації); 2) організації з венчурного інвестування, програми бізнес-інкубаторів (сектор бізнес-комунікації); 3) науково-популярна журналістика, журналістика інновацій, наукова тематика в ЗМІ (медіазабезпечення сфери інноваційної діяльності); а також суміжні моделі презентації, притаманні одночасно декільком суб'єктам інноваційної діяльності – 4) наукові та технологічні парки, мережа трансферу технологій, грантова система, реклама та PR бізнес- та наукових організацій, позиціонування науковців та їх здобутків у соціальних медіа, виставкова діяльність тощо. Кожен з цих способів популяризації наукових здобутків потребує особливого стилю подачі інформації та форми презентації інноваційної розробки. Зокрема, в пошуках інформації про нові наукові здобутки аудиторія популярного інформаційного ресурсу чи загальнонаціонального телеканалу, насамперед, очікує на зрозумілий, лаконічний виклад суті наукового результату, доповнений яскравими прикладами чи візуальним рядом, не перенавантажений специфічною термінологією та чітко окреслюючий суспільну користь розробки; натомість представники венчурного бізнесу у пошуках перспективних інноваційних проектів потребують інформації не лише про користь розробки, але й основних параметрів розробки відповідно до базових категорій підприємництва та сфери бізнес-інвестицій і т.д.

Стосовно презентації наукових результатів, варто усвідомлювати роль науковця як творця, розробника та інноватора у процесі популяризації власного здобутку. Вміння науковця презентувати й позиціонувати себе в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі є запорукою як власне його успішності як представника науки, так і успіху його наукового результату. Використання науковою спільнотою усеможливих шляхів презентації інноваційних розробок сьогодні є обов'язковою умовою для перетворення теоретичних результатів наукових досліджень в інновацію, для переходу від стадії розробки до стадії впровадження. У зв'язку з глобалізацією, розширенням можливостей комунікації, збільшенням інформаційних потоків популяризація науки теж зазнає чималих змін, набуває нових форм, переходить на новий рівень розвитку. Інтернет-простір, який перебирає на себе більшу частину всіх комунікаційних процесів, є наразі найперспективнішою платформою для популяризації наукових знань [2]. Активність науковця-інноватора в інтернет-просторі може бути реалізована шляхом власних його публікацій в соціальних медіа та популярних онлайн-медіа, публікаційної активності на сторінках наукових груп у соцмережах, креативного представлення сутності наукового результату за допомогою незвичних форм та засобів (наприклад, міжнародний щорічний конкурс «Станцій свою дисертацію» передбачає представлення результатів дисертаційного

дослідження за допомогою танцю [8]) з подальшим поширення в мережі Інтернет. Володіння веб-інструментарієм та можливостями соціальних медіа для самопозиціонування та промоції власних наукових результатів серед масової аудиторії в умовах сучасного інформаційного світу є вкрай важливим для науковців й відображає рівень адекватності відносно сучасного рівня соціальних комунікацій, вміння зацікавити розробкою як професіоналів сфери інновацій, так і інших користувачів мережі Інтернет, а відповідно й підвищити успішність своєї інноваційної розробки.

**Висновки.** Поняття популяризації наукових результатів варто розуміти у контексті трьох головних підходів до розуміння терміну в цілому: як процесу *спричинення зацікавленості* до певного об'єкта суспільної дійсності; як комплексу заходів з *поширення й пропаганди* серед соціуму певних знань, надбань культури тощо; як способу пояснення, *викладу інформації в загальнодоступній/доступній, зрозумілій для масової аудиторії формі*.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гутов О. В. Популяризація науки [Е. ресурс] // НТКП ВНТУ. Інститут соціально-гуманітарних наук. XLV Науково-технічна конференція гуманітарних підрозділів. –2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2016/paper/view/727/403> (дата звернення 17.08.2018).
2. Дедушкіна А. А. Популяризація науки в сучасному українському інтернет-просторі / А. А. Дедушкіна. // Обрії друкарства. – 2015. – №1. – С. 39.
3. Етимологічний словник української мови: в 7 т. – Т. 4: Н–П [ за ред. О. С. Мельничука] // НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. –К.: Наукова думка, 2003. –С. 520.
4. Популяризація науки [Е. ресурс] // Вікіпедія – Режим доступу до ресурсу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Популяризація\\_науки](https://uk.wikipedia.org/wiki/Популяризація_науки) (дата звернення 17.08.2018).
5. Словник іншомовних слів за ред. О. С. Мельничука. –1-е видання, Київ: Головна редакція «Українська радянська енциклопедія» (УРЕ), 1974 –С. 619.
6. Словник іншомовних соціокультурних термінів [Е. ресурс] // Словopedia. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: <http://slovopedia.org.ua/39/53407/260882.html>>> ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ</a> (дата звернення 17.08.2018).
7. Словник української мови : [в 11-ти т.] / [за ред. Білодід І. К.] // Академія наук Української РСР. Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні. –Т. 7. –1976. –С. 239.
8. Станцюю свою докторську! Науковці позмагалися за найкраще пояснення дисертації [Е. ресурс] // Українська правда. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/10/28/219486/> (дата звернення 17.08.2018).
9. Cambridge Dictionary [Е. ресурс] // Cambridge University Press. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/popularize> (дата звернення 17.08.2018).
10. Collins English Dictionary. Free Online Dictionary [Е. ресурс] // Collins Learning, a division of HarperCollins Publishers Ltd. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/popularize> (дата звернення 17.08.2018).

#### REFERENCES

1. Hutov, O. V. (2016), Populiaryzatsiia nauky [Popularization of Science], NTKP VNTU. Instytut sotsialno-humanitarnykh nauk. XLV Naukovo-tehnikhna konferentsiia humanitarnykh pidrozdiliv, available at: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2016/paper/view/727/403> (accessed 17 August 2018).
2. Diedushkina, A. A. (2015), Populiaryzatsiia nauky v suchasnomu ukrainskomu internet-prostorі [Popularization of Science in Modern Ukrainian Internet Space], Obrіi drukarstva, №1, P. 39.
3. Etymolohichniy slovnyk ukrainskoi movy: v 7 t. [Etymological Ukrainian dictionary in 7 v.] (2003), za red. O. S. Melnychuka [ed. by O. S. Melnychuk], NAN Ukrainy. In-t movoznavstva im. O. O. Potebni, Kyiv, Naukova dumka, 2003, P. 520.
4. Populiaryzatsiia nauky [Popularization of Science] // Wikipedia – available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Populiaryzatsiia\\_nauky](https://uk.wikipedia.org/wiki/Populiaryzatsiia_nauky) (accessed 17 August 2018).
5. Slovnyk inshomovnykh sliv za red. O. S. Melnychuka (1974) [Dictionary of foreign words ed. by O. S. Melnychuk], 1-st ed., Kyiv: Holovna redaktsiia «Ukrainska radianska entsyklopediia» (URE), P. 619.
6. Slovnyk inshomovnykh sotsiokulturnykh terminiv (2007) [Dictionary of foreign social communication terms], Slovopedia, available at: <http://slovopedia.org.ua/39/53407/260882.html>>>POPULIARYZATSIIA</a> (accessed 17 August 2018).
7. Slovnyk ukrainskoi movy : v 11-ty t. [Ukrainian Language Dictionary : in 11 vol.] (1976), za red. Bilodid I. K. [ed. by Bilodid I. K.], Akademiia nauk Ukrainkoi RSR. Instytut movoznavstva im. O. O. Potebni, vol. 7, P. 239.
8. Stantsiui svoiu doktorsku! Naukovtsi pozmahalysia za naikrashche poiasnennia dysertatsii (2016) [Dance your thesis! The Scientists Competed for Best Thesis Explanation], Ukrainska pravda, available at: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/10/28/219486/> (accessed 17 August 2018).

#### Popularization of scientific results according to conditions of modern information world

##### I. I. Komashchenko

**Abstract.** The research deals with the definition of the concept of popularization, the comparison of approaches to understanding its essence and interpretation in the context of the scientific results presentation. Also the paper deals with the main ways of presenting innovations inherent to various subjects of innovation activity –representatives of science, business and media, for example, presentation of scientific results at scientific conferences, communication interaction with representatives of investment business, active positioning of development in social media etc.

**Keywords:** presentation of innovations, communication models, popularization of science, innovative activity.