

Nazad

Povratak na sažetak 'Dolaženja do Publika/Zajedničkog Rešavanja Problema'

## Pozadina Studija Slučaja

1/8

U okviru projekat RETHINK razgovarali smo sa različitim naučnim komunikatorima kako bismo saznali kojim publikama žele da se obrate i sa kojim izazovima se suočavaju između ostalog i u kontekstu okruženja digitalnih medija. Ovi opisi su summarizovani u kratke studije slučaja. Ove mini studije slučaja pružaju pregled potencijalnih prepreka sa kojima se praktičari naučne komunikacije suočavaju u svakodnevnom radu.

Izvor: RETHINK Istraživački Izveštaj: Ispitivanje veza između aktera naučne komunikacije i između aktera i njihovih publika.

URL: [https://www.rethinkscicomm.eu/wp-content/uploads/2020/06/RETHINK\\_-D1.3-Report-on-links-between-the-different-actors-engaged-in-science-communication-and-how-the-actors-foster-connections-with-their-audiences-1.pdf](https://www.rethinkscicomm.eu/wp-content/uploads/2020/06/RETHINK_-D1.3-Report-on-links-between-the-different-actors-engaged-in-science-communication-and-how-the-actors-foster-connections-with-their-audiences-1.pdf)

[Nazad](#)[Povratak na sažetak 'Dolaženja do Publike/Zajedničkog Rešavanja Problema'](#)

## 1. Naučnica

2/8

Naučnica je identifikovala školske časove među njenim publikama, i rekla da veze imaju oblik poseta đaka njenom istraživačkom centru. Po pitanju prepreka, rekla je da su 'škole kojima se posvećuje veća "pažnja" aktivnije, a školama/časovima do kojih je teže doći posvećuje se manja pažnja. Škole do kojih je teže doći su one u kojima nastavnici i/ili direktor škole ne odgovara ili ne može da ogovori na ponude poseta istraživačkom centru. U nekim slučajevima, može se desiti da je ono što je prepreka manjak vremena za nastavnika da traži ili ide u ove posete zvog drugih obaveza koje imaju, kao što je podrška učenicima koji pripadaju grupama društva u nepovoljnem položaju. Takođe je rekla da je 'vreme veliko ograničenje. Potrebno je druže vreme da bi se ostvarila dobra interakcija.'

Ova učesnica takođe je opisala saradnju sa istraživačima u cilju komuniciranja njihovog istraživanja javnosti, uključujući škole. Što se tiče prepreka, ova grupa naučnika opisala je, 'želju istraživača da budu vrlo specifični nasuprot razumljivosti.' Takođe je rekla da 'istraživači ne daju dovoljno vremena' i da 'glavni istraživači i vođe istraživačkih timova često smatraju naučnu komunikaciju traćenjem vremena i ne dopada im se da se njihovi studenti/postdoktorski studenti time bave.'

Građani u lokalnoj zajednici identifikovani su kao još jedna publika. Kod njih, komunikacije se odvija kroz konferencije, izložbe i naučne projekte građana. Što se tiče prepreka, učesnica je rekla da je 'teško stupiti u kontakt sa mnogim grupama društva. Nedostaju nam dobri kanali kroz koje bismo ih uključili. Verovatno treba da uključimo više posrednika.'

[Nazad](#)[Povratak na sažetak 'Dolaženja do Publika/Zajedničkog Rešavanja Problema'](#)

## 2. Službenica za Štampu

3/8

Službenica za štampu navela je 'potencijalne buduće zaposlene' kao publiku. Ona je ovo dalje razradila u podkategorije publike roditelja, mladih ljudi, žena i 'publike do kojih je teže doći, npr. ljudi koji manje zarađuju'. Priroda komunikacije sa ovim publikama opisana je kao 'lični kanali' i 'spoljni kanali'. Lični kanali uključuju nekoliko digitalnih platformi: Facebook, Instagram, Twitter, sajtove/blogove kao i veze uživo. Spoljni kanali sastoje se od gostujućim postovima na blogovima koje vode druge organizacije, gostovanja u medijima ili postovi zaposlenih na društvenim medijima kao što je LinkedIn.

Prepreke komuniciranju sa ovim 'potencijalnim budućim zaposlenima' povezane su sa digitalnim platformama koje se koriste i navedenu su kao 'dobijanje povratne informacije, započinjanje konverzacije. Teško je znati šta oni [publika] žele' i 'kako se probiti iz postojeće publike u širu grupu'. Neki od ovih potencijalnih budućih zaposlenih kvalifikovani su da rade za organizaciju. Čini se da ovde postoji nedostatak u znanju o stilu sadržaja i jeziku koji se dopada ovoj publici pri oglašavanju poslova. Drugi ciljni potencijalni zaposleni su mlađi; zaposleni budućnosti. Cilj je podstaći mlade ljudi da studiraju kako bi mogli da rade za ovu organizaciju u budućnosti. Sa ovi pojedincima, izazov se čini da je povezan sa razumevanjem kako segmentirati ono što se percipira kao široka publika i poznavanjem preferenci zasebnih grupa. Prepreke koje se povezuju sa spoljnim kanalima su da je 'teško postići povezanost sa ovim prostorom' i 'nadmetanje sa mnoštvom drugih medija'.

Druga publika koju je navela ova službenica za štampu su 'kreatori politika/finansijeri' a komunikacija sa ovom publikom odvija se na platformama Twitter i LinkedIn, kao i uživo na događajima koje organizuje njen poslodavac ili događajima na kojima učestvuju. Službenica za štampu opisala je prepreke komunikaciji kao 'konkurentne prioritete sa kojima se susreću kreatori politika' kao i percipiranu potrebu za 'opštom javnom podrškom i interesovanjem' da bi kreatori politika reagovali na nauku o kojoj se komunicira. Čini se da je ovakva vrsta javne podrške naročito važna u obezbeđivanju sredstava od kreatora politika.

[Nazad](#)[Povratak na sažetak 'Dolaženja do Publike/Zajedničkog Rešavanja Problema'](#)

## 3. Komunikator

4/8

Praktičar koji radi u prostoru u kom se organizuju naučne aktivnosti kao i na naučnim do- gađajima rekao je da jednu publiku predstavljaju mladi ljudi van škole, i on dolazi u vezu sa njim kroz radionice i predavanja. Prepreka za publiku bio je 'nedostatak interesovanja' od strane same publike. Dodao je da je 'neverovatno teško doći do dece u uzrastu od 11–16 godina koja su zainteresovana za bilo kakvu vrstu radionica ili predavanja.' Učesnici u našoj studiji rekli su da sistemi osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja ne podstiču interesovanje za nauku i dodali da 's toga, treba uložiti veliki napor da bi se nauka dovela bliže deci.'

Druga publika bili su istraživači do kojih se dolazi preko društvenih mreža. Prepreke koje su opisali bile su 'nedostatak podrške' i 'ciljna grupa do koje je teško doći'. Poslednju opisanu publiku predstavljaju 'nastavnici/profesori'. Kao i sa istraživačima, cilje u dolaženju do ove grupe je podstići ih da komuniciraju o svojim naukama i da podstaknu druge da isto to rade. Nikakve veze nisu spomenute, a kao prepreke istaknuti su 'nedostatak podrške' i 'nedostatak vremena'. Opisano je da ovaj nedostatak podrške postoji kod ciljnih institucija, kao što su univerziteti. Ovaj učesnik je dodao da je 'čak teško doći i do laboratorija na univerzitetima, a one igraju važnu ulogu u naporima istraživača koji žele da napreduju kroz predstavljanje njihovog istraživanja široj publici.'

Komunikatori su rekli da im je cilj da stvore zajednicu praktičara naučne komunikacije koji će sarađivati da bi prevazišli prepreke dolaženju do publike.

[Nazad](#)[Povratak na sažetak 'Dolaženja do Publike/Zajedničkog Rešavanja Problema'](#)

## 4. Novinarka

5/8

Nezavisna novinanarka istakla je da uglavnom dolazi do publika koje su već zainteresovane za nauku, ali da joj je cilj da dođe do ljudi nižeg socioekonomskog statusa kao i do manje obrazovanih ljudi. Ona komunicira kroz članke u novinama i magazinima kao i preko platforme Twitter. Što se tiče manje obrazovane publike, prepreka koja je pomenuta bila je da 'oni možda neće čitati vrstu medija koju ja kreiram, a možda ih i obeshrabruje jezik koji koristim.'

Što se tiče više obrazovanih čitaoca, ova novinarka podelila ih je u dve šire grupe: one koji su ekstremno kritički nastrojeni prema komercijalnim medijima za koje ona piše, i one koji nisu kritički nastrojeni prema onome što čitaju zato što se identifikuju sa publikacijom. Kada govorimo o tipično više obrazovanim čitaocima, rekla je da 'ne bi mogla da dođe do njih zato što mrze komercijalne medije i veoma su kritički nastrojeni prema njima'. Rekla je neko iz ove grupe može, na primer, da kaže 'pa, novine; nemožete da verujete svakim od njih.'

Ova nezavisna novinarka takođe piše za publikaciju popularne nauke. O tome je rekla da su 'članci koji se tamo objavljaju drugačijeg kalibra. Neki ljudi mogu da kažu "Bože, lepo je znati", ali komentar se tu završava. To vas ne čini baš kritički nastrojenim građaninom. Ljud mogu da listaju magazin i da nađu lepe stvari u njemu, ali to nije moj cilj.'

Što se tiče njenog cilja, naznačila je da joj je važno da omogući ljudima da sami oblikuju svoje mišljenje na osnovu dobro izbalansiranih i poštenih informacija.

[Nazad](#)*Povratak na sažetak 'Dolaženja do Publike/Zajedničkog Rešavanja Problema'*

## 5. Bloger

6/8

Naučni bloger rekao je da želi da dođe do običnih ljudi kroz blogove, Facebook postove i predavanja. Prepreke koje je opisao ovaj učesnik bili su 'stalni strah od nauke' i 'teške teme', i dodao da ponekad publika reaguje paničenjem čim vidi hemijsku formulu ili prostu jednačinu.

Još jedna opisana prepreka je politizacija tema, kao što su klimatske promene ili energetika, kao i da 'ljudi žele jasne i brze odgovore na komplikovana pitanja, a morate imati vremena da biste mogli to da uradite'. Što se tiče ove prepreke, bloger je dodao da veruje da ovi komplikovani problemi nisu izvan kapaciteta publike da razume, ali neophodno je objasniti ih.

Nekoliko ljudi pomenulo je da nemaju dovoljno vremena i novca da se na ispravan način bave naučnom komunikacijom, naročito kada je cilj doći do novih publika ili do onih do kojih je teško doći.

[Nazad](#)*Povratak na sažetak 'Dolaženja do Publike/Zajedničkog Rešavanja Problema'*

## 6. Podkaster

7/8

Jedan od učesnika vodi naučni podkast i rekao je da su ciljna publika 'slušaoci'. prepreke za ovu publiku opisane su kao 'nedostatak vremena za uključivanje slušaoca' kao i da 'postoji hiljade podkasta. Kako se probiti i dopreti do publike?'

Učesnici su takođe rekli da je još jedna prepreka 'dolaženje do onih koji nisu navikli da slušaju podkaste'. Ovaj učesnik takođe vodi naučne događaje uživo i rekao je da publiku uglavnom čine ljudi koji imaju od 20–40 godina. Prepreke su uključivale i 'malo znanja o tome šta se dešava posle. Da li se znanje podeli sa drugima i proširi?'. Takođe su navedeni i 'kratko vreme za razgovor o komplikovanim stvarima' i 'neki akademski profesionalci koji imaju tendenciju da ne žele da pričaju o stvarima van njihovog polja'.

[Nazad](#)[Povratak na sažetak 'Dolaženja do Publike/Zajedničkog Rešavanja Problema'](#)

## 7. Ekspert za Odnose sa Javnošću

8/8

Jedna osoba koja radi u oblasti odnosa sa javnošću rekla je da su njena ciljna publika kreatori politika (do kojih dolazi preko osoblja iz podrške), savetnici koji rade sa političkim strankama u komisijama i komitetima. Učesnici u našoj studiji rekli su da su neki članovi osoblja iz podrške specijalizovani za specifične teme, a to može biti od velike pomoći u dolaženju do kreatora politika. Do ovakvog osoblja obično se može doći kroz direktni kontakt (sa onima koji su poznati članu Rethinkerspace-a), i-mejlom ili putem društvenih mreža.

Ova osoba smatrala je da je teško doći do kreatora politika zbog 'nedostatka interesovanja' i 'nedostatka foruma gde bi se sastali ili diskutovali'. Učesnici su rekli da imaju 'stabilnu vezu' sa njima kroz timove koji podržavaju politike zasnovane na nauci i da bi forumi za diskusiju sa kreatorima politika podržali ovu interakciju. Takođe su predložili naučne kafee u Parlamentu i redovne debate koje bi uključivale naučnike i kreatore politika.

Ovaj učesnik takođe ima za cilj da dođe do novinara. U ovom slučaju veza je direktni kontakt, na primer telefonskim pozivom i i-mejlom, kroz saopštenja za štampu i društvene medije, kao što je Twitter. Prepreke koje su pomenute ovde bile su nedostatak vremena sa obe strane, malo prostora za nauku u medijima i nedostatak dostupnosti naučnika. Univerzitetski studenti su treća publika koju je ovaj učesnik označio kao ciljnu. Opet, društveni mediji, kao što su Twitter, Instagram i Facebook, označeni su kao veza sa ovom publikom. Međutim, ovaj učesnik je naznačio da su sami univerziteti napravili prepreku povezivanju sa studentima, i dodao da organizovanje prezentacija za studente i pozivanje studenata da učestvuju u događajima mogu da budu izazov.