

Кисіль В.В.

PhD студент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ТЕХНІЧНОЇ НАУКИ ДЛЯ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Популярність технічної науки на теренах України тільки починає набирати обертів. Проблема недостатньої кількості молоді вступати на спеціальності технічного напрямлення створює недостатню конкуренцію на робочих місцях, що призводить до погіршення якості промислової бази України. Для популяризації технічної науки слід використовувати сучасні методи просування. Це допоможе заохотити молоде населення України розширювати промисловість та сприяти науковому прогресу на теренах країни та за кордоном.

Перш за все є необхідність в аналізі методів просування технічної науки у країнах з найвищим рівнем розвитку науки. Такий досвід може допомогти виявити подальші кроки для їх впровадження в освітній, рекламний, соціальний та інтернет процес.

Питання популяризації науки у медіа розглядали міжнародні фахівці з соціальних комунікацій: Г. Корнеліс, Л. Шарер, С. Данвуді, Е. Сінгер, Д. Трейс, С. Зімерман, Дж. Бізанс та ін. ще з 80-х років ХХ ст. В Україні питання популяризації науки в медіа досліджували: А. Андрухів, Д. Тарасов, О. Микитюк, А. Сененко, Т. Бондаренко та ін. Використання сучасних медіа у висвітленні наукової думки доволі нове для українського медійного ринку. Вивченням ринку друкованих науково-популярних видань на теренах України займався дослідник Д. Філоненко. Автор виявив [2] ряд недоліків науково-популярних видань України, що полягають у невеликій конкуренції, а також у відсутності науково-популярних видань українською мовою та наголосив на тому, що інтереси та потреби аудиторії враховані неповністю.

Мета дослідження – виявити способи популяризації технічної науки в Україні, враховуючи досвід провідних країн у сфері науки.

Розглянемо країн, які вважаються передовими країнами у сфері науки. У 2018 р. Національний науковий фонд США створив рейтинг,

основним показником якого є кількість статей, опублікованих у рецензованих наукових журналах і виданнях, включених в систему індексу наукового цитування: індекс наукової цитації (SCI) та індекс цитування соціальних наук (SSCI) [1]. За допомогою рейтингу можна визначити топ-5 країн з найвищим розвитком науки, а також виділили країни, розглянуті нами під час аналізу кількості науково-популярної періодики (табл. 1).

Таблиця 1

Розгляд країн за розвитком науково-дослідної роботи [1]

Місце	Країна	Кількість статей
1.	Китай	426 165
2.	США	408 985
3.	Індія	110 320
4.	Німеччина	103 122
5.	Велика Британія	97 527
10.	Російська Федерація	59 134
17.	Польща	32 978
42.	Україна	7 375
66.	Латвія	1 257
76.	Білорусь	937

Однією з країн, що входять до ТОП-5 найкращих є Велика Британія. Розглянувши особливості використаних технологій цієї країни, вбачаємо одну цікаву особливість – наявність науково-популярних піар-агенцій, які займаються суто піаром у науковій сфері. Google видає такі з них:

1. Notchcommunications: <http://notchcommunications.co.uk>

Позиціонування: «Мистецтво Науки». Маркетингове агентство B2B-циклу, яке зосереджене на науково-технічних ринках. Від інтегрованого глобального маркетингу до індивідуального PR, стратегії бранда, реклами та соціальних медіа кампаній демонструють креативність з науковими новинками замовників.

2. Stone Junction: <http://www.stonejunction.co.uk>

Позиціонування: «Наука через сторітелінг». Наукові комунікатори не є вченими; це – оповідачі. Суть полягає в тому, що вони знають, як зацікавити аудиторію, а також подадуть результати досліджень достовірними та цікавими для вчених. Основною метою наукових PR-кампаній є представлення у медіа позиції автора або авторів наукових творів, підвищення обізнаності про предмет або науковий інститут.

3. Six Degree: <https://www.sixdegreespr.com/sectors/science-pr>

Позиціонування: «Створення піар-кампаній, які змушують мислити». Позиціонують себе як компанія, в якій працює значна частина випускників-науковців.

4. Ashfield healthcare communications: <https://www.ashfieldhealthcare.com>

Позиціонування: «Дамо життя науковим історіям». Розуміння потреби розповідати публіці історії, які часто ховаються в складних клінічних або технічних даних з метою навчання, інформування та залучення аудиторії. Спеціалізуються суто на медично-науковому піарі.

Отже, необхідно проаналізувати технології, що вживаються в інших країнах світу, виявити їх особливості та зрозуміти чи реально їх втілити на український науковий ринок для поліпшення освіченості громадян про ситуацію української науки.

Список використаних джерел:

1. National Science Foundation/ NSF: official web-site. 2017. Available at: <https://www.nsf.gov> (accessed: 27 July 2020).

2. Філоненко Д. Науково-популярна періодика України: проблеми формування аудиторії / Д. Філоненко / Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. – 2013. – Вип. 3. – С. 403-413. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP_2013_3_36