

Секция «Социальный диалог: точки роста и проблемные зоны для выстраивания моделей социального партнерства на ближайшее десятилетие»

СТОРИТЕЛЛИНГ В НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ ИЦАЭ

Научный руководитель – Евтуш Олеся Анатольевна

Сидорова Елена Александровна

Студент (магистр)

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,
Новосибирск, Россия

E-mail: krasivaya_tv@mail.ru

Термин «научная коммуникация» обладает двусмысленным толкованием, оставаясь актуальным объектом исследования с точки зрения лингвистического наблюдения. С одной стороны, научная коммуникация создает условия для профессионального диалога между учеными, с другой, можно говорить о взаимодействии деятелей науки с лицами, заинтересованными в результатах научной деятельности, но непосредственно в ней не участвующими. Для понимания разницы между целями различного рода научных коммуникаций существует их смысловое разделение. В первом случае уместно использовать понятие *communication in science* или коммуникация в науке, во втором - *science communication* или научная коммуникация.

Разница в предлагаемых определениях наглядно демонстрирует проблему амбивалентности задач научной деятельности в сочетании с общественной дискуссией на научную тему. Ее решение будет способствовать пониманию смысла научных исследований в контексте общественных взаимодействий, поскольку именно они являются действенными средствами популяризации результатов научной деятельности в социуме. Запрос на общественное понимание научной деятельности для общества и для государства, которое определяет приоритетность финансирования в различных областях знаний, сформировала так называемая «непрозрачность» науки. Формирование различных ее отраслей сгенерировало развитие метаязыка для описания парафернальных исследовательских объектов, что в свою очередь способствовало постепенному вытеснению научного мировоззрения из социального контекста. Научная коммуникация как обязательный диалог носителей научного знания с людьми, которых оно так или иначе затрагивает - это процесс, необходимый для гармоничного встраивания научного открытия в привычную для большинства реальность. Именно поэтому, популяризация науки и научное просвещение сегодня являются одними из основных приоритетов научного сообщества.

Однако, учитывая специфичность научных знаний, существует проблема сложности их восприятия широкой аудиторией. Популяризаторы науки пробуют самые неожиданные технологии, например, заимствованные за рубежом TED-конференции, которые позволяют выстроить научную коммуникацию в познавательном и одновременно увлекательном ключе.

В этой связи вопрос применения сторителлинга (*storytelling* - рассказывание историй) в научной коммуникации любого рода видится актуальным. Данное исследование направлено на то, чтобы выяснить, применяется ли сторителлинг в традиционном формате научно-популярных лекций в российской научной среде.

С позиции О.В. Тодоровой, магистра международного маркетинга и рекламы, «сторителлинг» определяется уже не как жанр, стиль или особый формат коммуникации, а как «естественный и гибкий способ взаимодействия с аудиторией», предусматривающий

«познавательный акт с эффектами вовлечения и развлечения», который многократно увеличивает запоминаемость полученной информации и становится частью опыта слушателя. О.Ф. Тодорова подчеркивает, что сторителлинг способен «очеловечить», «разрядить обстановку», добавить истории юмора, образности и доверительности, объяснить сложные процессы и явления простым языком на метауровне, передать систему ценностей новичкам [Тодорова, 2012. С. 12].

Создание контента, который бы убедительно и эмоционально рассказывал интересную историю, — непростая задача, поэтому для того, чтобы сторителлер завладел вниманием аудитории необходимо опираться на существующие правила конструирования истории.

Данное исследование опиралось на анализ продуктов ИЦАЭ, который является организатором нескольких научно-популярных мероприятий, за которые 2010 году получил премию PIME Award for Communications Excellence как лучший коммуникационный проект Европы в атомной отрасли (организаторы — МАГАТЭ, АЯЭ и Европейский атомный форум FORATOM).

В условиях изобилия зарубежной и отечественной литературы по теории научной коммуникации и нарративу, именно исследованию сторителлинга посвящено ограниченное количество работ. Это связано с тем, что сторителлинг в России он только начинает свое развитие.

На основе анализа литературы, а также на практическом примере историй, которые сегодня конструируются в сфере научной коммуникации в том числе, было показано, что сторителлинг позволяет донести информацию до слушателя в доступной форме, вызвать интерес к обсуждаемой теме, создать определенный образ, связанный с областью обсуждения и мотивировать на действия. Например, при исследовании выпусков научно-популярного ток-шоу «Разберем на атомы» было зафиксировано многочисленное использование различных инструментов сторителлинга, а именно: присутствие рассказчика как олицетворения проблемы, его речевые характеристики, аудиовизуальные способы аргументации и убеждения, наличие героя в типологической характеристике В. Проппа, обозначение проблемы как интриги, четкая сюжетная линия, включающая в себя: побуждающее происшествие, прогрессию усложнений, кризис, кульминацию, развязку.

Вследствие проведенного исследования была достигнута основная цель работы: доказать, что особенности сторителлинга позволяют продуктивно использовать его в научной сфере, в качестве инновационной компетенции научной коммуникации.

Источники и литература

- 1) Тодорова О.В. PR в цифровую эру. Искусство коммуникаций. К.: Huss, 2012.