

Hatékony tudománykommunikációs stratégia kidolgozása és a legújabb trendek

A tudományos eredmények közérthető bemutatása tudatos tervezést igényel. A megfelelő nyelvhasználat, a célnak megfelelő eszközök és kommunikációs csatornák megválasztása, valamint a figyelemfelkeltő tartalom kidolgozása mind kulcsfontosságú az üzenet világos és hatásos közvetítése szempontjából. A kutatási tapasztalatok és a gyakorlat egyaránt azt mutatják, hogy a tudományos eredmények digitalizálása és vizualizálása egyre fontosabb eszközzé válik a célközönség elérésében.

De hogyan érdemes nekilátni a tudománykommunikációs stratégia felépítésének? Alapvetően ugyanúgy, mint bármely más kommunikációs stratégia esetében. A maximális hatékonyság érdekében először is szükséges pontosan meghatározni a célcsoportot: a nagyközönséget szeretnénk megszólítani, a tudományos területen dolgozó kollégákat, a szakértőket vagy pedig a döntéshozókat? A megfelelő hangvétel megválasztása, és a világos, egyértelmű megfogalmazás fontos szempont, csakúgy, mint a szakzsargon kerülése. A nyelvezetet és a tartalmat mindig a közönség tudás- és érdeklődési szintjéhez kell igazítani.

A következő lépés a kommunikációs célok tisztázása, valamint az üzenet átadásához legmegfelelőbb formátum kiválasztása. Az Information Services & Use (Sage Journals) egyik nemrégiben megjelent [cikke](#) szerint: “Rendkívül nagy szükség van tudományos szempontból tájékozott állampolgárookra, különösen napjaink egyre sürgetőbb globális kihívásai – mint például az éghajlatváltozás, az álhírek terjedése vagy a technológiai haladás felgyorsulása – fényében. Mindez még inkább alátámasztja annak fontosságát, hogy a tudományos ismeretek átadása ne csupán pontosan, hanem releváns és a különböző célközönség figyelmét megragadó módon történjen.”

Mely eszközök számítanak a leginkább relevánsnak és figyelemfelkeltőnek, és milyen trendek alakítják jelenleg a tudománykommunikációt? Ahogy a célközönség különbözhet, úgy a kutatók kommunikációs készségei és preferenciái is eltérőek lehetnek. Nem kell feltétlenül szakértőnek lenni a vizuális kommunikáció és a vonzó grafikai megjelenítés terén ahhoz, hogy valaki a saját tudományterülete nagykövete legyen. Van, aki laborlátogatás keretében vagy éppen podcastben tudja leginkább megcsillantani a tudását, míg másnak egy ismeretterjesztő cikk megírása megy jobban.

A kommunikációs eszközök és csatornák palettája az elmúlt évtizedekben óriási változáson ment keresztül. Az akadémiai folyóiratokban és tanulmánykötetekben való publikáláson túl ma már rendkívül sokféle formátum áll rendelkezésre, így a legintegrovertáltabb kutatók is megtalálhatják a számukra legkomfortosabb felületet eredményeik megosztására.

A forma lehet szóbeli, írásbeli vagy vizuális, a csatornák pedig a hagyományos médiától (folyóiratok, rádió és televízió) az online felületekig (a közösségi médiát is beleértve) terjednek. A kutatók céltól függően nyilvános rendezvényekben, civil tudományos kezdeményezésekbe is bekapcsolódhatnak, de blogokon és hírlevelekben önállóan is publikálhatnak.

A legújabb trendek között egyre nagyobb teret hódítanak a különféle online platformokon közzétett digitális tartalmak – például oktatóvideók és podcastok. Jó példa ezekre a [ModuAltor](#), Iványi-Bitter Brigitta, a MOME kutatója által készített sorozat, amely a mesterséges intelligencia a designban és a művészetben betöltött szerepét vizsgálja, vagy a [Szertár](#), Zsiros Róbert László közel tizenöt éven át futó népszerű podcastja, amely közérthető és szórakoztató formában beszélt a természettudományról. A kutatókkal készített interjúk szintén népszerű és inspiráló formátumnak számítanak. Ilyenek például az Európai Bizottság Közös Kutatóközpontjának sorozatai, így a [Faces Behind Science](#) és a [The 'I' in Science](#), amelyek személyes történeteken keresztül mutatják be a kutatás emberi oldalát.

A történetmesélés a tudományos témák ismertetésének egyik leghatékonyabb eszköze: azokat is képes megszólítani és bevonni, akik kevés előzetes tudással rendelkeznek az adott témáról. Ezt igazolja a TEDx és TED-Ed előadások töretlen sikere, illetve a PechaKucha formátum, amely 20 dián, diánként 20 másodpercben kínál tömör, mégis átfogó képet egy-egy témáról. A közönség bevonására építő kezdeményezések szintén egyre nagyobb népszerűsége tesznek szert. Az [Európai Polgári Tudomány](#) eseményei például lehetőséget adnak arra, hogy az érdeklődők a kutatási folyamat több szakaszában is részt vegyenek a kérdések megfogalmazásától az adatgyűjtésen és -értelmezésen át egészen a publikálásig. A világszerte számtalan helyszínen zajló [Kutatók Éjszakája](#) pedig workshopok, laborlátogatások és előadások formájában enged bepillantást az egyetemek, kutatóintézetek és tudományos központok mindennapjaiba.

Az adatok vizuális vagy fizikai megjelenítése az összetett üzenetek átadásának egy másik remek módja, amint azt a közelmúltban Budapesten tartott [workshopjuk](#) alkalmával az amerikai Data Vandals alkotópáros is szemléltette. Ahogy az Impact Media Lab tudománykommunikációs szakemberekből álló csapata egy tanulmányában írja: „Az agyunk ösztönösen mintázatokat és összefüggéseket keres – ezért bizonyulnak olyan hatékonyak a jól megtervezett infografikák. (...) A vizuális elemek érzelmeket váltanak ki, és emlékezetes élményt kínálnak, így a tudományos fogalmak is tartósabban rögzülnek.” Érdemes ezért a tudománykommunikáció során, ahol lehet, vizuális megjelenítést alkalmazni annak érdekében, hogy a komplex adatok világossá és könnyen értelmezhetővé váljanak.

A közösségi média ma már megkerülhetetlen a tudománykommunikációban. Az elmúlt években a kutatók egyre gyakrabban és tudatosabban használják ezeket a platformokat a különböző célközönségek eléréséhez. A LinkedIn kiváló felületet jelent a hosszabb bejegyzések posztolására, az X (korábban Twitter) a rövid, velős üzenetek nyilvános megosztásához ideális, míg a TikTok, az Instagram és a YouTube figyelemfelkeltő videók közzétételére a legalkalmasabb. Minden platformnak megvannak a maga íratlan szabályai és bevált gyakorlatai, amelyek online oktatóanyagok segítségével könnyedén elsajátíthatók.

A tudományos eredmények döntéshozókkal történő hatékony közlése kapcsán egy, az Open Research Europe folyóiratban megjelent 2024-es [tanulmány](#) három fő irányt azonosított: „(1) a tudomány és a politika közötti szorosabb együttműködés, (2) a politikai döntéshozókkal folytatott nyíltabb, megbízhatóbb és elszámoltathatóbb tudománykommunikációs gyakorlatok, valamint (3) a tudománykommunikáció egyre növekvő digitalizálása és vizualizálása.”

Ez egyértelműen alátámasztja, hogy a kutatási tevékenységen túl a tudósoknak a digitális és vizuális ismereteiket is fejleszteniük kell, időt és erőforrást kell szentelniük a tartalomgyártásra. Emellett ki kell választaniuk a leghatékonyabb módszert arra, hogy eredményeiket a szélesebb közönség elé tárják. A figyelemfelkeltő vizuális eszközök, a lebilincselő történetmesélés és a közönség bevonása hatékony módszert jelent a tudományos komplexitás és az emberi megértés korlátai között húzódó szakadék áthidalására.