

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ НАУКИ

Інститут хімічних досліджень Каталонії

Анотація

Аналізуються проблеми фінансування української науки і пропонуються методи їх вирішення шляхом прийняття світових “правил гри” – широкого впровадження сучасного менеджменту та маркетингу в організації та популяризації наукових досліджень.

Ключові слова: фінансування науки, держава, бізнес, маркетинг, підприємництво.

Abstract

The paper studies current problems of Ukrainian science and proposes solutions based on the acceptance of world rules – wide utilization of modern management and marketing in the organization and popularization of scientific research.

Keywords: science funding, state, business, marketing, entrepreneurship.

“Рівень розвитку науки і техніки є визначальним чинником прогресу суспільства, підвищення добробуту громадян, їх духовного та інтелектуального зростання”, як зазначено в законі України “Про наукову і науково-технічну діяльність” від 26.11.2015, так само, до речі, як і перша версія цього закону 1991 року. Аналогічно ж, безперечно важливість галузі підкріплюється фінансуванням, що їй гарантують обидві редакції закону на рівні 1.7 % ВВП. Цього було б достатньо для забезпечення сталого розвитку, але, нажаль, ніхто цієї норми не дотримується. Наприклад, 2015 року на фінансування науки з держбюджету було виділено лише 0.2 % ВВП. З іншого боку, держава та наукові установи не створюють ефективних методів залучення коштів з інших джерел (в першу чергу від бізнесу). Тобто інтересу до української науки не має ні у бізнесу, ні у держави.

Незважаючи на неналежне фінансування, поки ще можна стверджувати, що важливі і корисні наукові відкриття в Україні створюються. Тому відсутність інтересу з боку як бізнесу, так і держави можна з легкістю пояснити слабким, або іноді взагалі відсутнім маркетингом. Багато хто з українських вчених не знає, що реклама своєї наукової діяльності є одним з основних завдань сучасної науки. Західні вчені зобов’язані розповідати про свої відкриття не тільки у фахових, а й у популярних виданнях, через свої інтернет-сторінки, публічні лекції і навіть на телебаченні. Це чітко прописано серед умов одержання грантів. Окрім підвищення цікавості з боку потенційних бізнес-інвесторів така практика надасть можливість вченим апелювати до влади щодо підвищення фінансування, маючи підтримку громадськості.

Адже на даний момент, що ми знаємо про досягнення української науки? Гвинтокрили Сікорського, створені в Америці, Нобелівська премія Мечникова у Франції тощо? А що в Українських установах? Які, наприклад, створено медпрепарати, вдалі економічні прогнози, чи доведення теорії походження життя? Вчені зобов’язані інформувати суспільство про свою діяльність, і не тільки з метою одержання фінансування. Важливо це і для залучення талановитих кадрів, які зараз “уходять” в бізнес, або закордон. Також діалог із громадськістю корисний для корекції наукових тем, згідно до потреб суспільства. Вчені відповідальніше ставитимуться до вибору напрямків роботи, якщо їм доведеться розповідати про неї широкому загалу.

В результаті, 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. Це вимагає поєднання в межах однієї особистості якостей, що на перший погляд не поєднуються між собою: ретельність, схильність до

систематизації, інтерес до дрібних деталей, бажання вчитись, з одного боку, та креативність, неабиякі ораторські здібності та вміння переконувати іншого. Така комбінація є доволі рідкою, але саме це визначає успіх вченого (як і підприємця) в світі. Фактично, наукова діяльність в розвинених країнах і є формою підприємницької діяльності, і нам залишилось або прийняти правила гри, або “пасти задніх”.

Якщо ми все ж таки орієнтуємось на західну модель розвитку науки, відповідні зміни мають відбутись і в освіті. Наприклад, нинішня шкільна програма перевантажена, і не забезпечує достатнього інтересу дітей та, відповідно, їх всебічного розвитку. Значною проблемою, на теперішній час, є непрестижність професії вчителів, що насамперед пов'язано з їх недостатнім матеріальним забезпеченням. Далі, в університетах, виникає наступна проблема - менеджменту і маркетингу не приділяється достатньо уваги, якщо це не є основною спеціальністю. Тому зараз дуже рідко можна побачити яскраву презентацію українським вченим результатів своєї роботи.

Але слід зазначити, що незважаючи на погані умови, в яких знаходяться українські вчені, позитивні зрушення все ж таки є. В якості перших кроків до популяризації науки слід зазначити такі ресурси, створені українськими науковцями, як Наукові Пікніки [1], Public Science [2], Моя Наука [3], PLATFORMA [4] та ін., що є важливим кроком на шляху розвитку галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- [1] <https://www.facebook.com/ScientificFun/?fref=ts>
- [2] https://www.facebook.com/Public-Science-1569661016629636/?__mref=message_bubble
- [3] <https://www.facebook.com/ScienceUA/>
- [4] <http://science.platfor.ma/>

Олексій Володимирович Гутов – кандидат хімічних наук, Інститут хімічних досліджень Каталонії (ICIQ), Іспанія, ogutov@iciq.es

Dr. Oleksii V. Gutov – Marie Curie Postdoctoral Fellow, Institute of Chemical Research of Catalonia (ICIQ), Av. Països Catalans 16 – 43007 Tarragona, Spain, ogutov@iciq.es