

Disciplina	Comunicarea publică a rezultatelor cercetării științifice					
Titularul cursului/lucrărilor practice/seminariilor	Drd. Alexandra Țigănaș (specialist Ada Roseti)					
Domeniul de studiu	Geografie					
Programul de studii	Școala Doctorală <i>Simion Mehedinți – Natură și dezvoltare durabilă</i>					
Număr de credite	10					
Nivelul de studii		Licență		Masterat	x	Doctorat
Număr de ore	30 ore curs teoretic 12 ore lucrări practice					
Precondiții de accesare a disciplinei	Colocviu de admitere la școala doctorală <i>Simion Mehedinți</i>					
Conținutul cursului/lucrărilor practice/seminariilor	<p>Obiectivele cursului Cursul urmărește să transforme comunicarea cercetării dintr-o activitate ocazională într-un proces integrat în munca de cercetare: clarificarea ideilor în interiorul echipei, coordonarea colaborărilor interdisciplinare și traducerea rezultatelor către utilizatori externi (industrie, administrație publică, profesioniști, ONG-uri, comunități, nu doar un public generic, caracterizat de lipsa competențelor științifice). Dincolo e accentul pus pe metode eficiente și de impact de comunicare cu publicuri diverse, în acest curs apare și o latură de comunicare în comunitatea de cercetare (între discipline, în consorții, în jurul datelor și al metodelor), precum și pe „marketingul științei”: poziționarea unui proiect, crearea de oportunități și transferul rezultatelor în decizii, produse sau servicii.</p> <p>Tematică curs teoretic</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contextul și istoria comunicării publice a științei 2. Teorii despre comunicare 3. Elementele de bază ale unui proces comunicativ (emițător, receptor, mesaj, feedback, context, zgomot) 4. Comunicare mediată: mass media, social media 5. Abordări aplicate contextelor specifice ale cursanților 6. Comunicarea intradisciplinară și interdisciplinară în știință 7. Marketingul științei și cercetării <p>Subiecte curs practic</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizarea unor prezentări orale ale rezultatelor cercetării în trei minute și susținerea lor în fața unui public divers 2. Interacțiunea strategică, pe baza unor mesaje cheie, cu jurnaliști pentru realizarea unui interviu sau portret 3. Crearea unor strategii de comunicare a unui proiect de cercetare în social media 4. Identificarea și asumarea unor roluri esențiale în echipele de proiect (de cercetare) 5. Realizarea unui proiect de eveniment sau produs de comunicare publică cu plan de marketing atașat <p>Rezultate ale învățării: la final, doctorandul va putea</p> <ul style="list-style-type: none"> • să formuleze un mesaj științific adaptat pentru colaboratori din alte domenii (fără a pierde precizia); 					

	<ul style="list-style-type: none"> • să construiască o „hartă” a publicurilor și utilizatorilor (cercetători, industrie, decidenți, comunități) și să aleagă tactici adecvate; • să pregătească materiale de lucru pentru comunicarea internă; • să proiecteze un mini-plan de marketing al cercetării: poziționare, promisiune de valoare, canale, parteneri, indicatori; • să identifice posibile produse de transfer: policy brief sau one-pager pentru industrie/beneficiar; • să evalueze realist efectele comunicării (ce măsurăm, pentru cine, pe ce orizont de timp). <p>Metode de predare-învățare</p> <ul style="list-style-type: none"> • întâlniri sincron (Zoom) cu secvențe scurte de input + aplicații ghidate; • studii de caz (situații reale din proiectele doctoranzilor: consorții, articole, granturi, rezultate sensibile); • exerciții de „traducere” interdisciplinară: aceeași idee în 3 registre (coleg din alt domeniu / beneficiar / decident); • role-play: ședință de laborator, discuție cu potențial partener, interviu, rundă de feedback. <p>Evaluare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proiecte de grup de evenimente sau produse de comunicare publică a științei (70%) • Participare și contribuție curs (20%) • Concurs de prezentări (prezentare de 3 + Q&A) (10%). 						
Forma de evaluare	Prezentare proiect						
Statutul disciplinei	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td>Obligatorie</td> <td></td> <td>Opțională</td> <td></td> <td>Facultativă</td> </tr> </table>	x	Obligatorie		Opțională		Facultativă
x	Obligatorie		Opțională		Facultativă		

Bibliografie

- Baram-Tsabari, A., & Lewenstein, B. V. (2017). Science communication training: what are we trying to teach? *International Journal of Science Education, Part B*, 7(3), 285–300.
- Bauer, M. W., Shukla, R., & Allum, N. (Eds.). (2011). *The Culture of Science: How the Public Relates to Science Across the Globe* (1 edition). New York: Routledge.
- Besley, J. C., Dudo, A., & Storksdieck, M. (2015). Scientists’ views about communication training. *Journal of Research in Science Teaching*, 52(2), 199–220.
- Burns, T. W., O’Connor, D. J., & Stocklmayer, S. M. (2003). Science Communication: A Contemporary Definition. *Public Understanding of Science*, 12(2), 183–202.
- Carter, M. (2013). *Designing Science Presentations: A Visual Guide to Figures, Papers, Slides, Posters, and More*. Orlando, FL, USA: Academic Press, Inc.
- Chambers, D.W. (1983) Stereotypic images of the scientist: The draw-a-scientist test. *Science Education*, 67(2), 255-265
- Chapman, S., Haynes, A., Derrick, G., Sturk, H., Hall, W. D., & George, A. S. (2014). Reaching “An Audience That You Would Never Dream of Speaking To”: Influential Public Health Researchers’ Views on the Role of News Media in Influencing Policy and Public Understanding. *Journal of Health Communication*, 19(2), 260–273.

- Collins, H., Pinch, T. (1993) *The Golem: What Everyone Should Know About Science*, Cambridge University Press
- Davis, P. R., & Russ, R. S. (2015). Dynamic framing in the communication of scientific research: Texts and interactions. *Journal of Research in Science Teaching*, 52(2), 221–252.
- Dean, C. (2009) *Am I Making Myself Clear – A Scientist’s Guide to Talking to the Public*, Harvard University Press
- Illingworth, S., Grant, A. (2016) *Effective Science Communication*. IOP Publishing Ltd <https://doi.org/10.1088/978-0-7503-1170-0>
- Lewenstein, B. V., & Baram-Tsabari, A. (2022). How should we organize science communication trainings to achieve competencies? *International Journal of Science Education, Part B: Communication and Public Engagement*, 12(4), 289–308. <https://doi.org/10.1080/21548455.2022.2136985>
- Lucas, S. (2011). *The Art of Public Speaking*, 11th Edition (11th edition). McGraw-Hill Education.
- Maher, C., Gyles, T., Nestler, E. J., & Schiller, D. (2024). A guide to science communication training for doctoral students. *Nature Neuroscience*, 27(7), 1211–1213. <https://doi.org/10.1038/s41593-024-01646-y>
- McKinnon, M., & Vos, J. (2015). Engagement as a Threshold Concept for Science Education and Science Communication. *International Journal of Science Education, Part B*, 5(4), 297–318.
- Ocobock, C. and Hawley, P. (2020). ‘Science on tap: effective public engagement or preaching to the choir?’ *JCOM* 19 (01), A04. <https://doi.org/10.22323/2.19010204>.
- Olesk, A. (2021). ‘The types of visible scientists’. *JCOM* 20 (02), A06. <https://doi.org/10.22323/2.20020206>.
- Olson, R (2010) *Don’t Be Such a Scientist – Talking Science in the Age of Style*, Island Press
- Olson, R (2015) *Houston, We Have a Narrative – Why Science Needs Story*, University of Chicago Press
- Panisoara, I.-O. (2011). *Comunicarea eficienta*. Polirom.
- Peters, H. P., Brossard, D., Cheveigné, S. de, Dunwoody, S., Kallfass, M., Miller, S., & Tsuchida, S. (2008). Interactions with the Mass Media. *Science*, 321(5886), 204–205.
- Peters, H. P., Brossard, D., de Cheveigné, S., Dunwoody, S., Kallfass, M., Miller, S. and Tsuchida, S. (2008). ‘Sciencemedia interface: it’s time to reconsider’. *Science Communication* 30 (2), pp. 266–276. <https://doi.org/10.1177/1075547008324809>.
- Poliakoff, E., & Webb, T. L. (2007). What Factors Predict Scientists’ Intentions to Participate in Public Engagement of Science Activities? *Science Communication*, 29(2), 242–263.
- Public attitudes to science 2000. (n.d.). Retrieved January 12, 2019, from <https://www.gov.uk/government/publications/science-and-the-public-science-communication-andpublic-attitudes-to-science>
- Roberson, T. (2020). ‘On social change, agency and public interest: what can science communication learn from public relations?’ *JCOM* 19 (02), Y01. <https://doi.org/10.22323/2.19020401>.
- Silva, J., & Bultitude, K. (2009). Best practice in communications training for public engagement with science, technology, engineering and mathematics. *Journal of Science Communication*, 8, 1–13.
- Special Eurobarometer 419: Public perceptions of science, research and innovation. (n.d.). Retrieved January 12, 2019, from http://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2047_81_5_419_ENG

- Spicer, S. (2017). The nuts and bolts of evaluating science communication activities. *Seminars in Cell & Developmental Biology*, 70, 17–25.
- Stewart, I. S., & Nield, T. (2013). Earth stories: context and narrative in the communication of popular geoscience. *Proceedings of the Geologists' Association*, 124(4), 699–712.
- Swords, C. M., Porter, J. S., Hawkins, A. J., Li, E., Rowland-Goldsmith, M., Koci, M. D., Tansey, J. T., & Woitowich, N. C. (2023). Science Communication Training Imparts Confidence and Influences Public Engagement Activity. *Journal of Microbiology & Biology Education*, 24(2), e00037-23. <https://doi.org/10.1128/jmbe.00037-23>
- Wicke, N. and Taddicken, M. (2020). 'Listen to the audience(s)! Expectations and characteristics of expert debate attendants'. *JCOM* 19 (04), A02. <https://doi.org/10.22323/2.19040202>.
- Yuan, S., Oshita, T., AbiGhannam, N., Dudo, A., Besley, J. C., & Koh, H. E. (2017). Two-way communication between scientists and the public: a view from science communication trainers in North America. *International Journal of Science Education, Part B*, 7(4), 341–355.