

М. В. Фролова^{1}, В. О. Стратонова¹*

Социальные сети как метод продвижения научной деятельности

¹Сибирский государственный университет геосистем и технологий, г. Новосибирск,
Российская Федерация
*e-mail: sibmar.frl@gmail.com

Аннотация. В современном мире социальные сети стали неотъемлемой частью жизни практически каждого человека. Люди используют их ежедневно для различных целей: общение, работа, досуг и т.д. Однако в сфере науки социальные сети используются гораздо меньше. Обучающиеся вузов мало информированы о научной деятельности своего учебного учреждения через социальные сети. Из-за этого наука кажется большинству студентов «скучной» и сложной. Использование социальных сетей может помочь развеять страхи о сложности научной деятельности, а также привлечь к ней интерес студентов и вовлечь их в активную проектную работу. В данной статье поднимается вопрос о необходимости продвижения научно-проектной деятельности студентов в социальных сетях, а также рассматриваются способы и методы, с помощью которых можно осуществлять ее продвижение. Приводится пример группы «ВКонтакте» «Центра научно-исследовательской и проектной деятельности» Сибирского государственного университета геосистем и технологий.

Ключевые слова: социальные сети, продвижение, научная деятельность

M. V. Frolova^{1}, V. O. Stratonova¹*

Social networks as a method of promoting scientific activity

¹Siberian State University of Geosystems and Technologies, Novosibirsk, Russian Federation
*e-mail: sibmar.frl@gmail.com

Abstract. In the modern world, social networks have become an integral part of almost everyone's life. People use them daily for various purposes: communication, work, leisure, etc. However, in the field of science, social networks are used much less. University students are poorly informed about the scientific activities of their educational institution through social networks. Because of this, science seems to most students to be "boring" and difficult. The use of social networks can help dispel fears about the complexity of scientific activity, as well as attract students' interest in it and involve them in active project work. This article raises the question of the need to promote the scientific and project activities of students in social networks, and also discusses the ways and methods by which it can be promoted. An example of the VKontakte group of the "Center for Research and Project Activities" of the Siberian State University of Geosystems and Technologies is given.

Keywords: social networks, promotion, scientific activity

Социальные сети на сегодняшний день являются приоритетным каналом межличностной коммуникации в обществе, который обладает преимуществами над всеми другими платформами. Каждый человек в той или иной степени взаимодействует с ними и решает при помощи их функционала различные задачи, например, такие как: общение, развлечение, поиск новой информации и т.д., однако мало кто задумывается над тем, как можно использовать социальные сети в научно-проектной деятельности студенческой молодежи.

Пандемия коронавирусной инфекции подтолкнула общество к активному развитию сферы интернет-образования, показав тем самым, что социальные сети могут являться отличным помощником в привлечении интереса обучающихся к научной деятельности [1-5].

Несмотря на то, что число групп, созданных различными организациями вузов, в социальных сетях ежедневно растет, все же остается проблема отсутствия методики разработки стратегии продвижения научно-проектной деятельности в рамках интернет пространства, что в свою очередь влечет за собой низкую посещаемость и невостребованность размещенной на них информации. Поэтому важно определить основные цели продвижения научно-проектной деятельности в социальных сетях.

Можно выделить следующие основные цели продвижения:

- привлечение интереса студентов к науке;
- разрушение мифов о сложности научно-проектной деятельности;
- формирование коммуникационных связей с целевой аудиторией.

Следующим важным этапом является выбор канала продвижения. Одной из наиболее посещаемых социальных сетей в настоящее время является «ВКонтакте». В ее рамках позиционирование сообщества может быть осуществлено двумя основными способами: по бренду и по интересам аудитории. В первом случае базовой основой формирования сообщества выступает конкретный бренд (вуз), а во втором случае – тематика, которая будет привлекать соответствующую аудиторию. В процессе продвижения научно-проектной деятельности через рассматриваемую сеть необходимо соблюдать баланс между обеими составляющими: развивать бренд самого вуза и учитывать интересы аудитории [1].

Поскольку оформление сообщества в соцсети должно соответствовать единому стилю вуза, необходимо, чтобы название сообщества отражало наименование самого вуза, логотип и его фирменный стиль.

Также необходимо соблюдать следующие моменты:

- на постоянной основе размещать на странице актуальную информацию, которая может быть полезна студентам;
- пополнять фотоальбомы сообщества актуальными фотоснимками, проводимых мероприятий;
- вести группу регулярно, чтобы поддерживать интерес аудитории;
- проводить модерацию обсуждений;
- обеспечить удобный поиск важной информации;
- своевременно отвечать на вопросы студентов;
- размещать ссылки на другие интернет-ресурсы вуза, такие как: официальный сайт университета, электронная библиотека, условия участия в конференциях и публикациях и т. д.

Продвижение сообществ, можно осуществлять при помощи анонсирования в иных группах университета, например, группы профкома, институтов и т.д.

Для того, чтобы поддержать интерес аудитории необходимо создавать качественный уникальный контент, а также стимулировать обсуждения при помощи различных опросов, конкурсов, викторин и т.д. [6–9].

И, конечно, необходимо отслеживать такие показатели, как:

- количество подписчиков;
- качество и регулярность публикуемых материалов в сообществе;
- активность аудитории.

Количество отметок «лайк», комментариев, репостов и обсуждений показывает, насколько аудитория конкретного сообщества активна и вовлечена в процесс работы научного центра, студенческого научного общества (СНО) или кафедры.

В качестве примера возьмем группу «ВКонтакте» «Центра научно-исследовательской и проектной деятельности» Сибирского государственного университета геосистем и технологий (рис. 1).

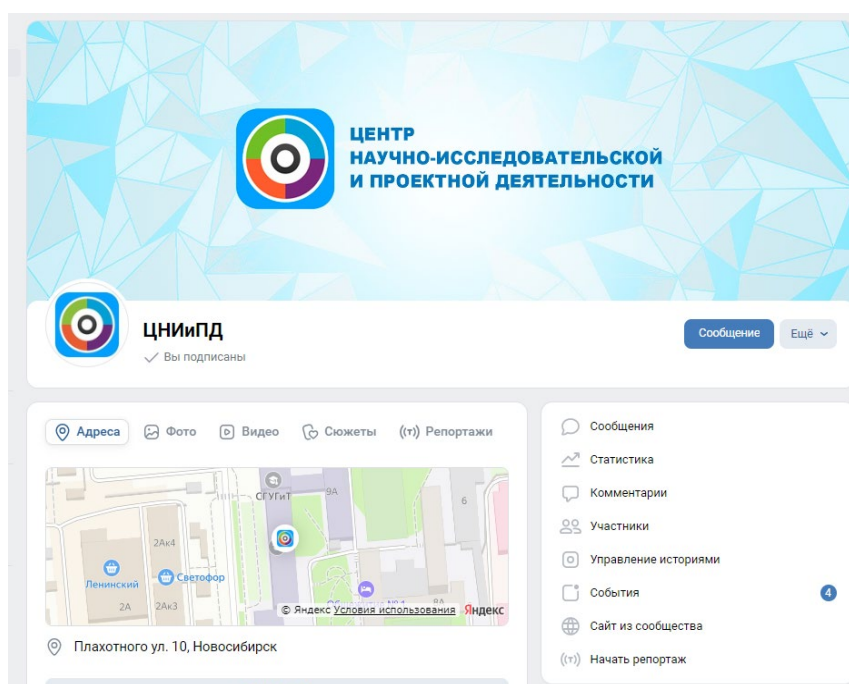


Рис. 1. Шапка профиля группы

В шапке профиля группы изображен логотип, который отображает фирменные цвета СГУГиТ, а также есть его адрес. Связь между логотипом и брендом (ВУЗом) очень важна. Если логотип группы СНО, кафедры или центра не будет поддерживать или косвенно отражать стилистику ВУЗа, к которому он относится – у студентов может возникнуть диссонанс и чувство, что центр, СНО или кафедра никак не связаны с ВУЗом, а значит может возникнуть недоверие или недопонимание.

В альбомах группы располагаются фото с мероприятий, посвященных научной деятельности (рис. 2).



Рис. 2. Фотоальбом сообщества

При составлении фотоальбомов и обработке фотографий для них следует выработать свою стилистику сообщества. Если все фотографии в рамках одного фотоальбома будут разного качества, разной тепловой обработки или попросту с разными наложенными фильтрами – это будет смотреться разрозненно и, как правило, будет отталкивать студентов от просмотра фотографий, а, следовательно, и от проводимых центром, СНО или кафедрой мероприятий. В начале каждого фотоальбом следует располагать ознакомительную карточку мероприятия, где будет определено его название и дата проведения. Если студент при просмотре фотоотчета заинтересуется тем или иным мероприятием и захочет в нем поучаствовать в следующий раз – ему будет проще сориентироваться в его названии [10–12].

Также отметим, что для привлечения максимально большого количества новых и уже «освоившихся» участников, в группе необходимо делать анонсы событий. Насколько заранее необходимо делать анонсы того или иного мероприятия зависит от его формата, но в большинстве случаев лучше располагать анонс в период начала регистрации или сбора заявок. Например, если это грантовый конкурс или конференция – необходимо делать анонс в самом начале приёма заявок, прилагая всю полезную документацию и прямые рабочие ссылки для регистрации. Если мероприятие или регистрация на него длится довольно продолжительное время – периодически необходимо публиковать посты-напоминки о сроках завершения регистрации и приёма работ.

На стене публикуются посты с актуальными и интересными конкурсами (рис. 3), а также происходит взаимодействие с аудиторией (рис. 4)

Что можно сделать уже сейчас:

- ✓ Регистрируйся на хакатон на сайте <https://hacks-ai.ru/>
- ✓ Выбирай кейс для решения
- ✓ Добавляйся в чат по поиску команды (<https://t.me/+DJMFxh7Up-E3MWEy>) и не стесняйся там писать о себе 😊
- ✓ Готовься к ИИ-приключениям с сибирским размахом!

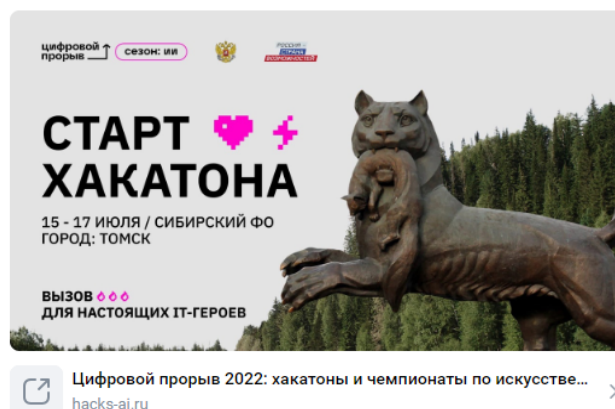


Рис. 3. Пример поста в сообществе

Дорогие студенты, что бы вы хотели видеть в программе мероприятия? Мы открыты ко всем предложениям и готовы рассмотреть каждое, что вы оставите в комментариях под этим постом 🙌

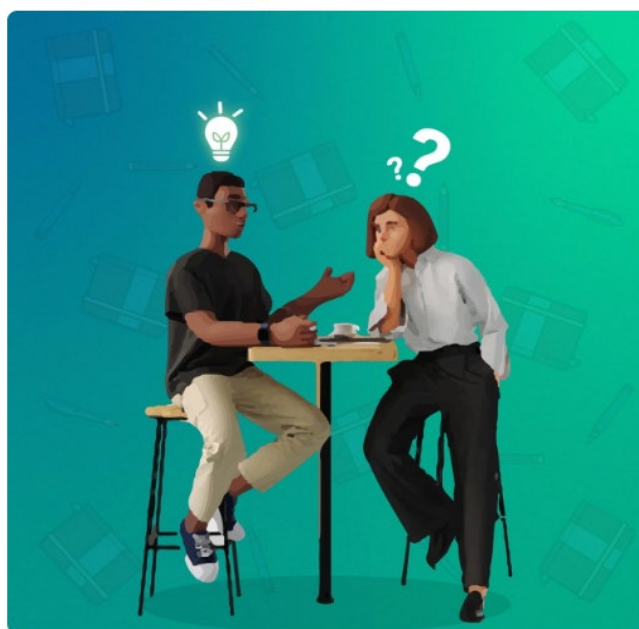


Рис. 4. Взаимодействие с аудиторией

Часто встречается и такой аспект, когда студент заинтересовался деятельностью СНО, кафедры или центра, даже возможно у него появилась уже своя идея проекта, но «сделать первый шаг» попросту страшно. В этом моменте большую роль играет человеческий фактор. Для решения этого момента в социальных сетях предусмотрены возможности написания личных сообщений непосредственно в сообщества (рис. 5)

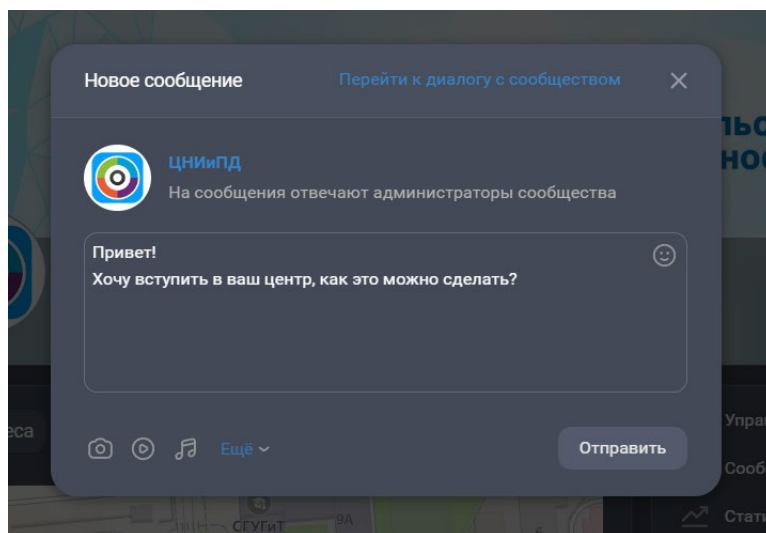


Рис. 5. Личное сообщение сообществу

Все диалоги видны во вкладке управления сообществом. Модераторам или администраторам выдаётся доступ для прочтения и ответа на все поступившие сообщения. Данная особенность ведения групп существенно помогает не только в координации участников группы, но и в консультировании студентов по вопросам, связанным с научной деятельностью. Например, от лица сообщества можно сделать массовую рассылку всем подписчикам группы об открытии сбора заявок на какой-либо конкурс, или разослать отдельным участникам СНО, кафедры или лаборатории информации об общем сборе по тем или иным вопросам.

Используя все вышесказанное, можно превратить науку из «скучной и непонятной» для студента в предмет интереса, споров и постоянных обсуждений. Обучающиеся больше узнают о научной деятельности не только со стороны профессиональных аспектов, но и увидят её «закулисье». За счет более плавного и дружелюбного знакомства через посты и фотоотчёты им проще и комфортнее станет не только заниматься научно-проектной деятельностью, но и в целом влиться в это движение. Пропадёт барьер между студентами и наукой, что позволит на самых ранних этапах обучения закрепиться в сфере проектной и научной деятельности. Центр научно-исследовательской и проектной деятельности обучающихся СГУГиТ развивает научно-проектную деятельность всеми перечисленными в статье способами и старается привлечь как можно больше студентов к работе в рамках не только самого центра, но и в науке в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Амбросов А.И., Пискунова С.В. Роль социальных сетей в формировании научного сообщества // Актуальные исследования. – 2021. – № 21 (48). – С. 47-49.
2. Сынбулатова А.Р. Жанры и форматы подачи научно-популярной журналистики в официальных сообществах научных организаций (на примере контента "вконтакте"). Медиасреда. 2018. – № 13. – С. 166-171.
3. Гуль А.Ю. Роль социальных сетей в современных коммуникативных практиках. // В сборнике: Культурологические чтения - 2016. Материалы международных научно-практи-

ческих конференций. Редакционная коллегия: О. И. Ган (главный редактор), Н. П. Цепелева, Т. Ю. Быстрова, Е. В. Головнева. – 2016. – С. 52-56.

4. Вдовин С.А. Роль социальных сетей в дистанционном обучении // Актуальные вопросы образования. 2021. № 2. С. 217-221.

5. Ганагина И.Г., Косарев Н.С., Косарева А.М. Роль социальных сетей в работе обучающихся // Актуальные вопросы образования. 2018. № 1. С. 86-91.

6. Масланов Е.В. Нужны ли социальные сети для ученых? Эпистемология и философия науки. – 2019. – Т. 56. – № 4. – С. 37-42.

7. Ермолаев А.Д., Савкин М.Э. Роль социальных сетей в популяризации науки Смоленский медицинский альманах. – 2019. – № 1. – С. 315.

8. Закиева Р.Р., Хадиуллина Р.Р., Худакова Л.В., Ентураева Н.В. Механизмы взаимодействия образования, науки и социальных сетей // Высшее образование сегодня. – 2020. – № 9. – С. 20-23.

9. Сапрыкина Е.В. Особенности популяризации науки в социальных сетях. // В сборнике: ЧЕЛОВЕК. КУЛЬТУРА. ОБЩЕСТВО. материалы XI Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2021. – С. 198-202

10. Шалимов А.Б. Социальные сети и наука Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. // Вопросы теории и практики. – 2013. – № 12-2 (38). – С. 213-215.

11. Перезовова О.В. Социальные сети как медиапространство для популяризации науки и научных сообществ. // В сборнике: Наука ЮУрГУ: Секции социально-гуманитарных наук. материалы 73-й научной конференции. – Челябинск, 2021. – С. 28-33

12. Павленко В.В. Социальные сети как фактор развития науки. // Credo New. – 2013. – № 4. – С. 7

© М. В. Фролова, В. О. Стратонова, 2023