

7. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ И ПРОПАГАНДА НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СО РАН

Перед УППИД СО РАН в прошедшем году стояла следующая цель: сформировать в СМИ имидж СО РАН как сообщества экспертов, включающих специалистов различного профиля из институтов СО РАН, подведомственных ФАНО.

В рамках этой цели были решены следующие задачи:

✓ Расширить аудиторию «Науки в Сибири» (печатной и электронной версии).

✓ Увеличить количество публикаций о Сибирском отделении, особенно в федеральных СМИ.

✓ Популяризовать бренд «сибирские ученые» путем подготовки и распространения информационных поводов, связанных с получениями значимых результатов в разных областях наук.

При этом на рынке научно-популярных СМИ возросла конкуренция, по данным компании Медиалогия (сентябрь, 2015 года), за прошедший год появилось более 70 новых масс-медиа. Динамику можно наблюдать на рис. 1 (информация предоставлена проектом «Коммуникационная лаборатория»).

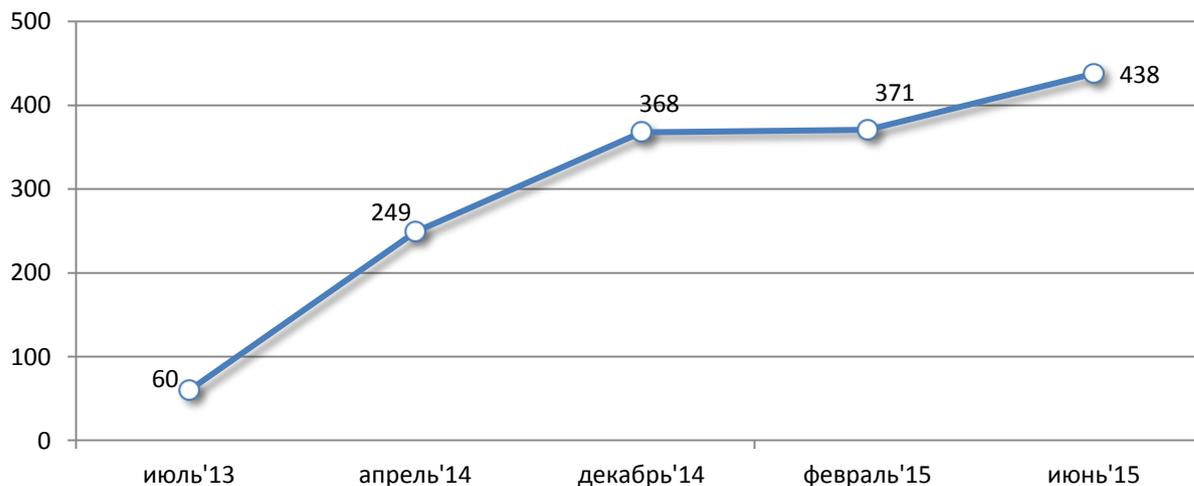


Рис. 1

Эта тенденция демонстрирует тот факт, что со стороны аудитории также существует запрос на научные новости и научно-популярные тексты. По данным опроса ФОМ 2014 года, 52% респондентов хотя бы изредка читают статьи или книги о науке.

Для решения поставленных задач УППИД СО РАН были предприняты следующие действия:

✓ Организовано и продолжено на постоянной основе сотрудничество с научным кафе «Эврика!» и фестивалем науки Eureka!Fest (продвижение газеты и сайта).

- ✓ Сотрудничество с порталом «Чердак», проект ТАСС-наука (увеличение количества публикаций в федеральных СМИ).
- ✓ Включение в проект «Открытая наука» (популяризация бренда «сибирские ученые» и увеличение публикаций в федеральных СМИ).
- ✓ Расширение базы СМИ для рассылки новостей (увеличение количества публикаций о СО РАН).
- ✓ Увеличение доли информационных сообщений о разработках и научных результатах СО РАН (увеличение количества публикаций о СО РАН, продвижение бренда «сибирские ученые»).
- ✓ Проведение пресс-конференций на регулярной основе (увеличение количества публикаций о СО РАН).
- ✓ Изменение принципа работы по запросам журналистов: раньше мы предоставляли контакты ученого, теперь мы берем на себя организацию процесса и сопровождение журналиста (прирост количества публикаций о СО РАН).

Это выразилось в следующих численных показателях:

Издание «Наука в Сибири» подготовило 734 материала, все они были опубликованы в электронной версии, в печатной версии вышло 424 материала (включая информацию, присланную из научных центров, рис. 2).



Рис. 2

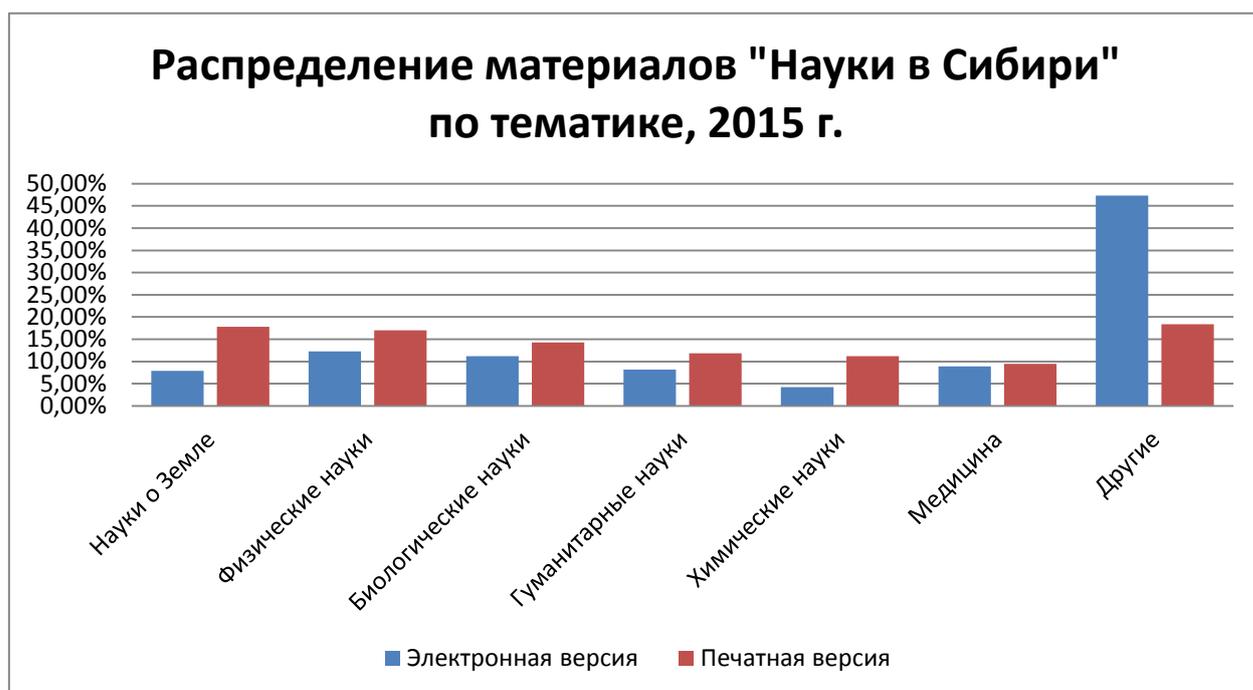


Рис. 3

Как можно заметить на рис. 3, для электронной версии категория «Другие» составляет более 45%, это связано с тем, что в неё попали материалы организационного характера: выборы новых директоров институтов, например.

Наиболее часто упоминаемые персоны (топ-5):

1. Асеев Александр Леонидович
2. Эпов Михаил Иванович
3. Афтанас Любомир Иванович
4. Донченко Александр Семенович
5. Бухтияров Валерий Иванович

УППНД СО РАН провело 17 мероприятий для прессы (пресс-подходы, пресс-брифинги, пресс-конференции, пресс-туры). Каждое мероприятие посетило 10-25 масс-медиа, среднее количество публикаций по итогам каждого – 45 (с учетом перепечаток).

Также было организовано более 30 эксклюзивных съемок в институтах СО РАН для федеральных и региональных телеканалов.

Это привело к следующим показателям:

Общее количество публикаций о Сибирском отделении РАН (рис. 4) — 24 982 (более 50% — оригинальные тексты) в 2 924 СМИ, охваченная аудитория — 209 млн. человек (данные компании «Медиалогия», декабрь — экстраполяция по среднему количеству публикаций). Это в 2 раза больше, чем у НГУ, который в 2015 увеличил количество сотрудников пресс-службы

с 2 до 8 человек, а также изменил акцент исходящей информации, сделав ставку на публикации о научных достижениях. Если сравнить с предыдущими годами деятельности УППНД СО РАН, то показатели этого года практически равны показателям 2014 и на 3 000 больше аналогичных в 2013 году.



Рис. 4

Публикации в федеральных СМИ (Рис. 5) составляют 30%, что примерно равно показателям 2013 и 2014 года (32 и 29% соответственно).



Рис. 5

Количество просмотров сайта «Науки в Сибири» (Рис. 6) в 2015 году составило 371 822 (меньше, чем в 2014, на 20 000), количество уникальных посетителей 120 692 (больше, чем в 2014, на 4 000). Результаты можно

считать удовлетворительными с учетом потери домена sorah.info, на который по-прежнему заходили 5 000 уникальных пользователей в год в поисках информации о СО РАН.



Рис. 6

Что касается предпочтений пользователей, то самыми популярными материалами стали (данные Google Analytics):

В Якутии обнаружены останки пещерных львят — 35 037 просмотров
<http://www.sbras.info/articles/overview/pushistaya-sensatsiya-akademiya-nauk-yakutii-predstavila-edinstvennykh-v-mire-pesh>

Реорганизация НГУ — 1 677 просмотров
<http://www.sbras.info/news/v-ngu-predstoit-reorganizatsiya>

Интервью с Евгенией Тимоновой — 1 274 просмотра
<http://www.sbras.info/articles/opinion/evgeniya-timonova-nelzya-propuskat-stupenki-v-evolyutsionnoi-lestnitse-nauchpopa>

Эволюция сексуальных предпочтений — 1 258 просмотр
<http://www.sbras.info/articles/overview/evolyutsiya-seksualnykh-predpochtenii>

Раскопки на Афонтовой горе — 913 просмотров

<http://www.sbras.info/articles/opinion/afontova-gora-ii-sekretnye-materialy>



Рис. 7

Наиболее активная работа по продвижению сайта (Рис. 7) велась в социальных сетях: количество пользователей Facebook, перешедших на сайт, выросло в 10 раз (с 1,8% до 17%), количество пользователей Вконтакте и Twitter осталось практически неизменным: 7% и 1,5% соответственно. При этом количество запросов научной информации в социальных сетях возросло за год более, чем в 3 раза (с 701 918 до 2 145 857 – данные «Коммуникационной лаборатории»).

Увеличилась также доля мобильных устройств (Рис. 8) среди инструментов, которые читатели используют для доступа к сайту: на 8% — мобильных телефонов, и на 2% — планшетов.

Сайт «Науки в Сибири» по-прежнему читают в основном в России (80% аудитории), наиболее активны города: Новосибирск (35% пользователей) и Москва (12% пользователей).

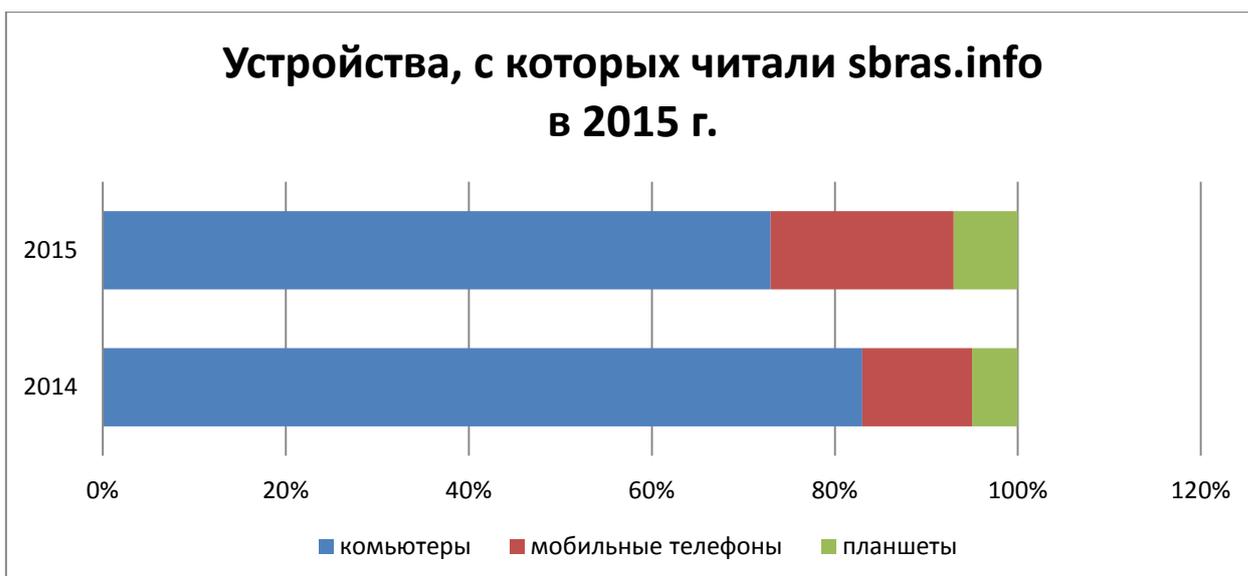


Рис. 8

В 2016 году УППНД СО РАН планирует:

- ✓ Наладить взаимодействие с институтами (путем личных встреч с учеными секретарями).
- ✓ Улучшить визуальную составляющую электронной версии НВС, по возможности обеспечить бесперебойный доступ читателей к сайту.
- ✓ Включиться в работу по научно-популярным лекциям, систематизировать её и добавить информационный компонент.
- ✓ Еженедельно выпускать печатную версию НВС.
- ✓ Продвигать печатную версию НВС через научные конференции, выставки и научные кафе.
- ✓ Совместно с НГУ продвигать бренд «новосибирский Академгородок» на федеральном и международном уровне.
- ✓ Развивать партнерство с федеральными СМИ.
- ✓ Продвигать НВС и бренд «сибирские ученые» в социальных сетях.
- ✓ Возможно – запустить проект по научным коммуникациям (если удастся привлечь соорганизаторов и финансирование).