

Как создать и провести в библиотеке, школе и других подобных площадках научно-популярное мероприятие «#НАУКАБОЛЬ»

Введение

Популяризация науки позволяет сгенерировать интерес к научной сфере, что облегчает задачу привлечения новых кадров и лояльное отношение общества к научным исследованиям. Подсвечивает существующие пробелы в восприятии обществом научных достижений, работу над которыми могут вести популяризаторы науки и научные коммуникаторы. Благодаря научно-популярным мероприятиям люди становятся более осведомлёнными в научной области, лучше отличают научное знание от лженаучного, начинают сами распространять проверенную информацию. Подобные мероприятия играют важную просветительскую роль в развитии общества.

Данное методическое пособие рассказывает о том, как подготовить и провести научно-популярное мероприятие #НАУКАБОЛЬ, поднимающее тему существующих в обществе стереотипов о науке и ученых. Пособие содержит теоретическую информацию, а также готовые практические материалы: сценарий, чек-листы по подготовке и проведению мероприятия, примеры визуального оформления.

Пособие предназначено для учителей, педагогов-организаторов, библиотекарей, методистов и для всех, кто занимается организацией научно-популярных мероприятий.

Суть мероприятия

Известно, что в обществе существуют ошибочные стереотипы не только об объектах и явлениях, изучаемых науками и учеными, но и о самих науках и ученых. В проведенных авторами методического пособия исследованиях собраны, например, такие мнения ученых: «Многие считают, что биология — это несерьезная наука», «Мне говорят: ты химик, посоветуй лекарство», «Люди не понимают, что такое социология, сравнивают с журналистикой» и т.д.

Проведению научно-популярного события «#НАУКАБОЛЬ» предшествует исследовательская работа: сбор информации от ученых, какие мнения общественности об их науках и исследованиях являются ошибочными, приводят к непониманию между учеными и остальной частью общества. Далее на мероприятии представители различных наук рассматривают эти мнения более подробно, рассказывают, почему они ошибочные. Таким образом, мероприятие позволяет популяризаторам науки и научным коммуникаторам определить проблемные зоны непонимания обществом научных достижений и разработок и вести просветительскую деятельность в этом направлении. Помогает сформировать у общественности правильное представление о том, чем занимаются разные науки и почему это важно для развития общества.

Цели и задачи:

При постановки цели важно учитывать ваши реальные возможности. Они могут быть, например, следующими:

Цель: организовать профориентационное мероприятие для популяризации науки.

Задачи:

- Улучшить понимание обществом важности научных исследований и занятия науками;
- Повысить информированность старшеклассников и родителей о научных профессиях;
- Улучшить имидж площадки, как проводящей научно-популярные, просветительские мероприятия;
- При проведении события в библиотеке повысить книговыдачу; научно-популярных книг и раскрыть фонд этих книг для читателей
- Добиться широкого распространения информации о мероприятии и полученных в ходе подготовки и проведения данных в социальных сетях и в СМИ;
- Расширить партнёрскую базу организации, проводящей мероприятие.

Конкретные цифры числа публикаций, репостов, комментариев, привлеченных партнеров и т.д. необходимо проставить в задачах исходя из конкретных возможностей и ресурсов организации, проводящей мероприятие.

Целевая аудитория мероприятия

Целевой аудиторией (ЦА) называют группу людей, потенциально заинтересованных в вашем мероприятии. Целевую аудиторию определяют, чтобы правильно обращаться к участникам и грамотно строить коммуникации. Кроме того, знание ЦА помогает правильно выбирать каналы для продвижения и рационально использовать бюджет.

Целевая аудитория каждого конкретного мероприятия #НАУКАБОЛЬ определяется аффилиацией площадки, ее ресурсами, запросом к мероприятию. То есть ЦА мероприятия, проводимого, например, в школе и в библиотеке, будут отличаться.

Итак, целевой аудиторией могут быть:

- старшеклассники;
- родители старшеклассников;
- научные коммуникаторы;
- педагоги;
- научные популяризаторы;
- все, кто интересуется науками.

Формат

Выбор формата зависит от многих причин: целевой аудитории и ее подготовленности, времени и места проведения, ресурсов.

В основе нашего мероприятия лежит формат 15*4 (мини-лекции по 15 минут, идущие друг за другом). Этот формат требует меньшей подготовки от спикера, а постоянная смена лекторов позволяет сделать мероприятие более динамичным и лучше удерживать внимание аудитории.

Дополнительное наполнение на выбор: тематическая выставка, книжная выставка, “стена боли” с цитатами ученых и исследователей по теме мероприятия, фотозона-экспозоны, зона настольных игр, лотерея, "истеричечная" (отдельное помещение, примыкающее к сцене, пространство за ширмой и т.п., где выступающие могут поделиться своими эмоциями от непонимания обществом важности исследований, которыми они занимаются).

Работа со спикерами

Какие спикеры нужны: представители разных наук, научные коммуникаторы, научные журналисты, преподаватели.

Где искать:

- Университеты города;
- Научно-исследовательские организации города;
- Фонды, занимающиеся популяризацией науки;
- Научно-популярные фестивали ;
- Личные связи с лекторами;
- Конференции ;
- Группы по интересам в социальных сетях;
- Местное комьюнити;
- Местное производство

И др.

Что спикеру даёт участие в вашем мероприятии:

- Популяризация его научной работы, укрепление его репутации;
- Привлечение студентов в вуз, где работает лектор;
- Профессиональная видеозапись лекции, продвижение в интернете;
- При возможности: оплата дороги, проживания, гонорар;
- Моральное удовлетворение.

Как работать со спикерами до и во время мероприятия:

- Уточнить райдер, при невозможности выполнить все пункты обсудить приемлемый компромисс;
- Постоянно поддерживать связь до и во время мероприятия;
- Обязательно забрифовать спикера, при необходимости помочь с подготовкой презентации;
- Если мероприятие проводится в школе или вузе, не забыть собрать личные данные для службы безопасности;
- Встретить и окружить заботой, не забыть про воду на выступлении;

- Подарить мерч мероприятия или памятный сувенир, благодарность на бланке организации (может быть актуально для портфолио);
- Выслать письмо с благодарностью и попросить обратную связь, как прошло мероприятие;
- Выслать материалы мероприятия (фото, видео, ссылки на упоминания).

Бюджет

В смету могут входить:

- Оформление экспозоны (выставка, фотозона);
- Аренда оборудования;
- Мерч;
- Еда, вода для спикеров и волонтеров;
- Гонорар лекторам;
- Транспортные расходы;
- Фото и видеосъемка.

Необходимые ресурсы и где их искать

Для проведения мероприятия необходимо:

- Помещение (собственное, партнёрское, аренда и др.)
- Техническое оснащение: микрофон, компьютер, проектор, кликер, колонки и др.
- Команда:
 - куратор (руководитель всего проекта),
 - дизайнер,
 - технический специалист,
 - координаторы для работы со спикерами, с площадками и др.,
 - SMM and PR специалисты
- Информационная поддержка (освещение до и после мероприятия).

Источники ресурсов:

- Бюджет организации;
- Спонсоры/партнёры (стейкхолдеры): подумайте, к каким местным организациям можно обратиться за поддержкой и составьте предложение о партнёрстве. Многие организации готовы финансово (или по другому) поддерживать научные/культурные проекты для поддержания своей репутации;
- Гранты, конкурсы: существуют различные фонды, программы федерального и регионального значения, которые могут помочь в организации мероприятия; (Президентский фонд культурных инициатив, РосМолодежь, Благотворительный фонд Владимира Потанина, гранты от Департамента культуры, Министерство науки и образования, региональные целевые программы);
- Краудфандинг (специальная платформа, где вы описываете свой проект, а люди, которые хотят помочь в его реализации, жертвуют определенную сумму денег);

- Волонтерские организации (+школьный актив): привлекаете волонтеров для помощи в организации. Например, для съёмок фото и видеоматериала, встречи гостей, дизайнер, раздача рекламы и другое).

Продвижение мероприятия

Привлечение интереса к мероприятию и обеспечение высокой посещаемости - цель продвижения. Неважно, насколько интересное мероприятие вы подготовили, но если о нем никто не узнал и никто не пришел, то все силы окажутся потрачены напрасно. Лучше создать для мероприятия бренд, который поможет не только быть визуально узнаваемым, но и сформировать коммьюнити.

Пожелания к бренду:

- смешно
- просто о сложном
- для всех
- про науку

Мы выбрали для визуального оформления тему огня и использовали широко распространенный мем “This Is Fine”. Вы можете придумать что-то свое. Важно, чтобы все материалы мероприятия (реклама, посты, площадка, мерч, фотозона) были оформлены в едином узнаваемом стиле.

Каналы продвижения:

- Личные контакты;
- Контакты спикеров;
- Социальные сети (мессенджеры) площадки, организаторов, спикеров (и аффилированных с ними организаций);
- Сайты площадки, организаторов и пр.;
- Афишные агрегаторы;
- СМИ ;
- Инфлюенсеры (блогеры);мнений
- Бумажные афиши ;
- Тг-канал мероприятия.

Важно, что сообщения для разных каналов должны быть разными и учитывать интересы и запросы целевых аудиторий каналов. Так, для родителей и школьников важно рассказать о профориентационном аспекте мероприятия, а любителям науки — что они могут узнать что-то новое об интересном им предмете.

Проведение мероприятия

Подготовительная работа:

- Сбор “болеи” у ученых и исследователей (лично, онлайн);
- Разработка дизайна и графических материалов;

- Визуализация собранных “болей”: печать цитат, создание видео с цитатами и эмоциями ученых;
- Создание телеграм-канала и публикация постов;
- Придумывание и подготовка оформления помещения;
- Поиск спикеров и их подготовка.

Безопасность:

К проведению массовых мероприятий в разных регионах представляются разные требования. Уточните перед подготовкой и проведением.

Сценарий (примерный):

- Вводная часть (пока гости собираются): музыкальный фон, осмотр выставок (книг, цитат ученых и т.д.) и видео;
- Вводная лекция о предстоящем мероприятии и о боли, как метафоре — 15 мин.;
- Основная часть: 4 минилекции по 15 минут — 1 час;
- Заключительная часть, “терапевтическая”: небольшой концерт — 15 мин.;
- Осмотр выставок и другого сопровождения события теми, кто не успел этого сделать до начала.

Оформление помещения:

Помещение можно оформить собранными цитатами ученых, книжными выставки и пр. Пример, как это было сделано на Летней школе — Приложение 5.

Рефлексия и необходимые действия после мероприятия

Обязательный пункт после завершения мероприятия — рефлексия. Необходимо собрать обратную связь с участников и спикеров, проанализировать итоги и свои ощущения, обозначить положительные и неудавшиеся моменты, чтобы в будущем знать, что стоит улучшить и доработать. Кроме того, нужно отработать проведенное мероприятие, как инфоповод, а также поблагодарить всех участников и партнеров:

1. Собрать обратную связь с участников и лекторов (подготовить форму обратной связи печатную или электронную, или сбор отзывов в свободной форме);
2. Собрать фото и видео (обработать, смонтировать);
3. Првести орг. рефлексия (итоги, отзывы, что получилось, что не получилось);
4. Подготовить отчёт;
5. Подготовить пост-релиз с рассылкой в СМИ и размещением в соцсетях;
6. Написать благодарности спикерам и партнёрам (почтой и публично в соцсетях).

Заключение

В настоящем методическом пособии авторы разобрали этапы организации мероприятия в школе/библиотеке.

В каждом разделе материал представлен таким образом, чтобы организатор самостоятельно мог разобраться и провести.

Приложения (черновики)

Приложение 1

Сценарий мероприятия #НАУКАБОЛЬ на Летней школе

19.30-20.00 — звучит музыка, начинает работу выставка и библиотекарь, который рассказывает о книгах на книжной выставке
20.00 -20.05 — вводное слово ведущего и представление спикера вводной лекции
20.05-20.20 — вводная лекция Каримы Каримовой (+ посещение исторической)

20.25-20.40 — выступление первого лектора (+ посещение исторической)

20.40-20.55 — выступление второго лектора (+ посещение исторической)

20.55-21.10 — выступление третьего лектора (+ посещение исторической)

21.10-21.25 — выступление четвертого лектора (+ посещение исторической)

финал — выступление музыканта, завершение вечера.

Приложение 2

Чек-лист

Что сделать в процессе подготовки мероприятия

- Сформировать команду
- Определить ЦА, для кого будет мероприятие
- Определить дату и время
- Продумать формат
- Определить бюджет, сформировать смету
- Составить план
- Подготовить визуальный контент (для самого мероприятия или для продвижения)
- Найти спикеров, договориться с ними
- Привлечь партнёров
- Сформировать программу
- Продумать формы продвижения
- Реализовать продвижение (интернет, печатная реклама, СМИ, мерч)
- Проверить оборудование
- Оформить помещение
- Обеспечить комфорт гостям: навигация, программки, велком
- Провести мероприятие.

Приложение 3

Чек-лист Что сделать в день мероприятия

- Проверить наличие всего необходимого оборудования
- Провести проверку оборудования
- Загрузить все необходимые визуальные материалы на рабочий компьютер
- Встретить лекторов и показать им площадку, обговорить тайминг
- Подготовить место выступления (стул, стол, вода, стаканчики)
- Подготовить места зрителей
- Поставить человека на вход (приветствие)
- Определить задачи фотографа и видеографа

Приложение 4

Дополнительные материалы

Основой для продвижения мероприятия в интернете может стать различный контент. К примеру, серия интервью с учёными, которые рассказывают про свою боль. Или онлайн-квиз в телеграме (через Quiz бот).

Каналы сбора информации у ученых и исследователей:

1. Телеграм канал. Респонденты могли оставить свои комментарии или контакты для связи.
 2. Живое интервью.
- Список вопросов:

- 1) Представьтесь, пожалуйста
- 3) Сфера профессиональных интересов
- 3) Боль, которую причиняют вам люди, непосвященные в Вашу науку
- 6) Боль, которую причиняют вам коллеги.

Примеры вопросов для квиза:

1. Где применяют ГМО?
 - При синтезе инсулина
 - При изучение болезни Альцгеймера и рака
 - Для получения компонентов вакцин и лекарств (чума, ВИЧ)
 - Все выше перечисленное
2. Как называется оптическое явление, когда светятся верхние слои атмосферы?

- Южное сияние
- Северное сияние
- Полярное сияние
- Сияние чистого разума

3. Вакцинация нужна для того, чтобы:
- Активировать естественные защитные механизмы для формирования иммунитета к возбудителям болезни
 - Или заразить нас разными болезнями (на Земле останется золотой миллиард)
 - Чипировать

Ознакомиться с квизом «Какая вы боль?» можно по ссылке:
@QuizBot quiz:LChnm5Wb

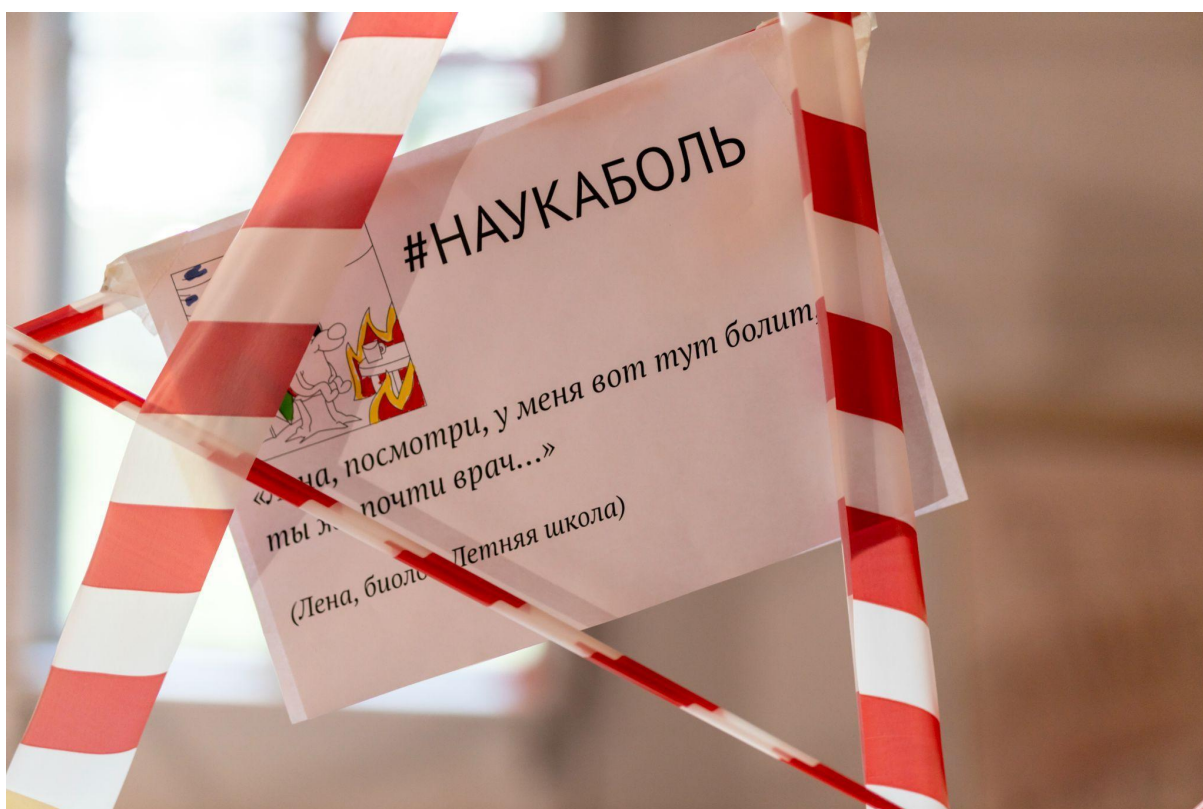
Приложение 5

Фотографии с события #НАУКАБОЛЬ, проведенного на Летней школе 1 августа 2023 г.





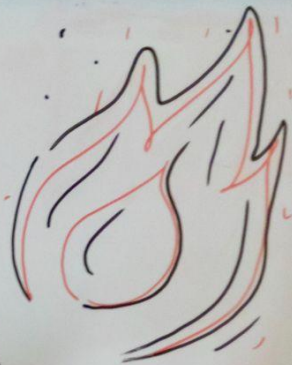








СТЕНА



БОЛИ

(НАУЧНОЙ)

*ЗДЕСЬ ВЫ МОЖЕТЕ
ПОДЕЛИТЬСЯ НАБОЛЕВШИМ
И ПОЗНАКОМИТЬСЯ С
ЧУЖИМИ
СТРАДАНИЯМИ

