

Научно-исследовательская работа  
**Культурология**

**СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ ТИК ТОК КАК СРЕДСТВО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ**

Автор: *Еремеева Анастасия Дмитриевна*,  
Россия, Мурманская область, г. Мурманск МБОУ  
г. Мурманска «Мурманский международный лицей», 9 класс

Научные руководители: *Никанорова Елена Анатольевна*,  
заместитель директора по УВР, МБОУ г. Мурманска  
«Мурманский международный лицей»,  
*Явдошенко Юлия Ивановна*, учитель биологии,  
МБОУ г. Мурманска «Мурманский международный лицей»

## **Аннотация**

За последние 100-150 лет информационное пространство кардинально изменилось, изменения эти связаны с научно-техническим процессом и ускорением темпа жизни. Современные СМИ и социальные медиа давно срослись между собой. Автором исследована возможность использования социальных сетей, как коммуникационного канала для популяризации научного знания в молодежной среде. В процессе исследования автором был обнаружен огромный образовательный потенциал социальных сетей и низкий образовательный эффект, данное противоречие породило проблему исследования: каков потенциальный эффект от использования площадки социальных сетей для популяризации научного знания среди молодежи.

Исходя из проблемы нами была определена цель исследования: определить наиболее эффективную социальную сеть для популяризации научного знания в молодежной среде.

В соответствии с целью нами были выделены следующие задачи:

1. Изучить литературные источники по заданной теме.
2. Изучить существующие социальные сети в Российской Федерации.
3. Провести опрос среди учащихся МБОУ г. Мурманска ММЛ об их предпочтении социальных сетей.
4. Проанализировать структуру научно-популярных публикаций в различных социальных сетях.
5. Создать научно-популярный блог в социальной сети, наиболее подходящего формата.

Гипотеза исследования: наиболее популярной социальной сетью среди подростков является TikTok, что обусловлено ее форматом.

Объект исследования: популярные социальные сети в Российской Федерации.

Предмет исследования: научно-популярные публикации и блоги в социальных сетях.

Используя метод социального опроса, а также систематизации социальных откликов, автором была выявлена наиболее популярная социальная сеть среди учащихся 9-11 классов МБОУ г. Мурманска ММЛ. Гипотеза исследования подтверждена полностью.

**Ключевые слова:** социальные сети, TikTok, социальные медиа.

## **Введение**

За последние 100-150 лет информационное пространство кардинально изменилось, изменения эти связаны с научно-техническим процессом и ускорением темпа жизни. Сначала это было изобретение радио, затем телевизора, а сейчас это Интернет. В наше время большинство людей и, безусловно, молодежь предпочитают проводить время в сети. Это обусловлено свободой действий и высказываний. Среди пользователей Интернета большая доля проводит время в социальных сетях, а свобода действий позволяет им выбирать именно то, что им интересно, интересный для них формат и так далее.

Необходимо отметить, что современные СМИ и социальные медиа давно срослись между собой: первые черпают новости из последних, последние активно обсуждают и интерпретируют сюжеты первых, придавая им новые смыслы. В связи с этим многие официальные организации, в том числе и популяризирующие науку, стали создавать свои официальные представительства в социальных сетях. Это дает возможность продвижению своих проектов, новые инструменты коммуникации с аудиторией.

Это является огромным потенциалом для образования, однако, малоиспользуемым и малоэффективным. Данное противоречие породило проблему исследования: каков потенциальный эффект от использования площадки социальных сетей для популяризации научного знания среди молодежи.

Исходя из проблемы нами была определена цель исследования: определить наиболее эффективную социальную сеть для популяризации научного знания в молодежной среде.

В соответствии с целью нами были выделены следующие задачи:

1. Изучить литературные источники по заданной теме.
2. Изучить существующие социальные сети в Российской Федерации.
3. Провести опрос среди учащихся МБОУ г. Мурманска ММЛ об их предпочтении социальных сетей.
4. Проанализировать структуру научно-популярных публикаций в различных социальных сетях.
5. Создать научно-популярный блог в социальной сети, наиболее подходящего формата.

Гипотеза исследования: наиболее популярной социальной сетью среди подростков является TikTok, что обусловлено ее форматом.

Объект исследования: популярные социальные сети в Российской Федерации.

Предмет исследования: научно-популярные публикации и блоги в социальных сетях.

Методы исследования:

Теоретические: анализ, синтез, сравнение.

Эмпирические: социальный опрос, метод экспериментального моделирования.

### **Основная часть**

Появление в Интернете ресурсов с научно-популярным контентом – это проявление, в первую очередь, трансформации журналистики. Феномен «научная популяризация» возник в 17-18 веке, когда авторы пытались в своих статьях донести до массового читателя простыми словами сложные научные понятия. Появление этого феномена вызвано необходимостью распространения в обществе достоверных научных знаний, которые являются основой для научно-технического процесса. Популяризация науки – это творческая деятельность, которая имеет свои функции:

1. Популяризация научного подхода к научной действительности.
2. Распространение знаний в доступной и современной форме.

3. Формирование образа науки как одно из наиболее привлекательных форм человеческой деятельности [1].

Основным способом популяризации науки в России выступали СМИ. К концу 20 века в стране сложилась хорошо развитая сеть научно-популярных источников, где ведущую роль играли СМИ. С политическими и экономическими изменениями на рубеже веков ситуация резко изменилась: часть научно-популярных СМИ «погибло», у других резко снизились тиражи (так, тираж «Юного натуралиста» снизился в 325 раз!). Причиной этого могло стать, по мнению исследователей, отсутствие внятной политики государства в отношении науки, падение покупательской способности аудитории, а также падение престижа науки в обществе[2].

С 2012 года Правительство Российской Федерации предприняло попытки к изменению ситуации, так Владимир Владимирович Путин заявил, что государство значительно увеличит средства на поддержку научных фондов. Также, с разработкой ФГОС в среде подростков образование стремится развить стремление к научному познанию и воспитание критического отношения к окружающей действительности. По нашему мнению, данное обстоятельство способно дать мощный толчок как развитию науки, так и научной популяризации.

Важную роль играет широкое распространение и широкое внедрение цифровых технологий во все сферы жизни общества. В настоящее время большая часть подростков являются продвинутыми пользователями сети. Использование сети Интернет раскрывает для научной популяризации новые возможности:

- глобальность распространения информации;
- возможность многоязычия;
- мультимедийность;
- интерактивность;
- высокая селективность;
- гипертекстуальность;

- высокая маневренность;
- высокая оперативность;
- избирательность воздействия на аудиторию [2].

Поэтому рост в сети Интернет научно-популярных источников информации не случайность.

В нашем исследовании мы изучаем распространение научно-популярного контента посредством социальных сетей.

В социальных сетях существует несколько типов научно-популярного контента. Одни из них представляют собой странички традиционных научно-популярных изданий и телевизионных передач (Юный натуралист, Наука и жизнь и др.). Другие – это ученые-любители, представительства научно-популярных обществ и организаций. Предметно-тематическое содержание этих ресурсов весьма разнообразно: начиная с астрономии и генетики и заканчивая эзотерикой. Исследование предметно-тематических предпочтений аудитории показало, что наиболее популярными являются темы Астрономии, медицины, генетики, истории, компьютеров и новых технологий.

В рамках исследования нами были рассмотрены современные социальные сети, наиболее популярные в подростковой среде: Instagram, TikTok, Telegram, Вконтакте.

Instagram начал свою работу в 2010. Сегодня невозможно отрицать его популярность среди подростков. Эта социальная сеть имеет огромное влияние на своих пользователей, поэтому множество научно-популярных обществ, ученых-любителей продвигают через нее свой контент. Более того, Instagram совершенствует инструменты для размещения контента, что позволяет продвигать свой блог и взаимодействовать с нужной аудиторией. К тому же, Instagram основан на визуальном контенте, проще и быстрее воспринимается пользователями по сравнению с текстовым. Все это делает социальную сеть эффективным каналом продвижения.

Telegram появился сравнительно недавно, в 2013 году, и сегодня является одним из самых популярных мессенджеров. В этой сети есть возможность

создания Telegram-каналов. Telegram основан на текстово-визуальном контенте, что значительно снижает его образовательный потенциал, так как пользователи быстро пролистывают текст, не успевая его проанализировать[3].

Социальная сеть ВКонтакте создавалась как аналог западной сети Facebook в 2006 году и является самой посещаемой социальной сетью в России. Это обусловлено дистанционным образованием и расширенным функционалом сети. Однако, для развлекательного или познавательного времяпрепровождения подростки предпочитают использовать социальную сеть TikTok. Этот вывод подтвержден проведенным нами социальным исследованием. В социальной сети ВКонтакте нами была размещена Google-форма с анкетой о предпочтениях подростков. В исследовании принял участие 141 человек. Так нами было выявлено, что 85% подростков в возрасте 14-18 лет предпочитают использовать TikTok в свободное время. 74% из них подписаны на научно-популярные блоги, 35% респондентов предпринимали попытки создавать контент.

TikTok появился в 2016 году. Эта социальная сеть позволяет своим пользователям создавать короткие видео, вести прямые эфиры и обмениваться сообщениями. Сегодня TikTok стал особенно популярен среди молодежи, поэтому к созданию контента в данной сети стоит подходить креативно.

По результатам исследования нами было выявлено, что в социальных сетях визуально-текстового наполнения основными жанрами являются статьи и заметки. Однако, данные форматы являются малопривлекательными для подростковой аудитории[4].

Наиболее популярные форматы для этой возрастной категории – визуальные. Этот вывод позволяет сделать анализ публикаций в различных социальных сетях.

В TikTok публикациях чаще появляются комментарные блоги, носящие исследовательский характер.

### **Заключение**

Подводя итог, можно сказать, что с каждым годом социальных сетей становится только больше. Их популярность вырастает. Научно-популярный

контент – это не только информационные каналы, но и эффективные площадки для продвижения. Более того, социальные сети позволяют создателям контента оперативно реагировать на малейшие изменения потребительских предпочтений.

В заключении можно сделать вывод, что информационное пространство сегодня играет одну из ведущих ролей в жизни человека, особенно подростка. С развитием информационного пространства появляется множество социальных сетей новых форматов, они позволяют подросткам самореализовываться, а также выбирать самостоятельно варианты развития[5]. Для учащихся МБОУ г. Мурманска ММЛ в возрасте 14-18 лет наиболее интересным форматом является социальная сеть TikTok, что было подтверждено социальным исследованием. Анализ публикаций позволяет сделать вывод, что наиболее популярным среди этой возрастной категории является визуальный формат. Таким образом, гипотеза нашего исследования подтверждена полностью. В дальнейшем автор планирует создание блога на платформе социальной сети TikTok.

## Приложение 1

### **Алгоритм создания канала в социальной сети TikTok**

Начинается съемка сразу после загрузки официального клиента социальной сети TikTok из Google Play для Android и App Store для iOS.

Дальше – регистрация или авторизация и переход на вкладку «Добавить», представленную на панели быстрого доступа кнопкой с плюсиком.

Сразу после перехода на экране появится вертикальное меню с кнопками, разрешающими изменить скорость записи роликов, выбрать фронтальную или основную камеру, включить вспышку и режим «Бьюти», активировать таймер или фильтры.

Чуть ниже появится кнопка «Эффекты», разрешающая активировать нестандартные темы для оформления ролика (появится шанс перевоплотиться в персонажей, сменить

окружающий фон или добавить на экран капли дождя). А рядом – меню «Загрузить», с помощью которого легко добавить ранее записанное видео для публикации без предварительной подготовки.

В конце предусмотрен выбор тем и времени – 15 или 60 секунды с оповещением о прекращении «эфирного времени».

Если меню уже изучено и подходящие настройки применены, пора нажимать на громадную красную кнопку и переходить к записи.

Подготовленный или добавленный с внутренней и внешней памяти мобильной техники ролик разрешает перейти к следующему этапу, который легко описать фразой «постобработка». На экране появятся вкладки для добавления музыкального сопровождения из встроенного сервиса с разрешенными композициями, отсортированными в зависимости от популярности и частоты применения (а еще доступен поиск для фильтрации и выбора любимых исполнителей).

Откроется доступ к эффектам, тексту и стикерам, а еще – специальным звукам, позволяющим изменить голос и фильтр. При желании лишние фрагменты можно обрезать, а общую громкость – снизить или увеличить.

Вся постобработка займет от 2 до 5 минут – из-за легко перебираемых разделов с настройками даже новички смогут добиться нужного результата и перейти непосредственно к публикации.

Социальная сеть TikTok отобразит стандартное меню с текстовым полем для ввода описания, добавления хештегов и друзей, попавших в видео, и кнопками, позволяющими изменить параметры конфиденциальности (кто может оставлять комментарии, стоит ли сохранять запись на страницу и нужно ли поделиться материалами в Instagram или VK).

Последний шаг – нажать на кнопку «Опубликовать». Через несколько минут ролик появится в новостной ленте, станет доступен по добавленным хештегам и через поисковые запросы.

Что можно снять в Тик Токе? Социальная сеть не ограничивает поток фантазии энтузиастов и экспериментаторов, снимающих ролики в рамках

правил социальной сети. Каждый волен развиваться в выбранной тематике, демонстрируя прирожденные таланты или накопленное мастерство. Танцы и музыкальные клипы, шуточные миниатюры и экранизация анекдотов, короткие сценические постановки и акробатические трюки, макияж и советы стилиста – собрать фанатскую базу легче, чем кажется. Куда важнее помнить даже не о теме роликов, а о качестве, оригинальности и подаче.

### Список литературы

1. Яковенко И. А. Рынок научно-популярных журналов (аналитический обзор). Режим доступа: <http://pressaudit.ra/rynok-nauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/> (дата обращения: 30.06.2020).
2. Интернет-СМИ. Теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект-пресс, 2019.
3. Литке М.В. Гносеологические и коммуникативные установки авторов журнала «Вокруг света» [Текст] / М.В. Литке // Вестн. Томск. Гос. Ун-та – Сер. Филология. – 2013. - №5(25). – С.116-126
4. Морозова А.А. Специфика традиционных жанров журналистики в текстах в социальных сетях / А.а. Морозова // Провинциальный мегаполис в современном информационном обществе: журналистский текст в новой технологической среде // Вести. Челябинск. Гос. Ун-та. – Сер. Филология, искусствоведение. – Челябинск. – 2018. - №5(360).
5. Лукина М.М. СМИ в пространстве Интернета / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. – М.: МГУ им. Ломоносова, 2015.