

Информационен бюлетин на проекта YOSCIWEB #4

Консорциумът по проекта YOSCIWEB завърши детайлния анализ на избраните уебсайтове от партньорските държави.

Първата цел на този анализ е партньорите да направят задълбочена оценка на избраните в началото на 2009 г. 60 научно-популярни уебсайтове. Моля, намерете повече информация за това в нашия информационен бюлетин #3.

След като сега този анализ е завършен, ние съставихме обзор на резултатите от него, който очертава по-важните тенденции и примери за добри практики в отделните страни. Този информационен бюлетин представя по-важните резултати от анализа. Повече за това вижте на стр. 3.

В момента консорциумът по проекта YOSCIWEB провежда сесии с фокус групи от деца, тъй като следващата задача на партньорите е на основата на направените заключения от това проучване, да установи каква е връзката между научните уебсайтове и младите хора.

Партньорите по проекта YOSCIWEB завършиха детайлния анализ на избраните уебсайтове от партньорските страни и сега провеждат изследване с фокус групи от деца между 12-17 г. с цел да се установят техните предпочитания по отношение на научно-популярните уебсайтове.

Съдържание

За YOSCIWEB

Стр. 1

Провеждане на сесии с фокус групи

Стр. 2

Анализ на научните уебсайтове от партньорите

Стр. 3

Деятности на партньорите по проекта YOSCIWEB

Стр. 4

Бъдещи дейности по проекта YOSCIWEB



За YOSCIWEB

Проектът YOSCIWEB има за цел да анализира как уебсайтове, популяризиращи науката, изграждат и обновяват възприемания от младите хора публичен образ (имидж) на науката и учените. Намерението ни е да предложим надеждни ориентири, нови решения, препоръки и примери за добри практики по отношение на публичния образ на науката, разпространяван от уебсайтове.

Повече информация за проекта може да се намери на: www.yosciweb.eu

Проектът YOSCIWEB е финансиран по [7-ма Рамкова програма](#) на Европейската комисия и е с продължителност от януари 2008 г. до декември 2009 г.



Провеждане на сесиите с фокус групи

В момента провеждаме проучване с фокус групи от деца между 12-17 г., за да установим как те възприемат науката и учените и какво е мнението им за подобрите национални научно-популярни уебсайтове.

Всеки партньор организира 8 сесии с фокус групи, всяка една от които е съставена от 9 деца. Групите са разделени на две възрастови подгрупи – на по-младите (12-14 г.) и на по-възрастните (15-17 г.). В първата група има три деца на 12 г., три на 13 г. и три на 14 г. По същия начин групата на по-възрастните е съставена от трима младежи на 15 г., трима на 16 г. и трима на 17 г.

Деветте деца във всяка група са от един пол и с еднакъв социално-икономически статус (висок или нисък, както е определен в отделните партньорски страни).

Във фокус групата децата първо обсъждат какво е науката и с какво се занимават учените. Това помага да се предразположат участниците във фокус групата, а също и да се добие първоначално впечатление за това как децата възприемат науката.

Във втората част от проучването участниците трябва да се запознаят с трите научно-популярни уебсайтове, подбрани от партньорите по проекта. Децата се разделят на три групи, като на всяка се дават приблизително 20 минути за изучаване на всеки един от сайтовете. Докато разглеждат уебстраниците, участниците трябва да попълват въпросник.

Въпросникът е разделен на четири теми:

1. Как изглежда уебсайтът?
2. Как взаимодействате с уебсайта?
3. Какво е мнението ви за уебсайта?
4. Как този уебсайт ви представя науката и учените?

1. What does the website look like?

Can you easily see what this website is about?	Yes	No
Is this website easy to read?	Yes	No
Is this site is cool to look at?	Yes	No
	Why?	

Фиг. 1. Част от въпросника за фокус групите.

Are there things that distract you from reading the site properly?	Yes	No
--	-----	----

Заклучителната част от провеждането на сесията с фокус групата представлява завършваща дискусия, в която децата споделят мнения за научните уебсайтове като цяло. Така например, те могат да обсъждат кой от проучените сайтове харесват най-много, кой от тях най-често ползват и защо не им допадат някои от сайтовете.

Повече за провеждането на сесиите с фокус групи научете тук:

<http://www.yosciweb.eu/d9.pdf>

Анализ на научните уебсайтове от партньорите

Партньорите по проекта YOSCIWEB анализираха научните уебсайтове в своите страни, като в този бюлетин представяме някои от резултатите от изследването.

Научно-популярните сайтове бяха анализирани по четири основни критерия:

- Съдържание
- Визуална привлекателност
- Ползваемост
- Интерактивност

По-долу представяме най-важните заключения от анализа на уебсайтовете:

Публични образи на науката и учените

Безспорно най-забележителната тенденция, потвърдена от детайлния анализ, е че в около 25% от подбраните научно-популярни уебсайтове е налице пълна или почти пълна липса на изображения, представящи учени.

Някои сайтове се опитват да отделят на изследователите подобаващо внимание: така например, три уебсайта запознават потребителите с хора, заети с научно-изследователска работа, като представят тяхната биография и ежедневни дейности, но не и техни снимки или портрети. Два сайта провеждат интервюта с учени, а други два – споменават името на специалиста, който предоставя дадена информация.

Съдържание

„По-големите организации имат по-добре изработени уебсайтове” гласи общото и най-важно заключение от националния доклад за панела от сайтове на Великобритания. За малки страни като Естония заключението е, че „по-добре финансираните уебсайтове могат да си позволят по-често обновяване и да използват предимствата на високите технологии, за да разпространяват своите послания във връзка с науката и учените”.

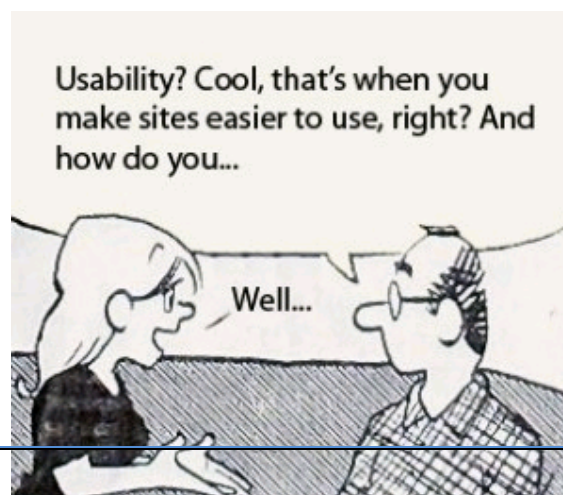
Риторичният въпрос „Какво е науката?” е зададен от френския партньор по повод сайта на известно списание: в него е силно застъпено представянето на последния брой (без да се предоставя съдържанието на статиите), както и на видео, което не е непременно свързано с научни теми, а по-скоро с всичко, за което се предполага, че привлича младите (хумор, музика, кино...). Този въпрос може да се отнесе до всяка страна, в която науката и научната комуникация са прекалено институционализирани или прекалено комерсиализирани. Уебсайтовете са витрина на институциите, които искат да популяризират дейностите си, и така остава много малко място за научно съдържание.



Фиг. 2. Това ли е модерният учен?

Визуална привлекателност

Повечето от научно-популярните уебсайтове в панела на Испания, Франция и Великобритания са оценени като естетически много привлекателни, с добре подбрани цветове и оригинални декорации, изобилстващи от фотографии, картини и графики. От друга страна не е такъв случаят в България, където липсата на инвестиции в научна комуникация онлайн може да се види ясно в аматьорския графичен дизайн на повечето от проучените



уебсайтове.

Ползваемост

Повечето от сайтовете от панела на Испания, Исландия и Франция са професионално изработени и по отношение на лесна навигация, простота и ефективност на организирането на съдържанието. Единственото незначително изключение във френския панел е уебсайт, чиято заглавна страница е прекалено дълга поради нуждата от детайлна класификация на много богатото съдържание. Главният недостатък в панела на Испания е липсата на „адекватни възможности за теглене и принтиране на съдържание“.

Интерактивност

Повечето от партньорите докладват за ниско до средно ниво на интерактивност на анализираниите научно-популярни уебсайтове. Във Франция и Великобритания сайтовете не са много интерактивни: налице са малко примери за приложение на web 2.0 технологии, преобладава 'топ-даун' комуникацията.

В панела на Холандия няма уебсайт, който да предлага пълната гама от възможности за интерактивност. В Испания научно-популярните сайтове също не са много интерактивни с изключение на възможностите потребителите да предоставят обратна връзка или да добавят съдържание.

В България и Естония относително добре развити са единствено интернет форумите и възможностите за изпращане на обратна информация, като общото ниво на интерактивност се оценява като ниско.

В Исландия интерактивността се отнася предимно до възможностите потребителите да задават въпроси и да получават отговори, като в някои случаи тези рубрики са много добре развити. Около половината от сайтовете предлагат на потребителите да споделят линкове и да публикуват даден материал във Facebook. Налице са редица интерактивни възможности в исландския панел, но отделните сайтове в него предлагат малко от тях.

Дейности на партньорите по проекта YOSCIWEB

Представяме ви и някои интересни дейности, които в момента партньорите по проекта извършват. Генералният съвет на Есон поддържа научно-популярен уебсайт, наречен *Banque des Savoirs* (Банка на знанието). Наскоро той започна публикуването на информационен бюлетин на английски език, който може да представлява интерес и за читателите на този бюлетин. Някои от темите в първия бюлетин са:

- Животът на една мравка
- Обучение по науките: не толкова неутрални учебници...
- Дивите животни на Париж
- Човекът паяк... или Човекът козел?
- Филип Бувре, естествени скулптури

Вижте повече на:

http://www.yosciweb.eu/NL_Banque_des_savoirs_EN_01.pdf и се абонирайте за новия бюлетин на Banque des savoirs!

Повече за анализа на научните уебсайтове, извършен от партньорите, може да научите на:
<http://www.yosciweb.eu/d11.pdf>.

Бъдещи дейности по проекта YOSCIWEB

Първата задача на членовете на консорциума е да завършат проучването посредством фокус групи в страните по проекта. След това шотландският партньор ще анализира резултатите от получените отзиви и идеи на децата, участвали в групите.

Впоследствие партньорите от Исландия, Испания и Шотландия ще обсъдят резултатите от изследването и ще установят какви са тенденциите в отделните европейски страни. Те ще сравнят гледището за науката и учените на различните възрастови групи в страните и в резултат на това ще определят кои са най-добрите практики на научно-популярните уебсайтове.

Следващият информационен бюлетин на проекта YOSCIWEB ще бъде публикуван и изпратен след 4 месеца.

Надяваме се, че проектът YOSCIWEB е в състояние да ви предостави полезна и интересна информация за публичните образи на науката и учените, формирани от научно-популярни уебсайтове. В края на нашия проект ще представим набор от препоръки и примери за добри практики относно комуникацията на науката в Интернет.

Повече информация относно проекта и неговите публични резултати могат да бъдат намерени на нашия уебсайт: www.yosciweb.eu



