



Tudósok közösségi médiahasználatára

A tudományok lényegi eleme a kommunikáció – formális és informális csatornákon egyaránt. Az információs technológiák hatalmas változást hoztak a távközlésben, így aztán jelentősen átrendeződtek a tudományos világ kommunikációs szokásai is. Egy 2011-es felmérés szerint az USA valamennyi felsőoktatási intézményében használják a közösségi média különféle formáit. De nemcsak az oktatási szférában terjedt el a Twitter, a Facebook, a Youtube és a többi új médium, hanem a tudományos kutatást, illetve annak hatékonyságát is egyre inkább segítik ezek a szolgáltatások, mivel könnyen megoszthatóvá váltak velük a dokumentumok, az adatok, az ötletek, és erősítik a tudományos közösségen belüli kapcsolatokat is. Ez különösen a harmadik világ szakemberei számára hasznos, akik keveset tudnak konferenciákra, találkozókra járni, de a közösségi hálóknak köszönhetően folyamatos kapcsolatban lehetnek a külföldi kollégáikkal, csatlakozhatnak a „láthatatlan kollégiumokhoz”. Howard [1] szerint a közösségi média ma már komoly tudományos eszköz számos kutató számára, akik közösen írnak dokumentumokat, videokonferenciákat tartanak, képeket osztanak meg és egyéb szakmai tevékenységeket folytatnak rajta. Ugyanakkor az is megfigyelhető, hogy bár sokan tudnak ezekről a lehetőségekről, mégsem használják őket, inkább a tudományos kommunikációnak más formáit részesítik előnyben. Ennek lehetnek életkori, hozzáállási, hozzáértési vagy egyéb okai, és olyan problémák, félelmek is indokolhatják, mint például a jogi és biztonsági kérdések, a tudományos reputáció féltése, vagy az információs túlterhelés.

Azt, hogy az internet pozitív hatással van a tudományos kutatásra, számos tanulmány megerősítette az elmúlt két évtizedben. A webkettes eszközök tudományos célú hasznosítását is egyre többen vizsgálják. Bukvova 2011-es tanulmányában [2] például a tudósok önbemutató profiloldalait elemezte az intézményi és magán weblapokon, a közösségi helyeken, a blogokban és mikroblogokban. Kjellberg 2010-ben [3] kimutatta, hogy a

blogíró tudósokat a tudás megosztása motiválja, a bloggolás kreatívabbá teszi őket, és erősíti a kutatótársaikkal való összekapcsolódás érzését. A UCL (University College London) CIBER-munkacsoportja 2010 végén publikált egy jelentést [4], amelyben a közösségi média szerepét határozták meg a tudományos tevékenység különböző fázisaiban. Nyolc ilyen részterületet definiáltak:

- a kutatási lehetőségek feltérképezése,
- partnerek keresése,
- pénzügyi támogatás megszerzése,
- a szakirodalom áttekintése,
- kutatási adatok gyűjtése,
- az adatok elemzése,
- az eredmények terjesztése,
- a kutatási folyamat menedzselése.

A közösségi média és az akadémiai szféra viszonyára irányuló kutatások sokszor statisztikailag nagy mintákra, illetve földrajzilag nagy területekre terjednek ki, így megállapításaik túl általánosak, nem tükrözik a helyi sajátosságokat (pl. az eltérő kulturális háttér, vagy a hiányzó/gyenge informatikai infrastruktúra negatív hatását). Fontos tehát, hogy szűkebb körben, azonos körülmények közt dolgozó emberekkel is készüljenek ilyen felmérések.

Közösségi médiahasználat egy Fülöp-szigeteki egyetemen

A jelen cikkben ismertetett vizsgálat a *University of the Philippines Los Baños (UPLB)* tudományos kutatással (is) foglalkozó munkatársaira terjedt ki. Az egyetemi oktatók és hallgatók internethasználatát a kilencvenes második felétől kezdve elemzik időről-időre különböző szempontokból: például, hogy milyen arányban tartják hasznosnak az internetes forrásokat, miért használják, vagy miért nem használják őket, milyen a felhasználók demográfiai megoszlása, hogyan vélekednek a közösségi hálózatokról. 2009-ben egy érdekes kísérletben is részt vettek az egyetem tudományos

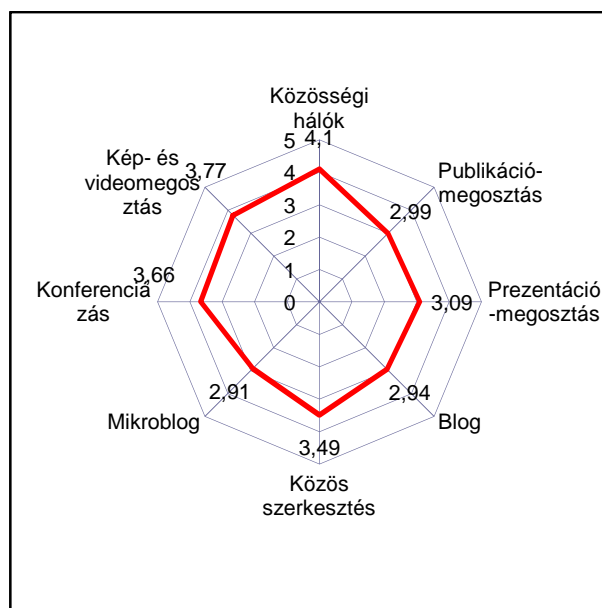
munkatársai: az *Open Academy for Philippine Agriculture* program keretében egy weboldalt hoztak létre a Ning közösségi szájton, hogy ezzel is segítsék a kapcsolatépítést a rizstermeléssel foglalkozó farmerek, tudományos kutatók és szaktanácsadók között.

2012-ben arra voltak kíváncsiak e cikk szerzői, hogy vajon a tudományos kutatás szempontjából mennyire hasznos a közösségi média, hogyan viszonyulnak ezekhez a kommunikációs és tartalommegosztó eszközökhöz a UPLB-n dolgozó tudósok, ismerik-e és használják-e őket, s ha igen, akkor mire? Szerették volna azt is meghatározni, hogy milyen tényezők korrelálnak a közösségi média tudományos célú használatának mértékével. Számít-e az életkor, az internethez való hozzáférés módja, a szolgáltatások és eszközök ismerete, a tudományos kutatás formája, vagy esetleg az új technológiák elfogadására való hajlam? A kérdőíves felmérés témája azért is volt aktuális, mert az egyetem fejleszteni szeretné a külső PR tevékenységét, a helyi közösséggel való kommunikációt és együttműködést, így a kapott eredmények hasznos információkkal szolgálhatnak nem csak a tudományos és oktatási tevékenység hatékonyabbá tételéhez, hanem a közösségi média PR jellegű hasznosításához is.

Az egyetem szóba jöhető 847 tudományos munkatársa közül véletlenszerűen, de a nagy tudományterületeket arányosan reprezentálva választottak ki 86-ot, akik papíron vagy online tölthették ki a szándékosan rövidre tervezett kérdőívet. A 35 év alattiak aránya 23,1%, az 56 év felettieké pedig 22,1% volt a mintában. A válaszadók mintegy fele a munkahelyén kívül otthonról is eléri az internetet, és ugyancsak magas, 43,5% volt azok aránya, akik mobil eszközökkel bárholra tudnak kapcsolódni a hálózatra. Ami a kutatási formát illeti, közel negyedük írta azt, hogy más egyetemeken vagy más szervezeteknél dolgozó kollégákkal működik együtt, és hasonló volt azok aránya is, akik az egyetemen belüli munkacsoportokban tevékenykednek. Mindössze 7% válaszolt úgy, hogy egyedül kutat. A Rogers-féle innovációelfogadási besorolás szerint 22,1% tekintette magát *újító* típusúnak, további 40,7% *korai elfogadó*ként minősítette magát, a *lemaradóké* pedig 11,6% volt. (A *kései többség* kategóriát senki nem választotta.)

A közösségi média eszközei közül leginkább a közösségi hálókat ismerték a megkérdezettek: egy ötfokú skálán; 4,1-es átlagot ért el ez a médiatípus.

A kép- és videomegosztó, valamint a videokonferencia-rendszerek kaptak még viszonylag magas ismertségi átlagokat (1. ábra). A kérdőívben arra is rákérdeztek, hogy a különböző típusok közül melyiket mennyire tartják hasznosnak a kutatási folyamat egyes fázisaiban? A válaszadók szerint a kutatási lehetőségek felmérése közben a wikik és a GoogleDocs a leghasznosabb eszközök, míg az olyan közösségi oldalak, mint a Facebook, a Google+ és a LinkedIn inkább az együttműködő partnerek megtalálásában segítenek. A szakirodalom áttekintéséhez ismét a wikik és a GoogleDocs, valamint az Academia.edu nevű tudományos közösségi háló és a Mendeley bibliográfia-menedzser és -megosztó szajt az alkalmas eszközök. Támogatásszerzésre, adatgyűjtésre és adatelemzésre, valamint a kutatási folyamat menedzselésére kevésbé jó a közösségi média, a megkérdezettek szerint. A tudományos eredmények terjesztésére viszont több eszközt is megfelelőnek ítétek. Összességében – átlagolva az eltérő tudományterületekről kapott minősítéseket is – a tudományos kutatáshoz a közösségi hálózatok, a publikáció-megosztó helyek és a dokumentumok közös szerkesztését biztosító eszközök bizonyultak a leginkább használhatóknak, míg a mikro-blogok és az online konferenciaszolgáltatások a legkevésbé hasznosoknak (1. ábra).



1. ábra A különféle közösségi médiatípusok ismertségi szintjének átlagai egy ötfokú skálán mérve (1 = nem ismeri, 5 = nagyon jól ismeri)

Tudományos információforrásként – a hagyományos formákkal is összevetve – a közösségi médiát értékelték a legalacsonyabbra (3,79-es átlag),

miközben – nem meglepő módon – a szakfolyóiratok (4,92), a szakkönyvek (4,70) és a konferenciakiadványok (4,62) kerültek a dobogós helyekre. Amikor szakmai információkra van szükségük, akkor a kutatók elsősorban a weben és az előfizetett elektronikus folyóiratokban keresgélnek, ritkán fordulnak a közösségi hálózatokhoz vagy fórumokhoz, viszont előszeretettel használják ezeket a publikációik és konferencia előadásaiak terjesztésére, népszerűsítésére. A közösségi média számukra nemcsak azért fontos, mert sok embert lehet elérni vele, hanem mert a kutatási-fejlesztési partnereikkel is kapcsolatot tudnak tartani a segítségével.

Ami a használat gyakoriságát illeti, az olyan közös szerkesztést biztosító szolgáltatások vezetnek, mint a GoogleDocs, valamint a közösségi hálók, tehát a Facebook és társai. A válaszadók csaknem negyede mindegyik felsorolt szolgáltatást ismeri és használta már, vagyis az előbbieken túl a video- és képmegosztó oldalakat (Youtube, Multipliy, Flickr), a videokonferenciát (Skype), a mikroblogot (Twitter), a blogokat (WordPress, Blogger), a publikáció- és prezentációmegosztókat (Scribd, Slideshare) és az olyan, kifejezetten tudományos jellegű közösségi helyeket, mint a korábban említett Academia.edu és Mendeley.

A felmérés résztvevői úgy ítélték meg, hogy elsősorban a tudományos munka hatékonyságát és a produktivitást tudja növelni a közösségi média, viszont az is kiolvasható volt a válaszaikból, hogy az ezeken a csatornákon kifejtett aktivitás nem emeli automatikusan a szakmai hírnevet. Motivációs okként többnyire magát a technológiát, illetve az egyéni kezdeményezést jelölték meg, legkevésbé pedig az egyetem vezetése játszott szerepet abban, hogy elkezdték használni ezeket az eszközöket. A gátló tényezők listáján a lassú internetkapcsolat vezet, ezt követi a bizonytalan jogi és copyrighthelyzet, valamint az időhiány.

A felmérést végzők Spearman-féle rangkorrelációs módszerrel igyekeztek kapcsolatot találni a különféle változók között, a kutatás kezdetén megfogalmazott hipotéziseik megerősítése vagy megcáfolása céljából. Végül is nem sikerült összefüggést kimutatni a közösségi médiahasználat mértéke és az életkor, a hálózathoz való hozzáférés módja, a kutatási forma, sőt az innovációelfogadási attitűd között sem. Közepes korreláció mutatkozott a

szolgáltatások, illetve eszközök ismerete és azok használati szintje közt, ami érthető, de hogy ez a kapcsolat nem szorosabb, az egyben azt is jelzi, hogy a UPLB kutatói esetében elég jelentős távolság van a közösségi média különféle formáinak ismerete és azok tényleges használata között. Tekintve, hogy a megkérdezettek alapvetően hasznosnak tartották a közösségi médiát a tudományos kutatás szempontjából, a tényleges használat mértékének magyarázatát a motiváló és az akadályozó tényezők összhatásában kell keresnünk. Utóbbiak közül a sáv szélesség növelése és az egyetem vezetésének aktív támogató szerepe eredményezhet pozitív változást. Érdeemes volna az internethasználatra vonatkozóan már létező egyetemi AUP-t (acceptable use policy) kiegészíteni egy olyan résszel, amely a közösségi média oktatási, tudományos és szaktanácsadói célú használatát ösztönzi és szabályozza.

Hivatkozások

- [1] HOWARD, J.: Social media lure academics frustrated by journals. = Chronicle of Higher Education, 2011. febr. 20.
<http://chronicle.com/article/Social-Media-Lure-Academics/126426/> (letöltve: 2011.11.30.)
- [2] BUKVOVA, H.: Scientists online. A framework for the analysis of Internet profiles. = First Monday, 16. kötfv. 10. sz. 2011.
<http://firstmonday.org/article/view/3584/3065> (letöltve: 2012.01.06.)
- [3] KJELLBERG, S.: I am a blogging researcher. Motivations for blogging in a scholarly context. = First Monday, 15. köt. 8. sz. 2010.
<http://firstmonday.org/article/view/2962/2580> (letöltve: 2011.12.11.)
- [4] Social media and research workflow. Centre for Information Behaviour and the Evaluation of Research (CIBER), University College London és Emerald Group Publishing, 2010.
<http://ciber-research.eu/download/20101111-social-media-report.pdf> (letöltve: 2011.11.04.)

/CRUZ, Florante – JAMIAS, Serlie B.: Scientists' use of social media. The case of researchers at the University of the Philippines Los Baños. = First Monday, 18. köt. 4. sz. 2013.
<http://firstmonday.org/ojs/ondex.php/fin/rt/printerFriendly/4263/3650/>

(Drótos László)