

“Продвижения научно-технических разработок в сфере LifeScience посредством использования социальных сетей в условиях современной экономической ситуации”.

Ефимова В.А. (Университет ИТМО), Климитенко П.В. (Университет ИТМО)
Научный руководитель – Стажарова Дарья Михайловна (Университет ИТМО)

Мир непрерывно развивается. Процесс эволюции затрагивал и продолжает затрагивать все сферы общественной жизни. С развитием общества появляются и совершенствуются сведения о науке о мире, в том числе о науке о природе, окружающей среде и здоровье, которые являются важными аспектами жизни человека. Комплекс таких дисциплин называется LifeScience, который в свою очередь является системой активно развивающихся междисциплинарных знаний в сферах медицины, фармацевтики, экологии и здравоохранения. Науки о жизни, как их еще называют, довольно перспективны в условиях современного социально-экономического положения населения планеты. Их изучение актуально в силу многочисленных проблем, вызванных деятельностью человека на Земле. Эти дисциплины способны предложить множество решений данных вопросов. Однако из-за своей новизны и необычности они нелегко находят отклик среди людей, далеких от науки, на которых и направлены результаты деятельности ученых и разработчиков этого комплекса дисциплин.

Без новейших разработок, создающихся под актуальные жизненные ситуации, человечество не сможет выжить, его будет ждать стагнация. Новшества внедряются во все сферы деятельности во благо обществу. Безусловно, они приносят огромную пользу человечеству в различных своих проявлениях. Некоторые ускоряют бытовые процессы, другие просто улучшают их качество, тогда и в работе становится меньше ошибок, третьи заботятся о здоровье человека, защищая от взаимодействия с веществами и продуктами, которые могут плохо влиять на его самочувствие. Все эти изобретения оказывают влияние как на жизнь учёных и разработчиков, так и на жизни других людей. Отрицать прогресс, который сопутствует таким инновациям, невозможно. Несмотря на вышеперечисленные факторы, всё же большинство нововведений не находят должного признания в силу того, что разработчики не знают, как правильно их преподнести широкой публике.

Для того, чтобы люди могли знакомиться с научными разработками, конечно, необходима и подготовка социально-культурной отрасли, которая поможет обществу понимать инновации. Однако на данном этапе (в современном мире) уже сформировано достаточно положительное отношение и неподдельный интерес ко всякого рода изобретениям, потому что большинство людей старается заботиться о себе, своём здоровье, экологии и окружающей среде в целом. Например, глобальные инвестиции в медицинский сектор составили 44 млрд долларов. К сожалению, даже с наличием огромного количества современных источников информации мало кто знает о создающихся новшествах, потенциальный вклад которых огромен для человечества.

В данном случае объектом продвижения являются новшества и разработки, то есть что-то материальное, применимое в практической деятельности человека. Распространять это нужно именно в сфере экономики, которая и направлена на удовлетворение человеческих потребностей путём создания необходимых товаров и услуг. Разработки LifeScience очень значимы для человечества в целом. В современной капиталистической экономике, которая характеризуется наличием обильной конкуренции между множеством фирм, возрастает необходимость в правильном продвижении разработок на рынке. Не зная о различных

методах популяризации, люди рискуют не предать массовой огласке факты открытий, которые безмерно значимы для общества.

В силу того, что наука - сложный род деятельности, который мало понятен общественным массам, ученые сталкиваются с рядом проблем. Как преподнести изобретение широкой публике, через какие каналы стоит это делать, как капитализировать разработку - острые вопросы, на которые многие люди науки не знают ответа. Благодаря появлению социальных сетей (таких как TikTok и Инстаграм, алгоритмы которых способны распознавать виды контента), которые интересуют как молодежь, так и людей старшего поколения, продвижение инноваций стало возможным в более простых и понятных для обычных людей формах. Так, даже самый далекий от науки человек сможет познакомиться с современными разработками, быть в курсе всех событий в научной сфере, ученые смогут находить потенциальных инвесторов среди заинтересованной аудитории, а проблема продвижения научно-технических разработок в сфере Life-Science будет решена.

Таким образом, цель работы - осветить эффективные методы продвижения разработок в сфере LifeScience с помощью социальных сетей, оценить их потенциал и результативность.

Ефимова В.А. (автор)

Подпись

Климитенко П.В (автор)

Подпись

Сидорова Е.И. (научный руководитель)

Подпись