

Użycie narzędzi internetowych w tym social mediów w celu promocji rezultatów projektu na przykładzie realizacji projektu Minecrop.

Abstrakt

Artykuł prezentuje korzyści płynące z wykorzystania social mediów w promocji projektu i upowszechniania rezultatów. Projekt MINECROP jest przykładem użycia narzędzi internetowych w celu dotarcia do maksymalnie dużej liczby odbiorców z poszczególnych grup docelowych.

Słowa kluczowe: media społecznościowe, narzędzie internetowe, upowszechnienie

Wstęp

Celem projektów Erasmus+ jest wspieranie innowacji, wzmacnianie współpracy międzynarodowej, rozwój kompetencji uczestników, promowanie integracji społecznej oraz wpływanie na rozwój polityki edukacyjnej. W ramach każdego projektu zaplanowane jest wypracowanie konkretnych rezultatów np. przewodników, podręczników, materiałów szkoleniowych, platform edukacyjnych, gier edukacyjnych itd. Dodatkowym założeniem każdego projektu jest upowszechnienie powstałych rezultatów wśród wytypowanych grup docelowych. W dobie rozwoju Internetu a w szczególności mediów społecznościowych kluczowe jest korzystanie z tych narzędzi internetowych w celu promocji zarówno rezultatów jak i idei całego projektu.

Media społecznościowe charakteryzują się wysokim stopniem interaktywności, wykorzystując powszechnie dostępne i rozbudowane techniki komunikacji. Serwisy społecznościowe są internetowym miejscem spotkań ludzi, którzy wymieniają się informacjami w oparciu o indywidualne profile, wykorzystując do tego celu specjalnie opracowany interfejs. Umożliwiają nawiązywanie kontaktów w różnorodnych formach: za pomocą for dyskusyjnych, wymiany wiadomości etc. Najistotniejszą z cech tego typu serwisów jest możliwość tworzenia grup łączących użytkowników według określonych kluczy – wspólne zainteresowania, miejsce pracy lub wykonywany zawód.

Korzyści z zastosowania mediów społecznościowych na przykładzie MINECROP

Użycie mediów społecznościowych może znacząco wpłynąć na upowszechnienie rezultatów projektu, zwłaszcza jeśli chodzi o zrównoważone rolnictwo. Media społecznościowe mogą pomóc w promowaniu i szerzeniu wiedzy o projekcie ze względu na ogromny zasięg i dostępność. Ze względu na charakter międzynarodowy projektu dotarcie do europejskich odbiorców z poziomu krajowego mogłoby okazać się dużym wyzwaniem. Projekt prowadzony jest przez partnerów z spośród kilku krajów unijnych zatem dotarcie do grup docelowych innych

krajów odbywać się może właśnie za pomocą narzędzi internetowych w tym narzędzi komunikacji jakimi są media społecznościowe.

W przypadku projektu MINECROP zdecydowano się na użycie następujących platform: Facebook oraz LinkedIn. Dodatkowo partnerzy korzystają również z często używanych przez siebie innych mediów społecznościowych takich jak Instagram i TikTok. Jedną z przyczyn użycia tych kanałów komunikacji jest ich łatwa dostępność, co ułatwia szerzenie informacji.

Media społecznościowe umożliwiają dotarcie do szerokiego i zróżnicowanego audytorium na całym świecie. Informacje o projekcie mogą dotrzeć do ludzi, którzy w inny sposób mogliby się o nim nie dowiedzieć. Media społecznościowe umożliwiają dwukierunkową komunikację, co pozwala na bezpośredni dialog z odbiorcami. Czynnikiem wpływającym na tak dużą powszechność zastosowania tych narzędzi jest również wysoka atrakcyjność oferowanych treści, na która wpływa dodanie zdjęć, filmów czy infografiki, które przyciągają uwagę odbiorców i zwiększają zaangażowanie.

Media społecznościowe umożliwiają budowanie społeczności wokół projektu. Grupy na Facebooku, fora dyskusyjne, hashtagi na Twitterze czy Instagramie. W przypadku projektu MINECROP mogą skupić ludzi zainteresowanych zrównoważonym rolnictwem, dbałością o klimat i środowisko. Dodatkowym atutem jest możliwość nawiązania współpracy z ekspertami i organizacjami, które wykazują podobne cele i wartości. Regularne publikowanie treści nawiązujących do tematyki projektu utrzymuje zainteresowanie na stałym poziomie dzięki czemu treści edukacyjne przyswajane są w sposób ciągły. Możliwość umieszczania odnośników do szczegółowych treści edukacyjnych pozwala uzyskać szeroki zasięg.

W związku z możliwością umieszczania komentarzy pod postami, udostępniania i dodawania reakcji istnieje możliwość stałego monitorowania stopnia zainteresowania publikowanymi treściami. Jest to cenna informacja dla realizatorów projektu co do atrakcyjności oferowanych treści jak i stopnia zainteresowania użytkowników.

Bezsporną korzyścią zastosowania mediów społecznościowych w celu promocji projektu jest niski koszt – wystarczy dostęp do komputera z Internetem oraz dobry pomysł na stworzenie treści atrakcyjnych wizualnie.

Konkluzje

Wykorzystanie mediów społecznościowych w celu upowszechnienia rezultatów projektu o zrównoważonym rolnictwie może znacznie zwiększyć jego widoczność, zasięg i wpływ oraz promocje działań angażując szeroką publiczność i budując silną społeczność wokół projektu. Dzięki użyciu mediów społecznościowych możliwe jest zebranie wszystkich grup docelowych projektu jakimi są edukatorzy, trenerzy, rolnicy przedstawiciele sektora rolniczego i wszystkie osoby zainteresowane zastosowaniem zielonych praktyk w rolnictwie.

1. A Piechota. Social media – sprawne narzędzie komunikacji w środowisku naukowym. Nowa Biblioteka. Usługi, Technologie Informacyjne i Media 4:37-52.
2. M. Dorenda-Zaborowicz, Marketing w social media, „Nowe media”, nr 3, 2012, s. 59.
3. M. Grębosz, E-konsument a portale społecznościowe, „Handel Wewnętrzny”, wrzesień październik, t. 3, 2011, s. 179 [za:] M. Laskowski, Problematyka budowy serwisu społecznościowego na przykładzie projektu lokalnego portalu kulturalnego – studium przypadku, „Scientific Bulletin of Chełm, Section of Mathematics and Computer Science”, No. 1, 2008, ss. 186-187.