

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Выполнение работ по изучению и анализу текущей практики ведения просветительской деятельности в цифровой среде.

1.1. Изучение и анализ ведения Российским обществом «Знание» просветительской деятельности в цифровой среде в период с 01.01.2021 по 30.06.2022.

Российское общество «Знание» представлено в цифровой среде обширным просветительским контентом, реализованном с использованием следующих форматов:

-просветительские марафоны, форумы и воркшопы с онлайн-трансляцией («Новые горизонты», «Умный маршрут!», «В деле!», «Знание. Экология», «Знание. Наследие России», «Россия в мире» и др.). Материалы размещены в разделе «Библиотека знаний» и на площадках Российского общества «Знание» в социальных сетях (VK, Telegram на 30.09.2022);

-открытые уроки (открытые уроки ключевых политических и общественных – Президента РФ, Министра обороны РФ, главного врача больницы «Коммунарка»; открытые уроки на социально значимые темы – «Большие вызовы современного мира и возможности российской науки» и т.п.). Формат открытых уроков связан с проводимыми просветительскими марафонами;

-видеолекции по различным областям знания (контент сопровождается тегом «лекция»);

-лекции-экскурсии (разновидность видеолекций – лекции-экскурсии проводили губернаторы различных областей и глав регионов, в знаковых культурных, природных и общественных локациях – Севкабель, Прохоровское поле, база «Динамо», Долина гейзеров, СПбГУ);

-документальные фильмы (сериал «Билет в будущее», «Эльбрус. Великая вершина», «Сахалинская область – Россия на островах» и др.);

-интервью («Синхронное плавание: история чемпионки», «Медиаменеджмент. Рецепт успеха для молодых специалистов» и др.).

В качестве одной из рекомендаций, предлагается *дополнить архитектуру сайта <https://www.znanierussia.ru> возможностью навигации по жанрам контента* в разделе «Библиотека знаний» (в настоящее время присутствует только возможность поиска по областям знаний). Это позволит пользователям, заинтересованным, например, в интервью или документальных фильмах, обратиться сразу к полному перечню материалов в конкретном жанре и облегчит их поиск.

К специальным проектам Российского общества «Знание» относятся:

-проекты, нацеленные на популяризацию визуальных искусств («Умное кино», «В первом ряду», «Знание. Театр»);

-конкурсы «Лига лекторов» и «Лига Знаний»;

-конкурс Премия «Знание»;

-Просветительский хакатон.

Наибольшую популярность набирают конкурсы «Лига лекторов» и «Премия “Знание”», о чем свидетельствует рост заявок и интеграция лекторов-победителей в деятельность Российского общества «Знание» (совместные проекты, экспертная деятельность и т. п.).

Относительный интерес к деятельности Российского общества «Знание» в российской части сети Интернет хорошо определяется благодаря косвенным данным, которые можно получить с помощью статистики поисковых запросов в поисковых машинах Yandex (wordstat.yandex.ru) и Google (Google Trends). Подобный подход хорошо себя зарекомендовал как инструмент точного анализа ситуации во время эпидемии коронавируса Covid-19. Согласно данным поисковика Yandex поисковый запрос «Общество Знание» относится к разряду среднечастотных (см. рис. 1, рисунки размещены в конце раздела 1.1.).

В среднем количество запросов об обществе «Знание» находится в районе 80–90 тыс. в месяц. Наблюдается ежегодное летнее снижение интереса к его деятельности, что, очевидно, связано с сезоном летних отпусков и каникул в сфере образования. Необходимо также отметить, что данные о

поисковых запросах по ключевому слову «Лига Лекторов» говорят об относительно низкой популярности данного проекта (см. рис. 2).

Показатели запроса «Лига Лекторов» находятся на уровне низкочастотных запросов, что в какой-то степени не удивительно ввиду относительно недавнего старта проекта. Вообще, показатели интереса к Российскому обществу «Знания» в Рунете выглядят сравнительно достойно. Так, запросов по ключевому слову «ПостНаука» значительно меньше: 8–9 тыс. ежемесячно (см. рис. 3).

При этом, если включить в сравнение цифровую энциклопедию Википедия, то интерес к ее содержанию носит значительно более массовый характер и колеблется в районе 15 млн. запросов ежемесячно (см. рис. 4.). Такой результат легко объясняется как длительностью работы данного проекта, так и массовостью информационных материалов и количества участников.

Данные сайта Google Trends, к сожалению, не содержат абсолютных цифр. Тем не менее, можно сказать, что интерес к Российскому обществу «Знание» находится на уровне конкурирующих проектов. В качестве примера приведем сравнение запросов «Общество Знание» и «ПостНаука» в системе Google Trends (см. рис. 5).

Результативность и охват целевых аудиторий обществом «Знание» во многом может определяться работой в социальных сетях, которые выступают инструментом привлечения внимания широких аудиторий. В табл. 1 представлены данные о числе подписчиков на группы в социальных сетях известных в России просветительских проектов.

Табл. 1. Социальные сети Российского общества «Знания» в сравнении с конкурентами (по количеству подписчиков)

	Вконтакте	Телеграм	YouTube	Одноклассники	Yandex Дзен
Общество «Знание»	138 тыс.	7,8 тыс.	14 тыс.	-	-

ПостНаука	505 тыс.	12,5 тыс.	1 млн. 170 тыс.	115 тыс.	-
Арзамас	446 тыс.	45,8 тыс.	1 млн. 470 тыс.	174 тыс.	-
N+1	230 тыс.	40 тыс.	4,5 тыс.	213 тыс.	155 тыс.

Следует обязательно подчеркнуть, что количество подписчиков само по себе ни о чем не говорит, поскольку в Рунете широко распространена практика «накрутки подписчиков». Поэтому более адекватным подходом является анализ индекса вовлеченности подписчиков. Данный показатель может быть вычислен с помощью сервиса Popsters. За последний месяц средний индекс вовлеченности группы общества «Знание» составил 0,29%. (См. рис. 6)

Сравнение данных об эффективности коммуникации в социальных сетях оказывается не в пользу проекта «ПостНаука» (см. рис. 7)

Сравнение данных об эффективности коммуникации в социальных сетях также оказывается не в пользу проекта «Арзамас» (см. рис. 8)

Данные продвинутой статистики говорят о том, что подписчики общества «Знание» значительно лучше реагируют на посты в социальной сети Вконтакте, чем в других просветительских проектах. Это касается как такого упрощенного показателя как «лайк», так и количества комментариев к постам. Эти данные позволяют надеяться на органический рост аудитории общества «Знания» и привлечение более широких слоев активной аудитории в ближайшее время.

Анализ официального аккаунта Российское общество «Знание» в социальной сети «Вконтакте» демонстрирует регулярную работу по наполнению группы контентом, активную обратную связь подписчикам, что было подкреплено данными об эффективной коммуникации. Однако наряду с этим присутствует элемент определенной рассредоточенности контента. Российское общество «Знание» представлено 85-ю Региональными отделениями в 8 округах. «Вконтакте» при поисковом запросе выдается порядка 80 отдельных групп («Российское общество “Знание”|Бурятия»,

«Российское общество «Знание»|Рязань», «Российское общество «Знание»|ПФО» и др.). Количество подписчиков в этих группах варьируется от 24 до 7742, для сравнения – основная группа общества «Знание» аккумулирует 138 тыс. подписчиков (на 30.09.2022). В основной группе отсутствуют какие-либо ссылки на региональные группы, принадлежность последних можно идентифицировать, в частности, по фирменной символике (внутри региональных групп есть ссылки на центральные ресурсы). Косвенным образом, это приводит к тому, что общая картина деятельности Российского общества «Знание» оказывается фрагментарной. Для стимулирования и интеграции контента можно предложить *дополнить раздел «Ссылки» в основной группе ссылками на укрупненные группы, освещающие работу общества «Знание» в федеральных округах (ДФО, СКФО, СФО и др.)*.

Еще один важный момент присутствия Российского общества «Знание» в цифровой просветительской среде связан с выстраиванием партнерских взаимоотношений с различными организациями.

Российское общество «Знание» сотрудничает со следующими организациями, образовательными учреждениями и корпорациями: Министерство Просвещения РФ, Министерство науки и высшего образования РФ, ВКонтакте, Сбер, Росмолодежь, Росатом, Российское-военно-историческое общество, Российская академия наук, Нетология, Сириус, ВШЭ, Россия – страна возможностей, Большая перемена, РЖД, СПбГУ, МФТИ и др. При анализе активности данных организаций в цифровой среде обращает на себя внимание низкая степень интеграции просветительского контента Российского общества «Знание» и освещения совместных проектов и событий на площадках организаций-партнеров в социальных сетях. Так, например, при поисковом запросе, сочетающим компоненты «РВИО» + «общество «Знание»», с ограничителем не менее 100 отметок «Нравится», выдается 30 новостей, из них только одна представляет собой случай удачной интеграции двух организаций (см. рис 9).

Успешным представляется опыт СПбГУ, в официальных аккаунтах и на центральном сайте которого регулярно освещаются совместные проекты с Российским обществом «Знание», мероприятия последнего, достижения универсантов, связанные с участием в проектах Российского общества «Знание» (см. табл. 2). Анализ участия СПбГУ в проектах Российского общества «Знание» становится предметом обсуждения на ректорских совещаниях в рамках политики открытости всех сфер жизни университета.

Таблица 2. Цифровые ресурсы СПбГУ (частичная выборка)

<p>Сайт СПбГУ</p>	<p>https://spbu.ru/news-events/novosti/spbgu-i-obshchestvo-znanie-zaklyuchili-soglashenie-o-sotrudnichestve; https://spbu.ru/news-events/novosti/lektoriy-obshchestva-znanie-v-spbgu-rasskazali-kak-izmenilos-povedenie; https://spbu.ru/news-events/novosti/universanty-voshli-v-chislo-pobediteley-pervogo-sezona-konkursa-liga-lektorov; https://spbu.ru/news-events/novosti/fizik-spbgu-anton-sheykin-stal-laureatom-premii-obshchestva-znanie-dlya; https://spbu.ru/news-events/novosti/docent-spbgu-aleksandr-lyov-pobeditel-konkursa-liga-lektorov-2022; https://spbu.ru/news-events/novosti/virtualnaya-progulka-po-spbgu-videoekskursiya-po-stareyshemu-universitetu-rossii (обращает на себя внимание тот факт, что в видео не указаны совместные теги организаций, см. https://vk.com/video-135454514_456241922); https://spbu.ru/news-events/novosti/spbgu-i-rossijskoe-obshchestvo-znanie-o-trendah-sovremennogo-obrazovaniya-i (хронологически относится к периоду после 30.06.2022). Распространение анонсов о мероприятиях Российского общества «Знание» ведется также через сайт Внеучебной деятельности СПбГУ с целью информирования обучающихся, например: https://students.spbu.ru/mmen-stipendii/konkursy-granty/inye-konkursy-granty/6369-rossijskoe-obshchestvo-znanie-otkryvaet-registratsiyu-na-uchastie-vo-vtorom-ture-ligi-znanij.html. Российское общество «Знание» в материалах ректорских совещаний СПбГУ: https://spbu.ru/openuniversity/documents/materialy-rektorskogo-soveshchaniya-503#p6, https://spbu.ru/openuniversity/documents/materialy-rektorskogo-soveshchaniya-475#p4 и др.</p>
<p>Официальная страница СПбГУ «ВКонтакте» (74 тыс. подписчиков) и аффилированные с СПбГУ ресурсы</p>	<p>https://t.me/spbuniversity/281 https://t.me/spbuniversity/273 https://t.me/spbuniversity1724/143 (ТК-канал «Ландау позвонит») https://vk.com/video-5193138_456239766 (Телеканал МОСТ СПбГУ)</p>

При этом сохраняется задача продвижения и популяризации цифрового просветительского контента на основе коллаборации Российского общества «Знание» с организациями-партнерами.

Рис. 1. Статистика поисковых запросах по ключевой фразе «Общество Знание»

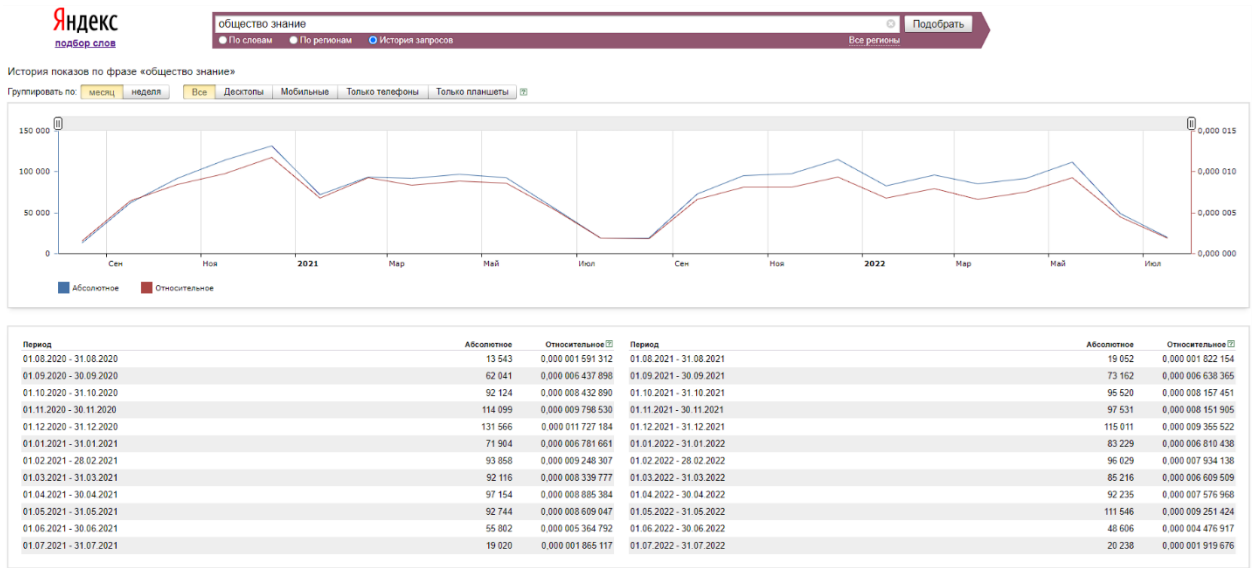


Рис. 2. Статистика поисковых запросах по ключевой фразе «Лига Лекторов»

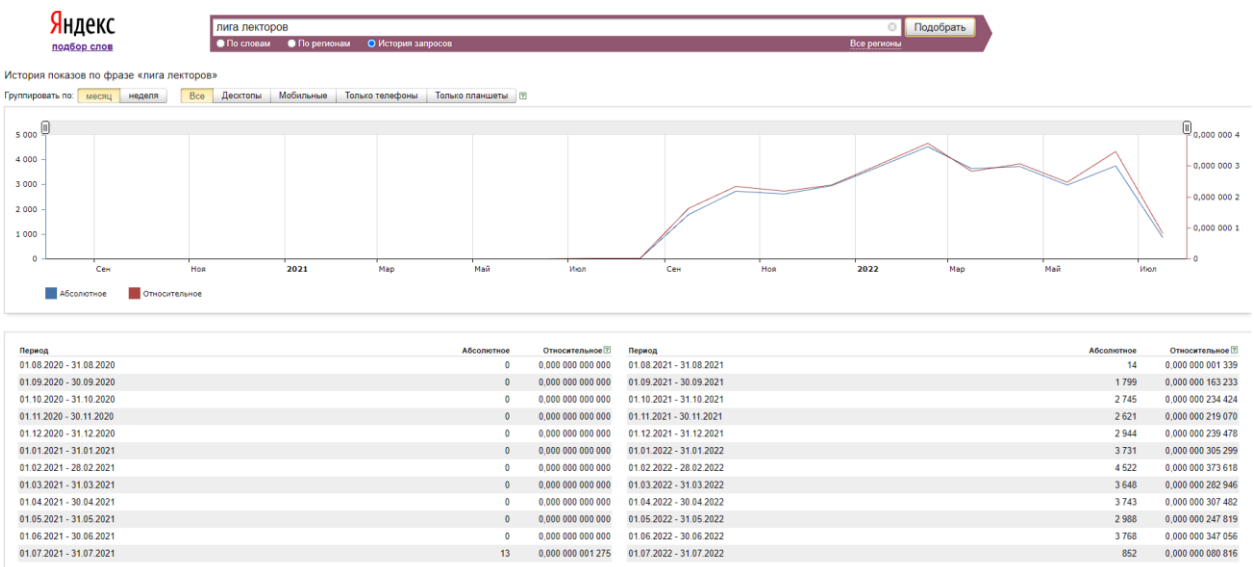


Рис. 3. Статистика поисковых запросах по ключевой фразе «Постнаука»

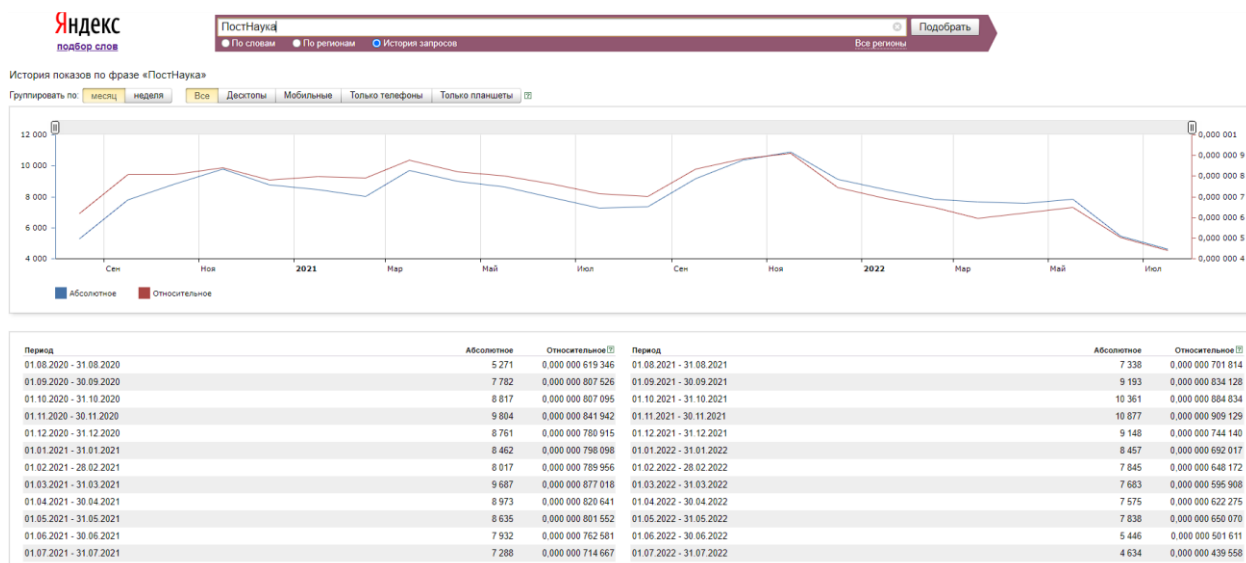


Рис. 4. Статистика поисковых запросах по ключевой фразе «Википедия»

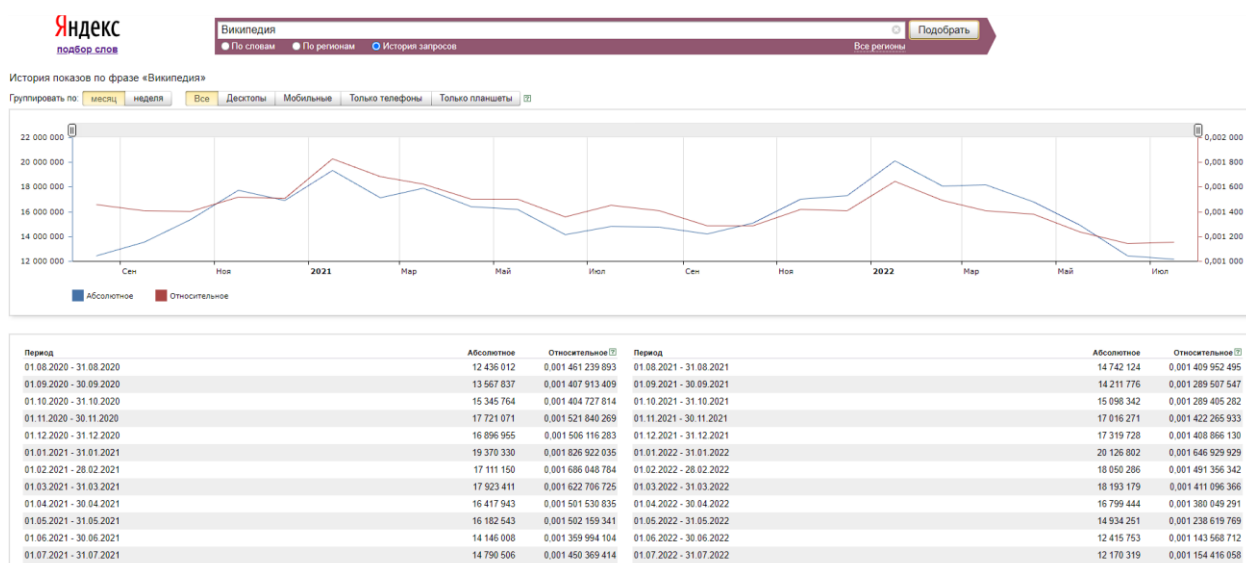


Рис. 5. Сравнение интереса к запросам «Общество Знание» и «ПостНаука» в системе Google Trends

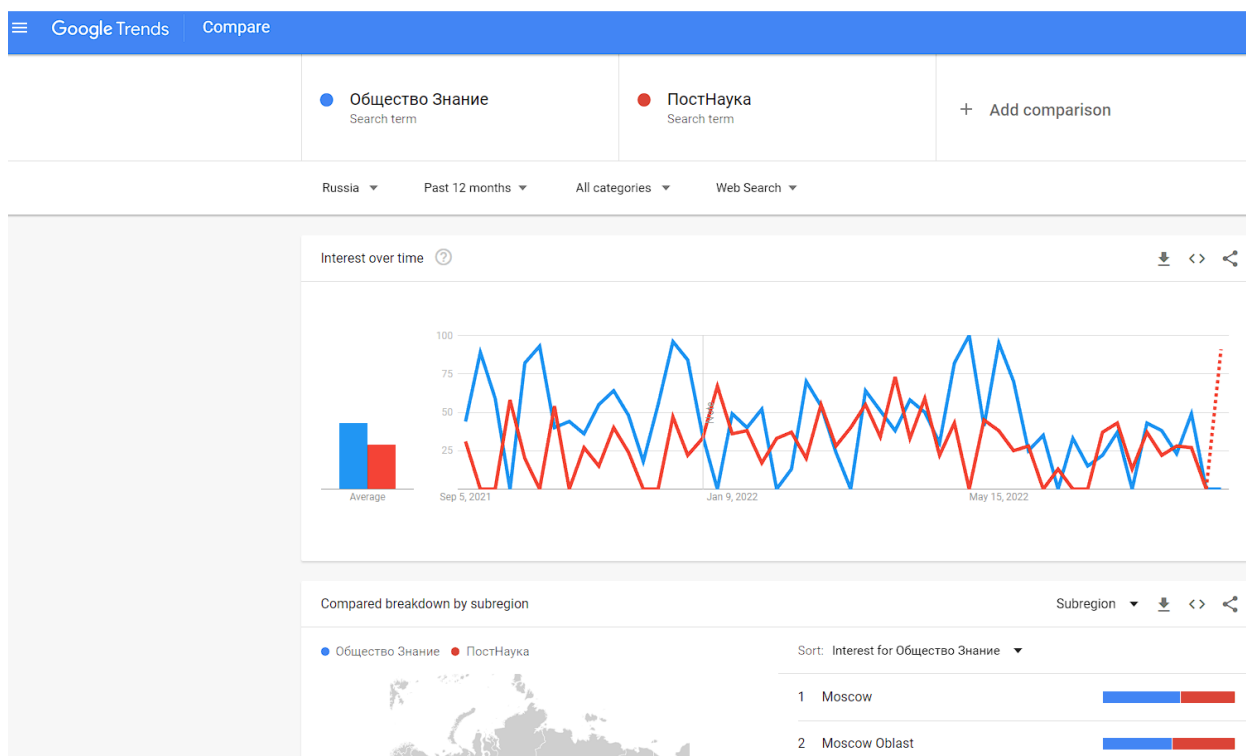


Рис. 6. Эффективность коммуникации в группе общества «Знание»

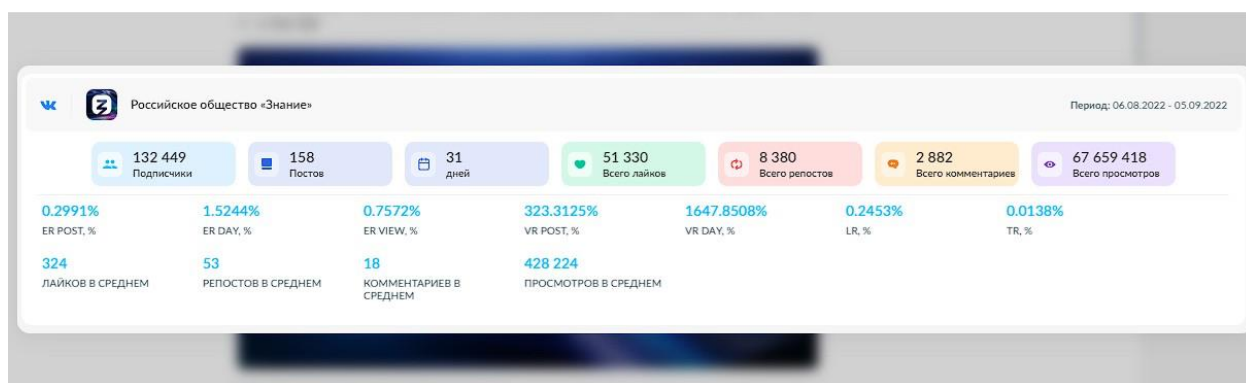


Рис. 7. Эффективность коммуникации в группе общества «ПостНаука»

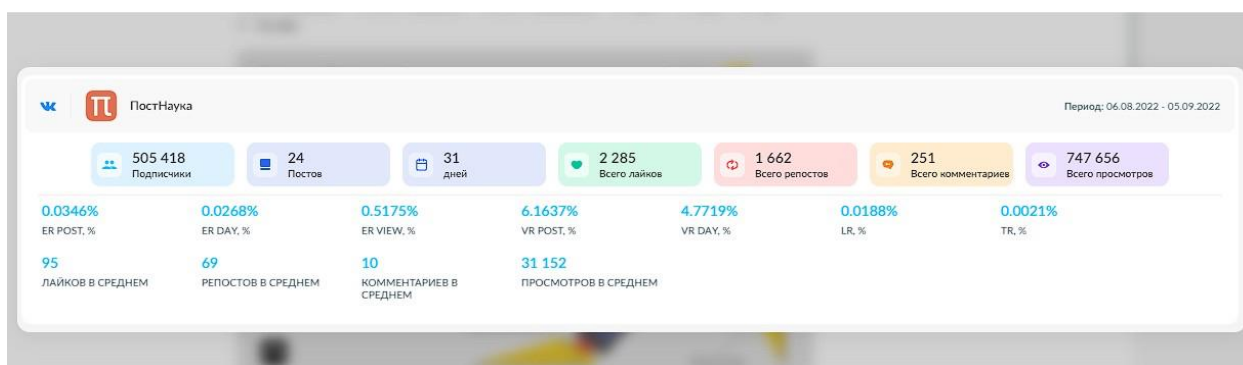
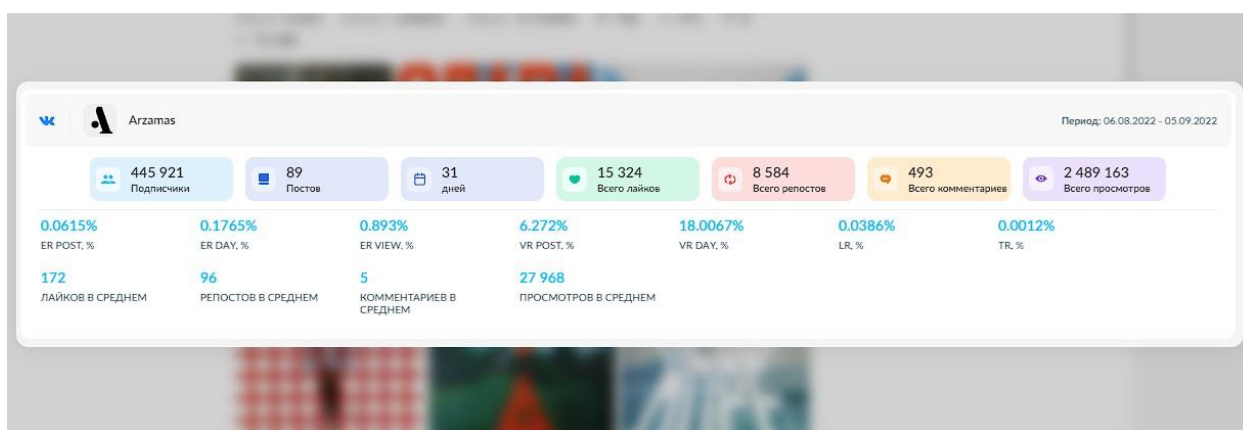


Рис. 8. Эффективность коммуникации в группе общества «Арзамас»



*Рис. 9. Вологодское отделение РВИО и Российское общество «Знание».
Коллаборация*



Вологодское отделение РВИО
25 мая 2022 в 11:06



Вчера в студии Российского общества «Знание» в Вологодском государственном университете председатель регионального отделения РВИО в Вологодской области Александр Метелкин рассказал про начавшуюся 10 лет назад операцию по извлечению летчиков из самолета ПЕ-2 в Тешемлевском болоте.

Четыре зимы шли поисковые работы. Удалось установить судьбы восьми летчиков. В Бабаевском районе появилось три новых мемориальных объекта, в трех музеях области экспонируются находки с места раскопок.

#тешемля #рвио #рвио35 #вологодскоеобъединениепоисковиков #знание
#поисковикирф



1.2. Анализ действующих правовых и организационных основ просветительской деятельности в цифровой среде.

Просвещение: общая характеристика и международные стандарты

В наиболее общем смысле просвещение представляет собой процесс освоения базовых (энциклопедических) знаний, необходимых разумной человеческой личности для жизни в обществе. Именно энциклопедии выступили одной из начальных форм просветительской деятельности. Авторами наиболее известного просветительского справочника – «Энциклопедии, или Толкового словаря наук, искусств и ремёсел» (фр. *Encyclopédie, ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*¹) были известные французские философы второй половины XVIII века (Д. Дидро, Вольтер, К. Гельвеций, Ш.Л. Монтескье, Ж. Ж. Руссо и др.). Ее авторы получили наименования энциклопедистов. Исходной целевой аудиторией для философов-просветителей была широкая публика. Задачами энциклопедистов стала популяризация науки и искусства. Причем просветительская деятельность подтолкнула к оформлению многих общественных и гуманитарных наук в качестве самостоятельных областей знания.

Просветительская деятельность, совпавшая с началом эпохи Нового времени, изначально связывается с верой в силу разума и познания. Именно такая трактовка этой категории утвердилась в общественных и гуманитарных науках со времен известной работы И. Канта «Ответ на вопрос: Что такое Просвещение?» (1784 г.)². По мысли немецкого мыслителя «просвещение – это выход человека из состояния своего несовершеннолетия, в котором он находится по собственной вине. Несовершеннолетие есть неспособность пользоваться своим рассудком без руководства со стороны кого-то другого... почти неизбежно, что публика сама себя просветит, если только предоставить ей свободу... Для этого просвещения требуется только свобода, и притом самая безобидная, а именно свобода во всех случаях публично пользоваться

¹ См.: URL: <https://encyclopedia.uchicago.edu/> (дата обращения: 29.09.2022)

² Кант И. Собр. Соч. в 6-ти томах. Т. 6. М., 1966. С. 25–35.

собственным разумом». Такое описание просвещения подчеркивает свободный и неформальный характер такой познавательной деятельности. Понятие совершеннолетия здесь используется не в смысле возраста, а как метафора развивающейся человеческой личности.

Большинство современных правопорядков регулируют просветительскую деятельность минимально в силу ее отнесения к категории неформального образования. Так, в соответствии с п. 39 Международной стандартной классификации образования (МСКО 2011), разработанной Институтом статистики ЮНЕСКО, «подобно формальному образованию, но являясь отличным от информального (от англ. informal), случайного обучения или несистемного обучения, неформальное (от англ. non-formal) образование – это образование, которое институционализировано, целенаправленно и спланировано лицом или организацией, обеспечивающей предоставление образовательных услуг. Определяющей характеристикой неформального образования является то, что оно является дополнением и/или альтернативой формальному образованию в обучении в течение всей жизни индивидуума. Обучение в рамках таких программ часто ведется для обеспечения всеобщего права доступа к образованию. Неформальное образование доступно людям всех возрастов, но оно не обязательно имеет непрерывную направленную структуру; оно может быть коротким по продолжительности и/или низким по интенсивности; и оно, как правило, также организуется в форме краткосрочных курсов, мастер-классов или семинаров. Неформальное образование чаще всего ведет к получению квалификаций, которые не признаются квалификациями формального образования или их эквивалентами, соответствующими национальными или субнациональными органами образования, либо квалификации совсем не присваиваются. Однако официально признанные квалификации могут быть получены в результате исключительного участия в специальных программах неформального образования: подобное часто происходит, если в рамках неформального образования восполняются компетенции, приобретенные в других

контекстах»³. Тем самым отличительной особенностью неформального образования выступают: отсутствие или минимальность стандартизации, его целевой аудиторией является широкая общественность, а целью служит обучению в течение всей жизни (от англ. lifelong learning).

Кроме того, «в зависимости от национального контекста, неформальное образование может охватывать программы по ликвидации неграмотности взрослых и молодежи, и программы для детей, не посещающих школу, а также программы по развитию жизненных и трудовых навыков, программы, направленные на социальное и культурное развитие. Оно может включать подготовку на рабочем месте для совершенствования или адаптации имеющихся квалификаций или навыков, обучение безработных или представителей экономически неактивного населения, а также в некоторых случаях возможные пути перехода к формальному образованию и обучению. Неформальное образование может также включать учебную деятельность, направленную на самообразование и, следовательно, не обязательно связанную с работой» (п. 40). Отсюда неформальное образование отождествляется с просветительской деятельностью, направленной на повышение грамотности детей, молодежи и взрослых. В тоже время в российском контексте понятие неформального образования частично пересекается с профобучением и дополнительным образованием детей и взрослых (ст. 73, 75 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ (ред. от 24 сентября 2022 г.) «Об образовании в РФ»). В последнем случае отдельное регулирование просветительской деятельности в рамках образовательного законодательства представляется избыточным.

Похожие подходы к просвещению распространены в рамочных актах региональных международных организаций, участницей которых является в настоящее время Российская Федерация. В соответствии со ст. 2 Модельного закона «О просветительской деятельности» (в ред. от 20 мая 2016 г.),

³ См.: Международная стандартная классификация образования. МСКО 2011. Монреаль: Институт Статистики ЮНЕСКО, 2013. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/iscsd-2011-ru.pdf> (дата обращения: 29.09.2022)

принятого Межпарламентской Ассамблеей Содружества Независимых Государств, просвещение определяется в качестве нестандартизированного процесса «распространения достижений науки и культуры, иных социально значимых сведений среди представителей широких слоев населения», а просветительская деятельность как «разновидность неформального образования; деятельность, направленная на распространение достижений науки и культуры, иных социально значимых сведений среди представителей разных слоев населения с использованием различных средств и методов, адекватных возрастным особенностям и уровню образования аудитории, осуществляемая в интересах человека, семьи, общества и государства; создание условий для социализации личности, мотивации ее на развитие активной позиции в просветительской деятельности»⁴. В этом модельном международном акте акцентируется внимание на цель популяризации научно-культурного и иного имеющего публичную ценность знания. В качестве целевой аудитории также определяются наиболее широкие группы населения.

Универсальные и региональные международные нормы в рассматриваемой сфере имеют определенную ценностную направленность. Просвещение и неформальное образование в этих актах, как правило, преследует цели продвижения глобальных ценностей. К примеру, широкое распространение в документах Организации Объединённых Наций получила такая разновидность просветительской деятельности как образование в области прав человека⁵. Согласно одному из программных документов ООН «образование в области прав человека может быть определено как усилия по образованию, обучению и информированию, которые предпринимаются для создания всеобщей культуры прав человека путем обмена знаниями, привития навыков и формирования позиций, которые направлены на: (а) укрепление

⁴ Постановление от 20.05.2016 № 44-11 Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ «О новой редакции модельного закона "О просветительской деятельности" // Информационный бюллетень. Межпарламентская Ассамблея государств-участников Содружества Независимых Государств. 2016. № 65 (ч. 1).

⁵ См.: Десятилетие образования в области прав человека Организации Объединённых Наций (1995-2004 годы). Нью-Йорк; Женева: ООН, 1998. 51 с.

уважения прав человека и основных свобод; (b) всестороннее развитие человеческой личности и чувства человеческого достоинства; (c) содействие взаимопониманию, терпимости, равенству мужчин и женщин и дружбе между всеми нациями, коренными народами и расовыми, национальными, этническими, религиозными и языковыми группами; (d) обеспечение для всех людей возможности эффективно участвовать в жизни свободного и демократического общества, в котором господствует право; (e) строительство и поддержание мира; (f) обеспечение устойчивого развития в интересах общества и социальной справедливости»⁶.

Значительную роль в сфере образования и просвещения в области прав человека в свое время играл федеральный омбудсмен⁷. По инициативе Уполномоченного по правам человека даже был подготовлен проект Федеральной целевой программы «Образование и правовое просвещение в области прав и свобод человека, форм и методов их защиты»⁸. Хотя этот проект не получил поддержки, в нем содержится описание рассматриваемой разновидности просветительской деятельности. Так, в документе подчеркивалось, что «важнейшая проблема в этой сфере – обучение правам человека, правовое просвещение и образование, нацеленные на формирование правового сознания, дающего не только знание прав и свобод, но и владение формами и методами их защиты... массовая правовая безграмотность в области прав и свобод человека, форм и методов их защиты порождает повсеместную безнаказанность и произвол властей, что, в конечном счете тормозит становление гражданского общества и правового государства»⁹. В настоящее время Уполномоченный по правам человека в РФ продолжает активно участвовать в правовом просвещении граждан¹⁰. В соответствии с

⁶ См.: План действий: Всемирная программа образования в области прав человека. Нью-Йорк, Женева: УВКПЧ, ЮНЕСКО, 2006. С. 14. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147853_rus (дата обращения: 25.09.2022)

⁷ См.: Образование и правовое просвещение в области прав человека. Сборник документов / под общ. ред. О.О. Миронова. М.: Юриспруденция, 2004. 296 с.

⁸ Там же. С. 228–261.

⁹ Там же. С. 236.

¹⁰ Москалькова Т. Н. Роль Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации в правовом просвещении граждан // Гражданское общество в России и за рубежом. 2018. С. 3.

Информацией, предоставленной Российской Федерации 2 февраля 2022 г. в Управление Верховного комиссара ООН по правам человека, «задача расширения практик преподавания дисциплины «Права человека» и реализации прочих образовательных программ, затрагивающих вопросы поощрения и защиты прав человека и гражданина, сохраняет актуальность для образовательных организаций всех уровней в Российской Федерации»¹¹.

Далее в настоящем разделе представлено описание действующего позитивного права в части определения понятия просветительской деятельности и общих требований к ее осуществлению; порядка, условия и форм осуществления просветительской деятельности; анализ правовых текстов, выражающих соответствующие правовые нормы, основанный, прежде всего, на системном и функциональном способах юридического толкования; общий обзор действующих правовых норм, предметом которых является регулирование отношений в цифровой среде, которые определяют, среди прочего, и общий контекст осуществления просветительской деятельности с использованием информационно-телекоммуникационных технологий.

Понятие просветительской деятельности и общие требования к ее осуществлению (федеральный закон)

Понятие просветительской деятельности на федеральном уровне впервые было введено Федеральным законом от 05.04.2021 года № 85-ФЗ,¹² который вступил в силу с 1 июня 2021 года.

Согласно п. 35 ст. 2 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее – «**Закон об образовании**») **просветительская деятельность** – это «*осуществляемая вне рамок образовательных программ деятельность, направленная на*

¹¹ Информация Российской Федерации о мерах по реализации четвертого этапа Всемирной программы образования в области прав человека, Reference: TESPRDD/METS/WPHRE/2022/EI/PT от 2 февраля 2022 г. // URL: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/issues/education/training/fourthphase/midterm-proress-report/states/2022-09-05/Russia-fourth-phase.docx> (дата обращения: 25.09.2022)

¹² Федеральный закон от 05.04.2021 N 85-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации"».

распространение¹³ знаний, опыта, формирование умений, навыков, ценностных установок, компетенции в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов и затрагивающая отношения, регулируемые настоящим Федеральным законом и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации».

Одновременно с определением в Закон об образовании была введена новая ст. 12.2, устанавливающая общие требования к осуществлению просветительской деятельности.

Так, согласно ч. 1 ст. 12.2 Закона об образовании, просветительскую деятельность *осуществляют* органы государственной власти, иные государственные органы, органы местного самоуправления, уполномоченные ими организации, а также *вправе осуществлять* физические лица, индивидуальные предприниматели и (или) юридические лица, при соблюдении требований, установленных Законом об образовании и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

В тексте ч. 2 ст. 12.2 Закона об образовании отражен запрет на использование просветительской деятельностью для разжигания социальной, расовой, национальной или религиозной розни, для агитации, пропагандирующей исключительность, превосходство либо неполноценность граждан по признаку социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности, их отношения к религии, *в том числе посредством сообщения недостоверных сведений об исторических, о национальных, религиозных и культурных традициях народов*, а также для побуждения к действиям, противоречащим Конституции Российской Федерации.

¹³ Здесь и далее с учетом правил лексического филологического толкования следует различать смысл слова «распространение», используемого в Законе об образовании применительно к знаниям, опыту и т.п., с одной стороны, и смысл слова «распространение», используемого в специальном смысле в Законе об информации применительно к информации.

Наконец, ч. 3 ст. 12.2 Закона об образовании содержит отсылочную норму, согласно которой порядок, условия и формы осуществления просветительской деятельности, а также порядок проведения контроля за ней устанавливается Правительством Российской Федерации.

Порядок, условия и формы осуществления просветительской деятельности, а также порядок проведения контроля за ней (постановление Правительства)

Порядок, условия и формы осуществления просветительской деятельности, а также порядок проведения контроля за ней отражены в Правилах осуществления просветительской деятельности, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 1 июля 2022 года № 1195 (далее – «**Правила просветительской деятельности**»)¹⁴.

Изложим соответствующие правила без смысловых повторов, обусловленных особенностями юридической техники.

Лицам, которые осуществляют и вправе осуществлять просветительскую деятельность, дается обобщенное краткое наименование «*организаторы просветительской деятельности*» (ч. 3 Правил просветительской деятельности).

Единственным исключением в части предмета регулирования является то, что Правила просветительской деятельности не распространяются на отношения, связанные с осуществлением просветительской деятельности в рамках *культурно-просветительской деятельности религиозных организаций*.

Ч. 4 Правил просветительской деятельности содержит существенное смысловое дополнение к положениям Закона об образовании, устанавливая, что содержание просветительской деятельности должно содействовать взаимопониманию и сотрудничеству между людьми, народами независимо от расовой, национальной, этнической, религиозной и социальной

¹⁴ Постановление Правительства РФ от 01.07.2022 N 1195 «Об утверждении Правил осуществления просветительской деятельности».

принадлежности, учитывать разнообразие мировоззренческих подходов, способствовать реализации права на свободный выбор мнений и убеждений, обеспечивать развитие способностей человека, формирование и развитие его личности *в соответствии с традиционными российскими духовно-нравственными ценностями* и требованиями законодательства Российской Федерации.

Перечень форм просветительской деятельности – открытый, как следует из ч. 5 Правил просветительской деятельности, и может включать в себя, среди прочего, лекции, презентации, семинары, мастер-классы, круглые столы, дискуссии, в том числе с использованием Интернета.

Из ч. 6 Правил просветительской деятельности следует, что иностранные агенты вправе осуществлять просветительскую деятельность, однако сообщения и материалы таких организаторов просветительской деятельности должны сопровождаться указанием на то, что эти сообщения и материалы созданы и (или) распространены лицом, выполняющим функции иностранного агента.

Ч. 7 Правил просветительской деятельности посредством установления обязанности организатора просветительской деятельности и отсылочной нормы повторяет ограничение, установленное ч. 2 ст. 12.2 Закона об образовании (недопустимость **использования** просветительской деятельности в целях разжигания различных видов розни и т.д.), но дополнительно указывает, что в просветительской деятельности также недопустимо **распространение** информации, указанной в ч. 1 ст. 10.6 Федерального закона от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – «**Закон об информации**»). Изначально указанные посредством отсылки к Закону об информации категории информации были определены для владельцев социальных сетей, в то же время, с точки зрения юридической техники, отсылка Правил просветительской деятельности только лишь к категориям информации означает, что такого рода информация запрещена к

распространению в любых видах просветительской деятельности – осуществляемых как с помощью социальных сетей, так и любым иным образом, в том числе без использования информационно-телекоммуникационных технологий. Исчерпывающий перечень признаков информации, запрещенной таким образом к **распространению** на уровне данной: *сведения, составляющие государственную или иную специально охраняемую законом тайну; материалы, содержащие публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающие терроризм; другие экстремистские материалы; материалы, пропагандирующие порнографию, культ насилия и жестокости; материалы, содержащие нецензурную брань.*

Сразу следует отметить различие между понятиями «**использование**» и «**распространение**», которые намеренно применяются в ч. 7 Правил просветительской деятельности, с точки зрения информационного права. «**Использование**» – широкое понятие, которое прямо не определяется в Законе об информации или иных актах информационного права (таких как, например, Федеральный закон от 27.07.2006 года № 152-ФЗ «О персональных данных»), хотя из системного толкования норм информационного права следует, что в российской правовой системе слово «использование» означает один из видов «обработки информации», который заключается в извлечении полезных свойств из информации (данных).¹⁵ «**Распространение**» в информационном праве – более узкое и специальное понятие (и антоним «предоставлению»). Так, согласно п. 9 ст. 2 Закона об информации, распространение информации – *это действия, направленные на получение*

¹⁵ Несмотря на существующее в рамках отдельных подходов в теории информации разграничение между данными (которые могут быть по-разному интерпретированы) и собственно информацией (которая является результатом интерпретации и выражает, таким образом, определенный смысл), в Законе об информации данное разграничение не признается, а информация и данные рассматриваются как тождественные понятия. Так, согласно п. 1 ст. 2 Закона об информации, «информация – сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления).

*информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц.*¹⁶

С формально-юридической точки зрения, такой подход позволяет использовать в просветительской деятельности особого вида (но с учетом прочих требований) информацию, которая указана в ч. 1 ст. 10.6 Закона об информации, при условии, что такая информация не будет именно распространяться, что представляется логичным. Так, например, в силу общих положений о просветительской деятельности, можно представить себе просветительскую деятельность, осуществляемую в «закрытом режиме» правоохранительными органами или органами военной администрации для соответствующей категории ограниченного круга лиц из числа состоящих на государственной службе с использованием материалов государственной тайны, которые необходимы для передачи опыта ограниченному кругу лиц, но не могут *распространяться* (хотя, таким образом, с точки зрения информационного права, могут *предоставляться* при соблюдении всех специальных норм). Аналогичным образом, гипотетический филологический просветительский проект, связанный с изучением нецензурной брани, как видно из действующих правовых норм, может быть реализован именно без *распространения* материалов, содержащих нецензурную брань (но с возможным *предоставлением* таких материалов).

С процессуальной (в широком смысле слова) точки зрения, Правила просветительской деятельности закрепляют новую функцию Министерства просвещения Российской Федерации проверять обращения о фактах **распространения** при осуществлении просветительской деятельности информации с нарушением законодательства Российской Федерации, включая, но не ограничиваясь этим, сами Правила просветительской деятельности. Обращение может быть подано любым лицом, Министерство должно рассмотреть его в течение 10 рабочих дней, и проинформировать

¹⁶ Предоставление информации, в отличие от распространения информации, составляют те же действия, но в отношении как раз определенного круга лиц.

организатора просветительской деятельности о необходимости устранения нарушений или прекращения распространения информации (чч. 9–10 Правил просветительской деятельности). Из формулировок данной части Правил просветительской деятельности следует, что речь идет только о распространении информации, но, в то же время, функции Министерства просвещения охватывают не только специальные ограничения на распространение информации, но и общие ограничения на распространение информации (это более широкая категория, которая отражается, например, в ст. 15.1 и других статьях Закона об информации).

Обязанности по уведомлению Министерства просвещения Российской Федерации о просветительской деятельности, установленные чч. 11–15 Правил просветительской деятельности (с возможным последствием в виде требования от Министерства устранить нарушения, о чем организатор просветительской деятельности информируется не позднее чем за 5 рабочих дней до предполагаемой даты начала ее реализации) установлены для узкого круга случаев: во-первых, речь идет только о ситуации, в которой организатор просветительской деятельности осуществляет такую деятельность (а) в отношении несовершеннолетних и при этом (б) с привлечением средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации; во-вторых, данная процедура не распространяется на *просветительскую деятельность, осуществляемую организатором просветительской деятельности, являющимся органом государственной власти, иным государственным органом, органом местного самоуправления, организацией, уполномоченной указанными органами, а также осуществляемую полностью или частично за счет средств грантов в форме субсидий из федерального бюджета, предоставляемых в соответствии с законодательством Российской Федерации.* Из данного положения, например, следует, что просветительский проект государственного университета, реализуемый в отношении совершеннолетних обучающихся, не требует какого-либо уведомления Министерства образования.

Анализ действующих правовых норм Российской Федерации о просветительской деятельности

На основе применения формально-юридического метода познания, а также лексического филологического и системного способов толкования правовых текстов, можно прийти к следующим ключевым выводам, существенно влияющим на понимание действующих правовых основ просветительской деятельности, в том числе, в цифровой среде:

1. На уровне действующего законодательства установлены, прежде всего, «ценностно-содержательные» ограничения просветительской деятельности практически любых видов, связанные, прежде всего, с традиционными российскими духовно-нравственными ценностями. Количество процедурно-организационных ограничений и требований минимально и касается узкого круга специальных случаев, предположительно не затрагивая в этой (организационно-процедурной) части большинство возможных просветительских проектов. Более подробно каждая из составляющих данного вывода раскрыта далее.

2. Понятие «просветительская деятельность» охватывает любые виды деятельности, в рамках которых осуществляется распространение знаний, опыта, формирование умений и т.д. согласно определению. Иными словами, и собственно просветительские проекты (в том смысле, как этот термин используется в экспертной среде, в том числе, как он понимается и в междисциплинарной части настоящего исследования), и открытые лекции собственных ученых, например, в Санкт-Петербургском государственном университете, и частные бизнес-семинары, проводимые в кругу коммерческих компаний, по повышению квалификации бухгалтеров или юристов, в равной степени, с точки зрения Закона об образовании, должны рассматриваться как «просветительская деятельность». Это следует из лексического филологического (по способу) и буквального (по объему) толкования п. 35 ст. 2 Закона об образовании. Отметим, что Закон об образовании при этом не содержит каких-либо ограничений по сфере действия – он в целом направлен

на регулирование отношений в области образования, но не обязательно в рамках школ или университетов (таким образом, оговорка в определении «...и затрагивающая отношения, регулирующие настоящим Федеральным законом и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации» не может существенно повлиять на толкование).

3. На данном этапе при этом определение просветительской деятельности фактически расширяется Правилами просветительской деятельности, которые одновременно отражают нормативные требования и определяют предмет просветительской деятельности как явления в ч. 4, указывая, что *содержание просветительской деятельности должно содействовать взаимопониманию и сотрудничеству между людьми, народами независимо от расовой, национальной, этнической, религиозной и социальной принадлежности, учитывать разнообразие мировоззренческих подходов, способствовать реализации права на свободный выбор мнений и убеждений, обеспечивать развитие способностей человека, формирование и развитие его личности в соответствии с традиционными российскими духовно-нравственными ценностями и требованиями законодательства Российской Федерации.*

4. Из указанного выше «деонтического» определения, среди прочего, следует, что любой вид просветительской деятельности должен, с точки зрения действующего законодательства, как минимум, **не противоречить традиционным российским духовно-нравственным ценностям.** Таким образом, при реализации просветительских проектов необходимо учитывать интерпретации традиционных российских духовно-нравственных ценностей, закрепленные на уровне нормативных правовых актов, и находящих дополнительные интерпретации в правоприменительной практике. В первую очередь, следует учитывать Стратегию национальной безопасности Российской Федерации, утвержденную указом Президента Российской Федерации от 02.07.2021 года № 400 (далее – «Стратегия национальной

безопасности»). П. 91 Стратегии национальной безопасности прямо относит к традиционным российским духовно-нравственным ценностям следующие:

- жизнь;
- достоинство;
- права и свободы человека;
- патриотизм;
- гражданственность;
- служение Отечеству и ответственность за его судьбу;
- высокие нравственные идеалы;
- крепкая семья;
- созидательный труд;
- приоритет духовного над материальным;
- гуманизм;
- милосердие;
- справедливость;
- коллективизм;
- взаимопомощь и взаимоуважение;
- историческая память и преемственность поколений;
- единство народов России.

Из пп. 85–88 Стратегии национальной безопасности косвенно следуют ценности и (или) иные явления, которые не согласуются с традиционными российскими духовно-нравственными ценностями. К их числу, согласно тексту Стратегии национальной безопасности, можно отнести следующее (соответствующие ценности и (или) явления приведены без последующей систематизации в том порядке, в котором они упоминаются в тексте):

- абсолютизация свободы личности;
- вседозволенность;
- безнравственность;
- эгоизм;

- культ насилия, потребления и наслаждения;
- употребление наркотиков;
- отрицание естественного продолжения жизни;
- вражда и ненависть;
- насаждение чужих идеалов и ценностей;
- осуществление реформ в области образования, науки, культуры, религии, языка и информационной деятельности без учета исторических традиций и опыта предшествующих поколений;
- базовые нормы морали;
- деструктивное поведение;
- агрессивный национализм;
- ксенофобия;
- религиозный экстремизм;
- терроризм;
- социальные и моральные установки, противоречащие традициям, убеждениям и верованиям народов Российской Федерации;
- «вестернизация» культуры;
- фальсификация российской и мировой истории, искажение исторической правды и уничтожение исторической памяти;
- разжигание межнациональных и межконфессиональных конфликтов, ослабление государствообразующего народа.

Оба перечня не являются исчерпывающими.

5. Единственным исключением из требований законодательства об осуществлении просветительской деятельности является *культурно-просветительская деятельность религиозных организаций*. Исключение установлено на уровне Правил просветительской деятельности, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации.

6. Определение круга лиц, которые осуществляют или вправе осуществлять просветительскую деятельность (ч. 1 ст. 12.2 Закона об

образовании) фактически не изменяют круг возможных организаторов просветительской деятельности, поскольку описывают всех возможных субъектов. Существенный нормативный смысл данного предписания выражается лишь в том, что с момента вступления в силу соответствующих нормативных правовых актов на организаторов просветительской деятельности распространяются отдельные специальные требования. В то же время, целый ряд требований и ранее распространялся на таких организаторов в части смежных вопросов – например, в части ограничений на распространение информации в информационно-телекоммуникационных сетях или в части ограничений на обработку, в том числе распространение конфиденциальной информации.

7. Ограничение, установленное в ч. 2 ст. 12.2 Закона об образовании (запрет на разжигание различных видов розни и т.п.) в существенной части не устанавливает принципиально нового правила, поскольку повторяет существующий общий запрет на осуществление экстремистской деятельности, следующий, прежде всего, из Федерального закона от 25.07.2002 года № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» в понятие которой соответствующий предмет и входит. В то же время существенным дополнением ч. 2 ст. 12.2 Закона об образовании входит указание на возможность нарушения данного запрета посредством сообщения недостоверных сведений об исторических, о национальных, религиозных и культурных традициях народов. Следует подчеркнуть, что определение критериев достоверности в данном случае, как и в других аналогичных случаях (например, административной ответственности за распространение недостоверных общественно значимых сведений под видом достоверных сообщений) составляет открытую и пока лишь частично разрешенную проблему российской правовой системы, требующей разрешения для обеспечения формальной определенности соответствующих правовых норм, в том числе и о просветительской деятельности. Второе существенное содержательное правило, касающееся просветительской деятельности, было

раскрыто выше в части соответствия традиционным российским духовно-нравственным ценностям в соответствии с тем дополнением, которое установлено Правилами просветительской деятельности.

8. Организационные (процедурные) требования, установленные на уровне новых положений о просветительской деятельности, сводятся к следующим:

а) недопустимость при осуществлении просветительской деятельности распространения (т.е. доведения до неопределенного круга лиц) тех же категорий информации, в отношении которых установлены запреты для владельцев социальных сетей (например, материалы, пропагандирующие порнографию, культ насилия и жестокости);

б) необходимость указания соответствующей информации (предупреждения) в том случае, если просветительские материалы подготовлены иностранным агентом (при отсутствии прямого запрета на осуществление просветительской деятельности иностранными агентами на уровне законодательства об образовании и просветительской деятельности);

в) необходимость уведомления Министерства Просвещения Российской Федерации об осуществлении просветительской деятельности, если организатор просветительской деятельности осуществляет такую деятельность (а) в отношении несовершеннолетних и при этом (б) с привлечением средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации (кроме исключения, предусмотренного Правилами просветительской деятельности).

г) новые полномочия Министерства Просвещения Российской Федерации по проверке просветительской деятельности (по обращениям), которая может завершиться требованием об устранении нарушений при осуществлении просветительской деятельности.

9. Поскольку осуществление просветительской деятельности как в содержательных, так и в организационных аспектах, происходит обработка (чаще всего, включая и распространение) различных видов информации,

организаторам просветительской деятельности необходимо учитывать и иные, общие требования, в первую очередь, в области информационного права и права интеллектуальной собственности. При организации просветительских проектов в цифровой среде также следует учитывать и иные общие правила, связанные непосредственно с созданием и функционированием просветительских ресурсов (в том числе, об обязанностях владельцев сайтов, о платежах и др.).

Правовое регулирование деятельности в цифровой среде, распространяющееся, в том числе, на просветительскую деятельность

Текущий период развития информационного права, начало которого, в зависимости от периодизации, приходится либо на 2006 год (год масштабных изменений, включая появление современной редакции Закона об информации и других актов), либо на 2012 год (начало изменений в подходах к регулированию информационных отношений, отличающихся вниманием к распространению информации в Интернете), характеризуется появлением широкого круга норм, направленных на регулирование отношений, связанных с распространением информации в цифровой среде. Хотя само понятие «цифровая среда» не используется в информационном законодательстве как основополагающее, с четким и единообразным определением на уровне федерального закона, само понятие используется в отдельных правовых актах, а из системного толкования различных норм права следует, что речь идет, в первую очередь, об информационных технологиях, в которых используются средства вычислительной техники (информация представлена в «цифровой» машиночитаемой форме – прежде всего, в виде двоичного кода) и информационно-телекоммуникационные сети.

Примерный и неисчерпывающий перечень отдельных законодательных актов и их частей, которые, среди прочего, определяют общий контекст правового регулирования отношений в Интернете и распространяются, в том числе, и на отношения в области просвещения, может быть представлен следующим образом:

Гражданский кодекс РФ (в т.ч. Гл. 8, Гл. 69-71, 76). Помимо общих частноправовых норм, отдельное внимание следует обратить на положения Главы 8 о нематериальных благах (включая честь, достоинство, репутацию и доброе имя), общие положения об интеллектуальных правах, конкретные положения авторского права.

Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Помимо определения основ информационных правоотношений, Закон об информации устанавливает специальные обязанности владельцев информационных ресурсов и определяет различные категории информации, запрещенные к распространению в Интернете.

Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных». Закон о персональных данных должен учитываться при реализации просветительских проектов как в части обработки персональных данных в просветительских материалах, так и в части сопутствующей организации просветительских проектов обработке персональных данных – лекторов, слушателей и т.д.

Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». Применим в части тех просветительских проектов, в отношении которых может распространяться информация, направленная на привлечение внимания к ним как объекту рекламирования. Устанавливает как содержательные, так и организационные ограничения в отношении различных видов рекламы, включая социальную, в том числе в отношении рекламы, распространяемой через Интернет.

Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Устанавливает различные ограничения на распространение информационной продукции среди детей и требования о возрастной маркировке по определенным критериям. При этом не содержит исключения в своем действии в виде просветительской деятельности.

Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124–1 «О средствах массовой информации». Может быть актуален для тех просветительских проектов, которые реализуются по модели СМИ либо используют СМИ в качестве одного из инструментов.

Федеральный закон от 06.04.2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи». Актуален в части формальных вопросов взаимодействия в цифровой среде (в том числе, в части разрешения проблем идентификации пользователей или подтверждения целостности документов).

Федеральный закон от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет” на территории Российской Федерации». Определяет критерии применимости российского законодательства к иностранным интернет-ресурсам, включая, в том числе, и просветительские проекты.

1.3. Определение цифровой просветительской среды

Анализ современного информационного пространства, показал, что ни в общественно-политическом, ни в научном дискурсе не встречается понятие «цифровая просветительская среда». Наиболее частотными коллокациями являются «цифровая образовательная среда», «цифровое образовательное пространство» и «информационно-цифровая среда»¹⁷. Отсюда следует, что это понятие еще не сформировано.

Однако, анализ таких понятий как «просвещение» и «просветительская деятельность» даёт возможность приступить к формированию этого понятия. В Модельном законе «О просветительской деятельности» (принят постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ от 7 декабря 2002 г. N 20-15) «Просвещение» определяется как «целенаправленный процесс информирования населения об имеющемся социально-культурном опыте, рассчитанный на большую, обычно не расчлененную на устойчивые группы аудиторию, и не предполагающий каких-либо формализованных процедур контроля за успешностью освоения сообщаемых сведений». А «просветительская деятельность» характеризуется как «разновидность неформального образования, совокупность информационно-образовательных мероприятий по пропаганде и целенаправленному распространению научных знаний и иных социально значимых сведений, формирующих общую культуру человека, основы его мировоззрения и комплекс интеллектуальных способностей к компетентному действию». В целом, просвещение и просветительская деятельность отличаются от образования и образовательной деятельности (в рамках их

¹⁷ Плагина А.В. Использование педагогом-психологом цифровой образовательной среды вуза для осуществления просветительской работы со студентами // Политехническая весна. Гуманитарные науки. СПб., 2019. С. 210-214; Беляков П.В. Эдьютейнмент в цифровой среде: социокультурный анализ технологий // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». 2018. №8. С. 312–321; Приступа Е.Н. Формирование и развитие медиакомпетентности будущих педагогических работников // Преподаватель XXI век. 2022. № 2. Часть 1. С. 46–53; Шишина В.В., Еремеева И.А., Стельмахович А.Ю. Школьный информационно-библиотечный центр как ресурс развития информационной культуры участников образовательных отношений // Мир науки, культуры, образования. 2021. № 6. С. 338–341; Матушак А.Ф., Павлова О.Ю., Ахкамова Ю.А., Зырянова А.В., Алехина Н.В., Грибачева Н.В., Цилицкий В.С. Сравнение форм воспитательной работы образовательных организаций в цифровом образовательном пространстве и предпочтений обучаемых // Science for Education Today. 2022. Т. 12. №3. С. 7–30, и др.

организации со стороны общества как государственной системы): 1) неформальным характером; 2) отсутствием системы контроля. При этом, методы и подходы осуществления просветительской деятельности соответствуют образовательной деятельности (например, лекции). В связи с этим можно сделать вывод, что в просветительской деятельности на современном этапе развития общества как информационного используются такие же технологии, что и в образовании. И основные понятия, связанные с внедрением и использованием информационно-коммуникационных технологий в отечественной системе образования, также вправе перенести и на просветительскую деятельность. К такому понятию следует отнести и *«цифровую просветительскую среду»*. В качестве аналога этого понятия предлагается взять понятие *«цифровая образовательная среда»*, которое введено в оборот на официальном уровне в рамках реализации федерального проекта «Цифровая образовательная среда» (2019–2024 гг.). В разных источниках встречаются различные трактовки этого понятия, которое связано с созданием и внедрением в образовательных организациях цифровой образовательной среды, оснащением «организаций современным оборудованием и развитие цифровых сервисов и контента для образовательной деятельности».

Под *цифровой образовательной средой* (ЦОС) понимают открытую «совокупность информационных систем, предназначенных для обеспечения различных задач образовательного процесса. При этом «открытая» означает «возможность и право любого пользователя использовать разные информационные системы в составе ЦОС, заменять их или добавлять новые. При таком подходе среда в отличие от системы «включает в себя совершенно разные элементы: как согласованные между собой, так и дублирующие, конкурирующие и даже антагонистичные». Что позволяет быть ей не только устойчивой, но и позволяет среде более динамично развиваться¹⁸.

¹⁸ Эл. ресурс: <https://urga.urgabr.ru/федеральный-проект-цифровая-образов/>.

Другая трактовка предполагает, что под «цифровой образовательной средой» понимается единая информационная система, объединяющая всех участников образовательного процесса – учеников, учителей, родителей и администрацию школы. Эта система включает в себя:

- информационные образовательные ресурсы;
- технологические средства: компьютеры, средства связи (смартфоны, планшеты), иное информационно-коммуникационное оборудование;
- систему педагогических технологий¹⁹.

С последним определением коррелирует и дефиниция из глоссария к федеральному проекту «Цифровая образовательная среда» (2018), где ЦОС – это «подсистема социокультурной среды, совокупность специально организованных педагогических условий развития личности, при которой инфраструктурный, содержательно-методический и коммуникационно-организационный компоненты функционируют на основе цифровых технологий»²⁰.

Как одну из главных задач проекта по созданию цифровой образовательной среды выделяется обеспечение «учителей верифицированным электронным контентом, который помогал бы им сделать традиционные школьные уроки более качественными, глубокими и интересными для учеников». Об этом заявил Министр просвещения Российской Федерации Сергей Кравцов, принимая участие в общественных слушаниях на тему «Цифровизация образования. Угроза или возможности», организованных Комиссией Общественной палаты Российской Федерации по развитию дошкольного, школьного, среднего профессионального образования и просветительской деятельности²¹.

¹⁹ Эл. ресурс: <https://school2saratov.ru/cifrovaja-obrazovatel'naja-sreda-cos/>

²⁰ Паспорт федерального проекта «Цифровая образовательная среда». Эл. ресурс: <https://edu54.ru/upload/files/2016/03/Федеральный%20проект%20Цифровая%20образовательная%20среда.pdf?ysclid=18wphww39i934981247>. С. 39.

²¹ Эл. ресурс: <https://edu.gov.ru/press/3196/sergey-kravcov-cifrovaya-obrazovatel'naya-sreda-eto-prezhde-vsogo-proverennyy-elektronnyy-kontent-dlya-povysheniya-kachestva-tradicionnogo-obrazovaniya>.

Исходя из анализа раскрытия понятия «цифровая образовательная среда» можно предложить следующую трактовку понятия «Цифровая просветительская среда».

Цифровая просветительская среда (ЦПС) представляет собой *совокупность информационных систем, включающих в себя информационные просветительские ресурсы и сервисы; средства информационно-коммуникационных технологий (ЭВМ, средства связи, иное информационно-коммуникационное оборудование); систему педагогических технологий для обеспечения просветительской деятельности.* Такая среда является открытой как для объектов просветительской деятельности, которые имеют возможность доступа к любому просветительскому контенту, так и для субъектов просветительской деятельности, которые имеют возможность модернизировать и дополнять компоненты среды, за счёт чего достигается гибкая адаптация среды в условиях научного-технического прогресса.

1.4. Определение и анализ субъектов просветительской деятельности в цифровой среде

Согласно действующему законодательству, просветительскую деятельность осуществляют органы государственной власти, иные государственные органы, органы местного самоуправления, уполномоченные ими организации, а также вправе осуществлять физические лица, индивидуальные предприниматели или юридические лица при соблюдении требований закона.

Таким образом, к субъектам просветительской деятельности можно отнести всех занятых в данной сфере – от управленцев до лекторов, но необходима более подробная классификация субъектов. Например, участники проекта «Просветительство как фактор формирования инновационных стратегий и механизмов развития межгосударственного образовательного пространства (на примере СНГ)»²² – исследователи М. С. Якушкина и М. Р. Илакавичус – в своей работе «Просветительство как ресурс развития пространства образования взрослых государств-участников СНГ» выделяют государственные, негосударственные и общественные органы - субъекты управления просветительской деятельностью²³.

Так, рассматривая *государственные органы управления просветительской деятельностью*, исследователи справедливо определяют их как подразделения национальных и региональных органов исполнительной власти, ответственных за функционирование и развитие просвещения. Их решения носят обязательный характер и нацелены на формирование и реализацию национальной политики по обеспечению функционирования, развития и повышения эффективности просветительской деятельности;

²² Подробнее об этом см.: Карточка проекта «Просветительство как фактор формирования инновационных стратегий и механизмов развития межгосударственного образовательного пространства (на примере СНГ)». Эл. ресурс: http://grant.rfh.ru/sys/a/?colfilter=0&context=anonymous~&fedcols=1&pgoffset=0&ro_filter=main.enrfh_tasks.syrecordidw%20%3D%2031zfm00KSVFQ1-bHPk2gc_y0~&table=main.enrfh_tasks&target=show_template&template=prg_card.htm (дата обращения: 15.09.2022)

²³ См.: Якушкина М. С., Илакавичус М. Р. Просветительство как ресурс развития пространства образования взрослых государств-участников СНГ // Научный диалог. 2016. № 3 (51). С. 360–361.

разработку и реализацию системы мер по ее поддержке; содействие конкретным просветительским учреждениям, организациям или сообществам. Для этого создаются подразделения органов исполнительной власти: комитет (комиссия) при парламенте, межведомственный государственный комитет при правительстве, комиссия при органе регионального управления, департамент при администрации регионального органа управления, отделы в органах местного самоуправления.

К *негосударственным органам управления просветительской деятельностью* М. С. Якушкина и М. Р. Илакавичус относят субъекты управления, не имеющие полномочий принимать решения обязательной юридической силы – например, национальный совет, региональные советы, правление просветительской организации. Все они разрабатывают национальные концепции просветительства; координируют деятельность совместно осуществляющих просветительские проекты учреждений и организаций; осуществляют подготовку рекомендаций по содержанию программ просвещения, выбору способов их реализации; развивают сети просветительских учреждений.

Наконец, *общественные органы управления просветительской деятельностью*, по классификации исследователей, — это субъекты управления, сформированные из представителей политических партий, профессиональных союзов, общественных движений, иных добровольных объединений и сообществ граждан. Их основные задачи связаны с ролью выразителей интересов и потребностей разных категорий населения и социальных групп: разработка и реализация программ просвещения и просветительских проектов, отражающих цели общественных организаций; проведение мероприятий по разъяснению целей и задач общественных организаций и привлечению к ним новых субъектов; координация взаимодействия просветительских учреждений, организаций, сообществ, работающих по типовым и авторским программам или реализующих проекты, созданные неформальным сообществом, группой граждан. Документом

государственного уровня значимости, составной частью национальной программы развития образования и организационной основой реализации государственной политики в сфере просветительской деятельности предполагается Национальная программа развития просветительства»²⁴.

Именно таким образом видят моделирование субъектного управления просветительской деятельностью в странах СНГ исследователи Института управления образованием Российской академии образования.

По предложенной нами классификации, у субъекта просветительской деятельности может быть как институциональное, так и неинституциональное измерение²⁵.

Институциональное измерение субъекта просветительской деятельности:

- 1) институты власти на федеральном, региональном, местном уровне:
 - президент, премьер-министр;
 - Министерство Просвещения РФ, Министерство науки и высшего образования РФ, Министерство культуры РФ;
- 2) научно-исследовательские и образовательные институты, учреждения науки, образования и культуры (университеты, музеи, театры, библиотеки, центры культурного развития);
- 3) некоммерческие общественные организации, в том числе и общественно-государственные организации, неправительственные организации, ассоциации, фонды (благотворительные, грантовые, просветительские) поддержки просветительских проектов.

В первую к этой категории институциональных субъектов (некоммерческих общественно-государственных организаций) относится Российское общество «Знание», его региональные отделения, действующие во всех 85 субъектах Российской Федерации.

²⁴ Якушкина М. С., Илакавичус М. Р. Просветительство как ресурс развития пространства образования взрослых государств-участников СНГ // Научный диалог. — 2016. — № 3 (51). — С. 361.

²⁵ См.: Журавлева Н.Н. Информационная политика государства по продвижению национальной культуры за рубежом: на примере России и Франции: дис. ... канд. полит. наук. СПб. С. 91-95.

К группе некоммерческих общественных организаций, институционализирующих поле научной коммуникации, мы можем отнести, например, **Ассоциацию коммуникаторов в сфере образования и науки (АКСОН – <https://akson.science>)**, объединяющую несколько сот научных журналистов и коммуникаторов в вузах и НИИ, организаторов научно-популярных мероприятий, популяризаторов науки, социологов науки и технологий.

В числе фондов, конструирующих и институционализирующих поле научной коммуникации в России, назовем, например, Просветительский фонд «Эволюция», созданный «с целью популяризации науки, научного мировоззрения и рационального мышления в России. Фонд занимается развитием собственных некоммерческих просветительских проектов и поддержкой (на конкурсной основе) уже существующих инициатив. В совет фонда входят ученые, научные журналисты, популяризаторы науки — люди, давно и активно занимающиеся просвещением»²⁶.

4) государственные корпорации, а также коммерческие организации, отличающиеся высокой культурой корпоративной социальной ответственностью, ведущие, в том числе и просветительскую деятельность. Таковой, например, мы можем считать распространенную практику промышленных или кредитно-финансовых организаций по организации обучающих семинаров в своей профильной сфере для самой широкой аудитории, ведение бренд-медиа, практику организации корпоративных музеев.

Как справедливо отмечают организаторы единственного конкурса в России, направленного на подтверждение профессионального статуса корпоративных музеев, «корпоративные музеи несут культурную и образовательную миссию, заботливо сохраняют традиции прошлого для будущих поколений»²⁷. Надо сказать, что конкурс «Корпоративный музей»

²⁶ О фонде «Эволюция». URL: <https://evolutionfund.ru/about#council> (дата обращения: 16.09.2022)

²⁷ Миссия конкурса «Корпоративный музей». URL: <https://corporate-museum.ru/contest/mission/> (дата обращения: 16.09.2022)

популяризирует просветительскую и профориентационную деятельность отечественных предприятий, тем самым решая социально значимую задачу государственного значения. В конкурсе принимают участие музеи группы ведущих компаний страны: ПАО «ГАЗПРОМ», ПАО «ЛУКОЙЛ», АО «ОСК», ГК «Росатом», ГК «Роскосмос», ОАО «РЖД», ПАО «Россети», АО «СУЭК», АО «ОДК», Группа «РусГидро», ГК «ФосАгро», «ТМК», «ОМК», ПАО «Уралкалий», а также музеи высших учебных заведений, информационных агентств, театральные музеи. На площадке обмениваются опытом культурно-исторические центры самых разных отраслей экономики, здесь объединяются музейные проекты со всей России. На сайте «Корпоративный музей» можно познакомиться с лучшими проектами прошлого сезона и участниками всех предыдущих конкурсов²⁸.

Отдельно скажем о практике ведения бренд-медиа коммерческими организациями, в том числе и в просветительских целях. Под бренд-медиа мы понимаем средство массовой коммуникации, ориентированное как вовне – бизнес-партнеры, клиенты, так и вовнутрь – персонал, менеджеры, промаркированное брендом компании. Журнал банка «Тинькофф» (<https://journal.tinkoff.ru/>) можно назвать один из самых ярких примеров российских бренд-медиа. Здесь публикуют тексты об управлении деньгами (как экономить, вкладывать и не дать себя обмануть) и делятся историями предпринимателей. Еще один пример успешного бренд-медиа – кейс «Лаборатории Касперского». Она продает свои системы защиты от компьютерных вирусов и спама на своем основном сайте, а вот в своем блоге (<https://www.kaspersky.ru/blog/>), который мы рассматриваем как один из примеров успешных медиапрактик коммерческих субъектов просветительской деятельности, рассказывает о киберугрозах и способах защиты от них. Кроме экспертных статей и обзоров, здесь публикуют много

²⁸ Архив конкурса «Корпоративный музей». URL: <https://corporate-museum.ru/contest/archive/archive-2021/> (дата обращения 19.09.2022)

развлекательного, а порой и неожиданного контента вроде вот этой заметки с заголовком «Три поросенка» с точки зрения кибербезопасности»²⁹;

5) *медиа-организации (средства массовой информации и коммуникации).*

Просветительская деятельность СМИ направлена на повышение культурного уровня людей, связана с распространением информации, знаний, норм и ценностей из области нематериального производства.

Приведем ТОП-10 самых цитируемых СМИ научно-популярной тематики за 2021 год (Таблица 1) и второе полугодие 2022 года (Таблица 2).

*Таблица 1. ТОП-10 самых цитируемых СМИ научно-популярной тематики за 2021 год*³⁰

	СМИ	Категория	Индекс цитирования
1	Nplus1.ru	Интернет	239,22
2	National Geographic	Журнал	201,73
3	Naked-science.ru	Интернет	179,52
4	Троицкий вариант - Наука	Газета	86,22
5	Вокруг Света	Журнал	82,78
6	Popmech.ru	Интернет	82,73
7	Наука в Сибири	Газета	56,50
8	Моя Планета	ТВ	56,36
9	Телеканал "Наука"	ТВ	53,69
10	Nat-geo.ru	Интернет	52,75

*Таблица 2. ТОП-10 самых цитируемых СМИ научно-популярной тематики за II полугодие 2022 года*³¹

	СМИ	Категория	Индекс цитирования
1	Nplus1.ru	Интернет	40,60
2	Naked-science.ru	Интернет	32,46
3	Scientificrussia.ru	Интернет	16,94

²⁹ «Три поросенка» с точки зрения кибербезопасности. URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/three-little-pigs/27522/> (дата обращения 19.09.2022)

³⁰ Источник Медиалогия: <https://www.mlg.ru/ratings/media/sectoral/10391/> (дата обращения 20.09.2022)

³¹ Источник Медиалогия: <https://www.mlg.ru/ratings/media/sectoral/11370/> (дата обращения 20.09.2022)

4	Моя Планета	ТВ	14,66
5	Наука в Сибири	Газета	12,96
6	Mel.fm	Интернет	8,94
7	Телеканал "Наука"	ТВ	8,80
8	Учительская газета	Газета	6,81
9	Nauka.tass.ru	Интернет	5,74
10	Techinsider.ru	Интернет	5,11

Как видно из таблицы, Интернет-издание N + 1 уверенно удерживает первую позицию в рейтинге самых цитируемых СМИ научно-популярной тематики в интересующем нас исследовательском периоде (январь 2021 г. – июнь 2022 г.).

Желая подчеркнуть важность институционализации проблемного поля научных коммуникаций в отношении подготовки высококвалифицированных профессиональных кадров – журналистов, специализирующихся на освещении научной повестки, считаем важным упомянуть здесь, что в Санкт-Петербургском университете открыта образовательная программа магистратуры *«Научно-популярная журналистика»*, уникальная как по тематическому содержанию комплекса профильных учебных дисциплин (в области истории, филологии, физики, биологии), так и по общей направленности — подготовке универсальных научных журналистов³². Выпускники программы смогут заниматься профессионально-творческой авторской и проектно-аналитической журналистской деятельностью в специализированных СМИ научно-просветительского профиля или в отделах науки СМИ универсального характера (включая печатные издания, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-издания), работать в пресс-службах научных учреждений, осуществлять научно-исследовательскую и учебно-педагогическую деятельность в области научно-популярной и культурно-просветительской журналистики;

³² Описание программы магистратуры СПбГУ «Научно-популярная журналистика». URL: <https://spbu.ru/postupayushchim/programs/magistratura/nauchno-populyarnaya-zhurnalistika> (дата обращения: 19.09.2022)

б) *просветительские сообщества* (например, терапевтические; педагогические; связанные с развитием образовательного туризма; сохраняющие те или иные национальные традиции региона и просветительские сообщества, функционирующие в другом тематическом пространстве).

Наиболее очевидным в данной категории может стать классификация и определение сетевых сообществ, безусловно являющихся субъектами просветительской деятельности в цифровой среде. Но прежде всего, назовем *семью как сообщество* людей, в идеале основанное не только на совместном ведении хозяйства, супружестве, но и взаимной моральной ответственности и духовной привязанности людей друг к другу. В данном случае мы разделяем точку зрения одного из исследователей – участников научного проекта «Просветительство как фактор формирования инновационных стратегий и механизмов развития межгосударственного образовательного пространства (на примере СНГ)», определяющего семью в качестве *субъекта пространства неформального образования и просветительства*³³.

Далее в данной категории институционального измерения субъекта просветительской деятельности назовем организации и сообщества, деятельность которых выполняет терапевтическую (психотерапевтическую) функцию, связанную, по точному замечанию Якушкиной М.С., «с явлением “растождествления” человека с современным социальным обществом. Участниками таких сообществ, например, могут стать дети, столкнувшиеся с насилием родителей, предательством взрослых, сложной жизненной ситуацией (дети-сироты, из неполных семей и др.). Такие сообщества создают условия для коррекции у детей и молодежи ценностных ориентаций, появления сомнений в выборе жизненного пути, формирования своего образовательного маршрута и т. д.; для развития личности в целом.

³³ См.: Якушкина М.С. Семья как субъект пространства неформального образования и просветительства // Семья в социально-культурном пространстве России: материалы международной научно-практической конференции (Москва, 28–29 мая 2018 г.), Издательство Московского психолого-социального университета, Москва, 2018, С. 106–111.

Эффективные сообщества всегда будут разновозрастными (с участием родителей, педагогов, иных значимых взрослых, сверстников, друзей)³⁴. Например, к такого рода сообществам можно отнести сообщество «Помощь рядом. РФ. Психологи – подросткам» (https://vk.com/u_r_not_alone), на страницах которого во ВКонтакте регулярно появляются просветительские материалы в различных формах (тесты, игры, интервью и др.) о принятии себя и взаимодействии с окружающими в непростой жизненной ситуации. В качестве примера сообщества, пестующего традиции представителей того или иного региона, знакомящего с ними общественность, можно привести сообщество «Коренные малочисленные народы Севера, Сибири, Дальнего Востока» (<https://vk.com/club27950389>).

К данной же категории отнесем различные студенческие сообщества, которые позиционируют себя как студенческие группы, объединения, клубы, участники которых не просто любят заниматься научными проектами, но и пишут / учатся писать о науке интересно и легко. К таковым отнесем, например, сообщество NaukaКлуб Высшей школы журналистики СПбГУ (<https://vk.com/naukaclub.jcspbu>). Функционал сообщества довольно разнообразен и по-студенчески привлекателен: «Мы рассказываем невыдуманные истории из жизни и профессиональной деятельности ученых; разрабатываем секретную формулу научной статьи и даем советы, как подать свое исследование выгодным образом; учим писать научно-популярные тексты; ищем для тебя самые-самые актуальные конференции, форумы, а затем не менее интересно о них пишем; приглашаем в гости интересных спикеров из числа преподавателей, выпускников, деятелей науки и профессионалов коммуникационной сферы, чтобы поделиться с вами полезными скилами и опытом; вместе с тобой ищем идеальную модель того, как совместить в юном коммуникаторе творческое и научное начало; открываем секреты успешных презентаций; участвуем в организации и

³⁴ Якушкина М.С., Якушкина И.И., Смирнова А.И. Динамика трендов просветительства на пространстве СНГ // Научный диалог. 2017. № 5. С. 392.

проведении научных мероприятий Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ»³⁵.

Вернемся к предложенной нами классификации субъектов просветительской деятельности в их институциональном и неинституциональном измерениях. Обратимся теперь к неинституциональным субъектам просветительской деятельности, которые могут, в свою очередь, иметь:

- 1) *персонализированное измерение;*
- 2) *контентное измерение;*
- 3) *территориальное (в том числе географическое) и геополитическое измерение.*

В случае с *персонализированным измерением субъекта просветительской деятельности* мы имеем дело с системой социальных сил, акторов – действующих лиц политики просвещения. К ним мы относим создателей просветительских проектов и продуктов: известных лекторов³⁶, лауреатов Премии «Знание», победители конкурса «Лига Лекторов» (оба проекта относятся к категории специальных проектов Общества «Знание»), индивидуальных авторитетных лиц – лоббистов просветительской повестки (например, представители деловых кругов в роли меценатов и спонсоров), учителей и преподавателей, блогеров и журналистов, волонтеров, экспертов в отдельно взятой сфере – от урбанистики и арт-сектора до бизнеса и политики, осуществляющих просветительскую деятельность.

Контентное измерение источника просветительской информации – это создание и поддержание своего рода «Банка Знаний» как научно-культурного наследия страны, выраженного в различных формах. Например, это может быть банк специально подготовленных методических рекомендаций на определенную тему или образовательно-развлекательных коммуникативных продуктов (в предметном формате: игры, тесты; и в формате организации

³⁵ Официальный паблик сообщества NaukaКлуб. URL: <https://vk.com/naukaclub.jcspbu> (дата обращения: 20.09.2022)

³⁶ База лекторов. URL: <https://evolutionfund.ru/database/lecturers> (дата обращения: 19.09.2022)

специального мероприятия: лектории, экспозоны, семинары, мастер-классы, научные шоу и т.д.). Основная и наиболее сложная задача – систематизация, структурирование и каталогизация просветительских материалов.

Данное измерение источника просветительской информации нуждается в институциональном и персонализированном «проводнике» из числа вышеперечисленных субъектов просветительской деятельности.

К контентному измерению источника в определенной степени мы можем отнести и *медиапроекты*, полностью посвященные вопросам популяризации научных знаний.

Например, подробный *анализ просветительского медиапроекта «Arzamas»*, являющегося своеобразным консолидатором гуманитарного знания в Рунете, представлен в статье В.А. Рязановой «Медиапроект ARZAMAS как виртуальный образовательный музей»³⁷.

Пока не реализованная на практике, но представляющая собой особый интерес (как потенциальный *медиапроект, возможно на перспективу для Общества «Знание»*) – *модель сетевого виртуального музея евразийского просветительства*: музей просветительства рассматривается как «сканер» образовательного пространства СНГ, способный обнаруживать и осуществлять мониторинг ярких образовательных событий в пространстве стран Содружества; а также как просветительский центр, готовый к формированию структур, поддерживающих посвященные великим просветителям стран СНГ малые и мемориальные музеи, объединяя их деятельность в международную образовательную сеть. Механизмы реализации модели сетевого виртуального музея евразийского просветительства, как их представляют авторы проекта: «разработка диверсифицированных образовательных маршрутов в пространстве неформального образовательного сектора; разработка содержания и технологий просвещения и неформального образования взрослых в условиях

³⁷ Рязанова В.А. Медиапроект ARZAMAS как виртуальный образовательный музей // Манускрипт. Тамбов: Грамота, 2018. № 11. Ч. 1. С. 165–168.

разновозрастного сетевого сообщества; активизация процессов развития различных видов сетевых сообществ, создание новых условий для развития личности в сетевом разновозрастном сообществе».³⁸

Приведем здесь намного менее масштабный (по сравнению с моделью музея или медиапроекта Arzamas) пример конкретного коммуникативного продукта, демонстрирующий важность создания игрового образовательного контента (применение технологии эдьютейнмента) с просветительской целью. Речь идет о приложении Partycles, созданном студентом Университета телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича. Приложение позволит любому желающему изучать ядерную физику и химию, играя в компьютерную игру.³⁹

И еще один пример, наглядно демонстрирующий эффективность использования коммуникативного креатива, соответствующего рекламного контента, например, в продвижении научно-практических конференций на примере опыта Национального центра онкологии им. Н.Н. Петрова. Пандемия COVID-19, с одной стороны лишила ученых и врачей личного общения на научных конференциях, а с другой — позволила расширить аудиторию мероприятий, и их продвижение потребовало выработки новых стратегий⁴⁰.

Важность контентного измерения источника – субъекта просветительской деятельности – демонстрируют и многочисленные примеры проектов профессиональных коммуникаторов – лауреатов самой престижной Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник». В номинации «Продвижение технологий будущего», учрежденной еще в 2008 году, рассматриваются коммуникационные проекты

³⁸ Илакавичус М.Р., Якушкина М.С., Амбурцев Р.А. Сетевой музей евразийского просветительства // Educational Researcher, No.9 (2), (December). Volume 45. “American Educational Research Association”, 2016. P. 860–861.

³⁹ Цифровая реальность. Учись, играя. Интервью с Иваном Ридалем // Проект НОЦ "Медиацентр" СПбГУТ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iG1t2yJsGxs> (дата обращения: 20.09.2022)

⁴⁰ См. подробнее: Чернова И. Креативы в продвижении научно-практических конференций: опыт Национального центра онкологии им. Н.Н. Петрова // Премия «Коммуникационная лаборатория». Лучшие практики с 2016 по 2021 год. — Томск: Издательство Томского государственного университета, 2022. С.19-23. URL: <https://akson.science/news/2022/09/12/luchshie-praktiki-ot-prizerov-i-jekspertov-kommunikacionnoj-laboratorii/> (дата обращения: 03.09.2022)

частных и государственных организаций, вузов, представителей крупных корпораций и малых инновационных компаний, направленные на популяризацию науки и новых технологий. «Наши лауреаты продвигают достижения отечественной науки за рубежом, внедряют инновации в российских регионах, ведут цифровую просветительскую деятельность по всей стране. Часть кейсов вошла в книгу «50 Лучших проектов «Серебряного Лучника»⁴¹. Поддержку номинации оказывает одна из самых технологичных компаний российского рынка – Концерн «Росэнергоатом», – говорит исполнительный директор Национальной премии в области развития общественных связей Надежда Явдолюк⁴².

В завершение рассмотрения неинституционального измерения *источника (субъекта) просветительской деятельности* обратимся к его дополнительному – *территориальному (в том числе географическому) и геополитическому измерению*.

Например, муниципальное образование, определенный географический объект, земля как специально охраняемая территория, заповедная зона ... как объект для развития и продвижения уникальных, свойственных только данной территории (и возможных к производству/изучению/охране/моделированию научных экспериментов только на ней) и как субъект просветительской деятельности

Данное измерение источника просветительской информации, также как и его контентное измерение, о котором шла речь выше, нуждается в институциональном и персонализированном «проводнике» из числа вышеперечисленных субъектов просветительской деятельности.

Идентифицируя территорию как субъект, а не только как объект, мы указываем на существование и функционирование научно-исторических, культурных, туристических брендов регионов, как реальных, так и потенциальных, способных заявить о себе как об уникальной территории,

⁴¹ «Серебряный лучник». 50 лучших проектов. Том 1–13. URL: <https://luchnik.ru/about/book/>

⁴² “Серебряный лучник” продвигает технологии будущего. URL: <https://luchnik.ru/news/national-award/1640718932-serebryanyy-luchnik-prodvigaet.html> (дата обращения: 03.09.2022).

привлекая талантливых и равнодушных людей всех возрастов (школьников, студентов, профильных специалистов, предпринимателей, управленцев и волонтеров) и в очередной раз демонстрируя общественности, что «Россия – страна возможностей».

Приведем некоторые примеры подобных территорий: Иннополис – город высоких технологий, расположенный в Республике Татарстан; Томск – город-университет⁴³; Ковдор (городок в Мурманской области) – столица Гипербореи⁴⁴; Якутск – не только город, гранильные заводы которого задают тон производству алмазов по всему миру, но и город, жители которого в 2012 г. установили мировой рекорд по традиционному обрядовому хороводу – осуохай, станцевав «Самый большой осуохай в мире» и продемонстрировав во всей красе свою уникальную культуру, большой духовный и творческий потенциал для дальнейшего развития⁴⁵.

Признание принципа творчества как способа восприятия реальности в просветительской сфере, дальнейшее стремительное распространение новых информационных технологий вызывает новые социальные запросы, динамику качества и особенностей субъектов просветительской деятельности, меняющих свою миссию и задачи, влечет в дальнейшем становление новых субъектов, в своей практике реализующих все новые возможности применения информационно-коммуникационных технологий.

Исходя из определения субъекта просветительской деятельности, данное в Законе о просветительской деятельности, можно обобщенно определить *субъекта просветительской деятельности в цифровой среде как любые учреждения, физические и юридические лица, а также их объединения, ведущие просветительскую деятельность в соответствии с*

⁴³ Лауреат в номинации «Развитие и продвижение территорий» Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник», 2015. Проект «Учись в Томске». URL: https://luchnik.ru/laureates/laureat_840.html?year=2015 (дата обращения: 12.09.2022)

⁴⁴ Лауреат в номинации «Развитие и продвижение территорий» Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник», 2019. Проект «Ковдор – столица Гипербореи». URL: https://luchnik.ru/laureates/laureat_2628.html?year=2019 (дата обращения: 12.09.2022)

⁴⁵ Лауреат в номинации «Развитие и продвижение территорий» Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник», 2013. Проект «Якутский хоровод «Осуохай»». URL: https://luchnik.ru/laureates/laureat_2981.html?year=2013 (дата обращения: 12.09.2022)

действующим законодательством в цифровой просветительской среде. В

данном контексте можно выделить:

- полностью «цифровые» субъекты, которые представляют собой Интернет-ресурсы (порталы, информационные проекты), выполняющие задачи просвещения. При этом, зачастую, такие ресурсы могут быть обезличенными (или предлагают материалы, созданные различными людьми). К таким ресурсам объекты просветительской деятельности обращаются самостоятельно в силу необходимости удовлетворения своих информационных потребностей;
- «традиционные» субъекты просветительской деятельности (учреждения, физические и юридические лица), которые при организации и проведении этой деятельности используют цифровую просветительскую среду. Например, лекторы, которые привлекают в своих выступлениях цифровой просветительский контент, или субъекты, использующие Интернет-ресурсы как канал доставки просветительского контента до конечного пользователя.

Современные условия развития информационного общества характеризуются доминированием парадигмы Web 2.0, согласно которой любой участник сетевого взаимодействия становится активным создателем контента. В рамках этой парадигмы развиваются коллективно создаваемые ресурсы (например, Википедия), различные социальные сети, блоги и форумы, информационные ресурсы с функциями форума, обратной связи, обсуждения, комментирования.

Поэтому просветительская деятельность в цифровой среде в данных условиях характеризуется тем, что «участники сетевого сообщества занимают активную позицию, их деятельность определяется внутренними потребностями, ценностным отношением к создаваемым ресурсам, к партнерам, к элементам собственной культуры сетевого сообщества»⁴⁶. Как

⁴⁶ Эл. ресурс: https://www.sgu.ru/sites/default/files/documents/2022/44.04.01_pedobr_poom_kulturno-prosvetitel'skaya_deyatelnost_prepodavatel'ya.pdf. (дата обращения 30.09.2022).

следствие, просветительская деятельность выходит за рамки «субъект – объект» подхода, а становится «субъект – субъектной» деятельностью, связанной с включением объектов просветительской деятельности в активные процессы создания, модификации просветительского контента, его обсуждения, оказание консультации и помощи новым объектам просветительской деятельности.

Субъект просветительской деятельности 1

Научно-популярный журнал «Механика и механизмы»

Целевой аудиторией журнала являются читатели самых разных профессий и возрастов, пола, образования, места жительства.

Миссия журнала – просвещение массового читателя по широким вопросам устройства и развития окружающего мира для расширения их кругозора и базы знаний.

Издаётся с 2005 г. Фондом научных исследований «XXI век». До 2020 г. издавался в печатной форме. Его тираж составлял 30 000 экземпляров. Помимо распространения по подписке (по каталогу агентства «Роспечать», индекс 20498) журнал бесплатно распространялся во многих высших учебных заведениях Санкт-Петербурга. С 2007 года у журнала появился портал в сети Интернет (<http://www.21mm.ru>), где доступны выпуски журнала в электронной форме (в настоящее время с 2011 года). С 2020 г. в печатной форме журнал перестал издаваться. Выходит в свет в форме электронного интерактивного журнала на портале.

Помимо этого портал интерактивен и в нём реализованы некоторые функции социальных сетей: регистрация пользователей, блог, возможность комментирования материалов. Поэтому объекты просветительской деятельности могут активно включаться в обсуждение материалов, а также участвовать в создании просветительского контента.

В настоящее время цифровую экосистему журнала составляют:

- YouTube канал (<http://www.youtube.com/user/21mmvideo>) – 1 040 000 подписчиков;

- группа в социальной сети "ВКонтакте" (<http://vk.com/mmmagazine>) – 6 526 подписчиков;

- Телеграм-канал (https://t.me/mm_journ) – 1 319 подписчиков;

- Канал в Дзен (<https://dzen.ru/21mm>) – 1 500 подписчиков.

Такая модель мультимедийности, мультиканальности и интерактивности позволяет максимально расширить читательскую аудиторию, включив в неё как стационарных пользователей, так и мобильных. В целом, такая модель построения цифровой экосистемы субъекта просветительской деятельности не только нацелена на вовлечение широких слоёв населения в процессы просвещения, но и привлечение их к деятельностному созданию просветительского контента и активному взаимодействию с другими участниками в цифровой просветительской среде.

Субъект просветительской деятельности 2

Российское общество «Знание» – общественная некоммерческая организация, осуществляющая просветительскую работу в регионах, формирование интеллектуального контента, организацию и проведение бесплатных лекций, а также разнообразных мероприятий в сфере воспитания, социальной поддержки и социальной защиты обучающихся и воспитанников образовательных учреждений и людей пожилого возраста.

Региональные отделения Российского общества «Знание» действуют в 85 субъектах страны. Воссоздана в 2015 году.

Основные цели:

- популяризация науки, внедрение инноваций в просветительский процесс;

- информирование граждан о достижениях в науке доступным языком;

- поддержка педагогов и учащихся;

- способствование адаптации людей пожилого возраста к современному информационному миру;

- финансирование перспективных образовательных проектов;

- воспитание патриотизма в подрастающем поколении, пропаганда здорового образа жизни;
- сохранение исторических и природных памятников;
- укрепление межнационального единства, борьба с лженаукой и фальсификацией истории.

В настоящее время цифровая экосистема общества «Знание» представлена следующими элементами:

- Официальный сайт (<https://www.znanierrussia.ru>). Есть возможность создания собственного личного кабинета. Это позволяет стать членом Общества, а также стать лектором Общества. Помимо этого, на сайте есть раздел «Библиотека знаний» где собраны различные видеолекции и документальные фильмы, которые можно выбирать по рубрике;
- группа в социальной сети "ВКонтакте" (<https://vk.com/znanierrussia>) – 138 100 подписчиков. В группе размещаются различные видеоматериалы, анонсы мероприятий Общества. Подписчики активно обсуждают материалы, размещают комментарии;
- YouTube канал (<https://www.youtube.com/c/РоссийскоеобществоЗнание>) – 14 600 подписчиков. Размещены видеолекции и другие видеоматериалы Общества;
- Телеграм-канал (https://t.me/Znание_Russia) – 7 917 подписчиков.

Экосистема направлена не только на доставку просветительского контента до объектов просветительской деятельности, но также информирует других субъектов просветительской деятельности о мероприятиях и инициативах Общества, привлекает их к активному сотрудничеству с Обществом, предлагает свою информационную площадку для лекторов-просветителей. Также как и в первом случае, цифровая экосистема общества «Знание» нацелена на привлечение субъектов просветительской деятельности к участию в создании просветительского контента, активному взаимодействию с другими участниками в цифровой просветительской среде.

1.5. Определение и анализ объектов просветительской деятельности в цифровой среде

1.5.1. Молодежная студенческая аудитория

Один из объектов просветительской деятельности – молодежная студенческая аудитория. Поскольку молодежь является наиболее активной интернет-аудиторией, то просвещение в цифровой среде может быть востребовано, прежде всего, в этой группе. Именно поэтому важно иметь представление об их практиках оперирования подобным контентом, а также понимать критерии выбора материала для просмотра и прослушивания. Чтобы сформировать представление о практиках студентов, магистрантов и аспирантов, обращающихся к просветительским материалам в цифровой среде, в сентябре 2022 г. на факультете социологии СПбГУ был проведен опрос. Данные собирались с помощью так называемых рефлексивных отчетов, представляющих собой один из качественных методов исследования в социогуманитарных науках (См., например: Davis P. The Impact of a Child Protection Investigation: A Personal Reflective Account // *Child & Family Social Work*. 2011. 16 (2): 201–209; Rosier G. Using Reflective Reports to Improve the Case Method // *Journal of Management Development*. 2002. 4 (8): 589–597). Использование саморефлексии информанта является своеобразной комбинацией методов полуструктурированного интервью и письменного анкетирования: 1) вопросы сформулированы в открытой форме, иницилируя человека к свободному и полному изложению своих мыслей и опыта; 2) респондент самостоятельно отвечает на предложенные вопросы в письменной форме. Поскольку рассматриваемая проблематика достаточно нова, применение методов, принадлежащих качественной методологической традиции, является наиболее оправданным, так как позволяет погрузиться в контекст обращения к просветительским материалам и описать реальные практики.

Обучающимся факультета социологии предлагалось написать рефлексивный отчет, освещающий следующие вопросы:

1. Свойственна ли Вам такая повседневная практика, как прослушивание или просмотр в сети материалов просветительского характера? Например, видеоблогов / подкастов по истории, технике, здоровью, или документальных фильмов. Что именно (можно перечислить) Вы обычно выбираете из научно-популярного контента? Ваши предпочтения по темам? Видам каналов? Как часто Вы это практикуете?

2. Как Вы обычно выбираете материал (блог, подкаст, фильм и т.п.) – по рекомендации или стихийно? К чьим рекомендациям Вы обычно прислушиваетесь? Что для Вас является критерием хорошего просветительского материала в сети? Приведите примеры того, что Вы оцениваете как отличный просветительский материал. Что сформировало Вашу высокую оценку?

3. Бывают ли у Вас трудности в поиске хорошего просветительского материала? Что именно затрудняет поиск (опишите трудности, которые возникают при поиске)?

4. Как Вы оцениваете просветительский материал, данный по ссылкам:

<https://www.znanierussia.ru/library/video/stressmenedzhment-kak-upravlyat-soboj-1311>;

<https://smotrim.ru/audio/2632744>

Что понравилось, а что нет?

Рефлексивные отчеты (всего было собрано 28 отчетов, средний объем – полторы – две страницы печатного текста) анализировались методом категориального анализа в логике обоснованной теории. Мы представляем анализ ответов студентов, давая курсивом выдержки (цитаты) из собранных отчетов. Необходимо отметить, что мы предложили студентам заполнить рефлексивные отчёты «по желанию». Таким образом, стоит иметь в виду, что наша выборка не репрезентирует всех студентов факультета, а имеет сдвиг в сторону тех, кому тема опроса показалась интересной или близкой. Среди этих обучающихся обращение к просветительским материалам в цифровой среде

является рутинной практикой, хотя частота и интенсивность такого обращения могут варьировать – от каждодневного просмотра и прослушивания до использования материалов от случая к случаю по мере необходимости.

Диапазон практик обращения к просветительскому материалу: от «включенного» до «спокойного»

Обобщая ответы опрошенных о потреблении ими просветительской информации, критериях ее оценки и способах поиска, оправданно говорить о спектре практик оперирования с такими материалами в цифровой среде. Так, важно понимать, что молодёжь знакомится с материалами не только между делом (в транспорте, во время обеденного перерыва, во время пробежки и т. п.), но и целенаправленно выбирает время для того, чтобы сесть за видео или подкаст по интересующей теме. Тем не менее, несмотря на практику выделения специального времени, большинство информантов не посвящает всё своё внимание просветительскому контенту. Предполагается, что человек может слушать-смотреть, отдыхая при этом, то есть, изучение материалов просветительского характера выступает оформлением досуга или одним из его вариантов. Также молодёжь может слушать-смотреть, делая параллельно что-то ещё, но при возникновении повышенного интереса к определённому тезису или идее – остановиться, обратить внимание на видеоряд, пересмотреть фрагмент.

О возможностях оценки и комментирования

Обращение к материалам в сети предполагает порой не только их традиционное потребление, но и отклик, комментирование. Комментарии пользователей фреймируют восприятие того, что дает просветитель / субъект просвещения. Таким образом, современная аудитория может действовать как просьюмер, то есть как тот, кто не только слушает, смотрит, но и добавляет что-то к информационному потоку:

...Там же можно делиться и своим мнением с автором.

При этом отметим, что со-участие молодежной аудитории через комментирование просветительских материалов не демонстрирует

выраженной тенденции, однако встречается. Активность респондентов в большей степени проявляется при поиске и выборе оптимальных для себя материалов и в их дальнейшей рекомендации.

Просвещение как мобильная практика

Благодаря миниатюрным гаджетам и беспроводной связи сегодня прослушивание и просмотр любой информации – в том числе, просветительских материалов – является мобильной практикой. Это значит, что часто у человека нет отдельного времени, отдаваемого потреблению информации, а практика просмотра и прослушивания накладывается на другие рутинные дела – поездку в транспорте, домашний обед и т. п. Становясь мобильным, просмотр и прослушивание диктуют требования к форме просветительских материалов. Одно из требований – к длительности такого просветительского перформанса.

Сейчас огромная часть жизни человека находится в телефоне. Я тоже не являюсь исключением. Один из моих любимых видов досуга – посидеть с планшетом и посмотреть какие-нибудь ролики, параллельно рисуя, собирая паззлы или что-нибудь ещё...

Люблю слушать в дороге, дома на фоне.

Я считаю, что оптимальное время познавательного контента 30 минут, дальше уже тяжело смотреть.

Современный потребитель просветительского контента – человек, экономящий время. Материалы должны быть не только интересны и полезны, они не должны расходовать большого количества времени. Каждый второй информант отмечал, что критерием выбора материала является небольшая во времени продолжительность ролика, а из гипотетически возможных недостатков материалов назвал затянутость, чрезмерный объём. Согласно отзывам, оптимальная по времени длина ролика – 15–20 минут. В пользу небольшого временного объёма просветительского материала

свидетельствует и то, что у молодёжи существует практика прокручивания материала на ускоренной перемотке. Один из информантов отметил, что отсутствие такой функции, как перемотка в ускоренном режиме – существенный недостаток материала.

Отдельно хотелось бы отметить внимание студентов к такому формату, как краткий обзор:

В последнее время меня все больше и больше интересует не просмотр фильма/сериала и т. д, а просто краткий обзор. Исключением являются фильмы / подкасты, которые цепляют с первого взгляда и их хочется посмотреть полностью, в этом нет логики, просто чувственное влечение.

Формат краткого обзора предполагает в том числе, что вся информация в материале будет «по делу»:

Также выбор осложняется большим количеством информации, которая не несёт в себе большой смысловой нагрузки, т.е. автор «льёт воду».

Вообще, прагматизм современного потребителя – то, что бросается в глаза в ответах по поводу критериев оценивания материала как «хорошего» или наоборот. Молодёжь отмечает, что просветительские материалы не должны вбирать элементы развлекательного шоу: так, некоторых раздражает, когда ведущие разговаривают друг с другом, задают друг другу вопросы – это уводит в сторону от непосредственной цели изучения просветительского материала, тратит ценный ресурс время потребителя.

Внимание к экстралингвистическим особенностям коммуникации блогера / журналиста / ученого-популяризатора

Критерии хорошего контента несколько варьируют в зависимости от типа платформы или информационного источника. Так, экстралингвистические особенности коммуникации оцениваются респондентами в качестве важных параметров хорошего материала. Тем не менее, их важность возрастает при обращении к подкастам, предполагающим, прежде всего, аудиальное восприятие информации:

...Мне не понравилась манера речи и повествования...

... Для меня очень важна подача материала, тембр голоса.

... Мне совершенно не понравилась подача. Очень нудный голос ведущего.

... Хороший просветительский материал, в моем понимании, должен, безусловно, сопровождаться качественным ведущим, рассказ которого не монотонный.

... Для хорошего подкаста важна манера речи ведущего, его тембр, возможность удержать внимание слушателя, в видео материале важен также видеоряд, который должен соответствовать тому, о чем говорит автор.

Респонденты оценивают грамотность речи, отсутствие слов-паразитов и т.п. Значение имеет и чувство юмора, и харизма ведущего.

Очень важным я считаю чувство юмора, поскольку смотреть серьезные видеоролики на серьезные темы тяжело.

Критерии хорошего просветительского материала для меня – это: захватывающее название, разбавление материала шутками и примерами, интересные факты, структурированность контента.

В то же время, когда речь идет о потреблении материалов, предполагающих визуальный ряд (например, видеоблогов), важными критериями хорошего контента становятся «картинка», ее качество/наполнение/динамизм, визуализация темы:

Я не люблю подкасты, мне важно видеть лицо человека, который рассказывает мне что-то, также для меня очень важен визуал: красивая одежда, обстановка, цвета и свет.

Сегодня считается, что молодые люди склонны потреблять преимущественно «картинки» и ценность визуальной информации для них приоритетна. Этот тезис подтверждается в ряде кейсов: некоторые участники исследования отмечают, что не готовы слушать подкасты (они сложны для восприятия), а нуждаются в видеоряде, картинке и даже возможности увидеть говорящего (даже если это интервью). Но есть и такие, кто обращается преимущественно к подкастам и не нуждаются в какой бы то ни было визуализации материала. Как видим, аудитория делится на аудиалов и визуалов.

Отметим здесь еще один аспект: вероятно, слушание подкастов легче вписывается в повседневность студентов и легче сочетается с другими рутинными практиками, не требует выделения специального времени. Использование визуальных материалов в этом смысле требует быть ангажированным в большей степени, поскольку требует удержания внимания и труднее сочетается с иными повседневными делами.

Критерии хорошего просветительского материала

В качестве важного критерия хорошего просветительского материала студенты называли его качество, содержание материала, наличие ссылок на используемые в ходе его подготовки источники. Каналы, которые публикуют материалы с ошибками, перестают пользоваться доверием молодых людей, студенты перестают к ним обращаться:

... Критериями хорошего просветительского материала для меня является адекватная подача информации, наличие ссылок на источники и репутация рассказчика/канала.

... Критерием хорошего просветительского материала в сети для меня является глубина и тщательность анализа, сбора данных, проведённого для создания данного материала.

Интересно, что молодым потребителям материалов просветительского характера для выбора таковых вполне достаточно рекомендаций, выдаваемых

искусственным интеллектом (например, в социальной сети) на основе анализа предыдущих запросов. Некоторые учитывают советы близкого окружения, некоторые – преподавателей или специалистов; тем не менее, чаще всего поиск происходит стихийно.

Хороший материал –

1. чётко структурирован,
2. понятно изложен,
3. содержит достоверную информацию.

Проблема компетентности ведущих и достоверности контента является одним из лейтмотивов. Каким образом осуществляется проверка на достоверность? Способ далеко не один! Вот, например:

...Так же я зачастую обращаюсь к комментариям. Например, если я сомневаюсь в качестве видео, я зачастую просматриваю комментарии в поисках опровержения людьми фактов, отрицательных отзывов. Если их много или немногочисленные комментарии достаточно внушительны, я усомнюсь в качестве контента.

...Немаловажной является проверка информации на соответствие действительности, что бывает сложно сделать из-за отсутствия у многих авторов списка используемой литературы или использованных проверенных источников.

... Показателем качества я считаю соотношение количества лайков на видео к количеству просмотров и также количество подписчиков на канале.

Одним из ориентиров для выбора является личность ведущего, его популярность:

...Немаловажным является и популярность ведущего, потому что малоизвестного человека слушают не такое количество людей, как ведущего, у которого достаточное количество слушателей/подписчиков.

Повторим, что способ подачи материала очень важен: дикция ведущего, манера речи, качество звука на записи, качество картинки (видео) – всё учитывается потребителями:

...Если в видеоролике много хаотичных картинок, много ярких элементов, высокая скорость проигрывания, то это будет отталкивать внимание. А при условии того, что в видеоролик будет включать в себя спокойную музыку, умеренный темп показа, картинки естественного оттенка, то это, наоборот, остановит на дальнейшем просмотре.

Трудности поиска материала

В целом опрошенные редко испытывают трудности с поиском нужного материала. Некоторые отмечают, что затрудняющим поиск моментом является непопулярность искомой темы, обеспечивающая малое количество посвящённых ей материалов. Иногда, напротив, проблема в том, что тема является очень популярной:

...Затруднять поиск может большое количество материала на разные темы и на интересующую меня тему в том числе. Такое изобилие затрудняет выбор, так как в такие моменты присутствует страх начать смотреть не что-то стоящее, а пустое и неинтересное, и потратить время впустую.

...Основной трудностью при выборе материала считаю его изобилие. Тысячи авторов и каналов, из которых читателю/слушателю необходимо выбрать то, что понравится и по тематике, и по подаче материала и т.д.

Однако главной причиной трудностей является несоответствие названия содержанию: это заставляет тратить время впустую, вызывает раздражение и приводит к недоверию источнику:

...Иногда авторы подкастов/лекций в названии своих работ используют несоответствующие содержанию слова и выражения, что подрывает моё доверие как слушателя, потому что приходится тратить время на просмотр ролика или прослушивание лекции, которая не соответствует твоим ожиданиям.

...Трудности в поиске материала возникают, так как в интернете слишком большое его количество, а названия видео, подкастов и т.д. не всегда полностью передают их содержание.

Во избежание негатива пользователей кроме тщательной работы над названием, возможно, следовало бы снабжать просветительской материал краткой аннотацией и ключевыми словами.

Опрошенные отмечали, что некоторые хорошо сделанные материалы представлены лишь на английском языке. Также не единожды звучала идея о том, что трудности в поисках просветительских материалов обусловлены широкой распространенностью субъективных, ангажированных материалов в сети. Большое предложение не всегда предполагает качество, достоверность, объективность предоставляемой информации.

...Как правило, эти трудности связаны с тем, что люди, представляющие материал, представляют его субъективно, через призму собственного отношения к излагаемому, а также определённых стереотипов и установок.

...Да, трудности иногда возникают, т.к. наряду с хорошим просветительскими материалами в сети существует большое количество псевдонаучных/конспирологических/непроверенных материалов.

...Также иногда вместе с просветительской информацией транслируются личные идеологические взгляды автора, что не всегда уместно.

Поиск осуществляется стихийно, на основе поисковых запросов (гугл-подкаст), подсказывают алгоритмы (с опорой на уже просмотренные видео – например, Netflix). Студенты опираются на мнение друзей и знакомых, их рекомендации – реже, чем ищут что-то стихийно. Опираются на рекомендации

экспертов в той или иной области, советы блогеров и оценки в социальных сетях.

Темы

Темы, интересующие молодёжь – самые разнообразные. Нельзя сказать, что потребителей интересует преимущественно история, или философия, или психология. Спектр востребованного материала у одного человека – от мини-лекций по бессоннице до методик воспитания детей:

- связанные с направлением обучения и расширяющие кругозор в той или иной теме

- связанные с хобби

- медиа, культура, искусство, литература

- здоровье, психология, саморазвитие

- история

- социальные проблемы («страшные истории», «преступления века» и

т.д.)

Опрошенными упоминались материалы и платформы:

- Арзамас
- Постнаука
- Топлес
- BBC
- Netflix
- Подкасты ЕУ
- Подкаст «Тоже Россия»
- Ютуб-канал «Что бы мне поделать, только бы не почитать»
- Ютуб проект ЧБМПТБНП
- Ютуб канал Тамары Эйдельман
- Платформа Открытое образование от Высшей школы экономики
- Утопия Шоу, Топлес и Гео
- Канал «Тайны Ленинградского двора»

- Телеграмм-канал Олега Максимьюк
- Цикл лекций П. Волковой «Беседы об искусстве»
- Подкасты («изюм без булки», «психология на дожде», «виток»)

Кроме того, просвещение рассматривается и как вариант обучения. Знания, получаемые в ходе таких практик, вносят вклад в профессиональные компетенции, служат дополнением получаемому в вузах образованию.

Это шоу помогает мне отвлекаться от каких-то проблем, абстрагироваться, особенно в сегодняшние дни

Это очень удобный формат, потому что обучение в комфортной домашней атмосфере не нагнетает так, как в школе или кабинете репетитора.

Завершая анализ, скажем: обращение к информационным источникам в молодежной среде выступает и формой эскапизма – ухода от реальности, особенно в ситуациях социальной неопределенности. Нередко в этом случае студенты ищут ответы на злободневные вопросы в просветительских материалах.

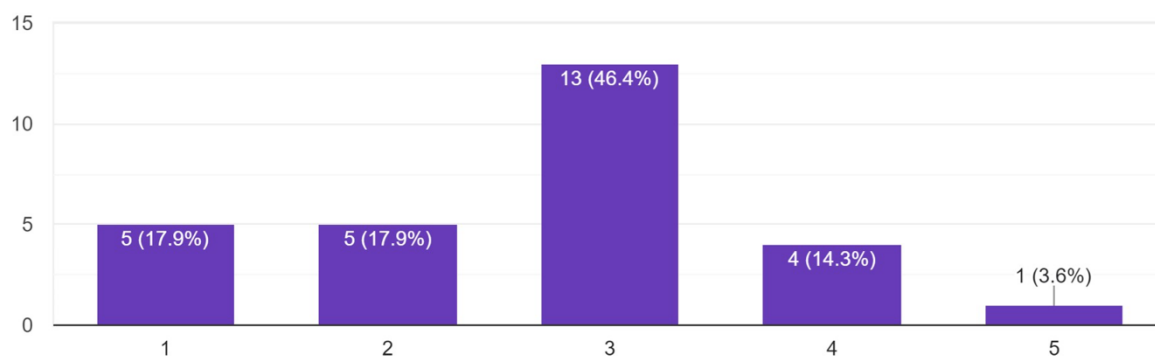
1.5.2. Преподаватели высшей школы

При определении объектов просветительской деятельности в цифровой среде нами использовался опрос методом анкетирования. Всего в опросе приняло участие 28 преподавателей высшей школы из ведущих образовательных учреждений России. Средний стаж преподавательской деятельности респондентов составил 20 лет. Большинство респондентов специализируются в социо-гуманитарных дисциплинах. Среди наиболее известных участников просветительской деятельности в цифровой среде участниками были названы Российское общество «Знание» (18 раз), Арзамас (12 раз), Постнаука (10 раз) и др. При оценке успешности выполнения роли лидера просветительской деятельности в цифровой среде реакция респондентов распределилась следующим образом (1 — совершенно не справляется, 5 — очень хорошо справляется):

Рис. 1. Распределение ответов на вопрос об успешности деятельности Российского общества «Знание».

Как вы считаете, насколько успешно Российское общество "Знание" выполняет роль лидера просветительской деятельности в России

28 responses



Для определения объектов просветительской деятельности использовался вопрос, направленный на выделение приоритетных целевых аудиторий в цифровой среде. Большинство респондентов указали, что приоритетной целевой аудиторией выступает молодежь (46,4 %). Пенсионеры, люди среднего возраста и школьники набрали по 10,7 % ответов респондентов. Среди остальных ответов следует выделить ответ, что все перечисленные социальные группы могут быть целевой аудиторией (10,7 %), при этом, инструменты просветительской деятельности должны различаться, а также важным обстоятельством выступает цель просветительской деятельности. Очевидно, что молодежь является наиболее удобным объектом просветительской деятельности в цифровой деятельности в связи с тем, что именно молодые люди обладают наибольшим уровнем цифровой грамотности среди всех социальных групп. С другой стороны, когнитивные цели молодежи скорее всего связаны не с просветительской деятельностью, а участием в образовательных программах и необходимостью профессиональной ориентации. Вероятно, наиболее благодарной целевой аудиторией могут стать люди пенсионного возраста, которые располагают необходимым свободным

временем и потребностью в общении. На наш взгляд, объектами просветительской деятельности могут выступать разные социальные группы.

Рис. 2. Объекты просветительской деятельности

Как вы считаете, на какую целевую аудиторию должна быть рассчитана просветительская деятельность в первую очередь? (или укажите свой вариант)

28 responses



Выбор объектов просветительской деятельности зависит от целей просветительской организации. Большинство негосударственных просветительских организаций ориентируется в первую очередь на людей с высоким уровнем цифровой грамотности, высшим образованием и выраженным научным мировоззрением.

1.6. Определение и анализ предмета просветительской деятельности в цифровой среде

В учебных пособиях, научной литературе и в действующих в настоящий момент нормативно-правовых актах отсутствует эксплицитное описание предмета как просветительской деятельности в целом, так и просветительской деятельности в цифровой среде, в частности. Представляется возможным сформулировать предмет просветительской деятельности в цифровой среде, опираясь на то, что обычно понимается под предметом деятельности в философии и в нормативно-правовых актах, и на цели, задачи и направления просветительской деятельности, которые определены в модельном законе «О просветительской деятельности» (постановление МПА СНГ от 20 мая 2016 г. №44-11, статьи 7, 8, 15) и анализируются в научной и методической литературе по теме.

Под предметом деятельности мы будем понимать способ конкретизации целей, возможность перевести их в конкретную форму; в процессе осуществления деятельности ее предмет трансформируется в продукт (Новейший философский словарь 2003). В рамках настоящего исследования в дополнение к п. 1.3. принято следующее рабочее определение цифровой просветительской среды – 1) открытая совокупность информационных систем, предназначенных для обеспечения различных задач просветительской деятельности; 2) единая информационная система, объединяющая всех участников просветительского процесса (объектов и субъектов) и включающая в себя: информационные просветительские и образовательные ресурсы; технологические средства: компьютеры, средства связи (смартфоны, планшеты), иное информационно-коммуникационное оборудование; систему образовательных (педагогических) технологий (см. раздел 1.10. «Тезаурус»). Таким образом, просветительская деятельность в цифровой среде представляет собой частный случай просветительской деятельности в целом, характеризующийся прежде всего особыми методами и ресурсами осуществления просветительского процесса.

При таком подходе **предметом просветительской деятельности в цифровой среде** можно считать:

1) создание информационных ресурсов, направленных на:

- повышение эрудиции, интеллектуального уровня населения;

- информирование о современных мировых и национальных социальных достижениях, достижениях науки и культуры; о современной международной обстановке, деятельности органов власти, общественных организаций и движений, а также их разъяснение; о современной экономической обстановке, государственной политике в этой сфере и экономических достижениях, а также их разъяснение; о современном законодательстве, разъяснение гражданских прав, свобод и обязанностей человека и способов их реализации; о достижениях психологии и педагогики и обсуждение вопросов личностно-профессионального развития, культуры формирования семейных отношений, воспитания детей; о современной экологической обстановке, государственной и региональной политике в этой сфере и разъяснение их, а также обсуждение способов сохранения нормальной экологии;

- повышение осведомленности о здоровом образе жизни и способах поддержания здоровья;

- создание условий для формирования у граждан научного мировоззрения, умения объективно оценивать современные социальные, политические и культурные процессы;

- создание условий для формирования у граждан заинтересованности и потребности в личностном развитии;

- содействие активному и компетентному участию граждан в различных видах практической деятельности, в том числе в общественных объединениях и движениях;

- содействие формированию конструктивного общественного мнения по тому или иному актуальному вопросу социально-культурной жизни;

2) разработку методов оценки эффективности образовательных (педагогических) технологий, используемых в цифровой просветительской среде.

1.7. Определение наличия или отсутствия имеющихся барьеров осуществления просветительской деятельности в цифровой среде

Любая активность в цифровой среде представляет собой процесс взаимодействия человека – социального субъекта и технологий. В любом социальном взаимодействии возникают трудности, осложняющие, препятствующие или вовсе делающие эффективную коммуникацию и взаимопониманию сторон невозможными. Среди барьеров взаимодействия в цифровой среде можно выделить следующие.

1. Цифровое неравенство (digital inequality).

Этот барьер является наиболее очевидным и при этом наиболее распространенным и труднопреодолимым. С одной стороны, речь идет о различиях в доступе к Интернету и цифровым технологиям. С другой стороны, помимо таких разрывов важно учитывать и такой критерий, как различия в использовании технологий [Weiss D, Rydland HT, Øversveen E, Jensen MR, Solhaug S, Krokstad S (2018) Innovative technologies and social inequalities in health: A scoping review of the literature. PLoS ONE 13(4): e0195447. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0195447>]. В расчет необходимо принимать перечень, регулярность применения инноваций, мотивацию пользователей, а также смыслы, которыми наделяются данные практики представителями разных социальных общностей. Как правило, такое цифровое неравенство носит интерсекционный характер: представители одних социальных групп оказываются в более уязвимом положении по сравнению с другими. Такие показатели, как возраст, этнос, региональная принадлежность, гендер, социально-экономический статус, и их пересечения оказываются факторами, детерминирующими цифровые разрывы. В различных социокультурных контекстах те или иные сочетания имеют различный вес. Среди групп риска — пожилые люди; представители низкодоходных групп; лица, имеющие невысокий уровень образования; жители сельских районов, менее развитых регионов и стран. Люди, имеющие ограниченный доступ к Интернету и новым

технологиям или вовсе лишенные его, не имеют возможности участвовать в программах цифрового просвещения и образования.

По результатам телефонного опроса жителей Санкт-Петербурга, реализованного в августе 2021 г. при поддержке РЦ «Центр социологических и интернет-исследований СПбГУ (проект №10621779) по репрезентативной выборке (n=861) было обнаружено, что частота использования Интернета существенно снижается в возрастной группе старше 60 лет (см. Табл. 1). В то время, как в группе 18 – 29 лет 98,5% используют Интернет ежедневно, среди тех, кто старше 60 лет, таких только половина (50,9%). При этом обнаруженные различия статистически значимы – Критерий Пирсона 0,437, Sig.=0,00.

Таблица 1

Частота использования Интернета, N=861

Частота использования Интернета /Возраст	Ежедневно	Несколько раз в неделю	Несколько раз в месяц	Несколько раз в год	Практически / совсем не пользуюсь	Затрудняюсь ответить	Всего
18 – 29	98,5	0,5	0,5	0,5	0,0	0,0	100,0
30 – 39	98,0	1,3	0,7	0,0	0,0	0,0	100,0
40 – 49	95,8	2,1	0,7	0,0	1,4	0,0	100,0
50 – 59	84,2	7,9	2,0	0,7	3,3	2,0	100,0
60 и старше	50,9	10,8	4,2	0,5	33,5	0,0	100,0

Период самоизоляции во время пандемии COVID-19 обнаружил дополнительные аспекты проблемы цифрового неравенства. В ситуации, когда все члены семьи оказались вынуждены работать и учиться дома одновременно, принципиально важным оказалось не просто наличие цифрового девайса (ноутбука, планшета и т.д.) в доме, а наличие

персонального устройства у каждого члена семьи. Оговоримся, что далеко не все семьи в нашей стране обладают такими возможностями.

Помимо доступа к Интернету и цифровым технологиям важны также различия в мотивации их использования (см. Табл. 2). Согласно данным телефонного опроса, если 85,0% в целом по выборке использовали Интернет в течение последнего года для общения с друзьями, знакомыми, родственниками, то для обучения, самообразования – 62,8%, а для участия в конференциях, вебинарах, иных онлайн-мероприятиях – лишь 41,3%. Во-первых, в обозначенных практиках использования Интернета вновь наблюдаются возрастные различия: чем моложе респонденты, тем более они готовы вовлекаться во все виды онлайн-активности. Во-вторых, поскольку опрос проводился в период пандемии, когда значительная часть образовательной активности переместилась в цифровую среду, полагаем, что результаты по обучению, самообразованию могут быть несколько завышены. В целом, чаще всего Интернет используется для общения, поиска необходимой информации, а также получения новостей о жизни города и мира. Помимо развлечений важными поводами для обращения к Интернету сегодня становятся оплата счетов, покупка товаров и услуг, оформление документов с помощью портала «Госуслуги». Отметим, что далеко не всегда Интернет рассматривается пользователями как источник новых знаний, инструмент самообразования. Именно поэтому программы просвещения в цифровой среде должны быть привлекательными для аудиторий (с опорой на их социальную специфику), а также учитывать потребности, интересы и особенности потребления медиаконтента пользователей.

Таблица 2

*Способы использования Интернета в течение последнего года, (%
N=861)*

Способы использования Интернета/Возраст	Общение с друзьями, знакомыми, родственниками	Получение новостей о жизни города, страны, мира	Поиск интересующей информации	Банковские операции – переводы	Развлечения: кино, книги, музыка	Видеоигры	Оплата счетов	Обучение, самообразование	Государственные услуги – оформление документов, получение справок	Покупка товаров и услуг	Удаленная работа	Участие в конференциях, вебинарах, иных онлайн-мероприятиях
18 – 29	95,5	85,5	92,0	81,5	90,0	55,0	73,0	80,0	76,5	85,0	57,0	59,5
30 – 39	92,8	81,7	94,8	84,3	90,8	44,4	77,8	74,5	79,1	84,3	52,9	51,0
40 – 49	85,9	86,6	95,0	88,0	79,6	27,7	81,6	66,2	80,9	78,9	43,7	47,5
50 – 59	76,4	81,9	91,0	67,4	59,7	21,5	72,2	52,1	64,6	56,9	36,2	29,2
60 и старше	69,5	76,6	86,6	44,7	49,6	14,1	42,6	33,3	37,3	39,7	15,6	11,3
В среднем по выборке	85,0	82,7	91,9	74,0	75,4	34,4	79,8	62,8	68,5	70,4	42,4	41,3

2. *Цифровая грамотность (digital literacy)*. Значимым препятствием осуществления просветительской деятельности в цифровой среде является не только цифровое неравенство (различия в доступе к инновациям), но и цифровая грамотность. Даже в условиях доступности технологий и Интернета значение приобретают специальные «навыки пользователя» – цифровые компетенции: умение формулировать онлайн-запрос и применять различные устройства и программы, умение ориентироваться в многообразии цифровой информации, оценивать и анализировать ее, умение отбирать надежные, достоверные источники данных, умение разбираться в том, как устроены сайты, порталы, мобильные приложения, и т.д. В этом случае речь также идет об интерсекциональном неравенстве, обуславливающем различный уровень цифровой грамотности в различных социальных группах и существовании «цифровых неграмотных». Такие факторы, как возраст, образование вновь

будут играть значимую роль. Например, российское население обладает следующими навыками цифровой грамотности: работа с текстовым редактором – 41,1% (для возраста 55 – 64 лет – 28%); отправка электронной почты с прикрепленными файлами – 36,8% (для возраста 55 – 64 лет – 24,7%); копирование или перемещение файла – 34,5% (для возраста 55–64 лет – 20,5%); использование программ для редактирования фото-, видео- и аудиофайлов – 21,2% (для возраста 55–64 лет – 9,8%) [Тенденции развития интернета: от цифровых возможностей к цифровой реальности : аналитический доклад / Г.И.Абдрахманова, С.А. Васильковский, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет»; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2022. 228 с.].

3. Доверие Интернету, цифровым источникам информации и цифровым технологиям в целом.

Помимо цифровых различий и разрывов одним из барьеров реализации программ просвещения в цифровой среде может выступать (не)доверие к цифровым источникам данных. Обычно образовательная и просветительская деятельность носит институционализированный характер: реализуется в рамках организаций (образование, традиционные медиа), специально подготовленными профессионалами (учителя, научное сообщество, журналисты), чья деятельность регламентирована. Несмотря на появление новых лидеров мнений в онлайн-пространстве (например, блогеров) и ежедневное обращение к Интернету, характерное для большинства россиян, доверие к онлайн-источникам по-прежнему невелико.

Лишь осенью 2021 г., по материалам ВЦИОМ, социальные сети и блоги стали одним из основных источников новостей для россиян, наравне с телевидением и разговорами с другими людьми [<https://www.rbc.ru/society/23/09/2021/614b810f9a794706e3dd3ad8?ysclid=17megmu47y172331775>]. Чаще всего россияне узнают новости об экономике и общественно-политической жизни из телевидения (47%), социальных сетей и

блогов в интернете (42%), разговоров с людьми (40%), новостных, аналитических и официальных сайтов в интернете (36%), а также из регионального и местного телевидения (31%). При этом, главным источником остается телевидение (42%); 21% респондентов назвали таковым соцсети и блоги, 20%— новостные, аналитические и официальные сайты. Разговоры с людьми, мессенджеры, радио и газеты выбрали менее 10% в каждом случае, журналы в качестве главного источника информации не назвал никто [<https://www.rbc.ru/society/23/09/2021/614b810f9a794706e3dd3ad8?ysclid=17megmu47y172331775>]. Таким образом, лишь год назад Интернет сравнялся в востребованности в качестве источника сведений о стране и мире с телевидением.

В то же время, по данным ВЦИОМ (21 марта 2021 г.), Интернет в глазах более половины россиян — неконтролируемое информационное пространство, где можно встретить различную информацию, в том числе недостоверную (57%, +30 п.п. с 2006 г.). Треть россиян считают, что Интернет — это скорее мощный ресурс получения достоверной и оперативной информации (34%), так чаще считают жители крупных городов (44%-46% в столицах и городах-миллионниках) [<https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=10732&ysclid=17mdxazn2x458177414>].

Несмотря на драматичное увеличение количество Интернет-источников и информации, циркулирующей в сетях, увеличения времени и регулярности использования онлайн-ресурсов, сегодня остро встает проблема fake news и постправды (post-truth), что еще больше актуализирует проблему цифрового недоверия. В целом, под цифровым доверием понимают уверенность людей в надежности и безопасности цифровых систем, процессов и технологий [Веселов, 2020]. В современном мире это доверие возникает между цифровыми пользователями (givers) и поставщиками цифровых услуг (guarantors). В этом смысле формирование представлений о цифровой среде

как надежном образовательном ресурсе, популяризация цифровых программ просвещения становятся важными практическими задачами.

В качестве возможного барьера необходимо учитывать отношение населения к дистанционному образованию, оценка его достоинств и недостатков, возможностей и ограничений. В ситуации вынужденного перехода на дистанционное образование в период пандемии проводились соответствующие опросы общественного мнения. По состоянию на апрель 2020 г. ситуация выглядела следующим образом. 90% опрошенных учителей, 62% учащихся и 56% их семей полагали, что дистанционные занятия не могут заменить уроки, проводимые в школах. 62% школьников, которые ранее не занимались онлайн, считают, что переход на дистанционный формат обучения негативно сказывается на учёбе; 21 учеников считают, что эффективность занятий повысилась, а 15% опрошенных не заметили разницы между занятиями в классе и онлайн-уроками. Из тех, кто и ранее сталкивался с дистанционным обучением, 50% не видят разницы между очными и онлайн-уроками, 34% считают, что заниматься стало сложнее, и 14% заявили, что дистанционная учёба даётся им проще [Опрос показал отношение россиян к дистанционному обучению школьников — РТ на русском (rt.com)].

По данным ВЦИОМ на август 2020 г., когда остро стоял вопрос выбора между очным и дистанционным обучением, оценки были такие. 93% респондентов, чьи дети или внуки посещали школу, полагали, что было бы лучше вернуться к традиционному, очному формату обучения. 68% в этой же группе считали, что у дистанционного образования больше минусов, и только 2% – что больше плюсов; четверть полагали, что плюсов и минусов примерно одинаково. 74% опрошенных были уверены, что качество образования при дистанционном формате понизилось, и лишь 4% – что оно повысилось. В качестве причин того, почему было бы лучше вернуться к традиционному формату, в качестве основных были названы следующие: общение, социализация (30%), лучшее качество образования (20%), получают больше знаний (17%) [2021-11-11 Rodin K. SHkolnoe obrazovanie.pdf (wciom.ru)].

Безусловно, за период пандемии цифровизация, в том числе, образовательной среды превратилась в рутину современного человека. И сегодняшние оценки дистанционных форматов образовательной деятельности (процесса передачи знаний), вероятно, будут более позитивными. Вместе с тем, определенная настороженность к онлайн-взаимодействию поставщика и потребителя знаний до сих пор свойственна россиянам.

4. Социотехнический барьер.

Под социотехническим барьером мы понимаем систематически возникающую «поломку» в оперировании между человеком и технологией, обусловленную особенностями дизайна технологии и спецификой коммуникативного процесса. Взаимодействие потенциального пользователя с авторами информационных просветительских проектов благодаря технологиям, опосредующим передачу информации, следует рассматривать как вариант социальной коммуникации. Действительно, посредством дистанционных технологий происходит передача идей, а на другой стороне этого процесса – принятие/не принятие, понимание/не понимание с последующими усвоением, откликом на эти идеи. Подход с точки зрения обнаружения социотехнических барьеров предполагает анализ того, как пользователи взаимодействуют с опосредующей технологией (будь то слушание подкаста, обращение к видео на интернет-платформе, прохождение серьёзной игры), а именно, на какие ожидания и предположения пользователи опираются в начале и по ходу опосредованной коммуникации.

Чаще всего ожидания диктуются привычными шаблонами взаимодействия, сложившимися у пользователей в результате коммуникации в рамках соответствующих институтов с другими людьми. Так, от образовательного и просветительского дискурса скорее всего будет ожидать соответствующая риторика, приведение соответствующих доказательной базы и т.п., от тестирования – возможность понять логику оценивания, от программ, требующих визуального внимания – чёткость и не перегруженность изображения, от ситуаций, требующих восприятия аудиоинформации –

отсутствие дополнительным помех в записи и определённый темп, а основанием для категоризации материала будет служить отнесение его к некоторому институту, с которым пользователь сталкивался в прошлом. Следует учитывать, какие варианты «посредников» пользуются доверием или напротив, считаются неудобными: так, например, исследования показывают, что пользователи категоризируют виртуального оператора или робота-помощника как человека, который плохо владеет языком, на котором осуществляется коммуникация.

Как правило, социотехнический барьер или систематическая поломка коммуникации вызывается невозможностью интерпретировать реплики или невозможностью реализовать запрос на действие. Информационный контент, передаваемый технологией, выступает ограничением для интерпретации пользователями, не имеющими достаточной подготовительной базы или же не усваивающих информацию, поданную в определённом темпе/стиле. Физические и технические возможности, которые имеет пользователь, выступают ограничением для реализации запроса на действие со стороны технологии (в случае, когда требуется дать согласие, отметить правильные ответы и т.п. действия со стороны пользователя).

Интересным примером стремления обнаружить и проанализировать социотехнический барьер в коммуникации просветителя с аудиторией является пост экскурсовода Алексея Пашкова в социальной сети «ВКонтакте» в созданной им группе «Про искусство для взрослых и детей» (https://vk.com/artforjoy?w=wall-81991808_91466, запись от 17.06.22, доступно 04.09.22). Так, он спрашивает свою аудиторию об удобном формате – текстовом, аудио или видео – в преддверии выпуска и последующих продаж своего очередного просветительского курса. Вопрос получил 299 откликов, в которых пользователи довольно подробно объясняли свои предпочтения и приверженность тому или иному формату. Комментарии поступали преимущественно развёрнутые, например: «Чтение интереснее, аудио не воспринимается совсем. У каждого свой темп восприятия информации, кто-то

быстро усваивает, а другие медленно. Видео и аудио ставят в зависимость от автора, его темпа, не всегда успеваешь вникнуть, если прослушаешь - потеряешь нить. В устной речи встречается лишнее, а письменная - более чёткая по изложению” или “Слушание и видеолекции меня спасают от скуки выполнения рутинных домашних дел. Смотрю на ютубе, телеграмм и что в рассылку вк прилетает. Книги люблю, но пока маленькие дети не дают спокойно почитать, редко, но удаётся понаслаждаться чтением. Наушники с телефоном очень облегчают возможность слушания и привнесения в каждый день дополнительного интереса, радости, ощущения движения вперёд и смысла”.

1.8. Определение электронных информационных и научно-просветительских ресурсов (сервисов), обеспечивающих освоение просветительских программ в полном объеме независимо от формы реализации

В настоящем разделе представлено краткое описание десяти научно-просветительских ресурсов, среди которых: «Элементы большой науки», «N+1», «ПостНаука», «Антропогенез.ру», «Наука и жизнь», «Премия “Просветитель”», «Культурно-просветительский центр “Архэ”», «НаукаPRO», «Лекториум» и «Всенаука». Описание дано согласно стандартной схеме, различались следующие типы ресурсов: интернет-сми, научно-популярный журнал, тематический сайт, онлайн-лекторий. В список попали прежде всего политематические ресурсы. Таким образом, именно разнообразие тематики (а также субъективные оценки популярности) стали критериями отбора.

Разумеется, список можно существенно расширить. В частности, в каталоге «Наука в Рунете» (<https://elementy.ru/catalog>) даны ссылки на 1248 сайтов категории «общенаучные и междисциплинарные сайты». Обширный список научно-популярных каналов разного качества опубликован в «SciTopus Весь научпоп в одном месте» (<https://vk.com/scitopus>).

Элементы большой науки

Тип ресурса: ИНТЕРНЕТ-СМИ.

URL <https://elementy.ru/>

Описание: «“Элементы” видят свою задачу в том, чтобы рассказывать о фундаментальной науке всем, кому интересно устройство нашего мира и пути его познания. Мы стараемся говорить не только о том, что удалось выяснить ученым, но и о том, как эти результаты были получены, насколько они достоверны, что было известно раньше и что еще только предстоит узнать.

Мы считаем, что в нынешнем зыбком, изменчивом мире наука, хотя сама она и находится в постоянном поиске, дает уникально надежные ориентиры, которые ничем другим не заменить.

Мы стараемся также информировать наших читателей обо всём интересном, что есть вокруг нас научно-популярного — о книгах, журналах, лекциях, сайтах».

Тематика: политематический ресурс.

Разделы: (1) «Новости науки», (2) «Картинка дня», (3) «Календарь событий», (4) «Задачи», (5) «Детские вопросы», (5) «Большой адронный коллайдер» (тематический проект), (6) «Библиотека» (статьи популярных журналов и газет «В мире науки», «Знание — сила», «Квант», «Квантик», «Коммерсантъ Наука», «Кот Шрёдингера», «Наука и жизнь», «Наука из первых рук», «Популярная механика», «Потенциал»: Химия. Биология. Медицина, «Потенциал»: Математика. Физика. Информатика, «Природа», газета «Троицкий вариант — Наука», «Химия и жизнь — XXI век», «Что нового в науке и технике», «Экология и жизнь»), (7) «Видеотека», (8) «Книжный клуб» (к 29.09.2022 в этом разделе опубликованы аннотации 1110 книг 790 авторов, кроме того, опубликованы отдельные» главы 483 научно-популярных книг), (9) «Масштабы: времена» (тематический проект), (10) «Плакаты», (11) «200 законов мироздания» (статьи из Научно-популярной энциклопедии Джеймса Трефила «Природа науки. 200 законов мироздания»), (12) «Журнал общей биологии» (статьи «сопровожаются популярными синопсисами, предназначенными для широкого круга читателей, в том числе не биологов»), (13) Каталог «Наука в Рунете», (14) «Наука, образование и право» («Справочник по законодательству в области науки, образования и интеллектуальной собственности. Регулярно обновлялся в 2005–2014 годах. В настоящее время поддержка справочника прекращена»).

Год основания: 2005

Представленность в социальных сетях. (1) Паблик VK (https://vk.com/elementy_ru), 45586 подписчиков. (2) Telegram (https://t.me/elementy_ru), 3546 подписчиков, (3) YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCTkysz31rb357OusMOOeIEw>), 4,02 тыс. подписчиков,

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы: Станислав Дробышевский, Александр Марков, Сергей Попов и др.

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Roger Penrose. Cycles of Time: Is It Possible to Discern the Previous Universe Through the Big Bang? (38 тыс. просмотров), (2) Владимир Сурдин. Разведка далеких планет (22 тыс. просмотров), (3) Ася Казанцева. Что вреднее — быть толстым или курить? (17 тыс. просмотров), (4) Сергей Попов. Основные астрономические факты и задачи ближайшего будущего (15 тыс. просмотров), (5) Андрей Линде. Многоликая вселенная (13 тыс. просмотров).

Подкасты: нет.

N+1

Тип ресурса: ИНТЕРНЕТ-СМИ

URL <https://nplus1.ru/>

Описание: «N + 1 — научно-популярное развлекательное издание о том, что происходит в науке, технике и технологиях прямо сейчас. Новости, большие статьи, блоги — это все про нас. Мы ищем самое интересное и доставляем это читателям в понятной, ясной, привлекательной (и с визуальной точки зрения) форме. Мы — чуть больше, чем просто наука!»

Тематика: политематический ресурс.

Разделы: (1) астрономия, (2) физика, (3) биология, (4) археология (новости; у каждой новости есть оценка «сложности» по шкале от 1 до 5, тематика не ограничивается четырьмя перечисленными разделами), (5) «Книжная полка», (6) «Курсы», (7) «Коронавирусные хроники», (8) «Есть задача».

Год основания: 2015

Представленность в социальных сетях. (1) Telegram (<https://t.me/nplusone>), 40 440 подписчиков, (2) VK (паблик «Образовач», <https://vk.com/obrazovach>), 441701 подписчик.

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы: Андрей Себрант, Михаил Гельфанд, Максим Кронгауз и др.

Наиболее популярные видео (<https://vk.com/video/@obrazovach>): (1) Наука дома (126 859 просмотров), (2) Handle Robot Reimagined for Logistics (74 784 просмотра), (3) Нейросеть озвучила «Прибытие поезда» (51 365 просмотров), (4) Алиса варит кофе (43 482 просмотра), (5) Удмуртский язык / 50 видео о языках (41 328 просмотров)

Подкасты: «На пальцах».

ПостНаука

Тип ресурса: ИНТЕРНЕТ-СМИ.

URL <https://postnauka.ru/>

Описание: «ПостНаука — это проект о современной фундаментальной науке и ученых, которые ее создают».

Тематика: политематический ресурс.

Разделы: (1) «Журнал» («Путеводители по миру научного знания, краткие ответы ученых на самые распространенные вопросы, обстоятельные лонгриды о достижениях науки и современных технологиях, инфографика, рекомендации книг, фильмов и сериалов»); (2) «Гиды» (тематические подборки материалов, включают серию видео, формируются определённым научным консультантом); (3) «Академия» (онлайн-курсы); (4) «ПостНаука.TV» («лекции лучших российских и зарубежных ученых, интервью с исследователями фундаментальной науки и практикующими специалистами, образовательные мультики для всех возрастов»); (5) «Игры» («Тесты, игры и задачки — все, что нужно, чтобы проверить знания, полученные на ПостНауке»); (6) «Тезаурус» (указатель по тематикам публикаций ПостНауки, в том числе – алфавитный)

Год основания: 2012

Представленность в социальных сетях. (1) Telegram (<https://t.me/postnauka>), 12499 подписчиков, (2) YouTube (<https://www.youtube.com/user/postnauka>), 1,18 млн подписчиков.

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы: Вячеслав Дубынин, Станислав Дробышевский, Алексей Савватеев и др.

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Устройство и работа мозга — курс Вячеслава Дубынина на ПостНауке (8 219 638 просмотров), (2) Нейтронные звезды и черные дыры — курс Сергея Попова на ПостНауке (3 964 420 просмотров), (3) Мозг и алкоголь — курс Вячеслава Дубынина на ПостНауке (3 829 583 просмотра), (4) Гипотеза Пуанкаре — Алексей Савватеев на ПостНауке (3 494 675 просмотров), (5) Реликтовое излучение — курс Олега Верходанова на ПостНауке (2 738 040 просмотров).

Подкасты: «Постнаука».

Антропогенез.ру

Тип ресурса: ИНТЕРНЕТ-СМИ.

URL <https://antropogenez.ru/>

Описание: «АНТРОПОГЕНЕЗ.РУ – крупнейший российский научно-просветительский портал, посвященный эволюции человека».

Тематика: антропология и смежные дисциплины. Тематика материалов на дочерних проектах «Ученые против мифов — научно-просветительский форум» (<https://uch.pm/>) и «Почетный академик ВРАЛ» (<https://vral.li/>) далеко не исчерпывается антропологией.

Разделы: (1) «Достающее звено» (материалы Станислава Дробышевского, базовая информация по основным аспектам антропогенеза), (2) «Достающее звено» (видео об эволюции человека), (3) «Наша родословная» (информация «об ископаемых предшественниках современного человека»), (4) «Каталог находок» (сведения о наиболее важных местах, где найдены останки предшественников человека, информация о «наиболее знаменитых и принципиально важных находках»), (5) «Эксперты отвечают» («серия интервью с известными специалистами, написанных специально для портала»), (6) «Мир антропологии» (статьи из специализированных изданий

по антропологии, генетике, археологии и т.д., анонсы новых книг, интересные цитаты, видеозаписи выступлений учёных и др.)

Год основания: 2010

Представленность в социальных сетях. (1) Telegram (https://t.me/antropogenez_ru), 16 895 подписчиков, (2) YouTube (<https://www.youtube.com/user/TheChieffff>), 416 тыс. подписчиков.

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы: Станислав Дробышевский, Алексей Водовозов, Светлана Бурлак и др.

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Эволюция от обезьяны к человеку (4 246 307 просмотров), (2) Мифы о Большом взрыве: как из «ничего» получилось «всё»? Олег Верходанов. Ученые против мифов 12-7 (1 798 216 просмотров), (3) Чем грозит прививка от COVID-19? Алексей Водовозов - Учёные против мифов 14-9 (1 211 685 просмотров), (4) Почему тарелки больше не летают? Дмитрий Вибе. Ученые против мифов X-3 (1 163 826 просмотров), (5) Неудобные вопросы об эволюции человека. Станислав Дробышевский. Ученые против мифов 9-4 (785 582 просмотра).

Подкасты: «АНТРОПОГЕНЕЗ.РУ»

Наука и жизнь

Тип ресурса: НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ЖУРНАЛ

URL <https://www.nkj.ru/>

Описание: научно-популярный журнал. «Девиз нашего издания: «О науке -- доступно, о жизни -- серьёзно». Целевая аудитория журнала не ограничена возрастными или профессиональными рамками. “Наука и жизнь” предназначена для читателей с научным складом ума и неукротимой любознательностью. Один-единственный номер журнала “Наука и жизнь” вполне может заменить сотни умных книжек: журнал расширяет кругозор, дает пищу для ума и побуждает к активной творческой деятельности».

Тематика: политематический.

Разделы сайта: (1) «Новости», (2) «События», (3) «Факт дня», (4) «Открытый формат», (5) «Новости партнеров», (6) «Архив», (7) «Видео», (8) «Библиотеки», (9) «Форум».

Год основания: 1934 vs 1890

Представленность в социальных сетях. (1) Telegram (<https://t.me/scienceandlife>), 7 845 подписчиков, (2) YouTube (<https://www.youtube.com/user/NaukaLife>), 1,79 тыс. подписчиков.

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы: Василий Ключарёв, Максим Кронгауз.

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Шаман русских болот или где предел для вездехода (1 390 846 просмотров), (2) Ежик на охоте (73 667 просмотров), (3) Нейроэкономика принятия решения: иллюзия свободы (41 618 просмотров), (4) Как рождается Жостовская роспись (34 129 просмотров), (5) Гипотеза лингвистической относительности (22 476 просмотров).

Подкасты: неясно.

Премия «Просветитель»

Тип ресурса: ТЕМАТИЧЕСКИЙ САЙТ

URL <http://www.premiaprosvetitel.ru/>

Описание: «Премия «Просветитель» вручается за лучшую научно-популярную книгу на русском языке. Задача премии — поддержать русскоязычных ученых и научных журналистов, умеющих просто и увлекательно рассказать о новейших открытиях и исследованиях. Ежегодно на конкурс присылается более 150 книг, Оргкомитет выбирает 25 работ лонг-листа в двух номинациях «Гуманитарные науки» и «Естественные и точные науки». После чего независимое жюри определяет шорт-лист из 8 книг».

Тематика: политематический.

Разделы сайта: (1) «О премии», (2) «Соискателям», (3) «Книги», (4) «Просветитель.Digital», (5) «Просветитель.Перевод». Длинный список номинантов 2002 г. см. <http://www.premiaprosvetitel.ru/booksauthors/>.

Год основания: 2008

Представленность в социальных сетях. (1) YouTube (https://www.youtube.com/channel/UC5lvQ5_f73bLzQG5Efv5Ykw/featured), 2,28 тыс. подписчиков, (2) VK (<https://vk.com/p.prosvetetitel>), 12990 подписчиков.

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы:

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Эксклюзивное интервью: Дмитрий Зимин (25 994 просмотра), (2) Лекция Владимира Сурдина «Небесные гости — метеориты» (15 796 просмотров), (3) Владимир Сурдин отвечает на вопросы после лекции о метеоритах (12 275 просмотров), (4) Просветитель.Online. Алексей Семихатов. Космические прогулки (8 413 просмотров), (5) Лекция Геннадия Горелика «Что такое научная истина: Вчера, Сегодня, Завтра» (7 568 просмотров).

Подкасты: нет.

Культурно-просветительский центр «Архэ»

Тип ресурса: ТЕМАТИЧЕСКИЙ САЙТ

URL <https://arhe.msk.ru/>

Описание: «ПостНаука — это проект о современной фундаментальной науке и ученых, которые ее создают».

Тематика: политематический ресурс.

Разделы: (1) «Журнал» («Путеводители по миру научного знания, краткие ответы ученых на самые распространенные вопросы, обстоятельные лонгриды о достижениях науки и современных технологиях, инфографика, рекомендации книг, фильмов и сериалов»); (2) «Гиды» (тематические подборки материалов, включают серию видео, формируются определённым научным консультантом); (3) «Академия» (онлайн-курсы); (4) «ПостНаука.TV» («лекции лучших российских и зарубежных ученых, интервью с исследователями фундаментальной науки и практикующими специалистами, образовательные мультики для всех возрастов»); (5) «Игры» («Тесты, игры и задачки — все, что нужно, чтобы проверить знания,

полученные на ПостНауке»); (6) «Тезаурус» (указатель по тематикам публикаций ПостНауки, в том числе – алфавитный)

Год основания: 2012

Представленность в социальных сетях. (1) Telegram (<https://t.me/postnauka>), 12499 подписчиков, (2) YouTube (<https://www.youtube.com/user/postnauka>), 1,18 млн подписчиков.

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы: Вячеслав Дубынин, Станислав Дробышевский, Алексей Савватеев и др.

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Устройство и работа мозга — курс Вячеслава Дубынина на ПостНауке (8 219 638 просмотров), (2) Нейтронные звезды и черные дыры — курс Сергея Попова на ПостНауке (3 964 420 просмотров), (3) Мозг и алкоголь — курс Вячеслава Дубынина на ПостНауке (3 829 583 просмотра), (4) Гипотеза Пуанкаре — Алексей Савватеев на ПостНауке (3 494 675 просмотров), (5) Реликтовое излучение — курс Олега Верхованова на ПостНауке (2 738 040 просмотров).

Подкасты: «Постнаука».

НаукаPRO

Тип ресурса: ОНЛАЙН-ЛЕКТОРИЙ

URL <https://nauka-pro.ru/>

Описание: Портал, на котором размещаются лекции учёных и специалистов в своих областях.

Тематика: политематический ресурс.

Разделы: (1) «Антропология», (2) «археология», (3) «астрофизика», (4) «биология», (5) «лингвистика», (6) «медицина», (7) «космонавтика», (8) «палеонтология», (9) «сомнология», (10) «физика», (11) «электроника», (12) «трансляция, центр "Сириус"»

Год основания: 2017

Представленность в социальных сетях. (1) YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UClk8C-ve3vb96jSqlT05wA>), 232 тыс.

подписчиков, (2) VK (https://vk.com/nauka_pro_rnd), 12632 подписчика, (3) ЯндексДзен (https://dzen.ru/nayka_pro), 3,6 тыс. подписчиков.

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы: Станислав Дробышевский, Владимир Сурдин, Сергей Попов и др.

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Парадокс дней рождения | Лекции по математике – математик Алексей Савватеев | Научпоп (1 629 353 просмотра), (2) Неизбежен ли разум? | Лекции по антропологии – антрополог Станислав Дробышевский | Научпоп (1 067 476 просмотров), (3) Интеллектуальные способности рас | Лекции по антропологии – Станислав Дробышевский | Научпоп (905 746 просмотров), (4) Парадокс Ферми: почему молчит Вселенная? | Лекции по астрофизике – астрофизик Сергей Попов | Научпоп (852 923 просмотра), (5) Социальные структуры приматов и древних людей – антрополог Станислав Дробышевский | Научпоп (582 125 просмотров)

Подкасты: НаукаPRO

Лекториум

Тип ресурса: ОНЛАЙН-ЛЕКТОРИЙ

URL <https://www.lektorium.tv/>

Описание: «Лекториум — это платформа для размещения онлайн-курсов и digital издательство, которое создает сложный образовательный контент для вузов и технологических компаний».

Тематика: политематический ресурс.

Разделы: (1) «Онлайн-курсы» (есть курсы с платным и бесплатным доступом), (2) «Медиатека» (размещены записи выступлений на научных конференциях, курсы лекций, отдельные лекции), (3) «Онлайн-школы» (пакеты онлайн-курсов), (4) «Конференция Парсек» (научно-популярная конференция о космосе, технологиях и будущем), (5) «Чаты и общение».

Год основания: 2013

Представленность в социальных сетях. (1) Telegram (<https://t.me/openlektorium>), 2 283 подписчика, (2) YouTube (<https://www.youtube.com/user/OpenLektorium/featured>), 171 тыс. подписчиков, VK (<https://vk.com/openlektorium>), 75204 подписчика.

Целевая аудитория: школьники, абитуриенты, студенты, специалисты, преподаватели.

Популярные лекторы: Роман Михайлов, Алексей Савватеев, Вячеслав Дубынин и др.

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Группы и теория гомотопий (трэш трейлер) (948 219 просмотров), (2) Лекция 1 | Архитектура ЭВМ и основы ОС | Кирилл Кринкин | CSC | Лекториум (680 281 просмотр), (3) Волшебная школьная геометрия | Алексей Савватеев | Лекториум (399 134 просмотра), (4) 7.2. Смена подгузника | Домашний уход за малоподвижным человеком (314 782 просмотра), (5) Лекция 1. Правила оформления чертежей. ГОСТы ЕСКД | Инженерная Графика | Лекториум (227 967 просмотров).

Подкасты: Лекториум.

Всенаука

Тип ресурса: ОНЛАЙН-ЛЕКТОРИЙ

URL <https://vsenauka.ru/>

Описание: «Миссия программы “Всенаука” — создать систему надежных ориентиров в море научно-популярной и образовательной информации. Мы выявляем самые важные темы и поддерживаем распространение лучшего контента по этим темам».

Тематика: политематический ресурс.

Разделы: (1) «Проекты» (“Минимакс” — опрос, призванный выявить самые важные темы, которые определяют современную научную картину мира; “Толмач” — общенациональный конкурс на улучшение популярных статей русской Википедии), (2) «Книги» (“Дигитека” — общедоступная цифровая библиотека лучших научно-популярных книг по самым важным

темам; “Укороты” – аннотации книг), (3) «Инфотека» (Инфографика, интервью, препринты, исследования, тесты, рекомендации).

Год основания: 2018

Представленность в социальных сетях. (1) YouTube (<https://www.youtube.com/c/%D0%92%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%B0>), 1,57 тыс. подписчиков, VK (<https://vk.com/vsenauka>), 9634 подписчика.

Целевая аудитория: все, кто интересуется фундаментальной наукой.

Популярные лекторы: Александр Аузан, Николай Кукушкин, Владимир Сурдин и др.

Наиболее популярные видео (YouTube): (1) Лучшие книги - бесплатно, легально, для всех! (3 082 просмотра), (2) Лариса Брехман в поддержку Дигитеки (1 988 просмотров), (3) "Эгоистичный ген", Ричард Докинз. Книгу защищает Михаил Егоров. Книгорубка по теме ГЕНЫ (1 462 просмотра), (4) "Вселенная озадачивает", Владимир Сурдин. Книгу защищает Владимир Сурдин. Тема ДОСЯГАЕМЫЙ КОСМОС (1 348 просмотров), (5) «Хлопок одной ладонью», Н. Кукушкин. Книгу защищает Н. Кукушкин. Тема Жизнь и Смерть [книгоролик] (1 322 просмотра).

Подкасты: нет.

1.9. Определение уникальных методов (приемов и способов) просветительской деятельности в цифровой среде

Наука для большинства обычных людей – это «опосредованная» реальность. Граждане узнают о научных проблемах из различных онлайн и офлайн-медиа. То есть знакомство с наукой и учеными является не прямым, а косвенным через материалы различных медиа. Важно и то, что субъектами, сообщающими новости науки, могут быть не сами ученые, а журналисты, политики, чиновники, интерпретирующие актуальные научные темы. Тем самым продвижение научных идей в массах происходит по общим медийным законам: например, установление повестки дня, фреймирование и др.

Задача просветительских каналов представлять науку таким образом, чтобы эта информация находила отклик и была доступна для различных групп аудитории, независимо от их предшествующей научной подготовки.

Важной причиной развития просветительской деятельности является повышение осведомленности и распространение критического мышления в обществе. Есть много вопросов, связанных с наукой и техникой, которые имеют отношение к повседневной жизни человека, но в то же время окружены спорами. Изменение климата, атомная энергетика, генетически модифицированные продукты, исследования эмбрионов, вакцины и т.д. Когда общественность получает как выгоды, так и риски, связанные с научными достижениями, распространение знания и информации помогает людям принять решение, а также улучшает общественное восприятие науки.

Интернет представляет собой технологию, потенциально открывающую доступ к информации в глобальных масштабах, подключающей каждого к разделенным/распределенным ресурсам. Социальные сети и другие онлайн-платформы (видеохостинги, стрим-сервисы и др.) могут быть использованы для быстрого распространения науки и привлечения откликов со стороны пользователей. Цифровая среда – инструмент для расширения возможностей просвещения.

Вместе с тем цифровые изменения в медиа-ландшафтах создают вызовы для просветительской деятельности по ряду причин. Во-первых, в отличие от традиционных новостных агентств, в блогах и стримах часто нет четкого разделения на «мнения» и «факты». Например, блоги могут предоставлять авторский контент способом, при котором пользователям трудно отличить субъективную интерпретацию происходящего в науке от новостей и данных. Во-вторых, онлайн-контент не потребляется изолированно и почти всегда сопровождается некоторым объемом «лайков» и репостов, что способно влиять на представление о важности/качестве/достоверности той или иной информации. Хорошо написанный, сбалансированный новостной материал на научную тему может быть интерпретирован по-разному из-за комментариев, которые следуют за ним. Очевидно, что эти результаты имеют важное значение для просветительской коммуникации в Интернете и указывают на важность тщательной оценки того, как представлена научная информация, в каком формате и с каким типом контекстуализации. Кроме того, автоматизированные агрегаторы новостей реагируют и выделяют самые популярные Интернет-сообщения и представляют их. Таким образом новые функции информационных сред влияют на отношение аудитории и научного знания.

Цифровая революция не обошлась без последствий для потребителей научной информации, которые до этого полагались на традиционные печатные источники, такие как журналы, книги, или - на телевидение, чтобы быть в курсе научных разработок. Сегодня потребители, заинтересованные в просветительской информации, перешли в онлайн. Удачной моделью просвещения в эпоху «цифры» является интеграция в деятельность «старых» экспертных институций интерактивных цифровых форм популяризации научного знания. Университеты, музеи, публичные библиотеки поддерживают свои цифровые порталы, и тем самым проводят необходимую экспертизу блогов, подкастов, видео, новостей, геймифицированных проектов и другого контента, ориентированного на просвещение.

Чем более разнородны источники информации привлекает человек для знакомства с каким-либо научным вопросом, тем выше уровень его знаний по теме. С точки зрения приобретения знаний может иметь значение не время, проведенное в Интернете, а, скорее, знакомство с различными типами контента через различные (и не только онлайн) источники информации. Кроме того, человек сегодня также может воспользоваться дополнительной информацией, которая потенциально присутствует в виде гиперссылок в статье или в сообществах.

1.9.1. Геймификация и серьезные игры

Исходный принцип геймификации в том, что ее конечным продуктом является не разработка игры, а развитие с помощью игровых элементов какого-либо процесса, ранее не связанного с игрой. Настаивая на этом принципе, авторы, культивирующие «игровой поворот», разделяют геймификацию и серьезные игры (WTG (Way to Go)! How to Take Gamification Research in Marketing to the Next Level Author(s): René Eppmann, Kristina Klein and Magdalena Bekk Source: Marketing: ZFP – Journal of Research and Management, 4. Quarter 2018, 40. Jahrg., N. 4 (4. Quarter 2018), pp. 44-52; Thomas Leclercq, Ingrid Poncin & Wafa Hammedi (2017) The Engagement Process During Value Co-Creation: Gamification in New Product Development Platforms, International Journal of Electronic Commerce, 21:4, 454-488). При геймификации сама практика, которую пытаются изменить с помощью игры, даже если исключить игровые элементы, остается. Серьезные игры представляют собой полноценный и самостоятельный перформанс, из них нельзя убрать игровое. Хотя все же стоит отметить, что точная демаркация границы между деятельностью, измененной посредством игровых элементов, и тем, что оценивается как полноценная игра, неясна, так как не совсем понятно, сколько игровых элементов требуется привнести в какой-либо процесс, чтобы он полностью трансформировался и стал игрой.

Первый всплеск интереса к внедрению «серьезных игр» можно обнаружить в конце 60-х – начале 70-х гг. XX века, когда компьютерные

технологии, распространившиеся в научных и военных лабораториях, вызвали дискуссию о тренинге с помощью игровых симуляций. К. Эбт, считающийся родоначальником академического использования термина, так характеризовал данное игровое направление: «В игры можно играть, серьезно сосредоточившись или непринужденно. Мы озабочены серьезными играми в том смысле, что они имеют четкую и тщательно продуманную образовательную цель и не предназначены для того, чтобы играть в них в первую очередь для развлечения. Это не означает, что серьезные игры не являются или не должны быть интересными» [Abt C. C. *Serious Games*. NY: Viking Press, 1970.]. Современный поворот к играм, у которых на первом месте не развлечение, а научение, произошел с началом 2000-х и был во многом обусловлен стремлением игровой индустрии расширить свое предложение и выйти за рамки негативного имиджа популярных произведений. Анализ различных эффектов игр – развлечения, обучения, терапии - сделан, например, Д. В. Галкиным [см. коллективную монографию *Видеоигры: введение в исследования* / отв. ред. Е.В. Галанина. Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018].

Один из самых ранних примеров серьезных игр можно найти в сфере образования: *The Oregon Trail* (MECC, 1971), которая начиналась как текстовая игра и была создана тремя учителями истории. Игрок действует в роли переселенца, едущего в штат Орегон в 1848 году. Дорога в Орегон полна опасностей, при этом игра обогащена информацией, относящейся к данному периоду американской истории. Игра была опубликована Миннесотским образовательным вычислительным консорциумом (MECC), что способствовало массовизации игры и ее использованию в курсах истории. *The Oregon Trail* была настолько популярна среди учащихся (и учителей), что было выпущено множество обновлений. В продолжение успешного образовательного проекта были выпущены также «ответвления» – *The Amazon Trail* (MECC, 1993), *The Africa Trail* (MECC, 1997). Но оригинальная игра до сих пор популярна благодаря версиям для мобильных телефонов. На данном

примере видно, что «образовательная» или «серьезная» игра не обязательно противоположна популярной и коммерчески успешной игре.

Рассматривая первые кейсы серьезного контента в играх, стоит обратить внимание на ставший классическим пример образования и просвещения с помощью компьютерной игры Versailles 1685 (Cryo, 1997). Приключенческий нарратив от первого лица развивается в Версале во время правления Людовика XIV. Игрок должен провести расследование, чтобы определить, кто угрожает разрушить Версаль. Играющие могут свободно перемещаться по Версалью, общаться с историческими персонажами и узнавать о картинах и искусстве той эпохи. Успех игры открыл путь для похожих названий с разными историческими периодами, такими как Egypt 1156 BC Tomb of the pharaoh (Cryo, 1997), Byzantine: The Betrayal (Discovery Channel Multimedia, 1997), China the Forbidden City (Cryo, 1998), Vikings (Index+, 1998) и др. Сегодня в связи с использованием исторического материала для разработки игр часто вспоминают пример Assassin's Creed (Ubisoft).

«Captain Bible in the dome of Darkness» (Bridge Stone Multimedia Group, 1994) – приключенческая видеоигра, созданная для обучения христианской религии. Игрок должен перемещаться по городу и искать стихи из Библии. Эти стихи могут противостоять «лжи», которую говорят роботы о христианских максимах. Находя библейские высказывания и отвечая ими на ложные утверждения роботов, игрок побеждает.

Говоря о современных российских примерах просвещения с помощью игр, следует отметить работу проекта «Arzamas» (<https://arzamas.academy/about>), популяризирующего различные темы истории и культуры с помощью игровых тестов (как вариант – «Насколько хорошо вы знаете всемирную историю» <https://arzamas.academy/materials/779>). Игровая механика отгадывания правильного ответа в играх-вопросах привлекает возможностью узнать свой уровень по какой-либо теме. Искусственный интеллект игры проводит внешнюю экспертизу навыков и знаний играющего,

в буквальном смысле создает состязание, и затем следует значимый для состязания эффект удовольствия от преодоления трудностей.

Среди серьёзных игр следует выделить одно из направлений – так называемые новостные игры или ньюс-геймс (newsgames). Новостная игра – это игра, созданная на основе актуального события. Она призвана донести авторскую трактовку произошедшего нестандартным способом, предлагая человеку прочувствовать ситуацию, в игровой форме примерив на себя роль её наблюдателя либо участника. Игровой формат даёт возможность изменить опыт потребителя новости: теперь человек не просто узнаёт о каком-то событии или проблемной ситуации и «скользит» дальше в информационном потоке: его внимание на более длительный срок, чем ранее, фиксируется на новости. Теоретик игр Мигель Сикарт считает, что новостные игры предназначены для сопровождения – иллюстрации и комментирования – определённой части новостей и ориентированы на специфическую аудиторию: не столько на обычного потребителя новостей, сколько на заинтересованных людей, и работают как средство, расширяющее возможности и стимулирующее воображение. Как справедливо отмечает автор, новостные игры расширяют пространство представлений, предлагают аргументы для (возможного) последующего участия в дискуссиях в публичной сфере.

Формат news games используется и в образовательной деятельности. Так, программа Американского университета JoLT (Journalism Leadership Transformation) имеет онлайн-ресурс игр, разработанных журналистами и для журналистов, который может быть полезен для обучения и исследований истории развития цифровых технологий и новых медиа. На сайте размещена база данных, представляющая собой набор онлайн-игр, симуляций и интерактивных материалов, созданных журналистскими организациями или имеющих журналистскую ценность.

1.9.2. Геймифицированные мультимедийные проекты – променады, экскурсии, театр in-situ

Не будучи играми в чистом виде, ряд геймифицированных проектов, заслуживает внимания как накопленный опыт российских авторов⁴⁷.

Проект *«Мобильный художественный театр» (МХТ, <https://mobiletheater.io/>)* был начат в 2019 г. Приложение для смартфонов, доступное для систем IOS и Android, было разработано креативной студией «История будущего», которая сделала первый документальный сериал для мобильных устройств «1968 Digital», социальную сеть русской революции «Проект 1917», онлайн-экспозицию «Музея истории демократии» и др. Создатели студии позиционируют себя теми, кто изобретает «новые жанры и способы рассказывать истории»⁴⁸. Ее основатель и генеральный директор – журналист и публицист Михаил Зыгарь – одновременно автор идеи и художественный руководитель МХТ. На сегодняшний день приложение МХТ включает 33 спектакля, среднее количество прослушиваний каждого более 7000 раз⁴⁹, возраст аудитории варьируется в пределах 20–35 лет⁵⁰. В 2019 г. этот театральный проект стал победителем регионального этапа национальной премии Russian Event Awards как лучшая интерактивная программа туристического события, а летом 2020 г. он был номинирован на премию Moscow Urban Forum в области культурных инициатив. В 2021 г. стал обладателем премии «Культура онлайн» в номинации «Культурная геймификация».

МХТ возник на волне интереса к локальной истории и роста популярности эдьютейнмента. Идея состояла в том, чтобы «превращать каждую прогулку в театр, воспринимать ее как спектакль»⁵¹. Создатели проекта исследовали «мировой рынок, где уже существуют приложения,

⁴⁷ Подробный анализ см. в: Семенова Н.В. Спектакль-променад «Свинарка и пастух»: ресайклинг фильма в декорациях ВДНХ // Шаги / Steps. Т. 8. No 1. 2022. С. 140–160.

⁴⁸ История будущего. Проекты – История будущего. Креативная студия. Проекты <https://futurehistory.ru/#projects> (дата обращения: 30.09.2022).

⁴⁹ Moscow Urban Forum 2020 – <https://mosurbanforum.ru/awards/2020/> (дата обращения: 30.09.2022).

⁵⁰ Киселев А. Как работаем Мобильный художественный театр, эл. ресурс: <https://behipo.com/articles/kak-rabotaet-mobilnyi-khudozhestvennyi-teatr> (дата обращения: 30.09.2022).

⁵¹ Михаил Зыгарь: «Карантин заставляет философски относиться к планам». Создатель Мобильного художественного театра о конкуренции, расширении границ искусства и планах на Европу. Интервью Д. Лучкиной // Театрал. 29 марта 2020, <https://teatral-online.ru/news/26535> (дата обращения: 30.09.2022).

которые делают прогулки по самым разным городам максимально увлекательными». Для МХТ свойственно смещение пространственно-временных границ и формирование особого типа реальности, для которой ключевым является состояние неопределенности, когда зритель оказывается сразу в прошлом и настоящем. Точки на карте маршрута в приложении, будучи постоянными величинами, служат ориентирами в пространстве сегодняшнего дня и вехами истории. Сюжеты аудиоспектаклей МХТ разворачиваются в пространстве Москвы, Санкт-Петербурга, Тулы, Красноярска и Щельково. Само место действия спектакля становится в какой-то степени действующим лицом. В результате, история города познается участниками променаов через освоение пространства, а сюжетной рамкой становится известный текст.

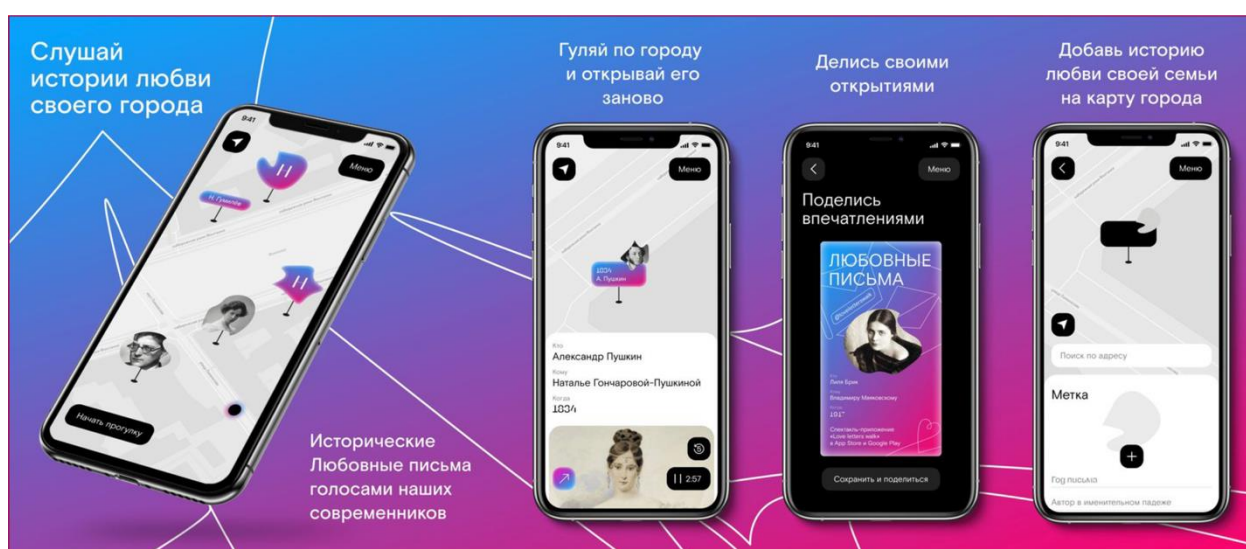
Проект «Голоса» (<https://golosa.spb.ru>) представляет собой истории из жизни города, озвученные самими местными жителями. Внутри экскурсионных прогулок нет сюжета, в этом одно из отличий данного проекта от МХТ. Фотограф и автор проекта Митя Ганопольский в одном из интервью рассказывал, как возникла идея «Голосов»: «Весной 2020 года я сидел дома и от нечего делать стал читать лекции по истории городских районов. Прямо в зуме мы со слушателями «гуляли» по Петербургу с помощью Google Earth: я показывал старые планы и фотографии, делился городскими анекдотами и байками»⁵². У слушателя есть выбор: можно гулять по авторскому маршруту или слушать все точки по соседству.

Среди проложенных маршрутов «Порт возможностей» и «Петербург – Вильямсбург» (территория активно осваиваемого пространства «Севкабель порт», бывшего завода и его окрестностей), «Артистическая Коломна» и прилегающая к ней Новая Голландия (маршрут «Точка Джентрификации»), прогулка «Призраки революции». География проекта расширяется – к 300-летию Нижнего Тагила проект «Голоса» в сотрудничестве с ЕВРАЗ выпустили

⁵² Эл. ресурс: <https://strelkamag.com/ru/article/pyat-audioekskursii-po-pyati-raionam-sankt-peterburga> (дата обращения: 30.09.2022).

курс «Горнозаводские истории». Как и в случае с «петербургским текстом», в формировании экскурсии по Тагилу участвовали краеведы, журналисты Нижнего Тагила, инженеры ЕВРАЗ НТМК и местные жители⁵³. Важным элементом становится возможность соучастия в просветительском проекте.

Принцип «нарративного конструктора» – свободной прогулки и сюжета реализуется в спектакле Pop-up театра «Любовные письма» (2021, <https://popupteatr.ru/loveletters>). *Pop-up театр (2015)* с самого начала своего возникновения противопоставляет себя традиционному репертуарному театру с его «вертикальной» пространственной структурой, делая выбор в пользу «горизонтального», разомкнутого пространства (так было в спектаклях «Топливо», «С Чарльзом Буковски за барной стойкой», «Задержанный. Сергей Довлатов» и др.). Режиссер и автор проекта «Pop-up театр» Семен Александровский так обозначает сферу своих творческих интересов: «Моей постоянной сценой является город, и я много о нем размышляю. Мы живем в старых городах, которые медленно меняются и давно не отвечают нашему внутреннему запросу на гибкую общественную среду. Город – это бесконечные барьеры, и преодоление этих барьеров – важный путь для создания доверительной среды, без которой невозможно развитие. Если город заговорит с нами на языке любви, если наши предки и современники заполнят



<https://rg.ru/2021/10/09/boiarskaia-rappoport-i-polozkova-chitaiut-liubovnye-pisma-obitatelej-piterskih-domov.html>

⁵³ Эл. ресурс: <https://www.uralinform.ru/news/society/353355-evraz-pomog-sobrat-gornozavodskie-istorii-nijnego-tagila/> (дата обращения: 30.09.2022).

его своим чувственным опытом, наше взаимодействие с городом станет еще более личным и глубоким» (<https://daily.afisha.ru/news/amp/55010/>).

1.9.3. Медиаскейн – сочетание партиципаторного музея и научного проекта

Медиаскейн (mediascape) – термин, который используется применительно к современному музею, в котором формируется цельный образ пространства, воссозданный с помощью различных медиа и нацеленный на мультисенсорный опыт постижения конкретного места. Довольно часто цифровые технологии сочетаются с партиципаторными техниками, задача которых дать субъектам просветительской деятельности «возможность активного соучастия, не теряя из виду основных задач и системы ценностей учреждения»: как отмечает Н. Саймон, «успешное использование формата соучастия предполагает нахождение таких партиципаторных платформ, чтобы контент, который создают и которым делятся непрофессионалы, приобретал привлекательную для всех участников процесса форму».⁵⁴

В качестве иллюстрации объединения идеи медиаскейпа и принципа партиципаторности можно привести задуманную арт-резиденцию на Электрозаводе (Москва)⁵⁵. Музей Москвы и Музей истории Электрозавода организует арт-резиденцию, посвященную творческому осмыслению наследия шедевра индустриальной архитектуры – Электрозавода. Резиденты «исследуя архивные материалы, общаясь с бывшими сотрудниками и членами их семей, изучая памятники архитектуры, работая в творческой мастерской на территории завода и участвуя в общих встречах и семинарах с экспертами», создадут свои проекты, посвященные Электрозаводу, его значению для развития технологии, промышленности, культуры и градостроительства Москвы⁵⁶.

1.9.4. Подкасты

⁵⁴ Саймон Н. Партиципаторный музей. М., 2017.

⁵⁵ Эл. ресурс: https://mosmuseum.ru/events/p/elektrozavod_residency_open_call/ (дата обращения: 30.09.2022).

⁵⁶ Там же.

Термин «подкастинг» образован в 2004 году благодаря объединению слов broadcasting (вещание) и iPod. Создатель термина предполагал тем самым дать название технологическому тренду доставки аудиофайлов на плееры компании Apple. Однако значение расширилось и подкастингом стала называться очередная медийная индустрия – направление производства и распространения специфического интернет-контента. Подкаст – это отдельный аудио или видеофайл, или серия таких файлов, опубликованных в интернете на определенной странице с возможностью подписки. Эти файлы можно воспроизводить, размещать в сети, транслировать, хранить в коллекции и т. д. Наиболее распространен аудиоформат, что в значительной мере сближает подкасты с фрагментами традиционных радиопередач (радиоэфиров).

Эта медийная индустрия весьма демократична. Создателю подкаста не нужна радиостанция или дорогая студия, можно ограничиться лишь доступом в интернет и микрофоном для записи, поэтому сегодня наряду с профессионалами (например, журналистами) записи создают и обычные люди: их можно распространять через специальные онлайн-сервисы и социальные сети. Можно слушать подкаст с любого электронного устройства: ноутбука, компьютера или смартфона. Подкасты – прагматичный формат, который легче вписывается в динамичную жизнь современного человека, потребляющего огромное количество информации в различных форматах.

Главной характеристикой формата подкаста является тематическая привязка, последовательное изложение материалов на определённую тему. Каждый отдельный подкаст, как правило, имеет свою конкретную тему, которая от выпуска к выпуску рассматривается и анализируется с разных сторон. Слушатели выбирают контент по своему усмотрению, именно поэтому у создателей подкаста велика вероятность набрать преданную аудиторию, заинтересованную в рассматриваемой проблематике или сюжете.

На данный момент в мире подкасты набирают популярность, их количество ежедневно растёт. Согласно статистике, собранной IAB Russia в

2019 году, среднемесячная аудитория подкастов в России за год более чем удвоилась и в декабре 2019 года составила 5,1 млн человек. Также статистика прогнозирует, что в декабре 2024-го года аудитория подкастов достигнет 27,9 млн. человек в месяц.

Специалисты сферы медиа уверены, что практически все жанры СМИ можно адаптировать под формат подкаста. С точки зрения задач проекта для оригинальной подачи материала и привлечения конкретной аудитории могут быть интересны жанр стендапа, когда подкаст включает в себя элементы шоу или выступления с рассказанной историей; жанр интервью, в котором человек ведет беседу с интересным собеседником, жанр критики и даже жанр спектакля, во время которого разыгрывается аудиопостановка. По крайней мере, элементы этих жанров могут быть использованы в подкаст-уроках, главная функция которого – просветительская.

Важная черта подкастов – периодичность выпусков. Большинство публикаций и большинство подкастеров имеют определенную частоту публикации новых подкастов – ежедневно или еженедельно в конкретный день недели. Регулярно публикуемые, новые выпуски подкастов могут быть доступны пользователям автоматически.

К особенностям функционирования и в то же время достоинствам подкастов можно отнести возможность быстрого реагирования автора-создателя контента на происходящие (в контексте рассматриваемой проблематики) события. Новый выпуск подкаста может рассмотреть и проанализировать свежие новости, обсудить актуальные вопросы с экспертами. Подкасты позволяют расширить аудиторию за счет использования широкого диапазона вариантов экспертизы темы: форматы беседы и комментария позволяют включить в медиатекст подкаста ситуативные элементы (аудиторные комментарии, письма, вопросы, лайфхаки).

Медийная особенность подкаста заключается в том, что управление вниманием аудитории осуществляется в основном за счет точного выбора

темы. Знание интересов аудитории и учёт их при выборе предмета обсуждения позволяет формировать свою аудиторию, отзывчивую, лояльную, заинтересованную. Одним из важнейших приемов создания контента в формате подкаста является прием персонификации, позволяющий олицетворять звучащую информацию, делать ее особо запоминающейся и проникающей в сознание аудитории при кажущемся упрощении восприятия. Также подкасты симпатичны аудитории благодаря высокому потенциалу интерактивности, возможному при обращении к формату разговоров, бесед, обмена мнениями.

Особую значимость в рамках проекта имеет тот факт, что обращение к подкастам даёт возможность «переупаковки» основных материалов просветительского плана, их популяризации, тиражирования. Так, озвучивание основных идей просветительского материала в подкастах будет работать на повышение его понимания и доступности.

Сторонники подкастинга считают, что он может предложить заинтересованному в просветительском контенте пользователям уникальные образовательные преимущества. Слушание является инстинктивным, а чтение и письмо — нет. То есть в отличие от чтения и письма люди не специально обучаются понимать произносимое слово, но ловят смысл в обычных условиях жизни среди других людей. Точно так же звучащее слово может влиять на познавательный процесс (добавляя ясность) и мотивацию (путем прямой передачи смысла от говорящего человека, которому свойственны интонации, паузы и др. экстралингвистические средства донесения информации).

Еще одним уникальным преимуществом подкастов является возможность слушать их в удобное время. Пользователи больше не ограничены временем и пространством, чтобы поработать с каким-то просвещающим материалом. В отличие от информации, связанной с учебой, прослушивание просвещающего материала не требует полной концентрации внимания, и поэтому аудиальное просвещение — это наиболее мобильная форма, которую можно использовать в любое время и в любом месте.

Звучащая информация может не только заполнить «пустые» моменты между другими повседневными действиями, но и совпадать с этими действиями для всепроникающего просвещения, которое вплетается в образ жизни человека. В отличие от этого прослушивание аудиоматериалов для учебы подчиняется законам когнитивной нагрузки, когда невозможно распределять внимание между повседневными делами и учебной лекцией.

1.9.5. Анимированная фотография, мультимедийные ролики

Одним из возможных форматов просвещения в цифровой среде являются мультимедийные клипы (ролики) на заданную тему. Уже не раз отмечалась необходимость создания цифрового контента, привлекательного для аудитории, способного удерживать внимание и обеспечивать запоминаемость материала. Поскольку одной из ключевых целевых групп программ просвещения в цифровой среде является молодежь, при создании образовательного продукта необходимо опираться на специфику восприятия информации, характерную для нее.

Представители молодежи активны и энергичны, скорость их восприятия информации гораздо выше, чем у более взрослых реципиентов – по данным исследования, реализованного Сбербанком совместно с агентством Validata в 2016 г., средний период концентрации внимания представителя поколения Z на одном объекте составляет 8 секунд [Сбербанк исследовал, чего хочет молодежь <https://youngspace.ru/faq/sberbank-issledovanie-molodezhi>] – а потому они в большей степени ориентированы на быстрое и емкое восприятие информации. Современным молодым людям приписывается «клиповость» мышления, концентрация на образах, а не на тексте. Кроме того, интенсивное Интернет-общение формирует и специфическую языковую культуру.

Традиционный способ подачи материала (лекции, уроки), пусть даже и в онлайн-среде, вряд ли сможет вызвать необходимый отклик в этой группе. Именно поэтому для создания образовательного контента в цифровом пространстве важно делать акцент на мультимедийном предоставлении материала, воздействующего не только на когнитивную, но и на

эмоциональную сферу реципиента и задействующую несколько органов чувств одновременно. Мультимедийность предполагает объединение в одном образовательном материале информации различного характера: визуальной (рисунка, картинки, фотографии, видео, в том числе с различными эффектами), вербального и звукового сопровождения и т.д. Такой формат можно назвать мультимедийным клипом или роликом.

Удачный опыт создания и использования подобных роликов для работы со школьниками принадлежит учителям русского языка и литературы [Разработка и внедрение мультимедийного контента материалов по русской поэзии ... <https://inofon.rusobr.ru/p400aa1.html>]. Для того, чтобы вызвать у детей цифрового века удивление, интерес к художественной литературе, ими были разработаны такие инновационные форматы, как ассоциативный клип на лирическое произведение и иллюстративный клип. Если первый нацелен на формирование образной картины художественного произведения, то второй – скорее, является мультимедийным аналогом хорошей иллюстрации к книге. Однако, их различие носит, скорее, аналитический характер, а в действительности возможно сочетание обеих составляющих.

Такие клипы-ролики могут быть посвящены не только литературным произведениям, но и широкому спектру разнообразных тем: путем создания ассоциаций и задействования образного восприятия-переживания они привлекают внимание реципиента и способствуют запоминанию материала. Ролики могут сопровождаться электронными комментариями, содержащими дополнительную информацию и задания и интегрирующими знания из смежных тем. Возможно сочетание роликов с механиками геймификации и интерактивными технологиями: на их основе можно создавать поисково-обучающие задания игрового характера, цель которых состоит, прежде всего, в погружении реципиента в интересующую тему, расширении кругозора и формировании дальнейшей мотивации на обучение. Такие мультимедийные клипы могут становиться частью дистанционных образовательных программ, создавая ситуацию, когда обучающийся имеет возможность самостоятельно

обращаться к образовательным материалам. Кроме того, сами обучающиеся могут практиковаться в создании подобных клипов, привлекая для этого различные визуальные и звуковые ресурсы – в этом случае задействуется просьюмерский характер современного медиапотребления.

1.10. Формулировка тезауруса просветительской деятельности в цифровой среде

Для целей формирования тезауруса просветительской деятельности мы полагаем возможным и целесообразным использовать ряд определений, разработанных для Модельного закона о просветительской деятельности, принятого на сорок четвертом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ (Постановление № 44-11 от 20 мая 2016 г.), но с поправкой на те определения, которые уже отражены в российском законодательстве (т.е. в тех случаях, когда иное определение уже установлено в Российской Федерации, спорные вопросы его толкования могут разрешаться с учетом определения, данного в указанном Модельном законе). При разработке тезауруса мы опирались на ст. 2 указанного Модельного закона, Стратегию национальной безопасности Российской Федерации, результаты проведенного нами исследования, приказы и локальные акты СПбГУ, регулирующие сферу образовательной деятельности в электронной информационно-образовательной среде.

ТЕЗАУРУС

1) **просвещение** – нестандартизированный процесс распространения достижений науки и культуры, иных социально значимых сведений среди представителей широких слоев населения;

а. виды просвещения: гражданское, научное, духовное, медицинское, национально-патриотическое, экономическое, географическое и т. д.

2) **просветительская деятельность** – разновидность неформального образования; деятельность, направленная на распространение достижений науки и культуры, иных социально значимых сведений среди представителей разных слоев населения с использованием различных средств и методов, адекватных возрастным особенностям и уровню образования аудитории, осуществляемая в интересах человека, семьи, общества и государства;

создание условий для социализации личности, мотивации ее на развитие активной позиции в просветительской деятельности;

3) **просветительское мероприятие** – событие в жизни представителей населения, связанное с реализацией организованных действий, направленных на распространение достижений науки и культуры, иных социально значимых сведений с учетом возрастных и образовательных особенностей, возможностей и способностей его участников; создание условий для социализации личности, мотивации ее на развитие активной позиции в просветительской деятельности;

4) **просветительские учреждения, организации** – учреждения, организации, основными целями которых являются разработка и реализация программ просвещения, создание условий для реализации просветительских проектов;

5) **просветительское сообщество** – особый тип добровольного объединения людей, мотивированных на участие в нем потребностью саморазвития и стремлением способствовать развитию гражданского общества;

6) **программа просвещения (просветительская программа)** – документ, устанавливающий объем, содержание и последовательность изложения сведений о социальных достижениях, достижениях науки и культуры, предлагаемых для распространения через средства массовой информации или для освоения конкретной аудиторией, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий;

7) **популяризация** – распространение какого-либо знания среди представителей разных слоев населения, основанное на принципе общедоступности изложения информации;

8) **традиционные российские духовно-нравственные ценности** – ориентиры и устойчивые моральные принципы, к которым относятся, в первую очередь: жизнь, достоинство, права и свободы человека, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу,

высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России

9) **непрерывное образование** – пожизненный стадиальный процесс формирования научного мировоззрения и компетенций (в том числе социальных), ориентированный на поступательное развитие личности, ее творческого потенциала;

10) **образование взрослых** – составная часть непрерывного образования, решающая задачу содействия личностному развитию взрослого человека;

11) **неформальное образование** – вид непрерывного образования, максимально ориентированный на удовлетворение образовательных потребностей его индивидуальных и групповых субъектов, осуществляющийся за пределами формального образования, не предполагающий получения документов установленного образца;

12) **цифровая просветительская среда (ЦПС)** – совокупность программ для электронных вычислительных машин, иной информации, информационных систем и (или) баз данных, включающих в себя информационные просветительские ресурсы и сервисы; средства информационно-телекоммуникационных технологий (электронно-вычислительные машины, средства связи, иное информационно-телекоммуникационное оборудование); систему педагогических и информационных технологий для обеспечения просветительской деятельности;

а. **цифровая среда** – цифровые информационные ресурсы, сервисы и платформы, цифровая информация, информационные и телекоммуникационные технологии, технологические средства;

- b. **актуальные направления просветительской деятельности в цифровой среде** – перспективные сферы (отрасли) осуществления просветительской деятельности в цифровой среде;
- c. **принципы просветительской деятельности в цифровой среде** – основополагающие начала, идеи просветительской деятельности в цифровой среде;
- 13) **субъект просветительской деятельности в цифровой просветительской среде** – органы государственной власти и иные государственные органы, учреждения, юридические и физические лица (включая самозанятых, индивидуальных предпринимателей и иных лиц с аналогичным статусом), ведущие и (или) вовлеченные в просветительскую деятельность в цифровой просветительской среде в соответствии с действующим законодательством;
- 14) **объект просветительской деятельности в цифровой среде** – совокупность общественных отношений, направленных на реализацию потребности общества и человека в получении сведений о достижениях науки и культуры, иных социально значимых сведений;
- 15) **предмет просветительской деятельности в цифровой среде** – 1) создание информационных ресурсов, включая разработку их содержания, направленных на повышение эрудиции, интеллектуального уровня населения, на информирование о различного рода фактах, достижениях и видах деятельности, на разъяснение гражданских прав, свобод и обязанностей человека и способов их реализации; 2) создание условий для формирования у граждан научного мировоззрения и алгоритмов объективной оценки, конструктивного общественного мнения, а также заинтересованности и потребности в личностном развитии; 3) содействие активному и компетентному участию граждан в различных видах практической деятельности, в том числе в общественных объединениях и движениях; 4) разработка методов

оценки эффективности образовательных (педагогических) технологий, используемых в цифровой просветительской среде;

16) **цифровой просветительский ресурс** – средства (возможности, источники), представленные в цифровом виде, в том числе в форме программных средств, баз данных и информационно-телекоммуникационных технологий, предназначенные для обеспечения просветительской деятельности;

17) **цифровой информационный ресурс** – структурированная совокупность источников информации, представленных в цифровой просветительской среде, пользование которыми возможно только при помощи электронных вычислительных машин, подключенных к ним периферийных устройств и (или) электронных устройств непосредственно и/или опосредованно (на расстоянии), содержащих взаимосвязанное образовательное содержание (информацию) и предназначенных для совместного применения в просветительской деятельности;

18) **научная коммуникация в цифровой просветительской среде** – междисциплинарная область знаний, процесс взаимодействия между наукой и обществом в цифровой просветительской среде посредством научных коммуникаторов как субъектов просветительской деятельности;

19) **научный миф** – массовое заблуждение, получившее широкое распространение, которое преподносится как научный факт;

20) **распространение просветительской информации** – передача информации, составляющей предмет просветительской деятельности, неограниченному кругу лиц;

21) **предоставление просветительской информации** – передача информации, составляющей предмет просветительской деятельности, ограниченному кругу лиц.

1.11. Определение принципов просветительской деятельности в цифровой среде

Общие принципы просветительской деятельности в цифровой среде

1. Обеспечение и поддержание технологического суверенитета российской просветительской деятельности в цифровой среде.
2. Интеграция цифровых и иных (очных, печатных, гибридных) форматов просветительской деятельности на уровне ее субъектов, задач и методических ресурсов и подходов.
3. Создание технологических условий, побуждающих граждан к самостоятельному построению моделей и маршрутов развития в цифровой среде российского просвещения.
4. Обеспечение доступности и права выбора форматов участия в цифровой просветительской деятельности для всех категорий пользователей.
5. Расширение практик обратной связи в процессе просветительской деятельности за счет использования цифровых каналов коммуникации между ее участниками.
6. Использование технологий мониторинга (количественные и качественные методы измерения и оценки) эффективности просветительской деятельности в цифровой среде.
7. Поддержка и развитие практик сотрудничества участников просветительской деятельности в цифровой среде через создание и сопровождение сетевых сообществ и групп.
8. Мотивация и технологическое сопровождение активного, осознанного познавательного поведения участников просветительской деятельности в цифровой среде с помощью инструментов цифрового портфолио.
9. Развитие экспертных институтов в области содержания, форм и методов просветительской деятельности в цифровой среде.
10. Защита прав и свобод субъектов просветительской деятельности в цифровой среде, включая авторское право и цифровую идентичность.

Принципы, связанные с созданием просветительских материалов и организацией просветительских платформ в цифровой среде

Остановимся на основных принципах просветительской деятельности в просветительской среде. Их не так много, но они очень важны. Прежде всего это **кастомизация** и **персонализация**.

Кастомизация – это принципиальная гибкость продукта, возможность изменять продукт под запрос, а **персонализация** – удовлетворение потребности конкретного пользователя за счет использования гибкости продукта.

Отличным примером воплощения принципа кастомизации / персонализации является образовательная платформа skyeng (<https://skyeng.ru>). Например, в занятия с преподавателем по английскому языку заложен принцип кастомизации. Это выражено в методических рекомендациях, словарях, многообразном обучающем контенте в помощь преподавателю, что делает продукт гибким. Собранные платформой данные о каждом пользователе помогают сделать урок персонализированным, приспособленным под каждого обучающегося в определенный момент времени.

Как считает генеральный директор «Лекториума» Яков Сомов, невозможно перейти к персонализированному образованию, если вы не заложили следующие принципы в сам образовательный процесс⁵⁷:

Принцип модульности (все элементы курса должны быть модульными, чтобы вы потом могли их переставлять местами). Приведем пример «Лекториума» с курсом по робототехнике, сделанным сначала для учителей, и затем измененным для школьников: <https://kursostroenie.lektorium.tv/kastomizatciia-roc> (3:55-4:55), или пример просветительского проекта Арзамас – видеоистория русской культуры за 25 минут <https://arzamas.academy/likbez/ruskult>.

⁵⁷ Лекториум. Современное курсостроение. Кастомизация // <https://kursostroenie.lektorium.tv/kastomizatciia-roc> (дата обращения: 30.09.2022).

Принцип отчуждаемости, т. е. возможность поддержки курса не только автором, но и группой разработчиков курса. Наглядным примером использования данного принципа является раздел Элементы большой науки. Видеотека – Видеозаписи лучших научно-популярных лекций (elementy.ru). Велика опасность прекращения хорошо разработанного онлайн-курса, когда его единственный автор по каким-то причинам не может больше курс поддерживать.

Принцип технологичности, когда в онлайн-курсе заложена необходимость описания элементов курса и возможностей его использования. Важно объяснить следующие параметры: 1) для какой аудитории курс; 2) какие есть ограничения (по программному обеспечению или по количеству студентов); 3) какие-то дополнительные условия (субтитры, язык, платный курс или нет). Обязательно должна быть описана технология, но чем подробнее курс будет расписан, тем проще будет кастомизировать продукт. В качестве наглядных примеров принципа технологичности можно привести описания платформ «Теории и практики» Курсы, МВА, Магистратура, Тренинги — T&P (theoryandpractice.ru), «ПостНаукаAcademy» <https://new.postnauka.ru/academy> или «Arzamas academy» <https://arzamas.academy/about>, ознакомившись с которыми можно получить представление о разнообразии и особенности «продукта», в том числе и о его доступности (платности).

Ещё один важный принцип просветительской деятельности в цифровой среде – это **массовизация**. Благодаря развитию технологий каналы коммуникации становятся более специализированными, позволяют избавляться от посредников и напрямую выходить к аудитории. Открыты колоссальные возможности для продвижения своих идей и своих методов преподавания. Потенциальная аудитория любого онлайн-курса может быть очень широкой, интересовать тысячи людей, даже если это очень узко специализированная тема. Но есть и обратная сторона медали: поскольку все получили такие возможности – в образовании усиливается конкуренция за

аудиторию⁵⁸. Чтобы понять, как на практике воплощается принцип **массовизации**, можно зайти в раздел «Просветительский марафон» сайта «Российское общество «Знание» <https://www.znanierussia.ru/library/video/zapis-translyacii-marafona-znanie-sila-moskva-209-1517> или на главную страницу сайта «Открытое образование» <https://openedu.ru> (современная образовательная платформа, предлагающая онлайн-курсы по базовым дисциплинам, изучаемым в российских университетах).

Одним из важнейших принципов просветительской деятельности в цифровой (и не только) среде является, конечно, **акцент на личности**, который и позволяет эффективно работать на удержание аудитории. Харизматичный автор, профессионал, «горящий» своим делом, всегда интересен и не устаревает. Яркие примеры **«акцента на личности»** можно найти на многих образовательных платформах, например:

Беседы об эволюции с Александром Марковым /культурно-просветительский центр «АРХЭ» https://arhe.msk.ru/?page_id=103730

Школа физики Александра Чирцова/Лекториум <https://project.lektorium.tv/physicschool>

Ученые против мифов <https://uch.pm>

Элементы.ру Авторские новости науки https://elementy.ru/novosti_nauki

Или, наоборот, не найти акцентов на личность автора онлайн-курса, например, на сайте N+1 nplus1.ru

Прекрасные темы разработаны так, что становится непонятно, кто ведет тот или иной курс, сколько лет этим занимается, и курсы превращаются в набор интересной, но обезличенной информации.

К принципам просветительской деятельности в цифровой среде можно отнести и **педагогический дизайн** — системный подход к построению учебного процесса, который учитывает теоретические положения психологии, педагогики, эргономики, когнитивистики и других наук, изучающих

особенности человеческого восприятия и познания. Если разработчиками используется педагогический дизайн, то система обучения, скорее всего, будет эффективной и комфортной.

Одним из самых популярных трендов в современном онлайн-образовании является **игровизация**, которая позволяет значительно повысить мотивацию обучающихся. «Обучение в игре» — принцип, который с успехом применялся еще в XVIII столетии, находит свое успешное воплощение и в современном онлайн-образовании. Единственно, надо хорошо понимать разницу между обычными настольными или компьютерными играми и принципом игрофикации в образовании. Игрофикация необходима прежде всего для мотивации и изменения поведения игрока⁵⁹. В некоторых образовательных платформах игры можно найти в отдельных разделах. Это ПостНаука. <https://postnauka.ru/tests> или Арзамас <https://arzamas.academy/themes/game>. На других платформах, таких как, например, Лекториум, они «защиты» в структуру онлайн-курса (например, «История русской журналистики»): <https://presshistory.ru/xviii#rec380450555>

Есть и неожиданный принцип – **распакованное обучение**. Объясняя его, позволим себе процитировать Елену Тихомирову, основателя и генерального директора eLearning Center. «Один из важных параметров современного обучения – **разнообразие источников**. Обучение нельзя делать только на основе того, что мы сами создаем, и даже нельзя делать только на основе классических инструментов электронного обучения. Сейчас есть очень много хорошего контента — статей, книг, порталов, видео, блогов. Все внутри собрать невозможно. Нужно комбинировать. Когда комбинируем разное, у нас получается “распакованное обучение”. Раньше мы все упаковывали внутрь – курс, видео, вебинар. То, что нам надо сейчас попробовать сделать, – распакованное обучение, обучение, которое ведет человека на разные ресурсы, которое внутри себя включает разные ресурсы. Есть огромное количество

⁵⁹ Лекториум. Современное курсостроение. Игрофикация // <https://kursostroenie.lektorium.tv/igrofikaciia-roc> (дата обращения: 25.08.22)

способов подключения внешних источников в систему дистанционного обучения»⁶⁰.

Перечислим в итоге те принципы, без которых, как мне кажется, онлайн-образование не сможет по-настоящему эффективно осуществлять просветительскую деятельность. Это 1) кастомизация онлайн-курсов 2) персонализация онлайн-курсов 3) принцип модульности онлайн-курсов 4) принцип отчуждаемости 5) принцип технологичности 6) принцип массовизации 7) использование педагогического дизайна 8) принцип игровизации 9) принцип распакованного обучения. Завершить стоит 10) **принципом доступности**. Онлайн-образование не должно превращаться в самоцель, оно должно служить хорошим подспорьем образованию и просветительству очному. Просветительская деятельность в цифровой среде может помочь в профориентации, дать дополнительные сведения по разнообразным предметам, расширить кругозор. Для этого онлайн-курсы должны быть максимально доступны, без дополнительного барьера в виде регистраций, без высокой стоимости (хотя полностью бесплатным онлайн-обучение тоже не должно быть. Минимальная оплата резко повышает мотивированность записавшихся на обучение).

Для цифровой среды очень важны современный графический язык, качественная визуализация контента (помимо содержательного, разумеется), удобный интерфейс и пр. Но без соблюдения принципов «цифровой гигиены» высокопрофессиональное содержание и эстетичная картинка так и останутся набором фактов и рисунков, так и не превратясь в популярный онлайн-курс.

⁶⁰ Тихомирова Е. Каким должно быть современное обучение? // <https://e-learningcenter.ru/learning-today> (дата обращения: 02.09.22)

1.12. Актуальные направления просветительской деятельности в цифровой среде, рассчитанные на повышение уровня патриотического воспитания и увеличение доли молодежи, участвующей в просветительском процессе.

1. **Гражданское просвещение** – распространение знаний и пропаганда культурных и социальных ценностей, формирующих у членов общества чувство принадлежности к стране, в которой они живут.

2. **Духовное просвещение** – совокупный процесс внутренней и внешней деятельности людей, нацеленных на утверждение в жизни христианских начал.

3. **Медицинское просвещение** – распространение сведений об охране и поддержании здоровья.

4. **Научное просвещение** – популяризация достижений современной науки. **Популяризация науки** – процесс распространения научных знаний в современной и доступной форме для широкого круга людей (имеющих определенный уровень подготовленности для получения информации).

5. **Национально-патриотическое просвещение** – распространение знаний об истории и культуре страны.

6. **Политическое просвещение** – повышение осведомленности о деятельности органов власти, а также освоение знаний, необходимых для участия в деятельности общественных организаций и движений.

7. **Правовое просвещение** – распространение знаний о гражданских правах, свободах и обязанностях человека и о способах их реализации.

8. **Художественно-эстетическое просвещение** – ознакомление с достижениями литературы и искусства.

9. **Экономическое просвещение** – расширение и углубление знаний, составляющих теоретические основы хозяйственной деятельности.

10. **Географическое просвещение** – распространение знаний о территории и ландшафте (в том числе культурно-историческом), которое

способствует формированию национальной идентичности и чувства патриотизма.

СПИСОК ОСНОВНЫХ ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Научная литература

1. Артоболевский И.И. Статьи и выступления по вопросам работы Общества «Знание». М.: Знание, 1979.
2. Беляков П.В. Эдьютейнмент в цифровой среде: социокультурный анализ технологий // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». 2018. №8. С. 312–321.
3. Видеоигры: введение в исследования / отв. ред. Е.В. Галанина. Томск, 2018.
4. Десятилетие образования в области прав человека Организации Объединенных Наций (1995-2004 годы). Нью-Йорк; Женева: ООН, 1998.
5. Илакавичус М.Р., Якушкина М.С., Амбурцев Р.А. Сетевой музей евразийского просветительства // Educational Researcher, No.9 (2), (December). Volume 45. “American Educational Research Association”, 2016. P. 855 – 862.
6. Кант И. Собр. Соч. в 6-ти томах. Т. 6. М., 1966.
7. Карцева Л.В. От общества «Знание» к «обществу знания» // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2012. №. С. 66–68.
8. Матушак А.Ф., Павлова О.Ю., Ахкамова Ю.А., Зырянова А.В., Алехина Н.В., Грибачева Н.В., Цилицкий В.С. Сравнение форм воспитательной работы образовательных организаций в цифровом образовательном пространстве и предпочтений обучаемых // Science for Education Today. 2022. Т. 12. №3. С. 7–30
9. Международная стандартная классификация образования. МСКО 2011. Монреаль: Институт Статистики ЮНЕСКО, 2013.
10. Москалькова Т.Н. Роль Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации в правовом просвещении граждан // Гражданское общество в России и за рубежом. 2018. С. 3–7.

11. Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. М.: Книжный Дом. 2003.
12. Образование и правовое просвещение в области прав человека. Сборник документов / под общ. ред. О.О. Миронова. М.: Юриспруденция, 2004.
13. Пинаева Д.А. «Помни: нужно много знать, чтобы стране полезным стать!»: о некоторых проблемах популяризации науки в СССР (на примере деятельности Всесоюзного общества «Знание» // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 420. С. 108–118.
14. Плагина А.В. Использование педагогом-психологом цифровой образовательной среды вуза для осуществления просветительской работы со студентами // Политехническая весна. Гуманитарные науки. СПб., 2019. С. 210-214.
15. План действий: Всемирная программа образования в области прав человека. Нью-Йорк, Женева: УВКПЧ, ЮНЕСКО, 2006.
16. Постановление от 20.05.2016 № 44–11 Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ «О новой редакции модельного закона “О просветительской деятельности”» // Информационный бюллетень. Межпарламентская Ассамблея государств-участников Содружества Независимых Государств. 2016. № 65.
17. Приступа Е.Н. Формирование и развитие медиакомпетентности будущих педагогических работников // Преподаватель XXI век. 2022. № 2. Часть 1. С. 46–53.
18. Рязанова В.А. Медиапроект ARZAMAS как виртуальный образовательный музей // Манускрипт. Тамбов: Грамота, 2018. № 11. Ч. 1. С. 165–168.
19. Саймон Н. Партиципаторный музей. М., 2017.
20. Сборник положений о научно-методических советах, секциях, комиссиях, отделах и учреждениях Всесоюзного общества «Знание». М., 1978.

21. Семенова Н.В. Спектакль-променад «Свинарка и пастух»: ресайклинг фильма в декорациях ВДНХ // Шаги / Steps. Т. 8. № 1. 2022. С. 140–160.
22. Сергеев А.Н. Культурно-просветительская деятельность учителя в сетевых сообществах Интернета // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2013. № 158. С. 95–103.
23. Шишина В.В., Еремеева И.А., Стельмахович А.Ю. Школьный информационно-библиотечный центр как ресурс развития информационной культуры участников образовательных отношений // Мир науки, культуры, образования. 2021. № 6. С. 338–341.
24. Якушкина М. С., Илакавичус М. Р. Просветительство как ресурс развития пространства образования взрослых государств-участников СНГ // Научный диалог. 2016. № 3 (51). С. 360–361.
25. Якушкина М.С. Семья как субъект пространства неформального образования и просветительства // Семья в социально-культурном пространстве России: материалы международной научно-практической конференции (Москва, 28–29 мая 2018 г.). М., 2018. С. 106–111.
26. Якушкина М.С., Якушкина И.И., Смирнова А.И. Динамика трендов просветительства на пространстве СНГ // Научный диалог. 2017. № 5. С. 386–398.
27. Davis P. The Impact of a Child Protection Investigation: A Personal Reflective Account // Child & Family Social Work. 2011. 16 (2): 201–209.
28. Rosier G. Using Reflective Reports to Improve the Case Method // Journal of Management Development. 2002. 4 (8): 589–597.

Источники

29. «Паспорт национального проекта “Образование”» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16).
30. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ.

31. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ.
32. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 г. № 230-ФЗ.
33. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124–1 «О средствах массовой информации».
34. «Знание», всесоюз. о-во. Устав ордена Ленина Всесоюзного общества «Знание». М., 1984.
35. «Знание», всесоюзное о-во. Устав Всесоюзного общества «Знание». М., 1972.
36. «Знание», всесоюзное о-во. Устав Всесоюзного общества «Знание». М., 1964.
37. «Знание», о-во СССР. Сборник действующих постановлений, инструкций и положений Всесоюзного общества «Знание». М., 1970.
38. Информация Российской Федерации о мерах по реализации четвертого этапа Всемирной программы образования в области прав человека, Reference: TESPRDD/METS/WPHRE/2022/EI/PT от 2 февраля 2022 г. // URL: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/issues/education/training/fourthphase/midterm-proress-report/states/2022-09-05/Russia-fourth-phase.docx> (дата обращения: 25.09.2022).
39. Материалы IX съезда ордена Ленина Всесоюзного общества «Знание». М.: Знание, 1987. 176 с.
40. Международная стандартная классификация образования. МСКО 2011. Монреаль: Институт Статистики ЮНЕСКО, 2013. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/iscsed-2011-ru.pdf> (дата обращения: 29.09.2022).
41. Модельный закон о просветительской деятельности Принят в г. Санкт-Петербурге 07.12.2002 Постановлением 20–15 на 20-м пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ).

42. План действий: Всемирная программа образования в области прав человека. Нью-Йорк, Женева: УВКПЧ, ЮНЕСКО, 2006. С. 14. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147853_rus (дата обращения: 25.09.2022).
43. Постановление Правительства Российской Федерации от 01.07.2022 N 1195 «Об утверждении Правил осуществления просветительской деятельности».
44. Постановление Правительства Российской Федерации от 26.12.2017 г. № 1642 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Развитие образования”».
45. Постановление N 44–11 Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ «О новой редакции модельного закона “О просветительской деятельности”» (Принято в г. Санкт-Петербурге 20.05.2016).
46. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, утвержденная указом Президента Российской Федерации от 02.07.2021 года № 400.
47. Федеральный закон от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет” на территории Российской Федерации».
48. Федеральный закон от 25.07.2002 года № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности».
49. Федеральный закон Российской Федерации от 05.04.2021 № 85-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об образовании в Российской Федерации”».
50. Федеральный закон Российской Федерации от 06.04.2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи».
51. Федеральный закон Российской Федерации от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

52. Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
53. Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2006 года № 152-ФЗ «О персональных данных».
54. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
55. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

ПРИЛОЖЕНИЕ. ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ МАТЕРИАЛ

Практикоориентированные рекомендации по совершенствованию просветительской деятельности в цифровой среде, использование которых позволит увеличить рост участников просветительского движения и восприимчивость просветительского контента

Настоящие рекомендации представляют собой проект содержательных элементов просветительского материала. Содержательные элементы расположены в виде последовательного текста, однако они предназначены для последующей редакционной и дизайнерской обработки, предполагающей включение элементов структурирования и визуализации.

1. Преодоление барьера цифрового неравенства и вовлечение широких слоев населения в просветительскую деятельность, в частности, способствование адаптации людей пожилого возраста к современному информационному миру. Это может быть достигнуто путем создания просветительских программ и материалов по повышению цифровой грамотности в среде пожилых людей (старше 60 лет). Представляется продуктивной разработка проектов, нацеленных на укрепление преемственности поколений и поддержку культурной и исторической памяти. В качестве примера приведем конкурс на лучший влог пожилого человека, документальные фильмы о представителях малых народов, этнокультурах Севера, о представителях старшего поколения – носителях исчезающих языков и т. п.
2. Решение проблемы поиска нужного контента. Одной из основных причин трудностей с поиском контента в цифровой среде является несоответствие названия содержанию: это приводит к излишней трате времени, вызывает раздражение у пользователя и недоверие к источнику информации. В качестве выхода предлагается SEO-тегирование контента и создание разграничение контента по тематике (IT, история, биология и т. д.), жанрам (интервью, лекция, открытый урок и т. д.), возрастным группам.

3. Развитие просветительского сообщества на базе экосистемы «ВКонтакте» с использованием ее основного инструментария (трансляции, истории и т. д.). Как показало проведенное экспертами СПбГУ исследование, подписчики Российского общества «Знание» значительно лучше реагируют на посты в социальной сети «ВКонтакте», чем на материалы, размещенные на других цифровых платформах. Это касается и такого упрощенного показателя как количество отметок «Нравится», и количества комментариев к постам.
4. Развитие цифрового просветительского ресурса на базе социальных систем и цифровых экосистем не исключает использования иных возможностей взаимодействия с объектами просветительской деятельности. Речь идет, например, о создании механизма почтовой рассылки и подписки на новости. В качестве примера приведем информационную подписку на обновления платформы «Арзамас». Рассылка может включать в себя данные о наиболее популярном контенте и размещении новых материалов, информацию о специальных просветительских проектах, календарь событий, уведомления о конкурсах и т. д.
5. Внимание к контенту: критерий длительности. Данные социологического исследования, проведенного в процессе работы над проектом по анализу текущей практики ведения просветительской деятельности в цифровой среде, показывают, что оптимальная по времени длина видеоролика составляет 15–20 минут. В пользу небольшого временного объема просветительского материала свидетельствует и то, что у основной целевой аудитории – молодежи – существует практика прокручивания материала на ускоренной перемотке. Данная опция также желательна при размещении цифрового контента.
6. Внимание к контенту: подача материала. Респонденты из числа студенческой аудитории отмечают, что качественный просветительский

материал должен отвечать следующим требованиям: быть четко структурированным, понятным и грамотно изложенным, содержать достоверную информацию. Недостоверная общественно значимая информация, распространяемая под видом достоверной, является сегодня одной из краеугольных проблем информационного общества. Указание в просветительском материале источников информации, которые были использованы в процессе его подготовки, позволит избежать сомнений в его подлинности и является этически корректным по отношению к адресату контента.

7. Внимание к контенту: экстралингвистический фактор. Экстралингвистические особенности коммуникации являются одним из важных параметров качественного цифрового просветительского материала. Их важность возрастает при обращении к *подкастам*, предполагающим, прежде всего, аудиальное восприятие информации: в первую очередь, субъектом просветительской деятельности оценивается грамотность речи, дикция, отсутствие слов-паразитов и т. п. Грамотная речь повышает степень доверия к предлагаемому материалу. Значение имеет также чувство юмора и харизма ведущего. В то же время, когда речь идет о потреблении материалов, предполагающих визуальный ряд (например, *видеоблогов*), важными критериями контента становятся «картинка», ее качество / наполнение / динамизм, визуализация темы.
8. Внимание к контенту: креолизованные тексты. В последнее время фиксируется рост интереса к новым и активно развивающимся форматам просветительских материалов. К таковым можно отнести лонгриды, карточки (флеш-карты), инфографику, визуальные заметки (скетчи) и т. д. Все эти форматы в той или иной степени включают в себя не только текст, но и визуализацию (картинки, графики, диаграммы). Согласно результатам психолингвистических исследований, которые были проведены в последнее время на материале русского и других языков (в том числе исследователями из СПбГУ), материалы, которые

содержат иллюстративный материал, воспринимаются аудиторией как более привлекательные и интересные. При этом основное внимание читатели обращают все равно на текст, а не на картинки, даже если картинки не просто иллюстрируют, а дополняют текст. Следовательно, при подготовке креолизованных текстов необходимо уделять большое внимание содержанию вербального текста. При возможности и / или необходимости создания мультимодальных материалов (включающих в себя аудио- и визуальный контент) стоит учитывать полученные за последние несколько лет данные о том, что наиболее эффективным с точки зрения усвоения информации в ряде исследований оказался формат, совмещающий в себе устную речь докладчика и ее тезисное изложение в тексте презентации. При этом наличие / отсутствие иллюстрации в презентации не оказывало значимого влияния на надежность усвоения материала.

9. Внимание к контенту: принцип разнообразия. Успех просветительского проекта во многом зависит от постоянного поиска новых форматов подачи информации и жанрового разнообразия. Российское общество «Знание» демонстрирует позитивную динамику в данном отношении. Проект «Лига лекторов», например, трансформировался в своего рода школу ораторского мастерства помимо основной функции отбора лучших спикеров страны. Из различных форматов, которые представляется продуктивным развивать, выделим следующие: просветительские материалы о знаковых личностях / деятелях науки, культуры, российской истории и т. п. (возможно, в форме анимации, https://www.youtube.com/watch?v=OqB_ZyiyXgI); увеличение количества подкастов (<https://vk.com/podcasts-135454514>). Кроме того, интерес у широкой молодежной аудитории традиционно вызывают проекты, выполненные с использованием эдьютейнмента, такие как пешеходные прогулки с помощью геймифицированных приложений.

10. Внимание к объекту просветительской деятельности: принципы партиципаторности. Поскольку одной из функций просветительской деятельности является создание условий для социализации личности, мотивации ее на развитие активной позиции, необходимо всячески стимулировать обратную связь, получаемую от объектов просветительской деятельности. Это может быть, с одной стороны, поддержание дискуссии в формате комментариев к резонансному посту, проведение опросов, в том числе в игровой форме. С другой стороны, реализация совместных проектов, таких как «“Знание” зовет» и «Поделись своим Знанием». Среди методов совместной просветительской деятельности в процессе продуцирования новых знаний отметим применение стратегии скаффолдинга, при которой один из объектов просветительской деятельности реализует поставленную перед ним задачу с помощью опытного наставника. Укрепление авторитета института наставничества и связи наставника – подопечного тем более актуально, что 2023 год в Российской Федерации объявлен Годом педагога и наставника.