

Российское общество «Знание»

Л. Н. ДУХАНИНА,

А. А. МАКСИМЕНКО

БУДУЩЕЕ ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВА  
В СВЕТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

Москва

2019

УДК 316.74:37  
ББК 60.561.9; 74.041 (2 Рос)  
Д 85

Печатается по решению координационного совета  
Российского общества «Знание»

Рецензенты:

*Т. И. Барсукова*, доктор социологических наук, профессор  
Северокавказского федерального университета;  
*Б. В. Курфиянов*, доктор педагогических наук, профессор  
Московского государственного педагогического университета

**Духанина, Л. Н.**

Д 85 Будущее просветительства в свете глобальных вызовов / Л. Н. Духанина, А. А. Максименко. – М. : Рос. о-во «Знание», 2019. – 208 с.

ISBN 978-5-7646-0138-0

В книге исследуются условия и факторы эффективного участия просветительских проектов в повседневной жизни современного человека с учетом глобальных вызовов и национальных интересов России. Обобщенный материал построен на анализе результатов масштабного социологического исследования феномена просветительства, проведенного в 2017 году активом Российского общества «Знание» и в качестве резюме определены условия успешной реализации просветительских проектов в контексте ожиданий и интересов россиян, а также их традиционных базовых ценностей.

Выводы и рекомендации исследования будут интересны специалистам и экспертам, работающим в сфере просветительской деятельности, социологам, педагогам историкам, а также всем, кто интересуется вопросами будущего просветительства, технологий проектирования и реализации просветительских проектов.

**УДК 316.74:37**

**ББК 60.561.9; 74.041 (2 Рос)**

*Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав*

**ISBN 978-5-7646-0138-0**

© Л. Н. Духанина, А. А. Максименко, 2019  
© Т. В. Жиромская, обложка, 2019  
© Российское общество «Знание», 2019

# ОГЛАВЛЕНИЕ

---

ОТ АВТОРОВ .....	4
1. ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ СОВРЕМЕННОСТИ КАК ПРОБЛЕМА ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВА .....	6
1.1. Современные глобальные вызовы и национальные интересы России .....	6
1.2. Концепция российского просветительства будущего .....	29
2. ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА БУДУЩЕГО .	55
2.1. «Могу», «хочу, «надо» в цифровой эпохе технологического прогресса .....	55
2.2. Технологии просветительства в повседневной жизни россиянина .....	79
2.3. Ближайшие мультиплицированные группы просветительства: их роль и условия эффективного включения .....	109
3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СВЕТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ .....	123
3.1. Метаметодология в контексте проектирования просветительских мероприятий .....	123
3.2. Условия и факторы реализации успешных общенациональных просветительских проектов в современной России .....	138
3.3. 7 Р просветительства .....	147
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	172
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	176
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	187

«Феномен просветительства умер, его заменил Google». С такой интригующей фразы можно было бы начать повествование в духе французских философов – Пьера Бурдьё, утверждавшего, что общественного мнения не существует, или Жана Бодрийяра, начавшего свой «Реквием по масс-медиа» с фразы о том, что «... теории масс-медиа нет»<sup>1</sup>. Действительно, нарастающую роль Интернета в роли «всеобщего учителя» и «кладези всех человеческих знаний» отрицать трудно. Дистанцируясь от провокационной подачи, граничащей с эпатажем, в этом исследовании мы постарались выработать и отобразить конструктивную точку зрения, подкрепленную результатами одного из самых масштабных исследований феномена просветительства, реализованного в 2017 году актовым Российского общества «Знание». Оно было связано с многочисленными и разнообразными по тематике просветительскими мероприятиями, реализуемыми преимущественно в молодежной среде, с крайне разнообразными форматами их проведения, а также различными дискурсами, рефлексивно оценивающими как природу их появления, так и конкурентный потенциал в борьбе за внимание той или иной целевой аудитории. Собранный текстовый и цифровой массив данных был обсужден на дискуссионных площадках с привлечением экспертного сообщества, в результате была сделана попытка определить принципиально новую «Модель просветительства 2.0», которая очерчивается с учетом глобальных вызовов и национальных интересов современной России.

В этой связи особую благодарность авторы выражают за помощь в анализе и вдумчивом прочтении материала кандидату исторических наук Ивану Алексеевичу Бушуеву и кандидату педагогических наук Сергею Юрьевичу Свешникову.

---

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика: альманах Российско-французского центра социологии и философии Ин-та социологии РАН. – М.: Ин-т эксперимен. социологии; СПб.: Алетейя, 1999. – С. 193–226.

За ценные мнения авторы выражают искреннюю признательность экспертам, принявшим активное участие в обсуждении проблем просветительства в России: генеральному директору исследовательской группы «Циркон» Игорю Вениаминовичу Задорину, журналисту и политологу Павлу Викторовичу Данилину, генеральному директору ООО «Ценностное управление для бизнеса» Константину Викторовичу Харскому, генеральному директору санаторию «Знание» Дмитрию Владимировичу Богданову, доктору философских наук Григорию Львовичу Тульчинскому, кандидату философских наук Вячеславу Николаевичу Данилову, кандидату экономических наук, председателю правления Международного гуманитарного фонда «Знание» им. С. И. Вавилова Федору Федоровичу Светику, кандидату философских наук Виталию Анатольевичу Куренному, кандидату философских наук Владимиру Анатольевичу Лепехину, кандидату философских наук Симону Гдальевичу Кордонскому, доктору экономических наук Игорю Владимировичу Зайцевскому, доктору экономических наук Сергею Сергеевичу Мишурову, доктору педагогических наук Борису Викторовичу Куприянову, доктору психологических наук Ольге Сергеевне Дейнека, доктору социологических наук Дмитрию Владимировичу Иванову, кандидату психологических наук Инге Сергеевне Буриковой, поэту и драматургу Владимиру Алексеевичу Васюхину, актеру и культур-триггеру Дмитрию Станиславовичу Макарову, профессору практики Московской школы управления «Сколково» Павлу Олеговичу Лукше, кандидату социологических наук Дмитрию Михайловичу Rogozinu.

Авторы надеются, что это исследование внесет свой вклад в процесс накопления знаний о феномене просветительства в современной России, а также о технологиях работы с различными целевыми аудиториями и их эффективном использовании в просветительской деятельности.

Все замечания, предложения и впечатления о прочитанном авторы принимают на электронную почту [Maximenko.al@gmail.com](mailto:Maximenko.al@gmail.com).

# 1. ГЛОБАЛЬНЫЕ ТRENДЫ СОВРЕМЕННОСТИ КАК ПРОБЛЕМА ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВА

---

## 1.1. Современные глобальные вызовы и национальные интересы России

Оценка современных глобальных интересов России невозможна без анализа понятия «глобализация», истории его становления, а также главных концептуальных основ теории глобализма.

Глобализация – это, по мнению многих современных исследователей и экспертов, процесс превращения мира в единую систему, общемировая социально-политическая, экономическая и культурная интеграция. Существует множество трактовок данного понятия, например в работе философа Найефа Аль-Родана приводится более 100 дефиниций, однако большинство из них подчеркивают всеобъемлющий характер данного процесса<sup>1</sup>.

Сам феномен политического, экономического, социального и историко-культурного объединения различных государств и населяющих их народов известен с древнейших времен. От первых племенных союзов до становления политэтнических и поликонфессиональных империй человечество искало пути к объединению, имевшие полярный характер. Позитивный путь – консолидация сил, культурный обмен, заключение союзов. Негативный путь – подчинение, насильственное включение в процесс, поглощение.

Непосредственно о глобализации можно говорить начиная с эпохи Александра Македонского (356–323 гг. до н. э.), распространившего культуру эллинов по Евразии. Римская империя, включавшая в себя густонаселенные земли Средиземноморья, Западной Европы и Британии, явилась эталонным

---

<sup>1</sup> *Al-Rodhan N. R. F. Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition // Geneva Centre for Security Policy. – 2006. – 19 June. – P. 9–20.*

образцом попытки устройства мира без границ. Великие географические открытия (XV–XVII вв.) расширили представления человечества о размерах мира и его устройстве, открыв новые сырьевые источники и рынки сбыта производимой продукции. Колонизация, научно-техническая и промышленная революции в последующие три столетия подготовили почву для того, что с окончанием двух мировых войн в XX в. процесс глобализации приобрел планетарные масштабы.

В науке принято обозначать старт глобализационных процессов 1492 г., то есть годом открытия Нового Света, однако существует несколько разных вариантов периодизации. Так, Т. Фридман обозначает 3 периода: 1492–1800 гг., 1800–2000 гг., с 2000 г. – до настоящего времени<sup>2</sup>. Р. Робертсон несколько сужает каждый из периодов: XVI–XVIII вв., XIX – начало XX в., с 1930 г. – до настоящего времени<sup>3</sup>. Современный этап глобализации может датироваться как с начала XX в., так и с начала XXI в., однако некоторые ученые, в частности П. Херст и Г. Томпсон, выделяют две волны, первая из которых длилась со второй четверти XIX в. до начала Первой мировой войны (1914), вторая стартовала с 1945 г. и продолжается до сих пор<sup>4</sup>. Период между двумя мировыми войнами связан с застоєм в международных отношениях и не может быть отнесен к глобализационным, так как он: «... характеризовался отходом от интеграции – принятием политики, направленной на удовлетворение внутренних потребностей, доля торговли в доходах снизилась до уровня 1870 года, и миграция была ограничена. Рост ВВП на душу населения упал почти на треть, а неравенство продолжало увеличиваться»<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> *Friedman T. L. The Three Waves of Globalization // The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century. – N.Y.: Picador I Farrar, Straus and Giroux, 2007. – P. 9–10.*

<sup>3</sup> *Robertson R. The Historical Context and Significance of Globalization // Development and Change. – 2004. – P. 559–562.*

<sup>4</sup> *Hirst P., Thompson, G. The Future of Globalization // Cooperation and Conflict / The Nordic International Studies Association. – 2002. – Vol. 37 (3). – P. 248.*

<sup>5</sup> *Бриксова, З., Трейгиене, Д. Глобализация и рост в современных исследованиях // МВФ. Офиц. сайт, 2003. – Режим доступа: <https://www.imf.org/external/country/blr/rr/rus/2003/051903r.pdf> (дата обращения: 02.09.2018)*

Технологический прогресс, рост международной торговли и снижение уровня военно-политической напряженности после окончания 40-х гг. XX в. привели к началу второй волны глобализации, которая, как уже отмечалось выше, длится до сих пор.

Термин «глобализация» впервые употребил Карл Маркс, писавший Фридриху Энгельсу в 50-е г. XIX в. об окончательном формировании мирового рынка и интенсивном росте мировой торговли: «Теперь мировой рынок существует на самом деле. С выходом Калифорнии и Японии на мировой рынок глобализация свершилась»<sup>6</sup>. Однако человечеству с тех пор понадобилось целое столетие, чтобы заговорить об этом более обоснованно и научно.

Интеграционная концепция «нового мирового порядка», возникшая на Западе в 70-е гг. XX в., предусматривала всесторонне преобразование экономико-политического и социокультурного устройства мира, устранение неравенства между государствами и обществами, находящимися на разных ступенях материального и духовного развития (Ф. Полан, Р. Фальк, Я. Бхагвати и др.), что напрямую было связано с глобализационными тенденциями.

Однако о глобализации как о конкретном процессе первым заговорил американский экономист Теодор Левитт, опубликовавший в 1983 г. статью «Глобализация рынков»<sup>7</sup>. В статье Левитт писал о том, что многие крупные компании, не получающие желаемых результатов продаж, должны заняться унификацией предложений и пытаться снизить себестоимость товаров и услуг, отодвигая на второй план вкусы и потребности потребителей местных рынков. Эта идея базировалась на основном тезисе работы – будущее мировой экономики не принадлежит транснациональным компаниям, оно сосредоточено в руках «глобальных корпораций».

В 1985 г. один из ведущих теоретиков глобализации *Рональд Робертсон* дал данному явлению трактовку, до сих считающуюся

---

<sup>6</sup> Цит. по: *Аттали Ж.* Карл Маркс. Мировой дух. – М., 2008. – С. 192.

<sup>7</sup> *Levitt Th.* The Globalization of Markets (from the May 1983 issue) // Harvard Business Review. – Режим доступа: <https://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets> (дата обращения: 15.08.2018).



одной из наиболее общепринятых: «Глобализация – это процесс всевозрастающего воздействия различных факторов международного значения (например, тесных экономических и политических связей, культурного и информационного обмена) на социальную действительность в отдельных странах»<sup>8</sup>. Робертсон обозначает глобализацию как восприятие мира в качестве единого пространства, его сжатие<sup>9</sup>. Английский социолог Энтони Гидденс в 1990 г. сформулировал тезис о том, что глобализация, имманентно присущая современности, стирает локальные события и является одной из неотъемлемых сторон модернизации общества<sup>10</sup>.

С тех пор термин «глобализация» прочно вошел в профессиональный лексикон экономистов и маркетологов и был успешно внедрен в понятийно-категориальный аппарат экономики и большинства гуманитарных наук – социологии, политологии, культурологии, лингвистики, истории и др. Библиография глобалистики насчитывает тысячи наименований: научные монографии, статьи, тезисы и доклады конференций.

Со временем было выработано множество подходов к теории глобализма. Автор знаменитых «Мегатрендов» (1982) американский философ Джон Нейсбит сформулировал доминирующие тенденции развития мировой цивилизации, среди которых выделил переход от индустриальной формации к информационной, а также переход к развитию высоких технологий, открытой мировой экономике, децентрализации, вариативности выбора и сетевой организации политической и общественной жизни<sup>11</sup>.

Идеи Нейсбита стали одними из основополагающих для «глобальной теории», однако до 90-х гг. XX в. глобализация рассматривалась в качестве естественного процесса, обусловленного ходом истории и общественным прогрессом (Р. Робертсон,

---

<sup>8</sup> Цит. по: *Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.* Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2007. – С. 225.

<sup>9</sup> *Robertson R.* Globalization: Social Theory and Global Culture. – L.: Sage, 1992. – P. 8.

<sup>10</sup> *Гидденс Э.* Последствия современности. – М., 2011. – С. 304.

<sup>11</sup> *Нейсбит Дж.* Мегатренды. – М.: Изд-во «АСТ», 2003. – С. 174.

М. Уотерс, Г. Тернборн, И. Валлерстайн, Д. Мейер, А. Зиновьев и др.). На рубеже двух последних веков в работах вышеуказанных авторов намечается сдвиг к экономической трактовке феномена глобализации.

В начале нового тысячелетия М. Кастельс, Л. Е. Гринин и Р. Робертсон стали рассматривать глобализацию через призму всех сфер человеческой жизнедеятельности, их взаимодействия и взаимопроникновения. Данное понятие вышло за рамки сугубо геополитической и экономической трактовки, приобретая выраженный социокультурный оттенок. Робертсон рассуждал о глобальном сознании индивидов и ввел термин «глокализация», сочетающий одновременные процессы универсализации и локализации культурного пространства.

Идеологическое оформление глобализации связано с традициями западноевропейской культуры. В современной отечественной гуманитарной традиции принято отождествлять глобализацию с эпохой постмодерна конца предыдущего столетия. Появление глобализма не было случайным. Вот уже более ста лет Запад не создал ни одной идеологической доктрины, способной помочь ему выйти из кризисной ситуации, в которой он пребывает на протяжении длительного исторического периода. Многие западные ученые, политики увидели в глобализме как идеологии и политике ту спасительную соломинку, которая способна дать новый толчок для продвижения вперед, для решения жизненно важных проблем современности, ответить на очередные вызовы человечеству – угрозу термоядерной, биологической войны, терроризм, загрязнение окружающей среды, нехватку природных ископаемых, энергетический кризис, появление пока не поддающихся полному излечению болезней, таких как СПИД, рост бедности и нищеты, природные катаклизмы и так далее»<sup>12</sup>.

Действительно, постмодернизм связан с разрушением традиционных институтов и трансформацией персональных и корпоративных ценностей. Постмодерн превращает мир в поле для многосложной игры с постоянно меняющимися

---

<sup>12</sup> Хорина Г. П. Глобализм как идеология // Глобализация и гуманитарное знание. – 2005. – № 1. – С. 71–78.

правилами, и глобализация вносит еще больший хаос в процессы взаимодействия культур как на локальном, так на мировом уровнях.

К числу мировых институтов, ускоряющих процесс глобализации, относятся крупные международные политические и финансовые образования (Организация Объединенных Наций, Всемирная торговая организация, Всемирный банк, Международный валютный фонд), транснациональные корпорации, фондовые биржи и правовые институты. Основные инструменты глобализации – внешняя торговля, таможенные и транспортные системы, технологии и технические стандарты нового поколения, глобальная сеть Интернет.

Глобализация как ликвидирующее условные мировые границы явление связана со следующими категориями:

- единообразии основной законодательной базы для всех государств;

- общемировая валюта;

- единый международный язык;

- единое информационное поле, унификация процесса обмена информацией между физическими и юридическими субъектами;

- общая производственная система, мировой промышленный комплекс, базирующийся на принципах международного распределения функций и разделения труда;

- единый рынок товаров, услуг и трудовых ресурсов;

- отсутствие таможен и торговых пошлин;

- универсальная общемировая культура.

Глобализация позволяет приобщить к достижениям мировой культуры все большее количество ранее изолированных обществ, разбивает цепи этнической и религиозной замкнутости, повышает шансы для личностной самореализации, делает повседневную жизнь более свободной, повышает производительность труда. При этом исследователи сходятся во мнении, что этот процесс имеет и обратную сторону, нарушая вековые локальные уклады и традиции жизни, дестабилизируя устоявшиеся законодательные практики, ослабляя такие понятия, как национальная идея, национальное самосознание и суверенитет.

Американский экономист Дж. Бхавати, противопоставляя свои позиции и доводы взглядам антиглобалистов, в одной из своих главных работ «В защиту глобализации» доказывает, что глобализация является положительной тенденцией развития мирового сообщества и носит объективный характер<sup>13</sup>. При этом нельзя не отметить, что процесс глобализации весьма хаотичен, конкретные интересы тех или иных политических сил или ведущих экономических корпораций и объединений не всегда придают ему положительный для всех мировых субъектов окрас. Глобализация в первую очередь положительно влияет на страны с выгодным геополитическим положением и развитой экономикой, в которых сосредоточены основные мировые торгово-промышленные и финансовые активы (Западная Европа, США, Канада, Австралия, Япония). Межгосударственная и межконтинентальная интеграция способствуют усилению взаимозависимости главных мировых экономических центров, делая мировую экономику более открытой (Европа – США – Восточная Азия<sup>14</sup>). Слаборазвитые страны, напротив, несут материальные потери, так как их продукция теряет конкурентоспособность, а производящие отрасли (в основном сельское хозяйство, малые и средние производства) не могут справиться с давлением более сильных оппонентов. Как итог – рост безработицы и люмпенизация общества, социальная нестабильность, «трусобный» образ жизни.

Одной из присущих глобализации черт является ускорение ритма жизни, наращивание динамики движения социальных явлений, новая темпоральность и новые критерии для оценки их временной сущности. Ученые отмечают, что глобализация опасна своей неопределенностью и малой прогнозируемостью, присущие ей процессы вызывают конфликты интересов и идеологических приоритетов, нередко выливающиеся в антиглобалистические протесты и акции, открытые межэтнические и межконфессиональные столкновения,

---

<sup>13</sup> Бхавати Дж. В защиту глобализации; пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Ладомир, 2005.

<sup>14</sup> Проскурин С. А. Глобализация как фактор поляризации мира // Социально-гуманитарные знания. – 2009. – № 4. – С. 46–49.

которые провоцируют информационную войну, рост террористических проявлений и могут перейти в стадию открытого вооруженного конфликта.

Кроме того, рост темпов повседневности и изменений в жизни общества сказывается и на здоровье человека: «Для настоящего времени характерно исключительно быстрое нарастание социальных изменений. В то же время запрограммированные эволюцией биологические процессы меняются крайне медленно. В столкновении первого со вторым и заключается одна из причин болезней цивилизации. Свое конкретное клиническое выражение это несоответствие находит прежде всего в так называемом неврозе неотреагированных эмоций, который лежит в основе возникновения инфарктов миокарда, гипертонической болезни, атеросклероза, сахарного диабета и широкого спектра неврологических заболеваний»<sup>15</sup>. Таким образом, идущее за глобализацией ускорение динамики социальных изменений является важнейшим фактором как для отдельного человека (с точки зрения его здоровья, карьеры, самореализации и т. д.), так и для социума в целом (в том числе в контексте интеграционных процессов).

Гарантом гармоничности информационного и культурного обмена в общепланетарном масштабе является культурный диалог, при котором материальные и духовные ценности являются предметом взаимовыгодного обмена, а не насильственного привития. При этом каждый субъект процесса глобализации – от отдельной личности до народа и целого государства – должен четко осознавать собственные интересы и прогнозировать ту выгоду, которую он от этого получит.

Несомненно, глобализация связана с такими понятиями как «общий», «единый», «универсальный», однако при этом каждое государство видит персональные цели, задачи и интересы в процессе общемировой интеграции. Будучи государством с общепризнанным международным авторитетом,

---

<sup>15</sup> Агаджанян Н. А., Чижев А. Я., Ким Т. А. Болезни цивилизации // Экология человека. – 2003. – № 4. – С. 8–11.

*Россия имеет собственные глобальные вызовы, которые могут быть разделены на внутривитуполитические и внешнеполитические.*

Внешинополитические задачи связаны с необходимостью занять центральное место в новой геополитической системе при формировании устойчивого международного окружения. Россия должна занять прочные финансовые и военно-стратегические позиции, взаимодействуя с другими государствами (от мировых держав до развивающихся стран), обеспечивая локальную и глобальную безопасность. С экономической точки зрения, Россия стремится к стабилизации курса национальной валюты, росту инвестиционной привлекательности и высокой конкурентоспособности отечественных товаров на мировых рынках.

Внутривитуполитические вызовы обусловлены формированием мирных условий для стабильного материального и культурного развития регионов и населяющих их жителей, необходимостью повышения уровня жизни, сокращения безработицы, увеличения продолжительности жизни, сохранения и наращивание интеллектуального и творческого потенциала россиян.

Л. Е. Гринин утверждает: «...Россия сможет сыграть важную роль в новом мировом порядке, если правильно выберет стратегию. Поэтому нужно не горевать о том, что идет глобализация по-американски, а найти собственное место в глобальных процессах, не теряя своих особенностей, в частности используя общие культурно-языковые традиции на просторах СНГ. Если процессы неизбежны, значит, нужно превратить их в национальную идею. Например, чтобы Россия заняла достойное ее место в интеграции мира со всеми вытекающими отсюда последствиями и выбором средств для достижения цели. Для нашей страны, которая всегда имела на своих знаменах мировые лозунги, это вполне возможно. И, думается, никакая наша национальная идея не будет эффективной без учета роли России в глобализации»<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Гринин Л. Е. Глобализация и национальный суверенитет // История и современность. – 2005. – №1. – Режим доступа: <https://www.socionauki.ru/journal/articles/145683> (дата обращения: 19.08.2018)

Несмотря на достаточно прочные позиции России на международной арене, она все же испытывает негативное влияние глобализационных процессов в части собственных национальных интересов. Принцип «открытого общества», изложенный Карлом Поппером<sup>17</sup> в период Второй мировой войны и базирующийся на прогнозировании неизбежной стагнации общества, которое в течение долгого времени живет автономно (является «закрытым»), на настоящем этапе не подходит для выбора в качестве пути развития России. Политическая и идеологическая конфронтация с Соединенными Штатами Америки, несоответствие уровня экономического развития двух стран не позволяют России вести полностью «открытую» международную игру и реализовывать идеалистические демократические принципы для своего внутреннего устройства.

Эксперты подчеркивают, что от России требуется более активное включение в мировые экономические процессы и усиление позиций среди ведущих развитых стран<sup>18</sup>. Принцип «открытости» может быть провозглашен лишь при условии наличия факторов духовного и культурного развития, а также продуктов производства, опережающих все прочие страны мира. В настоящее время подобными «kozyрями» как раз обладает Америка, распространяющая собственные культурные и научно-технические достижения по всей планете. В России особенно активно подвержены влиянию западных ценностей представители младших поколений. Википедия, продукция Apple, музыкальная культура и кинокультура, брендовая одежда и так далее формируют особый стиль молодежного мировосприятия, хоть и чуждый традициям отечественной культуры, но все же весьма стремительно в ней приживающийся. К сожалению, на текущем этапе развития Россия не обладает подобными продуктами, которые могли

---

<sup>17</sup> Поппер К. Открытое общество и его враги. Т. 1: Чары Платона. Пер. с англ., под ред. В. Н. Садовского. — М.: Феникс: Междунар. фонд «Культурная инициатива», 1992. — С. 325.

<sup>18</sup> Башкатова А. Глобализм с человеческим лицом // Независимая газета. 2011. 6 апреля. — Режим доступа: [http://www.ng.ru/economics/2011-04-06/1\\_globalizm.html](http://www.ng.ru/economics/2011-04-06/1_globalizm.html) (дата обращения: 04.08.2018)

бы стать весомой статьей культурного и интеллектуального экспорта и положительно повлияли бы на уровень жизни и возможности для самореализации и карьерного роста российских граждан.

Именно последняя задача является одной из приоритетных, так как любое государство – это прежде всего его люди, и все будущие успехи государства на международной арене так или иначе будут являться плодами деятельности этих людей. С. Гриняев высказывает следующее мнение: «В современном мире (а тем более в будущем) статус страны все больше определяется ее способностью к развитию, а она, в свою очередь, определяется возможностями страны наращивать свои информационные ресурсы и управлять ими. Великая держава уже не может не быть лидером в приоритетных сферах знаний, в информатике и технологиях, потому что именно знания и технологии обеспечивают ей влияние на жизнь миллионов людей во всем мире – через потребляемые ими продукты, товары, услуги, культуру. Таким образом, информация переходит в разряд важнейших ресурсов государств, следовательно, обостряется и борьба между ними за обладание этим ресурсом, достижение и удержание информационного превосходства»<sup>19</sup>. Так как в условиях глобализации человечество переходит от обмена знаниями к обмену готовой информацией, одна из ведущих ролей в этом процессе отводится *институтам науки, образования и просветительства*, облегчающим и ускоряющим обмен.

Знания не возникают сами по себе – человечество создает их в виде готового продукта эмпирическим (зачастую неосознательным) или экспериментальным (конкретно направленным) путем. Это не представляется возможным без *науки* – познавательной деятельности человека, направленной на выработку обоснованных, систематизированных и объективных знаний о мире<sup>20</sup>. Одна из наиболее общих философских трактовок целей науки подразумевает, что она должна

---

<sup>19</sup> Гриняев С. Угрозы и вызовы информационной эпохи. – Режим доступа: [http://expert.ru/expert/2004/01/01lex-i\\_soc\\_40350](http://expert.ru/expert/2004/01/01lex-i_soc_40350) (дата обращения: 05.08.2018)

<sup>20</sup> Философия: энциклопед. сл. / под ред. А. А. Ивина. – М., 2004.



отражать действительность в теории через «...описание, объяснение и предсказание процессов и явлений действительности, составляющих предмет её изучения на основе открываемых ею законов»<sup>21</sup>.

Полученные знания должны фиксироваться и передаваться, однако некоторые их категории настолько сложны, что без прямого процесса обучения одного человека другим их трансляция будет фактически невозможна. Для этого существует система *образования*.

Официальная трактовка данного понятия в России звучит следующим образом: «Образование – это единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов»<sup>22</sup>. Философия, проблемы и парадоксы современной отечественной системы образования многократно становились темой для исследования<sup>23</sup>, однако общепризнанным является факт, что *уровень образования находится в непосредственной зависимости от степени развития науки*, так как именно наука задает качество транслируемых в общество знаний и создает задел для их развития и приумножения.

---

<sup>21</sup> Философский энциклопед. сл. / гл. ред.: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. – М.: Совет. энциклопедия, 1983.

<sup>22</sup> Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ (последняя редакция).

<sup>23</sup> Плаксий С. И. *Парадоксы высшего образования*. М. : Нац. ин-т бизнеса, 2005; Кирсанов К. А., Киринок А. А. *Глобальные проблемы образования*. В 2-х т. Т.1. – Нац. ин-т бизнеса, 2005; Крашнев О. Е. *Философия образования: Социально-философский анализ предметной области*: дисс. ... канд. философ. наук: 09.00.11. – Ростов-н/Д, 2005; Огуцов А. П., Платонов В. В. *Образы образования. Западная философия образования. XX век*. – М. : Изд-во Рус. христиан. гуманист. ин-т, 2004; Розин В. М. *Философия образования*. – М. : Изд-во Моск. психолого-соц. ин-т: НПО «МОДЭК», 2007.

Е. Е. Семченко и Н. К. Алимова утверждают: «Человечество подошло к рубежу, когда от своих собственных «успехов» может погибнуть как цивилизация, так и вся биосфера в целом. Прогресс ведет к гибели человечества. Современная цивилизация создала такое мировоззрение, которое несовместимо с существованием и развитием самой цивилизации»<sup>24</sup>. Подобная постановка вопроса весьма неоднозначна, однако игнорировать тот факт, что научный и технический прогресс наносят некий вред и человечеству, и окружающей его среде, априори нельзя. Образование, воспитание, подготовка кадров – эти процессы должны строиться на понимании того, что будущее наступит уже скоро, и оно может обернуться серьезной военной, ядерной или экологической катастрофой. Следовательно, системы образования и просвещения должны базироваться на идее о том, что мир будущего должен стать миром безопасной коммуникации, положительной интеграции, пространством для квалифицированной, многосторонне развитой личности, несущей ответственность за окружающих людей, природу, мир в целом.

Научный прогресс и обновленные задачи, которые ставит общество перед личностью, заставляют власть постоянно искать прогрессивные подходы к формированию образовательных концепций и программ. Темпы общественного развития влияют на устаревание еще казалось бы недавно выработанных методик и подходов, а активное внедрение информационно-коммуникационных технологий практически во все сферы человеческой жизнедеятельности одновременно облегчает процесс обмена знаниями и информацией, но все же при этом наращивает их массивы до весьма солидных размеров, которые в условиях глобализации и смены шаблонов повседневности порой превращаются в мертвый груз – школы и университеты не располагают достаточными временными и кадровыми ресурсами, чтобы транслировать весь накопленный объем информации заинтересованной ау-

---

<sup>24</sup> Семченко Е. Е., Алимова Н. К. Современная система образования и картины миропонимания: некоторые креативно-рискологические аспекты // интернет-журнал Науковедение. – 2011. – № 1 (6). – С. 26–29.

дитории, а к вопросам самообразования многие до сих пор относятся скептически.

Кроме того, школы и вузы достаточно консервативны, и многие учителя и преподаватели всего лишь дают аудитории широко распространенные факты из учебников, содержание которых не выходит за границы наиболее распространенных научных теорий. Однако на деле оказывается, что многие из этих сведений не имеют ничего общего с реальной жизнью, протекающей за окнами кабинета. Кроме того, работа с готовыми, «обезжиренными» фактами не способствует развитию у обучающихся мышления, умений анализа, социального и бизнес-моделирования.

Говоря о прогнозировании будущего в контексте развития образования, науки, промышленности и коммерции, нельзя не упомянуть о проекте «Университет 3.0», миссия которого заключается в агрегации и интеграции инноваций и активном участии в процессах, связанных с формированием новых рынков, технологическим предпринимательством и развитием бизнеса. По мнению Евгения Кузнецова, заместителя генерального директора Российской венчурной компании, ключевой функцией развития современного государства становится концентрация талантов на своей территории и их вооружение максимальными возможностями для самореализации<sup>25</sup>, что вполне коррелируется с теми глобальными вызовами, что стоят перед современной Россией, и отвечает одной из главных целей просветительской деятельности как таковой. Е. Кузнецов также считает, что университеты должны жить будущим, их задача – производить специалистов - лидеров рынка, а не тех, кому после получения диплома о высшем образовании приходится доучиваться. Вузы должны производить передовые идеи и выпускать их носителей, минуя принципы «клановости» и освобождая пространство для молодых, голодных до знаний людей. В концепции, предложенной Е. Кузнецовым, проект Университет 3.0 должен

---

<sup>25</sup> Проект «Университет 3.0» – центр науки, образования и технологического предпринимательства // Инновационный портал НГУ. – Режим доступа: <http://inno.nsu.ru/facts/2016-05-30.htm> (дата обращения: 25.08.2018).

полагаться как центр экосистем, выращивающий компетенции экосистем менеджмента мирового уровня, при этом модель для реализации дорожных карт НТИ включает в себя *сети* (конкурентоспособные лаборатории для проведения исследований, факультетов и кафедр для опережающей подготовки кадров) и *хабы* (цепочки роста стоимости интеллектуальной собственности от исследований до продукта и компаний, и лицензий через акселерацию и развитие кооперации)<sup>26</sup>.

Однако на текущем этапе развития системы образования вузы такого формата скорее являются исключением, в связи с чем солидный пласт работы по «доучиванию» вчерашних студентов ложится на плечи просветителей. Но в данном случае перед просветителями встает множество вопросов, полные и обстоятельные ответы на которые получить весьма сложно. Как доучивать? Какие проекты будут наиболее актуальными для создания квалифицированного кадрового резерва настоящего и будущего? Какие профессии в скором выйдут в «топ», а какие уйдут в небытие?

Ускоряющиеся темпы глобализации постоянно повышают требования к качеству подготовки специалистов, в связи с чем ученые уже сейчас разрабатывают различные варианты концепции профессий будущего.

Одними из наиболее интересных в данном направлении являются проекты «Global Education Futures» (П. О. Лукши, профессора практики Московской школы управления Сколково) и «World Skill Russia» (официального оператора международного некоммерческого движения World Skills International, миссия которого – повышение стандартов подготовки кадров). Данные проекты (в частности, «Будущее образования» и «Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире») помогают анализировать современное состояние системы образования и рынка труда и прогнозировать его развитие и потенциальные потребности в будущем. Смена социальных парадигм, технологический прогресс и автоматизация

---

<sup>26</sup> Кузнецов Е. Проект «Университеты 3.0» в НТИ [Презентация доклада]. –Режим доступа: <https://ioe.hse.ru/data/2016/01/13/1134679511/Университеты%203.0.pdf> (дата обращения: 25.08.2018).

(вытеснение человека из сферы производства материальных и духовных благ), геополитические и экологические сдвиги – все это диктует новые условия обучения, воспитания и развития личности. Реакция на эти сдвиги должна быть незамедлительной, в противном случае последующие поколения не смогут адаптироваться к «новому миру», что приведет к негативным социально-экономическим сдвигам: росту безработицы, появлению целых классов людей, не приносящих пользу обществу, дестабилизации политической обстановки. В мировом масштабе это может вылиться в еще большее увеличение разрыва между передовыми и развивающимися странами, и, как следствие, возникновение масштабных военно-политических конфликтов.

Таким образом, мир уже ждет специалистов нового типа, способных применять креативный подход и налаживать связи не только с людьми, но и с системами искусственного интеллекта. Ступенчатый карьерный рост, связанный с шаблонным набором требуемых для той или иной профессии навыков и умений, будет замещен возможностью всесторонней реализации личности. Многие «простые» или «черновые» профессии будут вытеснены автоматизированными системами, мир станет нуждаться в специалистах широкого профиля, активных, творческих и всесторонне развитых.

Среди ключевых трендов рабочего процесса будущего выделяются:

- *технологические* – цифровизация, автоматизация и роботизация всех сфер жизни;
- *социальные* – демографические изменения (урбанизация, рост продолжительности жизни, растущая роль женщины в экономике), становление сетевого общества;
- *техно-социальные* – глобализация (возникновение знаний, отношений и материальных ценностей в сверхсвязанном мире, где усиливается роль транснационального сотрудничества), экологизация (рост внимания к экологии и трансляция экологических идей в бизнес-практику).

Отдельно выделяется так называемый *мегафренд* – возрастающая скорость всех текущих изменений, повышенные

темпы обновления окружающего мира, требующие ускоренного внедрения новых социальных и экономических практик и технологических решений.

Естественно, что в силу неравномерного развития экономики и уровня общественного развития в каждой конкретной стране данные тренды имеют разную силу, однако в условиях «сверхсвязанного мира» они определяют облик и уклад жизни и труда человека в XXI столетии.

*Растущими сегментами экономики будущего* (проект «Навыки будущего») признаны: киберфизические системы, локализация производства, горизонтальные структуры управления, тотальная связность, гибридная реальность, экологичное производство и сервисы, беспилотный транспорт, высокоперсонализированные сервисы в образовании, здравоохранении и др., а также сообщества, которые объединяют повседневную жизнь с обучением, работой и творчеством.

К *стагнирующим сегментам* отнесены: ручной труд в большинстве операций (как на производстве, так и в сфере услуг), рутинный интеллектуальный труд (в том числе, в отраслях, ныне считающихся востребованными – финансы, маркетинг, продажи, IT, HR и др.), централизация инфраструктуры, крупные города как центры концентрации производства, крупные индустриальные корпорации в качестве главных работодателей, жесткое разделение быта, работы, обучения, творчества и игры.

Одним из наиболее сложных для обывателя явлений является цифровая экономика, базирующаяся на паре представлений «проектируемое – осязаемое». Цифровое, проектируемое представление более важно для объектов, которые не являются естественными по природе, а создаются непосредственно человеком. В экономике цифровизация приводит к тому, что реальные объекты (например, бумажные деньги, которые можно держать в руках, складывать в кошелек, убирать в тайник и т. д.) постепенно вытесняются цифрами на балансе дебетовых и кредитных карт. Рост популярности криптовалют, онлайн-банкинга, бесконтактных платежей, электронных денежных переводов – те стороны цифровой

экономики, которые тесно соприкасаются с повседневным бытом. Циклы продаж товаров и услуг, функционирование банковской и финансовой сферы планомерно становятся незаметными для большинства людей, привыкших доверять лишь тому, что видят собственными глазами. Негативный в данной связи момент – деятельность мошенников, которые пользуются малой степенью цифровой грамотности населения и успешно реализуют свои теневые схемы.

Что касается макроэкономики, то процессы цифровизации в ней приобретают куда более глобальные масштабы, отрасль требует подготовки специалистов нового типа, которые будут готовы к осмыслению и выполнению сложнейших операций, связанных с финансами, однако на текущий момент таких специалистов единицы, и процесс их массовой подготовки (переподготовки) находится в зачаточной стадии.

Американский социолог и футуролог Элвин Тоффлер еще в 1965 г. ввел понятие «футурошок»<sup>27</sup> («шок будущего»), которым обозначил защитную психологическую реакцию социума или отдельного индивида в ответ на коренные и быстротекущие изменения в окружающей действительности, обусловленные стремительным общественным и научно-техническим прогрессом. Потребность постоянно быть «в тренде», чтобы обеспечить себе безоблачное будущее с точки зрения самореализации, карьеры и финансовой состоятельности, уже сама по себе переходит в разряд трендов. Многие российские граждане, чувствуя несоответствие качества своего образования критериям новых профессий, а также нехватку навыков и знаний, испытывают дискомфорт от того, что повседневность стремительно впитывает в себя инновационные технологии, становится перенасыщенной новыми, неизвестными им понятиями, терминами, категориями и так далее.

В контексте данной проблемы особую важность приобретает деятельность просветительских организаций. Под просветительством понимается «...прогрессивная общественная

---

<sup>27</sup> Тоффлер Э. Шок будущего: пер. с англ. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2002. – С. 345–354.

деятельность, имеющая своей целью или результатом распространение передовых идей и знаний»<sup>28</sup>. Зародившись в предреволюционной Франции XVIII столетия (эпоха Просвещения) и пройдя долгий путь борьбы за право на свое существование в условиях разных политических режимов большинства развитых стран, просветительство сегодня – мощнейший инструмент популяризации науки и «облегченного» распространения научных знаний, делающий их актуальными и даже модными для подрастающих поколений.

Еще Иммануил Кант утверждал, что просвещение – это самостоятельное мышление<sup>29</sup>, в то время как просветительство подразумевает поглощение человеком чужой, уже сформированной мысли. И Кант, и Гегель сходились во мнении, что просвещение утверждает гуманистические ценности и демонстрирует использование разума во всех сферах человеческой жизни.

Существует принципиальная разница в самих понятиях «просвещение» и «просветительство», уходящая в исторический дискурс, где они трактуются в качестве определенных хронологических периодов. Взгляды современных российских ученых на понятия «просвещение» и «просветительство» разнятся. Так, А. Н. Копылов считал их тождественными, в то время как большинство ученых считают Просвещение определенным историческим этапом формирования новой культуры в условиях перехода от феодализма к капитализму (А. П. Валицкая, Н. П. Берков, И. И. Лещиловская и др.), а просветительство в свою очередь трактуется шире, как «... идеологическое течение определенной исторической эпохи, характеризующееся антифеодальной направленностью, устремленностью его представителей к искоренению социальной несправедливости, церковного мракобесия, философского мистицизма» (так же ограничивается XVIII в.). В подобной трактовке просветительство (как исторический период, которому присуща определенная идеология)

<sup>28</sup> Антинази А. Энциклопедия социологии. – М., 2009. – С. 154–155.

<sup>29</sup> Кант И. Ответ на вопрос: что такое просвещение? // Собр. соч. [на нем. и рус. яз.] / под ред. Б. Тушлинга, Н. В. Мотрошиловой. – М., 1994.



в силу большего упора на коренные изменения в социальной и духовно-культурной сферах государственной жизни включает в себя соответственно и эпоху Просвещения<sup>30</sup>. Однако следует заметить, что просветительство как феномен (а не временной период) присуще разным историческим эпохам и оно чаще всего выходит на передовые роли в условиях социально-политических катаклизмов. Если говорить о России, то и в СССР, и в постсоветский период просветительская деятельность пользовалась и пользуется спросом, является востребованной – она видится в качестве одного из важных инструментов улучшения общественно-политической, экономической и духовно-культурной обстановки в стране. Следовательно, в условиях глобализации и новых задач, которые мировое сообщество ставит перед государством и его гражданами, в будущем востребованность просветительства как непосредственно целенаправленной деятельности будет только расти.

Несомненно, само просветительство видоизменяется под влиянием глобализации, приобретая новые черты и ставя перед собой задачи, соответствующие основным характеристикам «мира без границ». Влияние глобализации на просветительство выражается в следующих факторах:

– *вестернизация* – интеграция западных ценностей, обусловленная гегемонией Запада в политической, научной, духовной и культурной сферах;

– *технологизация* – устаревание имеющихся форматов просветительства и выход на новые платформы, развитие сетевых площадок, нивелирующих факт физического контакта просветителя и просвещаемого;

– *следование трендам глобальной экономики* – популяризация «космополитических» знаний и умений, которые будут актуальны для применения во всем мире, а не только в конкретной стране/регионе;

---

<sup>30</sup> Цыфендоржиева Д. Ш., Батуева А. Ц. Просвещение и просветительство: сущность и отличительные черты // Вестник Бурят. гос. ун-та. – 2013. – № 14. – С. 34–37; Батуева А. Ц. Феномен русского просвещения: сущность и особенности: дис. ... канд. филос. наук. – Улан-Удэ, 2013. – С. 98–103.

– *стремление к формированию глобальных ценностей* – процесс складывания общечеловеческих ценностей, основанных на гуманизме и толерантности.

Для того чтобы выработать максимально полную и детально проработанную концепцию отечественного просветительства будущего, необходимо *не только учитывать глобальные тенденции, но и оценить*, какие задачи стоят перед *российским просветительством сегодня*.

Осенью 2017 г. Костромским филиалом Российского общества «Знание» было проведено масштабное социологическое исследование, посвященное феномену просветительства в современной России и мотивации членства в общероссийской общественно-государственной просветительской организации. Исследование включало в себя всероссийский телефонный опрос (выборка из 1 100 человек), а также серию экспертных интервью (21 респондент) с ведущими аналитиками в области просветительства, социологии, философии и культурологии.

Более подробно результаты опросов и интервью освещены в разделе 2.3 настоящего исследования «Ближайшие мультиплицированные группы просветительства: их роль и условия эффективного включения». Однако в рамках заявленного выше опроса представляются интересными те выводы, которые были сделаны по итогам исследования. Данные выводы отражают состояние российского просветительства сегодня и позволяют прогнозировать его будущее состояние, определяя оптимальные пути его развития и адаптации к условиям перманентно меняющегося мира.

Ключевой вывод состоит в том, что в наши дни феномен просветительства является востребованным, представляя собой возможность нивелирования темпов социального и технологического прогресса, а также преодоления футурошока. Просветительство как деятельность общественно-государственной организации имеет превентивный характер и не лоббирует интересы конкретных отраслей индустрии (как это может быть при деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций). Именно благодаря

просветительской деятельности у государства и общества возникает возможность выделить наиболее актуальные сведения из неподъемного массива информации, поток которой становится все более стремительным день ото дня. Данные знания ранжируются по степени полезности для общества в целом и конкретного индивида в частности, происходит дифференциация «живых» и «мертвых» знаний.

На основе экспертного интервью с П. О. Лукшей, проведенного в рамках указанного социологического исследования, были выделены 3 основных формата просветительства, направленных на созидание личного и коллективного благополучия российских граждан и вписанных в рамки наиболее значимых глобальных трендов:

1) *информирование* в областях финансовой грамотности и семейной психологии (например, проекты, нацеленные на развитие медиаграмотности);

2) *обучение навыкам и компетенциям* (например, полезным навыкам работы с техникой, навыкам ораторского искусства, кулинарии и т. д.);

3) *поддержание практик* (клубы интеллектуальных игр, спортивные и фитнес-кружки, интерактивы, моделирование и т. д.).

Опрос показал, что 61 % из общего числа респондентов испытывают нехватку каких-либо навыков, умений и знаний и испытывают потребность в обучении. Среди наиболее популярных запросов – изучать русский и иностранные языки (11,7 %), юридическую грамотность (11,5 %), историю, социологию, экономику и религиоведение (11,3 %), компьютерную и веб-грамотность (8,4 %), а также личностное и психологическое развитие (7,5 %). Анализ возраста опрошенной аудитории показал следующую заинтересованность:

– 19–29 лет: юридическая и финансовая грамотность, личностное и психологическое развитие, здоровье, автомобили и техника, информационно-коммуникационные технологии, образование;

– 30–44 года: юридическая и финансовая грамотность, персональная эффективность, иностранные языки, архитектура, строительство и ремонт, бизнес, спорт;

– 45–60 лет: иностранные языки, компьютерная и веб-грамотность, домашнее хозяйство и рукоделие;

– 61 год и более: вопросы общественного устройства, домашнее хозяйство и рукоделие, компьютерная и веб-грамотность, культура и искусство.

Первые две возрастные группы – это те респонденты, которые уже в ближайшие 5–15 лет столкнутся с требованиями «профессий будущего» при трудоустройстве или восхождении по карьерной лестнице. Третья группа имеет более высокие шансы вступить в стадию пенсионного возраста, «дорабатываемая» на основе уже имеющихся знаний, навыков и компетенций. Четвертая группа – преимущественно пенсионеры, которые желают развиваться более «для себя», не задумываясь о том, что им придется следовать трендам и переучиваться.

Глобальные интересы России, формирующиеся под влиянием главным мировых экономических, общественных и технологических трендов, напрямую влияют на формат и требуемое качество подготовки специалистов, которые в ближайшие десятилетие должны будут овладеть профессиями будущего. В связи с этим новые научные, образовательные и, главное, просветительские проекты и программы должны создаваться уже сейчас с учетом всех доминирующих тенденций глобализации и ускорения ритма жизни мирового сообщества.

Важнейшая задача для создания эффективной платформы российского просветительства будущего – *установление высоких требований к качеству федеральных, региональных и локальных просветительских проектов, их консолидация в рамках общегосударственной политической площадки, продвижение и поддержка.* Это один из ключей к стабилизации политической и экономической обстановки в стране, модернизации всех сфер государственной жизни, повышению личного благосостояния россиян и качества их повседневности, предотвращению «утечки мозгов» за границу.

Ликвидация острой потребности в обучении большинства граждан через совершенствование и продвижение системы отечественного просветительства позволит найти

ответ на многие глобальные вызовы, стоящие перед Россией, положительно скажется на ее внутри- и внешнеполитическом могуществе.

## 1.2. Концепция российского просветительства будущего

Каким же должно быть отечественное просветительство будущего, исходя из основных задач, интересов и вызовов России? Вне всякого сомнения, именно национальные приоритеты должны служить основным ориентиром при подготовке будущих специалистов в учебных заведениях. Однако и система просветительских организаций должна учитывать все особенности глобализационных процессов, ускоряющих ритм повседневной жизни и тесно связывающих ее со средствами информационно-коммуникационных технологий.

Еще один важный вопрос: каким образом феномен визионерства (в значении прогнозирования будущего, стратегического анализа и планирования того, что грядет) может быть использован при разработке и реализации просветительских мероприятий в ближайшие годы и десятилетия?

Для формирования и реализации концепции «просветительства будущего» необходимо решить ряд важнейших организационных, методических и информационных задач.

Во-первых, необходима целенаправленная и планомерная работа государственных структур в области науки, образования и просветительства (при условии демонстрации высокой активности самих просветительских организаций, разрабатывающих собственные проекты и программы в соответствии с реалиями российской общественно-политической, экономической и культурной среды). Запуск механизма, который будет обеспечивать работу просветительских организаций XXI века, повлечет за собой процесс переосмысления и корректировки их целей, задач и функций. Отправной точкой для разработки новых проектов должны стать глобальные интересы России, стремящейся занять позицию

мирового лидера в области внешней политики и экономики. Столь амбициозные вызовы предусматривают определенную долю прагматизма, наличие четкой, обоснованной стратегии в вопросе формирования интеллектуального и кадрового потенциала страны – «трезвый» взгляд в будущее должен оценивать и анализировать все глобальные тренды развития мирового сообщества, стремительно меняющего правила игры на рынках и выдвигающего новые требования к формату и качеству подготовки специалистов. В условиях устаревания имеющихся форм обучения и просвещения актуальным видится внедрение новых методик, основанных на интерактивных и развивающих компонентах, а также на использовании максимума передовых технических средств и информационно-коммуникационных технологий.

Выделяется несколько ключевых задач.

Первая заключается в необходимости проявления политической воли, которая повлечет за собой организационные действия властей, нацеленные на формирование единой просветительской платформы:

- принятие Федерального закона «О просветительской деятельности» и соответствующих локальных законодательных актов;

- введение системы государственного учета просветительских организаций и программ, внедрение их отраслевой специализации;

- организация государственной поддержки наиболее актуальных проектов (в том числе, через систему получения грантов и субсидий), которые не будут дублировать или подменять собой образовательную систему, а напротив, постараются формировать у целевой аудитории дополнительные знания и компетенции;

- формирование института подготовки кадров для работы в просветительских организациях, введение кодекса профессиональной этики просветителя;

- организация постоянного централизованного обмена опытом между крупными столичными и региональными просветительскими организациями и их отделениями,

совершенствование их научной, материально-технической и учебно-методической баз;

- выработка государственного подхода к просветительским проектам на темы, которые принято считать табуированными, распространение через данные проекты позитивных знаний, влияющих на здоровье и образ жизни граждан;

- создание просветительских кластеров и разработка кросс-проектов, при которых в мероприятиях смогут принимать участие все заинтересованные стороны: государство, образовательные и общественные организации, потенциальные работодатели и спонсоры (без уклона в лоббирование конкретного коммерческого интереса и product placement).

Однако основная работа по выработке и воплощению концепций просветительства будущего ложится непосредственно на плечи научного и просветительского сообщества. Первые позитивные сдвиги будут достигнуты при институционализации практики оценки просветительских мероприятий методами социологических исследований и установлении перманентной обратной связи с целевой аудиторией, а также при введении единой системы замера эффективности просветительских проектов, обобщения и распространения наиболее успешных практик. Это позволит выделять и поддерживать наиболее полезные государству и обществу проекты, определять направления их дальнейшего развития и качественного роста.

Разработка и внедрение механизмов контроля за сферой просветительства со стороны государства и, в частности, научного сообщества, является одной из актуальнейших задач на текущем этапе, однако ее результат связан с будущим. Уже сейчас просветительство становится самостоятельной отраслью деятельности (в том числе коммерческой), все более отдаляющейся от науки и образования. Это связано с основными тенденциями ее развития. Современное российское просветительство уже:

- становится отраслью с высокими бюджетами и гонорами;

– производит собственных «звезд» и лидеров, имеющих статус «популяризаторов науки», вне научной и образовательной среды (писатели, журналисты, блогеры и т. д.);

– базируется на интерактивных и развлекательных компонентах, все более уходя в онлайн-среду и в рамки игровых платформ.

Данные тенденции постепенно ведут к тому, что просветительство становится популярным за счет объединения методик обучения, развлечения и полного погружения, что в будущем может быть выражено в создании многофункциональных просветительских центров и лабораторий, специализированных интернет-платформ и социальных сетей, разработке онлайн-игр с применением технологий виртуальной и дополненной реальности. Само же ремесло просветителя обретает все более прочный и солидный общественный статус, так как в XXI века в моду прочно вошли интеллект и эрудиция.

Однако отклик научного сообщества на основные тренды современного просветительства далеко не всегда носит позитивный характер. Просветителей зачастую обвиняют в распространении лженаучных сведений и научных мифов, в привлечении интереса общественности лишь к конкретным узким темам, вырванным из контекста общенаучного и междисциплинарного подходов, а также в популяризации псевдонаучных тем и направлений (астрология, гомеопатия, эзотерика и др.). Критике подвергается и сам формат просветительских проектов и мероприятий, при котором процессы познания и развития отодвигаются на второй план, уступая место интерактивной и развлекательной составляющей. Так, известный российский социолог В. Вахштайн в ходе своего доклада с провокационным названием «Популяризация науки: от просвещения к мракобесию», озвученном на II слете просветителей, проведенном просветительским фондом «Эволюция» в ноябре 2017 г., заявил о том, что просветительство постепенно превращается в «секту» (имеется в виду обособление просветителей и просвещающихся в отдельную группу), а также выдвинул тезис о том, что адаптация научных знаний для целей просветительства лишает их элемента сомнения – одного из столпов процесса научного



познания как такового. То есть сведения подаются в качестве готовой непреложной истины (либо воспринимаются целевой аудиторией в качестве таковой), что ограничивает возможность применения междисциплинарного подхода и удобряет почву для искажения информации и ухода в абстракцию. Спорная и неоднозначная лекция Вахштайна вызвала бурную полемику в сети, однако некоторые озвученные в ней проблемы действительно не могут быть проигнорированы.

Конфликт интересов ученых и просветителей обусловлен разницей в их профессиональной ориентации: если первые ориентированы на рынок масштабных научных открытий, фундаментальных теорий и серьезных публикаций, то вторые смотрят в сторону заинтересованной, но не слишком искушенной общественности, то есть «простого обывателя».

К сожалению, многие современные просветители не пытаются использовать уже накопленный опыт (в том числе, академический), изобретая новые методики и форматы, которые стройны и логичны на бумаге, но рассыпаются при первых же попытках применить их на практике. Опыт Российского общества «Знание» может и должен быть использован при разработке новой просветительской платформы, что позволит не только преодолеть возникающий разрыв между традициями и инновациями, но и работать, уже имея солидную научную и учебно-методическую базу, которая, без сомнения, должна быть скорректирована и дополнена.

Российское общество «Знание», являясь одной из главных движущих сил российского просветительства, должно пройти процесс обновления. Потенциально в ближайшем будущем общество может возложить на себя следующие роли и функции:

- распространение общественной идеологии;
- обобщение законодательства, анализ и корректировка государственных программ и проектов;
- оценка соответствия локальных просветительских проектов общим целям и задачам отечественной системы просвещения, выработка и внедрение стандартов качества;
- объединение локальных просветительских проектов на единой общероссийской платформе;

- создание и продвижение экспертного сообщества, ориентированного на высочайшие стандарты и объективные критерии экспертной работы;
- создание интеллектуального ресурсного центра для региональных социально ориентированных некоммерческих организаций;
- организация региональных площадок для конкурсов и хакатонов по инновационному творчеству и обмену опытом между молодежью и педагогами.

Принятие подобной роли невозможно без серьезной внутриорганизационной перестройки. Необходима разработка как минимум пятилетней государственной программы просветительства, при которой центрами по специализированной методической работе станут наиболее инициативные и имеющие успешный опыт региональные отделения. Требуется укрепление организационной культуры, привлечение крупных коммерческих и информационных партнеров для реализации всероссийских проектов.

Любой просветительский продукт должен выводиться на рынок с использованием наиболее современных и мощных маркетинговых инструментов. Увеличение целевой аудитории в данном случае будет равно усилению «зоны покрытия», то есть в процесс просветительской деятельности будет вовлечено значительное количество контрагентов и субъектов, и, как итог, ее цели будут реализованы более полно. В контексте деятельности общества «Знание» можно выделить несколько инструментов усиления маркетинговой привлекательности просветительских продуктов:

- внедрение передовых технологий – погружение, виртуальная реальность и др. («Образование круче видеоигр!»);
- эдьютеймент (объединение обучающих и развлекательных приемов) и геймификация процесса получения знаний и обучения умениями навыкам («Учиться весело!»);
- усиление эмоциональности подачи информации, например через использование наиболее популярных форм поэзии, актуального искусства и т. д. («Знания – это стиль!»);

– создание эстетичной среды при проведении просветительских мероприятий, отвечающей их направленности и тематике, аутентичный «грядущему будущему» дизайн помещений и применение наиболее соответствующих технологий («Будущее уже здесь!»).

Таким образом, общество «Знание» может взять на себя роль организатора современной, отвечающей всем глобальным трендам просветительской платформы, представляющей внешнеполитические и экономические интересы России с учетом прогнозов на будущее и аккумулирующей положительные усилия государственных, региональных и некоммерческих социально ориентированных организаций в деле распространения знаний и обучения навыкам XXI столетия.

Кроме того, выбор направлений для просветительства непременно должен быть основан на главных национальных интересах и глобальных вызовах, которые стоят перед Россией (см. раздел 1.1).

Одна из проблем современного информационного поля заключается в переизбытке информации и ее полной доступности для широких слоев населения. Ученые и исследователи в течение последних двух десятилетий неоднократно обращали свое внимание на то, что новый мир становится цифровым и плотно насыщенным в информационном отношении<sup>31</sup>, что сказывается и на повседневной жизни россиян, и на многочисленных аспектах внешней политики государства. Еще в начале «нулевых» были проведены специальные исследования, касающиеся влияния Интернета на формирование информационного общества<sup>32</sup> и непосредственные аспекты его функционирования в контексте эволюции международных отношений<sup>33</sup>.

<sup>31</sup> См.: *Ракитов А. И.* Информация? Наука, технология в глобальных исторических измерениях. – М.: ИНИОН РАН, 1998; *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000; *Галкин Д. В.* Цифровая культура: горизонты искусственной жизни. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2013.

<sup>32</sup> *Путилова Е. А.* Интернет как фактор формирования информационного общества: дис. ... канд. социол. наук, 22.00.04. – Тюмень, 2004. – С. 132.

<sup>33</sup> *Муратов А. А.* Политические аспекты «информационного общества» и эволюция современных международных отношений: дис. ... канд. полит. наук, 23.00.04. – СПб, 2003. – С. 96.

Однако качество, количество и идеологическая направленность информации, распространяемой посредством сети Интернет, всегда вызывает сомнение. Кроме того, сетевое пространство неблагонадежно в отношении проникновения в него негативной информации, подрывающей моральные устои отдельной личности и устройство общества в целом (для подобного контента создана даже специальная нелегальная сеть «Даркнет»). В 1996 г. Дж. П. Барлоу в своей «Декларации независимости киберпространства» провозглашал: «Киберпространство состоит из взаимодействий, отношений, и самой мысли, образующих подобие волнового узора на паутине наших коммуникаций. Наш мир – везде и нигде, и он не там, где живет тело. Мы создаем мир, в который могут прийти все, без привилегий или ограничений в зависимости от расы, экономического могущества, военной силы или положения по рождению. Мы создаем мир, в котором каждый, откуда бы он ни был, может выразить свои идеалы, сколь бы непривычны они ни были, не опасаясь быть принужденным к молчанию или единомыслию»<sup>34</sup>. В наше время заявления Барлоу выглядят как минимум мало допустимыми, так как свободное распространение любой (!) информации (в том числе, идей, которые могут носить противогуманный и антисоциальный характер) через Интернет и ее потребление тем или иным пользователем может привести к необратимому. Интернет может и должен использоваться в качестве образовательного и просветительского ресурса, но лишь при серьезной фильтрации имеющейся в нем информации (в первую очередь идеологического толка).

В данном случае необходима расстановка правильных акцентов и формирование государством и обществом концептуальной картины мира, базирующейся на собственных традициях и ценностях, а не заимствованных у других стран. Возрастает роль научного подхода к разработке концепции развития российской системы просветительства через

---

<sup>34</sup> Барлоу Дж. П. Декларация независимости киберпространства. – Давос, Швейцария, 08.02.1996. – Режим доступа: <http://www.average.org/freespeech> (дата обращения: 27.07.2018).

анализ среды методами социологических и маркетинговых исследований<sup>35</sup>.

Темы просветительских проектов и программ должны отражать главные внутри- и внешнеполитические интересы государства, при этом *их основные направления и содержание должны учитывать все текущие тренды и требования к навыкам и компетенциям личности, формирующие облик трудового процесса в обозримом будущем.*

Ключевые тренды рабочего процесса будущего, а также растущие и стагнирующие сегменты экономики были рассмотрены в предыдущем разделе. Все это неизбежно ставит вопрос о том, какие навыки и знания будут нужны стремительно прогрессирующей экономике текущего столетия.

Данный вопрос был задан в ходе исследования «Global Education Futures» 2015 г., целью которого было определение компетенций и моделей образования XXI в. Проект «Навыки будущего» позволит обучающимся быть конкурентоспособными в условиях модернизации и технологизации сферы труда в ближайшие десятилетия. Они определяются:

- ускорением динамики изменений в социальной и экономической сферах;
- возникновением новых отраслей промышленности в процессе поиска новых источников обеспечения национальной конкурентоспособности в условиях глобального рынка;
- усложнением механизмов функционирования мировой экономикой и реформированием структуры управления ею, прессингом со стороны обновленных финансовых, технологических и экологических стандартов;
- изменениями состава профессий, которые востребованы на рынке труда – более 2/3 традиционных профессий в сферах промышленности, продаж и оказания услуг могут оказаться устаревшими в самое ближайшее время в силу автоматизации и технологизации процессов производства и продаж, прогнозируется появление новых профессий.

---

<sup>35</sup> Максименко А. А., Данилов В. Н. Просветительство в современной России: проблемы и вызовы. – Кострома : Костром. обществ. просвет.-образовательная орг. «Знание», 2017. – С. 29.

В одном из интервью П. О. Лукша описал те проблемы, с которыми человечество сталкивается уже сейчас: «Главная проблема в том, что человечество оказалось в ситуации стратегической растерянности. Мы сами и наши предки долго жили в ощущении, что мир понятен, хорошо описан и остается лишь доуточнить детали. Общество менялось медленно, с частотой, превышающей жизнь одного поколения, – и люди успевали осмыслить эти перемены. Сейчас мы оказались в так называемом VUCA-мире, который описывается как нестабильный (volatile), неопределенный (uncertain), сложный (complex) и неоднозначный (ambiguous). Мы переживаем шок будущего, предсказанный футурологом Элвином Тоффлером еще в 1970-х: когда будущее наступает быстрее, чем мы успеваем к нему приспособиться. И единственный выход – создавать социальные системы, способные работать в ситуации тотальной неопределенности и постоянных изменений. А для этого надо научить людей думать и действовать по-другому»<sup>36</sup>.

Ученые и аналитики прогнозируют, что к 2035 г. существующая индустриальная модель, при которой нынешняя экономика более чем на 60 % базируется на массовом производстве, уступит место «дегуманизированной» модели. Этот переход будет обусловлен внедрением искусственного интеллекта, робототехники, беспилотного транспорта и автономной энергетики в промышленно-логистические системы.

В «Атлас новых профессий»<sup>37</sup>, разработанный при участии более 2 500 экспертов, представляющих ведущие российские и международные компании (ГК «РОСАТОМ», IBM, Intel, Ростелеком, Газпром, Роснефть, Аэрофлот, ГК «РОСНАНО»), включены около 200 профессий, появление которых прогнозируется в скором времени. Кроме того, «Атлас» насчитывает около 70 профессий, которые в ближайшие

---

<sup>36</sup> Лукша П. О. Самообразование – спасательный круг в эпоху стратегической растерянности // Office Life. – Режим доступа: <https://officelife.media/article/people/pavel-luksha-self-a-lifeline-in-an-era-of-strategic-confusion> (дата обращения: 30.07.2018).

<sup>37</sup> Атлас новых профессий. – Режим доступа: <http://atlas100.ru> (дата обращения: 27.08.2018).

годы уйдут в небытие. Отрасли, которые наиболее склонны к изменениям – производство, медицина, строительство, авиация, образование, транспорт и туризм, энергосети, культура и искусство, медиа и развлечения, IT-сектор и многие другие. Среди новых сфер занятости прогнозируется развитие креативной экономики, киберэкономики, экологической сферы, нового технологического сектора и человекоориентированных сервисов.

Грамотность XXI столетия будет основана на понимании глобальных проблем и задач, стоящих перед страной и миром. Она определяет набор базовых навыков и компетенций, требующихся для овладения профессиями будущего:

- понимание принципов функционирования общества;
- сотрудничество;
- системное, критическое, творческое, кооперативное и проблемно-ориентированное мышление;
- креативные способности;
- управление концентрацией и вниманием;
- эмпатия и эмоциональный интеллект;
- тайм-менеджмент;
- финансовая грамотность;
- управление собственным здоровьем и забота об окружающей среде;
- программирование и информационная гигиена;
- высокая степень социальной и трудовой ответственности, рабочая этика;
- высокая обучаемость и переобучаемость, адаптивность и гибкость.

Разработка новой отечественной образовательной платформы должна учитывать все вышеперечисленные изменения и требования к формированию навыков XXI в. Несомненно, система образования и просветительство как таковые имеют ряд принципиальных отличий. Образование предполагает комплексный подход к формированию базовых знаний, умений и навыков, в то время как просветительство носит более точечный характер и позволяет развить и усилить компетентность личности в конкретной области. Проще

говоря, просветительство более точно и целенаправленно, однако ему приходится работать на базе того, что закладывает школа.

В данном контексте видятся 2 основных направления просветительских программ:

1) личностный и духовный рост, формирование активной жизненной и гражданской позиции, стремление к персональному успеху и общественной пользе;

2) формирование и развитие конкретных умений и компетенций, которые требуют профессии будущего (в области IT-технологий и кибербезопасности, робототехники, кибернетики, медицины и др.).

Возможна также разработка комплексных просветительских проектов (2 в 1), одновременно формирующих положительные и соответствующие социальным задачам личностные качества и актуальные профессиональные компетенции. Подобные проекты должны будут не только формировать «твердые» (профессиональные) навыки, но и развивать «мягкие» (социальные). Их сочетание позволит человеку легко адаптироваться ко всем изменениям в обществе, в первую очередь касающимся таких категорий, как карьера и выстраивание личных отношений с коллективом. Проще говоря, человек сможет занять свою нишу и меняться (повышать квалификацию, переучиваться и перестраиваться) вместе со своей профессиональной отраслью. Возможен также другой вариант: человек, обладающий широким набором профессиональных навыков и компетенций (в том числе универсальных – работа с техникой, ведение деловых переговоров, написание текстов, разработка концепций, управление проектами и процессами) и при этом умеющий работать в команде, находить индивидуальный подход к коллегам, клиентам и начальству, применяющий креативный подход к решению трудовых задач и т. д. всегда сможет сменить сферу деятельности, не неся при этом значительных финансовых и моральных потерь.

В данном разделе мы неоднократно говорили о «будущем», то есть, о том, что пока еще кажется отдаленным, но все же непреодолимо наступит. При разработке просветительских



проектов необходимо предвидеть будущее, но не в мистическом, а в аналитическом и стратегическом смысле. Я. Ю. Васильев отмечает: «Вторая половина XX века ознаменована прогностическим бумом. Футурология выделилась в самостоятельную дисциплину со всеми присущими отдельной отрасли знания проблемами. Произошел качественный сдвиг в методологии прогнозирования. На смену аналитическим, описательным формам познания пришло моделирование. Системный подход занял главенствующее место в попытках научного познания будущего»<sup>38</sup>. Несмотря на последовавший за «бумом» кризис прогнозирования, попытки построить четкую картину грядущего и соответствовать тому, что ждет человечество впереди приобретают все более отчетливый характер.

В этой связи необходимо более подробно остановиться на таких понятиях, как «визионерство» и «визионер(ы)», их трактовке и скрытом за ними функционале.

Академик Российской академии образования, профессор и заведующий кафедрой психологии личности факультета психологии МГУ им. М. В. Ломоносова А. Г. Асмолов считает, что в скором времени узкоспециализированные профессии окончательно сойдут на нет, более востребованными станут многозадачность, творческие способности, воображение. Развивая мысль, профессор Асмолов обозначил 2 профессии, которые будут одними из наиболее востребованных в ближайшем будущем – переговорщики (умеющие, соответственно, профессионально вести переговоры на разных уровнях) и визионеры. Визионеры – люди обладающие способностями прогнозировать будущее, анализировать и выстраивать стратегии<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> *Васильев Я. Ю.* Субстанциональный подход в методологии социального прогнозирования // Вестник Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Серия «Социальные науки» . – 2007. – № 2 (7). – С. 20–29.

<sup>39</sup> Визионеры и переговорщики. Профессор МГУ назвал две профессии будущего // Forbes. 29.08.2018. – Режим доступа: [http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/366251-vizionery-i-peregovorshchiki-professor-mgu-nazval-dve-professii?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=targetings-forbes&utm\\_content=articals#0\\_5\\_3637\\_13034\\_1240\\_191678740](http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/366251-vizionery-i-peregovorshchiki-professor-mgu-nazval-dve-professii?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=targetings-forbes&utm_content=articals#0_5_3637_13034_1240_191678740) (дата обращения: 30.09.2018).

Тема визионерства и прогнозирования будущего стала одной из центральных в ходе VII социологической Грушинской конференции в 2017 г. Один ведущих российских информационных ресурсов «Коммерсантъ» в посвященной конференции статье писал: «Страну выталкивает в будущее: ведущие социологические и экспертные центры занялись построением долгосрочных прогнозов, оценкой вероятных сценариев развития, расчетом возможных траекторий движения...»<sup>40</sup>. Общие настроения были названы «бумом на визионерство», при этом стоит подчеркнуть, что краткосрочное прогнозирование уступало место долгосрочному, то есть, попыткам заглянуть в самое что ни на есть темное и неопределенное будущее. В своем интервью «Коммерсанту» директор Всероссийского центра общественного мнения рассказал о том, какие сферы государственной и общественной жизни должны получить финансирование и стать приоритетными для развития: «Нужен экспорт высоких технологий, направление значительной части бюджетных денег на развитие науки и образования, появление сервисного государства, способность населения критично оценивать информацию СМИ. Все это приметы государства будущего. В социальной сфере важны увеличение продолжительности жизни, преодоление социального неравенства, рост гражданской активности...»<sup>41</sup>.

Феномен визионерства становится одной из популярных тем не только в рамках общественных дискуссий и практик, но и научных исследований. Так, А. А. Сухов в 2008 г. разработал теоретическую модель визионерства<sup>42</sup>, включающую в себя 5 основных характеризующих ее элементов:

1) *тотальность* как отсутствие дистанции между визионером и созерцаемым объектом;

---

<sup>40</sup> Несогласие с будущим. Что прочат России долгосрочные прогнозы? Ольга Филина – с 7-й социологической Грушинской конф. // Коммерсантъ, 27.03.2017. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3247633> (дата обращения: 30.09.2018).

<sup>41</sup> Там же.

<sup>42</sup> Сухов А. А. Феномен визионерства: культурно-методологические основания и модификации: автореф. дис. канд. культурологии. – Екатеринбург, 2008. – С. 12.

- 2) *целостность* визионерской реальности, обеспеченная чувственной синестезией;
- 3) *парадоксальность* сочетания постижимости и таинственности, знакомого и абсолютно нового;
- 4) повышенная *достоверность* визионерских образов по контрасту с повседневным восприятием;
- 5) *сверхзначимость*, притягательность, властность визионерской реальности.

Данная модель позволяет провести черту между визионерством и воображением, иллюзией, патологией: «...визионерский опыт приобретается в результате целенаправленных действий, ему можно обучить, а также его можно закрепить и воспроизвести в специальных культурных практиках»<sup>43</sup>.

Научное осмысление прогнозирования будущего в значительной мере актуализирует этот вопрос для прикладных сфер – образования, просветительства, маркетинга, интернет-коммуникаций, медицины и др. Таким образом, в контексте использования визионерской деятельности при проектировании просветительских мероприятий, видятся 2 основные задачи:

- 1) подготовка визионеров-профессионалов, деятельность которых может реализовываться в каждой из сфер государственной и общественной жизни;
- 2) непосредственное использование их навыков при проектировании просветительских проектов (в частности, при выявлении тех тем, которые в ближайшем и отдаленном будущем окажутся наиболее актуальными и будут направлены на решение глобальных проблем и задач государственного масштаба).

Один из авторитетнейших веб-сайтов о технологиях WIRED опубликовал список людей, которые своей профессиональной и творческой деятельностью приближают будущее – проще говоря, визионеров. В список вошли дизайнеры, инженеры, разработчики, менеджеры, то есть те, кто усиленно

---

<sup>43</sup> Сухов А. А. Феномен визионерства: культурно-методологические основания и модификации: автореф. дис. канд. культурологии. – Екатеринбург, 2008. – С. 13.

работает над тем, чтобы окружающий человека мир был более понятным, простым и эргономичным<sup>44</sup>.

В современной ситуации, которая с каждым днем становится все запутаннее и требует от человека большего, чем просто реализация собственных базовых потребностей, растет интерес не только к технологиям и коммуникациям, но и к описывающей их литературе. Речь идет не только об инструкциях, мануалах и нон-фикшн, но и о художественных произведениях, описывающих как близкое, так и отдаленное будущее. Среди любителей литературы подобные произведения зачастую оцениваются скептически, так как далеко не каждый читатель готов экстраполировать имеющуюся действительность в пространство, кажущееся чьим-то глубоким вымыслом. Однако ценители футуристической литературы имеют противоположное мнение – к фантастическим сюжетам надо прислушиваться.

Так, одно из ведущих веб-изданий о креативных индустриях LOOK AT ME составило список из 12 зарубежных писателей фантастов, книги которых стоит прочитать уже сейчас. Критерии включения автора в список были следующими: первый роман автора должен быть издан после 1990 г.; автор должен писать и издаваться до сих пор; он должен работать в жанре фантастики, а не фэнтези. Данные критерии понятны – они позволяют отобрать лишь те произведения, которые связаны с анализом современного мира и художественные положения их автора вполне могут быть неким предвидением будущего. В список вошли Питер Уоттс («Ложная слепота», «Морские звезды», «Эхопраксия»), который «...смотрит на человечество под нестандартным углом и придумывает новых существ, отталкиваясь от существующих морских организмов»; Кен Маклеод («Поминки по Ньютону: Космическая опера», «Вторжение», «Канал казни»), в романах которого «...всегда присутствуют социалистические, коммунистические и анархические идеи»; Чайна Мьевиль («Посольский город», «Город и город», «Вокзал потерянных снов»), в книгах которого

---

<sup>44</sup> 10 людей, которые отвечают за наше будущее / NEWTONEW. – Режим доступа: <https://newtonew.com/science/wired-visioners> (дата обращения: 18.08.2018).

могут быть встречены люди с головами насекомых, магия, стимпанк и киборги; Питер Гамильтон («Звезда Пандоры», «Великий северный путь», «Мечтающая бездна») – «...автор больших, продуманных космических эпопей, написавший несколько космических циклов»; Аластер Рейнольдс («Пространство откровения», «Дом солнц», «Толкая лед»), «...известный «жесткой» научной фантастикой и масштабными космическими операми...», за которыми «...скрываются более личные, частные вещи: лиричные размышления о философии жизни и меланхоличное настроение», и другие<sup>45</sup>.

Т. В. Тимошенко утверждает: «Современная эпоха экономических и политических процессов глобализации, построения информационного общества, эпоха устойчивого развития и невиданно быстрых темпов научно-технического прогресса является, несомненно, очень значимой в историческом развитии человечества. Именно поэтому она ставит перед человечеством проблемы, с которыми оно ранее, по крайней мере в таком их глобальном варианте, не сталкивалось. Прежде всего, это проблема сознательного выбора будущего всем человечеством. Столь же глобальна и связана непосредственно с первой проблема контроля развития науки и техники, так как наука не может бездумно реализовывать все представляющиеся ей возможности. Образное предвосхищение, предваряющее воплощение, одна из особенностей человеческого разума, в основе психологии человека также заложено стремление приблизить завтрашний день. Предвидение и предупреждение событий необходимы человечеству для выживания. Способствовать оптимальному выбору будущего призвано, вместе с наукой, искусство и, в первую очередь, такой его вид, как научная фантастика, потому что именно она обладает художественными средствами и возможностями, которые несвойственны другим видам искусства. В этой связи актуально изучение феномена предвосхищения событий и открытий в сфере науки и техники в произведениях научной

---

<sup>45</sup> 12 современных фантастов, которых стоит читать. Лучшие авторы научной фантастики // LOOK AT ME. Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/mag/live/inspiration-lists/214067-12-modern-sci-fi> (дата обращения: 19.08.2018)

фантастики. Статистика сбывшихся прогнозов, собранная исследователями фантастики, свидетельствует о том, что подобное явление не может быть случайным и заслуживает пристального внимания и изучения. Обозначенный круг проблем важен, так как непосредственно связан с признанием актуальности научной фантастики, ее современной гносеологической и эвристической действенности»<sup>46</sup>.

Таким образом, фантастическая литература связана не только с попытками придумать новые формы жизни и общественных отношений, отталкивающихся от реальных, но и с попыткой прогнозирования будущего государственного устройства, социальных институтов и структур, политических режимов – это очень важно, особенно с учетом неоднократно упоминаемого тезиса о том, что будущее наступает ускоренными шагами и человечество на данный момент к нему не готово. Здесь стоит вспомнить классические примеры Леонардо да Винчи или Жюль Верна, сумевших в своих произведениях предсказать некоторые из будущих технических новшеств. Фантастическая литература влияет на мировоззрение людей и имеет множество путей взаимодействия с наукой<sup>47</sup>.

Тема фантастики и футуристики может и должна быть использована в просветительстве как с точки зрения изучения, проецирования на действительность, так и в рамках, направленных на развитие творческих навыков проектов (например, «Мой город XXIII столетия», «Роботы и люди спустя сто лет – восстание машин или мир гармонии?»).

Однако стоит учитывать бытующее в современной российской науке мнение, что футурология – не есть научная

---

<sup>46</sup> Тимошенко Т. В. Научная фантастика как социокультурный феномен : дис. ... канд. филос. наук, 09.00.13. – Ростов-н/Д, 2003. – С. 42.

<sup>47</sup> См.: Косарева А. Б. Мировоззренческие парадигмы фантастики // Серия “Symposium” Российская массовая культура конца XX века, Вып. 15 / Материалы круглого стола 4 декабря 2001 г. – СПб.: Санкт-Петербург. философ. о-во, 2001. – С. 88; Косарева А. Б. Наука и фантастика: возможные пути взаимодействия. Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века: К 80-летию профессора Моисея Самойловича Кагана: материалы междунар. науч. конф. – Вып. 12. – СПб. : Санкт-Петербург. философ. о-во, 2001. – С. 296–300.

фантастика, и с социологической точки зрения они несоизмеримы. Научная фантастика – это, в первую очередь, сугубо авторское видение текущего и будущего, основанное на фантазии и вымысле. В то же самое время футурология имеет научное зерно. Е. Голоцан окрестил футурологию «историей», но «...не прошлого, а предполагаемого будущего»<sup>48</sup>.

Как отмечает Ю. Шкурко в статье, посвященной взаимодействию футурологии и научной фантастики, «...при одинаковом предмете изучения/размышления научная фантастика и футурология обладают различными социологическими характеристиками, которые делают их несоизмеримыми, что во многом и объясняет, почему представители этих областей не взаимодействуют друг с другом в прогностических целях»<sup>49</sup>. При более детальном сравнении двух областей знания / творчества их отличия видятся весьма явными: научная фантастика описывает будущее мира, общества и технологий литературными средствами, при помощи интуиции и экстраполяции, она используется в образовательных, познавательных и релаксационных целях, и по сути своей являет персональный, субъективный взгляд на будущее, в то время как футурология использует научные средства, методы прогнозирования, ее данные интересны правительственным органам, руководителям крупнейших коммерческих и финансовых компаний, экспертным и научным сообществам, при этом исследования чаще всего проводятся по заказу со стороны целевой аудитории<sup>50</sup>.

Просветительство должно базироваться на научном знании, однако его расширение за счет привлечения художественных материалов лишь обогащает все проекты и мероприятия.

Несмотря на то что будущее является одной из популярнейших тем для писателей, кинематографистов и разработчиков видеоигр, признается учеными и специалистами

---

<sup>48</sup> Голоцан Е. Футурология как история будущего. – Режим доступа: <http://old.russ.ru/politics/20011226-gol.html> (дата обращения: 15.10.2018).

<sup>49</sup> Шкурко Ю. Социологическая несоизмеримость научной фантастики и футурологии // Фантастика и технологии (памяти Станислава Лема): сб. материалов Междунар. науч. конф. (29–31 марта 2007 г.) – Самара, 2009. – С. 217.

<sup>50</sup> Там же. – С. 218.

прогнозируемым и отчасти предсказуемым, одной из его главных характеристик остается неопределенность: «При всей ограниченности нашей способности просчитывать будущее размышления о нем часто играют важную и даже определяющую роль, которую нельзя ни игнорировать, ни недооценивать. Такая роль будущего подталкивает к тому, чтобы упрощать сценарии будущего и считать их вероятностными. Хотя некоторые аспекты будущего мы можем рассматривать как вероятностные или определенные, причем именно они создают канву для наших размышлений, истинная суть будущего – неопределенность. Когда мы размышляем о будущем, принимаем решения и действуем, то можем признавать ограниченность своей логики и осознавать неопределенность, а можем игнорировать ее, однако и в том и в другом случае неопределенность играет важную роль в формировании будущего»<sup>51</sup>.

Сложность настоящего и неопределенность будущего приводят к тому, что уже сейчас молодежь пытается придерживаться традиционных, проверенных и надежных ценностей и путей построения жизни и карьеры. На наш взгляд, это может мешать внутреннему развитию России и повышению ее роли на международной арене. Задача текущего дня не в том, чтобы пестовать уже имеющееся (без сомнения, чтить, уважать и использовать традиционные ценности и институты необходимо), но развивать то, что пригодится как в ближайшем, так и в отдаленном будущем. Визионерство само по себе, без его активного включения в сугубо профессиональную деятельность, в том числе просветительскую, может сыграть негативную роль. Попытки предсказать будущее всегда связаны с некоей долей мистицизма и могут вызывать серьезный скепсис как у представителей научного сообщества, так и рядовых граждан.

Таким образом, перед просветителями стоит сложная задача – разработка проектов, отвечающих не только задачам мирового сообщества, но и национальным приоритетам

---

<sup>51</sup> Проовер М. Неопределенность, которая формирует будущее // Контуры будущего: технологии и инновации в культурном контексте / под ред. Д. И. Кузнецова, В. В. Сергеева, Н. И. Алмазовой, Н. В. Никифоровой. – СПб.: Астерион, 2017. – С. 197.



и предусматривающих все глобальные тренды и текущие/прогнозируемые изменения в мировой и региональной экономике, политике и социокультурной сфере. И если тематика проектов определяется как раз всем вышесказанным, то их эффективность будет зависеть от подбора методик обучения, формата подачи информации и характера составляющих их компонентов.

Особую важность в ходе разработки новых просветительских проектов представляет *правильный подбор формата подачи информации и обучения*, который позволит целевой аудитории усваивать необходимые объемы знаний и осваивать требуемые навыки в кратчайшие сроки. Основа выработки подобного подхода связана с развитием интерактивных и развивающих компонентов при проектировании просветительских программ.

Как показало социологическое исследование, наиболее востребованными форматами обучения сегодня являются: просмотр документальных фильмов и телепередач по ТВ (этот вариант указали 49,5 % опрошенных); чтение статей, размещенных в сети Интернет, а также в электронных научно-популярных журналах (42,3 %); просмотр образовательных роликов и вебинаров в сети Интернет (42,8 %); посещение тематических лекций (19,9 %); участие в мастер-классах (16,9 %); подписка на тематические группы в социальных сетях, блоги, видеоканалы (16,3 %); прослушивание подкастов и аудиокниг (13,5 %); объединение в клубы и кружки по интересам (12,7 %); участие в тренингах (11,9 %); участие в интеллектуальных играх и научных поединках (9,9 %); участие в онлайн-марафонах (8,7 %).

Таким образом, весьма востребованным образовательным и обучающим пространством становится сеть Интернет, а «живое» коллективное обучение постепенно сдает свои позиции под натиском мощных тенденций индивидуализма, свойственных постсоветскому обществу, особенно в XXI в. Эксперты уже почти два десятилетия отмечают, что Интернет «...является связующим звеном нашей страны с мировым информационным и экономическим

пространством»<sup>52</sup>. Набирающий обороты процесс информатизации общества и активное распространение инновационных технологий только лишь за последние 10–15 лет превратили наличие постоянного доступа в сеть из разряда роскоши в категорию необходимости. Российские интернет-провайдеры активно работают над тем, чтобы провести Интернет в каждый дом, а мобильные операторы обеспечивают легкий доступ в сеть с мобильных устройств. Приемлемые цены на смартфоны и планшеты бюджетной категории и выгодные тарифы на круглосуточный и безлимитный Интернет буквально погружают младшее и среднее поколение россиян в бездну всемирной паутины. Социальные сети, видеохостинги, электронные библиотеки, мессенджеры и тому подобное стали такими же информационными столпами повседневности, как газеты, радио- или телепередачи. Даже сама городская среда демонстрирует жителям все атрибуты ускоряющейся технологизации – бесплатные зоны с доступом Wi-Fi, оснащенный GPS-системами общественный транспорт, таблички с QR-кодами на зданиях и памятниках и др. Отдельно стоит сказать о том, что Интернет позволяет организовывать удаленные рабочие места<sup>53</sup>, что повышает производительность труда и экономит время как работодателя, так и самого сотрудника.

Современный человек испытывает постоянный недостаток свободного времени: он проводит долгие часы в общественном транспорте, стоит в пробках и на светофорах, регулярно занят на учебе/работы. На хобби и дополнительное образование у него иногда просто не остается времени. Однако темпы глобализации, урбанизации и технологического прогресса не учитывают все эти факторы, и потерянное человеком время потом уже сможет быть компенсировано. Анализируя результаты вышеуказанного опроса, стоит заме-

---

<sup>52</sup> Засурский Я. Н. Информационное общество, Интернет и новые средства массовой информации // Информационное общество. – 2001. – Вып. 2. – С. 24–27.

<sup>53</sup> Иванов Д. В. Постиндустриализм и виртуализация экономики. – Режим доступа: [http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/1998\\_1/Ivanov\\_1998\\_1.pdf](http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/1998_1/Ivanov_1998_1.pdf) (дата обращения: 16.10.2018).

тить, что российские просветительские организации просто обязаны переводить часть своей работы в онлайн–среду материалы тематических сообществ в социальных сетях, видеоканалы, аудиоподкасты и вебинары могут быть доступны человеку в то время, которое традиционно считается пустым – путь на учебу/работу и обратно (пеший или на автомобиле), ожидание общественного транспорта и поездка в нем и т. д. Это значительно расширяет возможности для получения дополнительных знаний, навыков и компетенций без отрыва от повседневности, что соответствует прогнозам ученых и аналитиков о том, что будущее за сообществами, которые смогут объединить быт с обучением, работой и творчеством.

Люди в возрасте 18–44 лет готовы обучаться в самых разных формах, однако при этом главным источником получения информации для них являются и телевидение, и Интернет (как правило, чем меньше возраст, тем человек больше привязан к сети). При этом представители данной возрастной категории выражают готовность посещать массовые оффлайн-мероприятия (тренинги, мастер-классы, лекции), активно используют в качестве источников обучения блоги и тематические видеоканалы, принимают участие в онлайн-марафонах.

Представители группы старше 44 лет показывают слабый интерес к обучению и предпочитают его более консервативные средства и форматы. При этом лишь треть из них относится к числу интернет-пользователей. Они склонны получать информацию через телевидение и, в отличие от младших поколений, более положительно относятся к посещению кружков и клубов по интересам.

Российская экономика снижает актуальность уже существующих форматов обучения и развития навыков, уступая место более продвинутому, связанному с проанализированными выше навыками будущего. Классно-урочная система, лекции и семинары, длительные курсы переподготовки и повышения квалификации, которые строятся по принципу занятий в школах и вузах, вызывают все меньший интерес обучающихся. В то же самое время социальные медиа, видеоигры, настольные

игры, интерактивы, мастер-классы, квесты и тому подобное чаще всего позиционируются исключительно в качестве развлечений. Однако их обучающий и развивающий потенциал трудно переоценить. Использование интерактивных и игровых методик при разработке компонентов просветительских проектов и программ позволит достичь состояния, при котором обучение, творчество и развлечения будут собраны в один «флакон», а сами процессы получения знаний и овладения навыками перестанут вызывать скуку, скепсис и восприниматься как рутина.

Подводя итог вышесказанному, стоит отметить, что *концептуальные основы будущих просветительских проектов должны базироваться на национальных приоритетах, важным становится элемент патриотического воспитания, который должен быть в них заложен.* Речь не идет о формировании жесткой идеологии, отвергающей ценности других стран и народов и подчиняющей глобальные тренды сугубо собственным интересам. Российские граждане должны органично вписываться в мир, а не пытаться подчинить его собственным устремлениям. Центральным звеном российского просветительства становится принцип сотрудничества, сформулированный на базе гуманистических ценностей и толерантности. При этом нельзя отрицать необходимость контроля за содержанием и формами просветительских проектов и мероприятий, так как многие из тем, являющихся популярными в обществе и тиражируемых в Интернете, в рамках государственной и мировой ценностной системы признаются табуированными и даже опасными (преимущественно эти темы касаются уважительного отношения к национальным, конфессиональным, культурным и другим меньшинствам, негативным социальным явлениям и их профилактике).

Подобная позиция должна быть интегрирована и в сферу образования и просветительства. Особенно важным здесь становится воспитательный элемент: учебные заведения, просветительские организации, отдельные популяризаторы науки и знаний должны рассматривать воспитание как целенаправленное воздействие на личность с целью социализации

и адаптации к условиям общества и мира. При этом национальные ценности и приоритеты выступают ориентиром, однако при соблюдении одного важнейшего условия – *им необходимо стать путями усовершенствования мира, обеспечения межкультурного диалога*, а не инструментами конфронтации между странами, народами, конфессиями, меньшинствами. В этой связи выделяются такие понятия, как *нравственность, выбор, свобода, уважение, самоопределение, идентичность, нормы, этика*.

Таким образом, **концептуальные основы российского просветительства будущего** должны основываться:

1) на осознании властью и интеллектуальным сообществом роли просветительства как самостоятельной отрасли деятельности (с динамично растущей материальной базой, собственными апологетами и лидерами), все более отделяющейся от научной и образовательной сред;

2) на проявлении политической воли и непосредственных организационных действий «сверху», которые приведут к формированию единой просветительской платформы, центральную роль в которой займет общественно-государственная просветительская организация (например, общество «Знание»);

3) на правильном подходе к выбору содержания просветительских проектов (с учетом глобальных трендов и требований к навыкам и компетенциям личности будущего);

4) на аутентичном целях подборе форматов подачи информации и обучения, которые позволят целевой аудитории усваивать необходимые объемы знаний и осваивать требуемые навыки в кратчайшие сроки (практика и деятельность, геймификация, погружение, виртуальная реальность, интернет-порталы, социальные сети, видеоканалы и т. д.);

5) на трансформации модели воспитания, нацеленной не на локальную социализацию личности, а на формирование ее глобального мировоззрения, основанного на принципах межкультурного диалога, уважения и толерантности при непосредственной опоре на традиционные для ее государства (культуры, религии) ценности.

Интеграция передовых достижений отечественной и мировой науки в систему образования всех уровней и дополнительная поддержка через распространение данных знаний через масштабные просветительские проекты – ключ к будущему России, своевременный и современный ответ всем национальным вызовам в условиях глобализации мирового пространства. Действительно, будущее неопределенно, но прогнозируемо, что позволяет привлекать к проектированию просветительства профессионалов, которые готовы выстраивать соответствующие прогнозы, приоткрывая завесу грядущего. Данные прогнозы могут и должны быть использованы при разработке просветительских проектов. Это позволит сделать некий «упреждающий удар», купировать риски и неопределенность и начать подготовку людей и профессионалов нового типа уже сейчас.

## 2. ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА БУДУЩЕГО

---

### 2.1. «Могу», «хочу», «надо» в цифровой эпохе технологического прогресса

В современном мире человек приходит к тому, что в будущем машины могут сделать больше, чем люди. То, что касается силы, точности и продолжительности, уже сейчас остается во власти компьютеров и механизмов. Развитие искусственного интеллекта (ИИ) постепенно вытесняет человека из области понимания речи, искусства даже на базовом уровне. Конкуренция такого рода изменяет рынок труда, формирует потребность в квалифицированных работниках, следовательно, просветительский дискурс и образовательная среда также должны отреагировать на транслируемый запрос, чтобы готовить конкурентоспособные кадры (в данном контексте вновь стоит вспомнить о профессиях и навыках будущего). Кроме того, как отмечает А. В. Истюфеев, приоритетные задачи современного постиндустриального общества переходят в разряд производства услуг, информации и знания, оставляя производство материальных благ в основании экономического базиса<sup>54</sup>. Следовательно, и подготовка кадров будущего должна основываться на изменившихся особенностях производственной среды, а именно – на ее усиленной информатизации и автоматизации.

То, что гарантирует профессиональный успех, степень удовлетворенности работой и гармонию личности с обществом, является совокупностью 3 компонентов:

- 1) «хочу» – желание заниматься каким-либо делом;
- 2) «могу» – способности к определенным занятиям;
- 3) «надо» – определяется ситуацией извне (в глобальном масштабе имеется в виду ситуация в мире, государстве и на рынке труда).

---

<sup>54</sup> *Истюфеев А. В.* Становление постиндустриального общества в рамках современной глобализации // Вестник Оренбургского гос. ун-та. – 2006. – № 7. – С. 84–90.

«Могу», «хочу, «надо» будущего формируются согласно трендам, присущим экономике XXI в., и должны заранее учитывать предполагаемую траекторию развития. Эта динамическая картина по-разному понимается и воспринимается гражданами, поскольку изменения происходят неравномерно: рядом сосуществуют высокотехнологичные автоматизированные предприятия и небольшие компании, которые полагаются на ручной труд. Тем не менее, эта ситуация – обязательная часть технологического процесса, который в итоге установит новые правила.

Изменения, связанные с промышленной революцией современности, глубоко раскрывает П. Г. Щедровицкий, методолог, политтехнолог и президент фонда «Институт развития им. Г. П. Щедровицкого». В публичных выступлениях<sup>55</sup> по этой теме он называет 3 основных технологических коридора, которые формируют технологическую платформу – то, что, по мнению автора концепции, идет на замену транснациональным компаниям:

- 1) всеобщая цифровизация;
- 2) обновление материалов;
- 3) глобальный «умный дом» и «умный город».

Первый аспект, связанный с цифровизацией и внедрением приложений, уже чувствует значительное количество людей. Глобальная информатизация, ведущая за собой процесс становления информационного общества, усиливает роль интеллектуальных факторов в жизнедеятельности общества, отодвигая материальные факторы на второй план<sup>56</sup>. Чтобы быть производительными участниками трудового процесса,

---

<sup>55</sup> См.: *Щедровицкий П. Г.* История промышленных революций. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=wE2JEMfuNZI> (дата обращения: 26.07.2018); *Задорожный А.* Революция уже произошла: мы просто этого не видим. Петр Щедровицкий: почему российская экономика и образование не успевают за остальным миром. – Режим доступа: [https://www.znak.com/2017-12-12/petr\\_chedrovickiy\\_pochemu\\_rossiyskaya\\_ekonomika\\_i\\_obrazovanie\\_ne\\_uspevayut\\_za\\_ostalnym\\_mirom](https://www.znak.com/2017-12-12/petr_chedrovickiy_pochemu_rossiyskaya_ekonomika_i_obrazovanie_ne_uspevayut_za_ostalnym_mirom) (дата обращения: 26.07.2018).

<sup>56</sup> *Каткова М. В.* Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии // Известия Саратов. ун-та, Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2008. – Т. 8, Вып. 2. – С. 23–26.



многие работники в короткие сроки подняли компьютерную грамотность, научились управляться с базовыми программами и работать с большими объемами информации. Это частичный ответ на запросы постиндустриального общества.

На более высоком уровне цифровизация предполагает перевод в цифру данных, которые могут без потерь существовать в электронном виде. Это одновременно является и средством оптимизации, и товаром: свободная сфера быстро перестала быть таковой, и множество новых компаний выросли в гигантские корпорации, предлагая продукты для цифрового общества. Возвращаясь к оптимизации, явление перевода «всего и вся» в цифру изменило кадровый ландшафт – те работники, которые не захотели или не смогли соответствовать «надо», потеряли свои места. Например, агрегаторы по продаже транспортных билетов сделали ненужными большинство рабочих мест в физических кассах продаж. То же можно сказать и о сервисах онлайн-бронирования в гостиницах и отелях, по сути заменивших целые отделы и структурные подразделения, ранее осуществлявшие данные операции. Сохранился необходимый минимум для обслуживания клиентов, привыкших к традиционным его видам и форматам, однако это обслуживание смещается в сторону консультирования.

Цифровизация дает новые способы связи с окружающим миром и возможности его познания, требует другого подхода к анализу данных и оперированию big data, изменяет коммуникацию на всех уровнях. Однако новые технологии лишь дают возможности, в то время как сам процесс трансформации общества, связанный с его превращением в информационное, в первую очередь зависит от целенаправленной деятельности самих людей<sup>57</sup>.

Названная П. Г. Щедровицким тенденция к внедрению новых материалов также влияет на те аспекты, которые формируют человека будущего. Программируемые материалы,

---

<sup>57</sup> *Корытникова Н. В.* Социальные последствия развития Интернета как средства производства сетевых коммуникаций. – Режим доступа: [http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/news/dek/2008/02/2008-02\\_r\\_dek-s3.htm](http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/news/dek/2008/02/2008-02_r_dek-s3.htm) (дата обращения: 20.09.2018).

нанопокрyтия, подстраивающиеся поверхности и прочие изобретения работают:

а) на комфорт человека и увеличение продолжительности жизни, поскольку большинство из этих материалов находят применение в строительстве и медицине;

б) на снижение потребности в консультантах, диагностах и оценщиках, так как появляется возможность удаленного анализа данных, требуется меньше личного присутствия, а однотипная работа выполняется программно.

Эти же пункты вполне справедливо соотносятся с концепцией «умный город», которая снижает человеческое участие в хозяйственных процессах. Развитие Интернета вещей (IoT) сокращает время, затрачиваемое человеком на оптимизацию управления своим домом, целым предприятием или даже городом. Подобные новые технологии соединяют разные объекты в единую сеть и создают собственную экономику для вещей, где умные устройства сами проводят транзакции и зарабатывают деньги.

Клаус Мартин Шваб, президент Всемирного экономического форума в Давосе, в статье «Четвертая промышленная революция: что это означает и как на это реагировать» говорит о том, что скорость, объем и влияние систем определяют сегодняшние преобразования не просто как продление третьей промышленной революции, а как отчетливое формирования четвертого этапа<sup>58</sup>.

Скорость, с которой проявляются технологические прорывы сегодня, не имеет примера в истории. Предыдущие революции шли линейно, в то время как четвертая промышленная революция имеет экспоненциальный темп. Важной особенностью Шваб называет также влияние этих прорывов на все отрасли экономики и на все страны, имея в виду мировой охват и глубину грядущих изменений.

В первый год после наступления миллениума Р. Курцвейл писал: «Если машины во всем мире остановились бы, наша

---

<sup>58</sup> Schwab Kl. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. – Режим доступа: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond>. (дата обращения: 28.07.2018).

цивилизация могла бы впасть в коллапс от количества тяжелой утомительной работы сегодня. Совсем недавно, лет тридцать назад, этого бы не случилось. В 2040 году человеческий интеллект и интеллект машины будут очень тесно спаяны. Мы станем способны испытывать куда более сильные ощущения самого различного рода. Мы сможем «воссоздавать мир», созданный нашим воображением, и проникать в разные среды, настолько же изумительные, как в «Матрице». Остается только надеяться, что этот мир будет больше открыт для творческого самовыражения человека и его переживаний»<sup>59</sup>. Сейчас, когда до 2040 г. остается чуть более 20 лет, тезис Курцвейла о «воссоздании созданного воображением мира» пока не кажется столь реальным, однако развитие технологий виртуальной реальности и погружения в нее дает все больше оснований полагать, что рано или поздно эта эпоха наступит.

Свободный доступ человека к информации умножается на все будущие прорывы, которые дает рост вычислительных мощностей (в свою очередь, новые исследования<sup>60</sup> снимают ограничения, наложенные законом Мура: «рост мощностей ограничен атомом и скоростью света»). При этом революция не приводит нас к радужному будущему, за него все еще нужно бороться: не следует рассчитывать на милосердие в глобальном масштабе, когда перед корпорацией стоит выбор: внедрить роботов, способных работать 24 часа в сутки, или же оставить человека, которому требуются отдых, питание, сон, короткие перерывы в работе и др. Это приводит к тому, что низкоквалифицированный работник должен быть выгоднее, чем переоборудование предприятия, в связи с этим основным сдерживающим фактором сегодня является низкая зарплата. Разрыв между низко- и высококвалифицированными работниками подкрепляется большой разницей в экономическом

---

<sup>59</sup> Курцвейл Р. Слияние человека с машиной: движемся ли мы к «Матрице»? / Прими красную таблетку: Наука, философия и религия в «Матрице» / Под ред. Глена Йеффета. [пер. с англ. Т. Давыдова]. – М. : Ультра-Культура, 2003.

<sup>60</sup> Chandler D. Recently discovered phenomenon could provide a way to bypass the limits to Moore's Law. – Режим доступа: <https://phys.org/news/2017-10-phenomenon-bypass-limits-law.html> (дата обращения: 29.07.2018)

вознаграждении, что ведет к большому расслоению общества и напряжению, а также к сокращению потребности рынка в «среднем звене».

От простого рабочего уже сейчас требуется больше, чем обычный, монотонный механический труд. П. Г. Щедровицкий отмечает следующую особенность сегодняшнего рынка труда: «Профессии „рабочего“ в эпоху второй и Новой промышленной революции существенно различаются. На уровень рабочего переносится часть бывшей инженерно-управленческой компетенции»<sup>61</sup>.

Прогнозы, касающиеся глобального будущего, приводят к выводу: человек будущего не имеет права стагнировать. Чтобы соответствовать технологическому окружению и не оставаться на задворках, люди должны быть готовы к изменениям. Но вызов такого масштаба не решается на уровне одного человека, семьи и даже поколения. Стандарты и обновленные условия должны исходить от государства.

На сохранение и приумножение человеческого капитала влияют драйверы развития. Образ человека будущего нужно рисовать с учетом новых факторов, которые напрямую оказывают влияние на желания и возможности граждан в сфере труда, образования и просвещения. В исследовании «Future Work Skills 2020»<sup>62</sup>, выполненном Institute for the Future (IFTF) для Университета Феникса, выделяются 6 таких направлений. Речь идет о процессах, которые уже есть и окажут значительное влияние на будущую жизнь общества и формирование профессиональной ориентации его отдельных членов:

1. *Экстремальное долголетие* (увеличение срока жизни) – влияет на продолжительность обучения и карьеры.

---

<sup>61</sup> *Задорожный А.* Революция уже произошла: мы просто этого не видим. Петр Щедровицкий: почему российская экономика и образование не успевают за остальным миром. – Режим доступа: [https://www.znak.com/2017-12-12/petr\\_chedrovickiy\\_pochemu\\_rossiyskaya\\_ekonomika\\_i\\_obrazovanie\\_ne\\_uspevayut\\_za\\_ostalnym\\_mirom](https://www.znak.com/2017-12-12/petr_chedrovickiy_pochemu_rossiyskaya_ekonomika_i_obrazovanie_ne_uspevayut_za_ostalnym_mirom) (дата обращения: 26.07.2018).

<sup>62</sup> *Davies A., Fidler D., Gorbis M.* Future Work Skills – 2020. – Режим доступа: [http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A\\_UPRI\\_future\\_work\\_skills\\_sm.pdf](http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf) (дата обращения: 26.07.2018).

По данным Росстата<sup>63</sup> продолжительность жизни увеличивается год от года. В 2005–2016 гг. и у мужчин, и у женщин средний возраст дожития после пенсии увеличился примерно на 3 года. Увеличивается и общая численность пенсионеров<sup>64</sup>, количество которых (без учета Республики Крым) увеличилось за 7 лет на 4 252 человек по данным на 1 января 2011 и 2018 г.

Такая же тенденция наблюдается и в других странах. Мировое сообщество приходит к проблеме стареющего населения, о чем говорит ее внесение в глобальную повестку работы Организации объединенных наций<sup>65</sup>.

Это формирует новое восприятие того, что такое возраст и какие возможности есть у пенсионера. Человеку придется изменить свой подход к карьере, что будет являться реакцией на демографический сдвиг. Для работника компонент «надо» становится более распределенным по времени, следовательно, запрос в просветительских технологиях будет проявляться более равномерно в течение всей его жизни. Сейчас же основной поток новой информации приходится на юность, несмотря на набирающую популярность программы повышения квалификации и дополнительное образование для взрослых.

Ситуация стареющего населения заставит организации переосмыслить традиционный путь работника, его карьерные возможности в сторону большего разнообразия и гибкости.

Прогнозировать развитие рынка труда с учетом роста показателей долголетия необходимо уже сейчас. Для просветителей это особенно важно, потому что разработка и внедрение просветительских программ, нацеленных на будущих пенсионеров (людей, возраст которых на текущий момент составляет 45–55 лет), позволит дать им надежду на востребованность в будущем, так как это именно та категория, которая более всего подвергается риску футурошока.

---

<sup>63</sup> Федеральная служба государственной статистики. Старшее поколение. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/generation/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/generation/#) (дата обращения: 01.08.2018).

<sup>64</sup> Там же.

<sup>65</sup> Показатели и тенденции в области старения населения: доклад ООН. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/sections/issues-depth/ageing/index.html> (дата обращения: 01.08.2018).

2. *Рост интеллектуальных устройств и систем* (автоматизация производства) уменьшает количество рутинных задач.

Внедрение искусственного интеллекта в промышленность, торговлю и сферу оказания услуг, появление «умных технологий», их популяризация и удешевление приводит к трансформации отношений «машина – человек». Роботы и смарт-системы постепенно занимают свою нишу во всех областях, дополняют и заменяют человека, что в любом случае ставит вопрос: какие преимущества имеет человек перед машиной? Это требует пересмотра смыслового и функционального содержания большинства профессий, развития у человека дополнительных профессиональных качеств, обновления рабочих процессов.

Просветители достаточно активно переводят свою деятельность в эту отрасль, так как искусственный интеллект предоставляет множество площадок для разработки и реализации образовательных, научных и профориентационных проектов, упрощая процесс передачи информации, усиливая его вариативность, следовательно положительно влияя на скорость распространения знаний, их объемы и качество.

Использовать ИИ в своей деятельности и учить жить в мире с роботами и автоматизированными системами других – одна из главных задач российских просветителей на текущий момент и в ближайшем будущем.

3. *Мир вычислений* – массовый мониторинг и рост вычислительной мощности искусственного интеллекта – делают мир программируемой системой.

Различные системы из датчиков, метрик и скриптов сбора данных в физических и цифровых устройствах собирают такой поток данных, который еще 10 лет назад трудно было представить. Так, в 2011–2017 гг. общий оборот рынка вырос с 7,6 млрд до 35 млрд долларов. Предположительно, через 10 лет этот показатель будет составлять более 100 млрд долларов<sup>66</sup> (рис. 1).

<sup>66</sup> Forecast of Big Data market size, based on revenue, from 2011 to 2027 (in billion U.S. dollars). The Statistic portal. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/254266/global-big-data-market-forecast> (дата обращения: 01.08.2018).

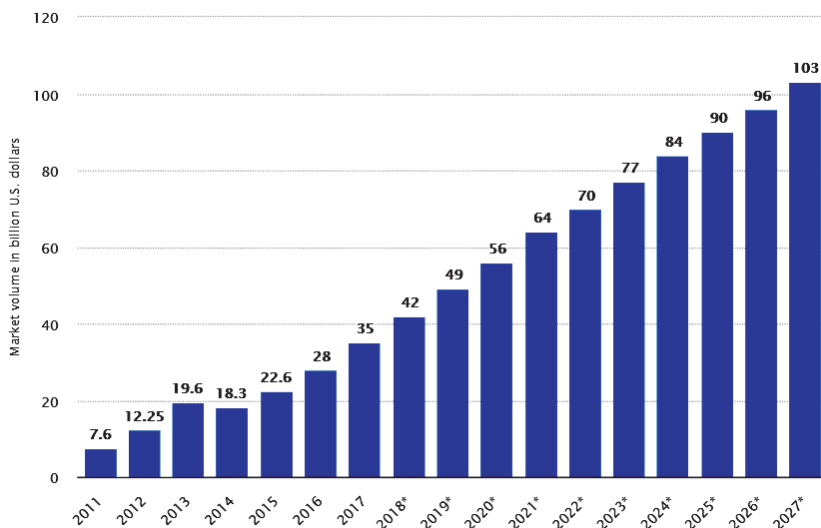


Рис. 1. Прогноз мирового рынка Big Data с 2011 по 2027 гг.

Агентство McKinsey Analytics по итогам проведенного опроса заключает, что 50 % респондентов считают, что big data существенно изменили бизнес-практику<sup>67</sup>, а 30 % говорят о большем количестве функций, чем в области маркетинга.

Все, с чем люди вступают в контакт, преобразуется в данные. Будущая возможность манипуляции данными о мире откроет эпоху всеобщего программирования, то есть «эпоху размышлений о мире в вычислительных, программируемых, условных терминах»<sup>68</sup>. Сбор данных позволит моделировать социальные системы в больших масштабах, проявляя такие паттерны поведения и отношений, которые раньше не попадали во внимание специалистов. Агентства смогут моделировать какие-либо

<sup>67</sup> Analytics comes to age. January 2018. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Analytics/Our%20Insights/Analytics%20comes%20of%20age/Analytics-comes-of-age.ashx> (дата обращения: 29.07.2018).

<sup>68</sup> Davies A., Fidler D., Gorbis M. Future Work Skills – 2020. – Режим доступа: [http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A\\_UPRI\\_future\\_work\\_skills\\_sm.pdf](http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf) (дата обращения: 27.07.2018).

глобальные явления, чтобы остановить их распространение по миру (например, пандемии, терроризм, экстремизм и т. д.).

Для человека это значит, что и работа, и личная жизнь будут требовать способности взаимодействовать с информацией: получать, анализировать и применять ее. Исходя из этого просветительские проекты настоящего и грядущего должны быть «отформатированы» под работу с солидными объемами информации как на уровне повседневной жизни и быта, так и на уровне карьеры и профессиональной реализации.

4. *Новая экология средств коммуникации* – новые средства общения и передачи информации требуют развития медиаграмотности за пределами текстов.

Новые мультимедийные технологии приводят к трансформации способов коммуникации. С каждым днем становится более доступной технология дополненной реальности, не говоря уже о фото и видео, вокруг которых складывается своя экосистема<sup>69</sup>.

А. И. Ненашев выделяет 3 основные потребности, удовлетворению которых подчинена активность человека в сети<sup>70</sup>:

- 1) *коммуникативная* – «все население планеты среди ваших партнеров»;
- 2) *познавательная* – «все знания мира – у ваших ног»;
- 3) *игровой* – «что наша жизнь? Игра».

В Интернете видео, фото, анимация и другие визуальные средства коммуникации превалируют над текстом. Так, аудитория социальной сети Instagram по данным на апрель 2017 г. составила 700 млн человек<sup>71</sup>. Цифровой мир сильнее влияет на обыденную жизнь; повседневность следует за сетевыми трендами, культура меняется – теперь она формируется на открытых социальных площадках.

---

<sup>69</sup> Davies A., Fidler D., Gorbis M. Future Work Skills – 2020. – Режим доступа: [http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A\\_UPRI\\_future\\_work\\_skills\\_sm.pdf](http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf) (дата обращения: 27.07.2018).

<sup>70</sup> Ненашев А. И. Развитие социального виртуального пространства в сети Интернет // Известия Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. – 2008. – № 33 (73). – С. 335–338.

<sup>71</sup> Аудитория Instagram выросла на 100 млн за 4 месяца – до 700 млн пользователей. – Режим доступа: <https://vc.ru/23478-instagram-700m> (дата обращения: 29.07.2018).



Плюрализм мнений, который присутствует в официальных СМИ или на частных аккаунтах, учит человека по-другому оценивать истину, относиться к контенту со скептицизмом и быть готовым к изменению повестки. Специфика жизни в соцсетях требует внимания к репутации в Интернете, делает профессиональную и личную жизнь прозрачными, открытыми для общества.

Специальные просветительские программы, нацеленные на обучение населения работе с социальными сетями и прочими интернет-площадками могут:

- знакомить с основами законодательства, регулирующего правила размещения личной и публичной информации в сети;
- учить использовать соцсети в качестве познавательных блогов (распространение общественно полезной информации) и резюме (для облегчения трудоустройства и стимулирования карьерного роста);
- обучать SMM (Social Media Marketing) как одной из отраслей профессиональной деятельности текущего и будущего.

5. *Надстроечные организации* – социальные технологии вносят новые формы производства и создания ценностей.

Необходимость учиться использовать новые социальные инструменты для работы, изобретать их и управлять ими в масштабах от «микро» до «макро» – именно эта задача станет одной из ключевых для человечества на ближайшие несколько десятилетий. Многие известные организации, в том числе образовательные и корпоративные, являются продуктами научных знаний и технологий, накопленных веками. Но в наше время люди влияют на развитие технологий: они делятся своими персональными данными, участвуют в массовых клинических испытаниях или коллективным разумом и «эффектом роя» решают глобальные вопросы. Кроме того, открытые образовательные платформы все чаще делают контент доступным для всех, кто хочет учиться.

6. *Глобально связанный мир* – замена локального на общее.

Глобализация как закономерный результат эволюции социума по общему вектору универсальной эволюции<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Хайтун С. Д. Социум против человека: законы социальной эволюции. – М.: URSS, 2006. – С. 233.

является долгосрочным трендом, географические границы стираются во многих областях. В то же время Европа и США теряют свое первенство на мировом рынке с точки зрения монополии на новые технологии и инновации, а все большее влияние приобретает Азия за счет своих развивающихся рынков.

Феномен глобализации выражается в кардинальном изменении коммуникационных возможностей, все это – возрастающие взаимосвязи и взаимозависимости между странами, транснациональные компании и совместные проекты, а также взаимовлияние разных культур друг на друга и беспрецедентно выросшие социальные отношения между нациями. И этот тренд будет только усиливаться, несмотря на политику государств по сохранению национальной идентичности, которая в целом не противоречит глобализации.

Эти тенденции важны не только для того, чтобы определить потребности работодателя и его ожидания от работника. Они позволяют понять, какие профессии находятся на грани своего вымирания, а какие, наоборот, только начинают набирать актуальность. Это также необходимо для формирования новых подходов к просветительству – внимание к новым технологиям дает и материал для просвещения, и средства для него.

Подробное описание текущих и зарождающихся тенденций на русском языке создано коллективом авторов – Е. Лошкаревой, П. Лукшей, И. Ниненко, И. Смагиным и Д. Судаковым. Брошюра «Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире», уже упомянутая в ходе изложения раздела 1, дополняет и конкретизирует приведенные выше направления изменений общества. Вновь обратимся к разбору новой модели навыков, которые будут востребованы в ближайшем будущем:

- навыки, направленные на принятие взвешенных решений как насчет личной жизни, так и насчет карьеры;
- системное и проектное мышление, что позволяет существовать в усложняющемся мире;
- базовые навыки работы с компьютерами и технологическими решениями (они будут усложняться);

- аналитические навыки (в том числе способность анализировать информацию извне);
- коммуникативная культура, эмпатия, взаимопонимание;
- способность работать в команде и сотворчество;
- концентрация на работе, отсутствие прокрастинации, эмоциональная грамотность, цифровая грамотность, креативность, экологическое мышление, кросскультурность, способность к саморазвитию, дополнительному образованию.

Ключевые навыки работника будущего, которые совпадают с возможностями человека, становятся компонентом «могу» в образе личности грядущего. В эпоху технологического прогресса передовая личность превосходит машины в области творчества и во взаимоотношениях «человек – человек», имеет возможность нестандартно мыслить.

Неслучайно уже на переходном этапе все больше мировых программ отказываются от классических ЗУН (знаний, умений, навыков) в пользу компетенций – надпрофессиональных ЗУН. Государственные образовательные стандарты России в рамках Болонского процесса к настоящему моменту полностью перешли на программы с главенством компетентностного подхода. Они предполагают развитие междисциплинарных компетенций, которые подразделяются на социально-личностные, общенаучные, экономические, организационно-управленческие и специальные. Несмотря на важность участия государства и бизнеса в процессе интеграции науки, образования и производства, главенствующая роль по-прежнему остается за университетами, в первую очередь научно-исследовательскими: «Такой университет представляет собой не только образовательный центр, где студенты приобретают новые знания, а государство и экономика получают на выходе квалифицированную рабочую силу, но также и научный центр, где внедряются современные разработки»<sup>73</sup>.

Это важно с точки зрения того, что конкретная подготовка под какую-либо профессию больше не работает. Не говоря

---

<sup>73</sup> Неборский Е. В. Зарубежный опыт интеграции образования, науки и бизнеса // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Калининград: Изд-во Балтийского федер. ун-та им. Иммануила Канта, 2012. – № 11. – С. 33–40.

про устаревающие программы высшего образования, мы сталкиваемся с таким темпом изменений, что даже форсайт-исследования, например уже упомянутый нами «Атлас новых профессий», выпущенный Сколково в сотрудничестве с Агентством стратегических инициатив в 2014 году и предполагавший дать видение рынка труда на 15–20 лет вперед, не могут предвидеть, какой взрыв произойдет в различных профессиональных областях.

Примером может служить популяризация криптовалют, набирающая силу с 2009 г., ведущая к повышению востребованности работы блокчейн-специалистов, криптографов, проектировщиков DLT. На международном сайте-агрегаторе для поиска работы Indeed количество вакансий, в которых упоминаются термины blockchain, bitcoin или cryptocurrency, увеличилось на 621 % с ноября 2015 г. Данный показатель растет вместе со спросом: команда сайта также сообщает о росте поисковых запросов на 1 065 % на рабочие места, упоминающие эти 3 условия<sup>74</sup>.

Быстро занять пустующие места в новой области могут только те специалисты, которые обладают универсальными навыками и способны быстро осваивать новые направления; университеты и просветители должны это учитывать.

Джим Шпорер, директор программ IBM University, утверждает, что быстрое внедрение новых технологий опережает опыт. Он приводит пример, что за 5 лет смартфоны изменили то, как общаются люди, и это задало новые требования компаниям. Он отмечает, что в приоритете компаний, их настоящих и потенциальных сотрудников возможности для их непрерывного образования, чтобы они всегда были в курсе последних технических достижений.

Центр креативного лидерства (CCL) в своих исследованиях делает вывод, что пять самых востребованных навыков, которые выдвигают руководители высшего звена,

---

<sup>74</sup> *Flowers, A.* Blockchain Job Searches Remain High, While Bitcoin, Cryptocurrency Searches Fall – Режим доступа: <https://www.hiringlab.org/2018/03/28/blockchain-job-searches-remain-high> (дата обращения: 05.09.2018).

это коммуникативные навыки, самомотивация, способность к обучению, самооценка и адаптивность<sup>75</sup>.

Таким образом, подтверждается актуальность навыков будущего, которые выделяет П. Лукша.

Возможности для просвещения на данном этапе можно оценить по-разному. Во-первых, можно отметить, что сегодня существует большой спрос на дополнительные знания среди взрослых. Это связано с тем, что университетской подготовки зачастую недостаточно для освоения современных профессий.

В исследовании общества «Знание»<sup>76</sup> респондентам был задан вопрос: «Ощущаете ли Вы недостаток каких-либо знаний или желание приобрести новые знания, умения, навыки?», на который 60,8 % опрошенных ответили положительно.

Г. Л. Тульчинский в экспертном интервью отмечает проблему, которая возникает вокруг образования и просвещения. Он говорит, что в советское время был высокий уровень образования, но не было возможности для его самореализации, в современной России — «не учатся только ленивые»<sup>77</sup>, но высшее образование не отвечает требованиям, которые предъявляются на рабочем месте. И проблема эта до сих пор не решена: «У нас гипертрофированы высшие школы, и там готовят людей к таким специальностям, которых уже нет. Они готовят к тем специальностям, которые им нужны. И это превратилось в некую такую машину, которая работает сама на себя»<sup>78</sup>.

Г. Тульчинский говорит также о системе просветительства как о вертикально-горизонтальной структуре. И если вертикаль представляет собой государственная система общего и высшего образования, то горизонталь появляется из-за оседания этой структуры, перехода ее в сетевой формат.

---

<sup>75</sup> Chandrasekar, A. Coaching Infrastructure: The Building Block of Impactful Programs. – Режим доступа: <https://www.ccl.org/articles/article-type/research-reports> (дата обращения: 05.09.2018).

<sup>76</sup> Феномен просветительства в современной России: отчет по результатам социологического исследования в рамках проекта. – Рос. о-во «Знание», 2017. – С. 42.

<sup>77</sup> Там же. – С. 110.

<sup>78</sup> Там же. – С. 111.

Стоит отметить, что горизонтально система расширяется вне государственного контроля.

Павел Данилин отмечает высокую востребованность просветительства сегодня и видит, что через Интернет и новые форматы, в частности YouTube, у профессионалов появилась возможность небанально подавать материал, а у людей – смотреть просветительские видео с интересом. Данилин делится наблюдениями о популярности гуманитарных предметов: «У нас очень высокая посещаемость любых лекций: в любых музеях Москвы и пешеходных, по улице, формата экскурсии, – и высочайшая популярность. Есть специализированные фирмы, всё тоже заполнено от и до. В связи с этим я считаю, что у нас очень и очень серьёзная востребованность в услугах просвещения сегодня»<sup>79</sup>.

Очевидно, растёт спрос на различные продукты просвещения: как на научно-популярные видео, так и на курсы для освоения какой-либо профессии или повышения квалификации. И большинство решений находится именно в Интернете.

Например, Google по запросу «курсы онлайн» выдает 81400000 результатов, что характеризует заиндексированные страницы, релевантные этому запросу. А сервис Wordstat показывает количество раз, которые обычные пользователи запрашивали это сочетание слов в строке поиска: запрос «онлайн-образование» вводится 8–15 тысяч раз в месяц (в зависимости от сезона).

Часть научного сообщества считает, что дистанционное обучение – это профанация. Можно согласиться с этим лишь частично. Вновь процитируем Павла Данилина: «Для тех, кто хочет получать знания, Интернет очень много значит, а для массы Интернет не нужен совершенно»<sup>80</sup>. Важно понимать проблему открытости информации в Интернете: вместе с высокобюджетными курсами, составленными профессионалами отрасли, в Сети можно найти (и они активно продвигают-

---

<sup>79</sup> Феномен просветительства в современной России: отчет по результатам социологического исследования в рамках проекта. – Рос. о-во «Знание», 2017. – С. 422.

<sup>80</sup> Там же. – С. 389.

ся) курсы от ремесленников, успешных в узком направлении людей, а часто и просто дилетантов и мошенников.

К успешным можно отнести проекты дистанционного обучения, например, от Яндекс.Академии на платформах «Coursera» или «Stepik», когда компания заинтересована выучить специалистов для собственных нужд и восполнить пробелы в знаниях у талантливых студентов. В то же время развивается направление общего просветительства, которое работает на расширение кругозора, отвечает запросу человека на саморазвитие. Для примера можно назвать платформу «Арзамас» (<https://arzamas.academy>), где размещаются небольшие курсы на разную гуманитарную тематику, записанные при участии именитых ученых. Количество скачиваний соответствующего мобильного приложения для Android превышает 50 000+, при этом в нем реализована часть функций платформы и есть только платные услуги. Еще один пример – популярность проекта «Антропогенез» (<http://antropogenez.ru>), авторам которого уже в восьмой раз (на момент июля 2018 года) удалось собрать зал в рамках научно-просветительского форума «Ученые против мифов».

У широкой публики также востребованы образовательные каналы и авторы, которые разоблачают научные заблуждения или объясняют сложные явления: «ТОПЛЕС» (1,8 млн фолловеров), «Utopia Show» (1,4 млн подписчиков), «SciOne» (440 тысяч подписчиков), Artur Sharifov (777 тысяч), «Пост-Наука» (240 тысяч) и некоторые другие площадки с качественным контентом, которые пока не преодолели планку в 100 тысяч подписчиков. И даже такие каналы, как «Thoisoi», где автор в коротких видео рассказывая про элементы из таблицы Менделеева и снимая опыты с ними на видео, собирает аудиторию в 905 тысяч человек.

Но наряду с ресурсами, которые проходят хотя бы минимальный фильтр научности и оцениваются профессионалами, находятся любительские проекты, которые снижают качество профессиональной подготовки или предлагают материал недостаточно умело, как если бы это делалось под контролем методистов. Например, распространены онлайн-курсы

и вебинары, где авторы делятся историями своего успеха и предлагают кейсы, следуя которым ученик может добиться результата. Особенно это касается обучения профессиям, которым не учат в университетах, например веб-мастер (создатель собственных сайтов), SMM-специалист или семантик. Как правило, такие программы строятся под большим влиянием маркетинга, а не педагогической науки. И если практико-ориентированные курсы аккумулируют работающую информацию (авторы делятся сервисами, предлагают шаблоны и планы), то чем более абстрактная тема дополнительного образования заявлена, тем сложнее разобраться в адекватности материала.

Порог входа в онлайн-обучение низкий, поэтому качество материала невозможно оценить. Такие площадки работают без стандартов, лишь через отзывы предыдущих участников можно проверить, доверять им или нет. В таких случаях авторами движет в первую очередь коммерческий интерес, часто он не подкрепляется ничем другим, поскольку грамотно взрастить специалиста – значит создать себе конкуренцию и делиться рынком.

Чтобы не быть голословными касательно низкого порога входа, представим скриншот выдачи по запросу «Как открыть онлайн-школу» (рис. 2).

Как правило, в программе «онлайн-школы для онлайн-школы» особое внимание уделяются маркетинговым приемам: сторитейлинг, продающие цепочки писем, бонусы за покупку, в то время как содержание образовательного элемента курса отходит на второй план. Этим должен озаботиться сам эксперт, который собирается обучать других: причем школы могут представлять собой как безобидные мастер-классы по лепке из глины, так и онлайн-уроки по детскому развитию.

Таким образом, у человека есть возможности для бесплатного просвещения, модульного образования, участия в онлайн-курсах и мастер-классах. Это позволяет в рамках профессиональной ориентации превратить компонент «хочу» в компонент «могу». Но фильтра качества при поиске информации фактически нет, кроме личной оценки и уже приобретенного багажа знаний у ищущего.



Результатов: примерно 28 500 000 (0,42 сек.)

### [Открой свою Онлайн-Школу узнай | как на Бесплатном Вебинаре](#)

[\(Реклама\) get.the-accel.ru/online/school](#) ▼

Зарабатывать от 150 тыс. в месяц на своих знаниях стало легко. Записывайся!

### [Планируешь открыть | онлайн-школу? | internetuniversitet.ru](#)

[\(Реклама\) Ip.internetuniversitet.ru/инфобизнес](#) ▼

19 прибыльных бизнес-моделей для старта **онлайн-школы** от ТОП-тренера. Забирай. Найдешь новое - 100% Уже 9000 читателей оценили. Каждая модель проверена.

Скачать книгу бесплатно · Бесплатно

### [Нужна платформа для | онлайн - школы? | antitreningi.ru](#)

[\(Реклама\) www.antitreningi.ru/](#) ▼

Профессионалы выбирают "Антитренинги". Простая в обращении адаптивная платформа.

Преимущества: Тестировать И Обучать Новых Сотрудников, Выдавать Именные Сертификаты, Внедрить В Обучение Игрофикацию.

### [Как открыть онлайн-школу в 5 этапов \(с примерами\) - iSpring](#)

<https://www.ispring.ru/elearning-insights/kak-sozdat-onlayn-shkolu-s-nulya/> ▼

★★★★★ Рейтинг: 4,9 - 15 голосов

Хотите монетизировать свои знания? Откройте **онлайн школу**. Мы опросили экспертов и подготовили инструкцию о том, как превратить обучение в ...

### [Как создать онлайн-школу с нуля | Медиапортал ACCEL | Все об ...](#)

<https://the-accel.ru/kak-sozdat-onlayn-shkolu-s-nulya/> ▼

**Онлайн-образование** – одна из самых прибыльных и перспективных индустрий для бизнеса. 12 шагов к созданию собственной **онлайн-школы**.

*Рис. 2. Скриншот выдачи по поисковому запросу  
«Как открыть онлайн школу»*

Константин Харский, советник по вопросам лояльности и идеологии бизнеса, отмечает: «Гугл забрал монополию на просветительство. И если мне сейчас что-то нужно, то я скорее пойду в Гугл, чем к лектору...»<sup>81</sup>

В связи с этим мы приходим ко второму пункту в проблеме просвещения человека и формирования необходимых компетенций для его участия в экономике будущего. Государство должно руководить созданием среды для образования и просвещения будущего, для заблаговременной подготовки кадров, чтобы сократить количество «лишних людей» – тех,

---

<sup>81</sup> Феномен просветительства в современной России: отчет по результатам социологического исследования в рамках проекта. – Рос. о-во «Знание», 2017. – С. 148.

кто, к сожалению, не сможет найти себя в новой экономической ситуации. При этом специально разработанные меры, в частности продвижение онлайн-платформ с материалами, одобренными научным сообществом, не должны вызывать ограничение остального Интернета.

В противном случае возникает парадокс: при продвижении государственных организаций в качестве отдельных игроков на рынке просветительских услуг в пограничную ситуацию попадают частные компании. Если компания действует вне норм образовательной политики государства, получаемые в ней знания по умолчанию идут параллельно традиционной системе. И если в настоящий момент на территории РФ еще имеет значение диплом государственного образца, то в передовых компаниях сильна тенденция не обращать на него внимания. Для них большее значение имеют правильно или креативно выполненное тестовое задание, энтузиазм соискателя и его соответствие корпоративным ценностям. Внутри компании нужные навыки оттачиваются путем наставничества и работы в коллективе, пример тому – распространенное деление команды на *лида*, *миддла*, *джуниора*.

Рынок просветительства размыт: он выходит за территорию школы, и больше ответов на прикладные задачи ученик находит на дополнительных площадках, расположенных зачастую в Интернете. Официальные организации стараются привить ученику или студенту необходимые компетенции, но для построения непосредственно успешной карьеры они используют комплекс несколько иных мер. То же с развитием «ядра навыков» и общей образованностью: то, что пропущено мимо на уроке, может восполниться, например, через видеоклип с объяснением темы. К. Харский утверждает, что бояться этого не надо, пусть образовательные темы достигают человека и с неформальных площадок: «Развлечение не значит, что это пусто. Развлечение – это оболочка, которая позволяет смыслу легко проскользнуть внутрь»<sup>82</sup>.

---

<sup>82</sup> Феномен просветительства в современной России: отчет по результатам социологического исследования в рамках проекта. – Рос. о-во «Знание», 2017. – С. 166.

Государство, отталкиваясь от собственных интересов глобального характера и держа прицел на будущее, должно:

а) продолжать развитие среды для успешного освоения надуниверсальных ЗУН, компетенций, soft-skills и повышения общей культуры населения;

б) стандартизировать среду и создать условия для развития частных компаний и просветительских площадок с точки зрения качества преподаваемых программ, чтобы исключить из системы антинаучные и опасные материалы;

в) работать над устранением диспропорции на рынке труда и направлять абитуриентов в нужное русло через поддержку отдельных специальностей и создание бесплатных мест для воспитания профессионалов.

Так, Е. В. Неборский выделил основные угрозы, которые возникли перед университетами в связи с усилением роли глобализационных процессов, среди которых называется усиление конкуренции на рынке образовательных услуг и изменение контуров рынка труда<sup>83</sup>. П. Лукша рассматривает образовательную систему будущего в презентации «Global Report Education 2030». Он отмечает появление трансграничных моделей компетенций, глобальную борьбу за рынки и таланты и другие аспекты, которые непосредственно будут влиять на образовательную модель будущего. В своем исследовании автор концентрируется на том, какие черты будут характерны для образования в 2020–2035 гг., какие запросы ожидать от бизнеса и что делать регуляторам. Так, для стран, выбирающих модель нового образования, автор рекомендует удерживать «открытое поле» и включать минимум стандартов.

В работе для Московской школы управления Сколково «Бизнес-образование рубежа веков: вызовы времени и тенденции развития» (авторы – В. Мау, А. Сеферян) проходит мысль о том, что бизнес-школы также должны дистанцироваться от государства.

---

<sup>83</sup> Неборский Е. В. Проблемы развития университетов в условиях глобализации // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2014. – № 3 (41). – ч. 2. – С. 144–148.

Можно надеяться, что в будущем такой вариант развития событий станет наиболее оптимальным, появятся сценарии для саморегулирования отрасли. Но на переходном этапе для России выход государства из системы просвещения может быть опасным шагом. Напротив, проблемы нужно исправлять и задавать стандарт с учетом национальных особенностей и ментальности. Так, социолог А. П. Антипьев справедливо называет слабые стороны профориентации в обществе, из чего могут выделяться направления работы в государственной политике по профориентации<sup>84</sup>:

- слабая связь между образовательными структурами и рынком труда, когда пропаганда каких-либо профессий, что декларируется и реализуется согласно официальной повестки, не соответствует количеству рабочих мест и достойной оплате труда;

- высокий уровень спроса на малоквалифицированный труд, поскольку высока доля теневой экономики, которая не будет в первых рядах следовать новым трендам;

- низкая мотивация в получении вузовского образования именно с точки зрения овладения какой-либо профессией, поскольку большинство выпускников не устраиваются по специальности;

- малый бизнес не способен обеспечить большое количество рабочих мест.

По данным опроса портала 2020workforce.com, 40 % опрошенных боятся, что их профессии будут неактуальны через 3 года, и они попадут под сокращение, 19 % опасаются технологических изменений, и 9 % среди прочих причин называют возможности для образования и отработки навыков. В Европе 54 % опрошенных сотрудников не уверены, что навыки, которые у них есть сегодня, будут соответствовать тем, которые понадобятся на их работе через 3 года. Потребность в «технарях» растет и в ближайшее время не будет снижаться;

<sup>84</sup> Антипьев А. Г. Профориентация молодежи в современном российском обществе: состояние и пути развития // ИСОМ. – 2012. – №2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/proforientatsiya-molodyozhi-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve-sostoyanie-i-puti-razvitiya>. (дата обращения: 11.07.2018).

менее половины сотрудников ожидают, что смогут овладеть такими технологиями<sup>85</sup>.

Улучшение возможностей для реализации каждого компонента из комплекса «Могу», «хочу», «надо» принесет пользу как работникам, так и бизнесу. С большим количеством стимулов за участие в дополнительных программах обучения сотрудники будут расширять свои компетенции и тем самым запустят цепную реакцию, другими словами, подадут положительный пример.

Важно также отметить, что на фоне популяризации разговоров о будущем снижается интерес к рабочим специальностям. Проблема стоит остро и усугубляется тем, что люди не хотят идти на заводы, так как ждут замены рабочих рук роботами. При этом они не рассматривают варианты с повышением квалификации во время построения подобной карьеры. Работодатели же решают проблему иначе – привлечением мигрантов. Российская газета еще в материале 2011 г. рассказывала об обеспокоенности Российского союза промышленников и предпринимателей тем, что квалифицированных работников не хватает. Связано это в том числе и со слабой профессиональной ориентированностью: «Большая часть учащихся выбирает будущую профессию абсолютно случайно, лишь бы поступить в вуз»<sup>86</sup>.

Нехватка кадров наблюдается не только в промышленности. В профессионалах нуждаются и IT-отрасли, и другие направления. Проблема эта имеет глобальный характер. В исследовании Burning Glass Technologies, проведенному по запросу фонда Торгово-промышленной палаты США, также обнаружена острая нехватка квалифицированных специалистов. Например, в здравоохранении имеется более 1 миллиона свободных вакансий. Также не хватает финансистов, аналитиков безопасности, ученых в области компьютерных

---

<sup>85</sup> Gregory A. Bridging the skills gap. – Workforce 2020. – Режим доступа: <https://2020workforce.com/2015/01/26/bridging-the-skills-gap>. (дата обращения: 14.07.2018).

<sup>86</sup> Шмелева Е. Работать будет некому: РСПП обеспокоен количеством и качеством рабочей силы / Российская газета №816 (34). – Режим доступа: <https://rg.ru/2011/09/27/rspp.html>. (дата обращения: 15.09.2018).

технологий, инженеров, логистов. А вот в строительстве, сервисе и пищевой индустрии, а также в сферах искусства, дизайна, медиа и развлечений наблюдается переизбыток кадров<sup>87</sup>.

Недостаток работников обусловлен не только отсутствием подготовленных специалистов, но и невысокой заработной платой или сложными условиями труда. В кризисные моменты склонны повышать стандарты для кандидатов на свободную вакансию HR-менеджеры, но их требования обычно сводятся к наличию софт-скиллз, которые предположительно должны быть у бакалавров (исходя из образовательных стандартов).

Для решения этой проблемы нужно привлекать бизнес к оценке той образовательной среды, что создается для студентов, и участию в ней через софинансирование, создание целевых мест и обеспечение возможности влиять на количество комплектуемых в вузе групп исходя из тенденций рынка.

Самая эффективная тактика – это пилотные программы (по выводам опроса CCL «Как европейские лидеры адаптируются к цифровому веку»). Эти инициативы должны быстро разворачиваться и проверяться на успешность. Респонденты оценили «изменение культуры, возглавляемое сверху» как вторую наиболее эффективную тактику для преобразований во времена технологического прогресса. На третьем месте – «четкая цифровая стратегия с четко определенными приоритетами»<sup>88</sup>.

Внедрение новых информационных технологий и реорганизация рабочего процесса с учетом появляющихся трендов, работа на будущее до того, как оно наступит, – залог того, чтобы занимать лидирующие позиции в экономике с помощью высококвалифицированного и мотивированного

---

<sup>87</sup> How Big is the Skills Gap? / Burning Glass Technologies. – March, 14, 2018. – Режим доступа: <https://www.burning-glass.com/blog/how-big-is-the-skills-gap>. (дата обращения: 15.09.2018).

<sup>88</sup> How European Leaders Are Adapting in the Digital Age / Center of creative Leadership. – April 2018. Режим доступа: <https://www.ccl.org/articles/research-reports/european-leaders-adapting-digital-age>. (дата обращения: 15.09.2018).

человеческого капитала. В экспертном сообществе бытует мнение о том, что образование будущего берет свое начало не от классического образования, а от систем, построенных на доверии и эмоциях, в частности, это проявляется в среде таких крупных брендов как «Facebook», «Apple», «Google»<sup>89</sup>. Однако это же касается и небольших компаний и сообществ, которые учитывают все тренды текущего и будущего и стараются выстроить рабочий процесс на принципах ценностного управления и формирования крепкой корпоративной культуры.

При должной государственной поддержке локальные организации могут конкурировать с гегемонами подготовки кадров, у которых сильна культура организации. Во время инкубационного периода будут опробованы и внедрены стандарты, работающие на создание самостоятельной системы. И только после этого станет возможным ослабление государственного вмешательства и органичный выход к модели нового образования и просвещения.

## 2.2. Технологии просветительства в повседневной жизни россиянина

Прежде чем перейти непосредственно к изучению технологий просветительства, необходимо определиться с понятийным аппаратом и обозначить, что понимается под термином «повседневность».

Все гуманитарные науки, в частности социология, начинают с осмысления бытовой и повседневной жизни, что становится основой научных исследований и теорий. Однако четкого, общепринятого определения повседневности в современной науке не представлено, что заставляет провести экскурс в историю вопроса и предложить трактовку, основанную на трудах исследователей.

---

<sup>89</sup> Образование будущего: Google ломает шпиль МГУ. – Режим доступа: <http://www.e-xecutive.ru/education/adviser/1406143>. (дата обращения: 30.09.2018).

Впервые повседневность как самостоятельная категория выделяется в трудах Эдмунда Гуссерля и Альфреда Шюца. Основатель феноменологии, А. Шюц совмещает идею Э. Гуссерля о мире как естественной установке с видением М. Вебера, который использовал термин «оповседневнивание» в значении «принятие, освоение традиций и их последующее закрепление» (центральное понятие в проблеме кризиса, новых течений).

А. Шюц определял повседневность как сферу опыта человека, которая характеризуется возникающим на фоне трудовой деятельности осмыслением мира и имеет следующие характеристики: уверенность в объективности окружающего мира, его самоочевидности, реальность социальных взаимодействий, бодрствующее внимание. Эта сфера противопоставлена сну, мечтам.

Мир повседневности хоть и не лишен субъективности, но его интерпретация основана на опыте, с которым новые знания соотносятся и типизируются. Этот мир интерсубъективен, поскольку вплетен в культуру человечества, связан с другими людьми и их заботами. Исходя из этого большая часть знаний человека о мире является продуктом социального общения, а не личного опыта.

Повседневность как форма реальности включает в себя особые элементы:

- трудовую деятельность человека;
- отсутствие сомнений в реальности всего происходящего, его искажении;
- восприятие времени согласно трудовым ритмам;
- полное погружение (всей полнотой личности).

В последующем идеи А. Шюца развивались весьма активно. Так, П. Бергер и Т. Лукман ввели новое условие для определения повседневности – человеческое взаимодействие, характеризующееся четырьмя уровнями и способами конструирования действительности в социуме<sup>90</sup>:

1) *габитуализация*, когда действие часто повторяется, может воспроизводиться по образцу с экономией усилий, становится частью повседневности;

---

<sup>90</sup> Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М. : Медиум, 1995. – С. 93.



2) *типизация*, когда социальное взаимодействие упрощается через деление объектов на классы: человек воспринимает окружающих как определенные типы («это – ребенок», «это – продавец», «это – начальник»); типизации поддаются различные ситуации, и вся повседневность при этом является совокупностью типизаций, что составляет социальную структуру;

3) *институционализация* – любая типизация есть институт;

4) *легитимация* делает институты доступными объективно: это и передача знаний будущим поколениям, и символизация чего-либо, она интегрирует значения, свойственные различным институтам.

Современный исследователь повседневности, В. Вахштайн, автор упомянутого в разделе 1 доклада «Популяризация науки: от просвещения к мракобесию», утверждает, что для повседневности характерны смыслы «здесь и сейчас». Это особый мир, не сводимый к символической суверенности, и он не должен трактоваться через символизм. Миры совмещены и равноправны, просто человек по-разному вовлечен в них. В. Вахштайн согласен с И. Гофманом, который выдвигает идею транспонирования. Транспонирование – это явление, при котором повседневное трансформируется, переносится из базовой системы фреймов, из осмысленного и привычного превращается в элемент сна, пьесы, пародии. Это понимание корректирует теорию фреймов 60-х гг. XX в.

В. Вахштайн отмечает, что А. Шюца обвиняли в излишнем субъективизме, а исторически сложившиеся объективистские методики были однобоки. Новым теоретическим шагом стала теория практик. Повседневность устроена на фундаментальном уровне социальной жизни как набор действий по привычке. Эта рутинная, формирующая человеческую жизнь, является предметом изучения социологии повседневности.

Ближе к концу XX в. поворот к материальному в социологии совпадает с проникновением техники в повседневную жизнь. Объектом исследования социологии становятся вещи. Материальные объекты в ежедневной рутине превращаются в важные детали, формирующие человеческие взаимодействия в еще более сложную систему. Несмотря на то что

гаджеты стали незаменимой частью нашей жизни, по мнению В. Вахштейна, от техноцентризма в изучении повседневности нужно уходить.

Среди современных российских ученых весьма глубоко анализирует повседневность Е. В. Золотухина-Аболина. Она отмечает следующие характеристики повседневности<sup>91</sup>:

- повседневность находится в пространстве и времени и подчиняется их законам;
- повседневность – это эмпирическая жизнь, которая все же нормирована и упорядочена;
- повседневности присущ коллективный характер с обязательной коммуникацией;
- в повседневности есть общезначимые, общеизвестные установки и знания;
- повседневность прагматична, мир субъекта согласован с другими.

Но при этом Золотухина-Аболина подчеркивает, что некоторые правила не тотальны, и все не сводится к одной схеме.

Следует также отметить, что повседневность является частью «жизненного мира», но не представляет его полностью. Таким образом, повседневность – это сфера эмпирической жизни общества, которая имеет тесную связь с практикой (работой, отдыхом), построена прагматично, стереотипно, но при этом персонифицирована и интерсубъективна. С ее помощью сохраняется устоявшаяся культура, возможно воспроизводство общества.

Исследования, которые касаются темы просветительства в повседневной жизни россиянина, представлены 3 независимыми площадками:

1) аналитическим отчетом для Российского общества «Знание», опрос респондентов (учителей и преподавателей вузов) для которого проводился в октябре–декабре 2017 г. (его данные были частично использованы при изложении материала раздела 1);

2) исследованием факторов конкурентоспособности и просветительских лекций в пространстве современных научно-

---

<sup>91</sup> Золотухина-Аболина Е. В. *Повседневность: философские загадки*. – Киев, 2006.

популярных образовательных продуктов, которое было выполнено на экономическом факультете МГУ в 2017 г.<sup>92</sup>;

3) анализом запроса молодежи на развивающие и просветительские программы<sup>93</sup>, который выполнен по результатам опроса ВЦИОМ в ноябре 2017 г.

ВЦИОМ проводил опрос для молодой аудитории 16–25 лет (что обусловлено темой исследования), а МГУ расширил границы и использовал в качестве респондентов широкую возрастную группу, объясняя это повышающимся спросом на просветительские продукты (табл. 1).

Таблица 1

*Ведущий мотив потребления у разных целевых аудиторий*

Сегмент	Мотив
«Абитуриенты», 14–18 лет	Профориентация, самореализация
«Родители», 30–45 лет	Интересы детей и забота об их профориентации, расширении кругозора
«Профессионалы», 18–70 лет	Профессиональный интерес, поиск профессиональных контактов, расширение кругозора, углубление знаний
«Эрудиты», 25–70 лет	Посещают мероприятия ради расширения кругозора, общего развития, приятного общения
«Seniors», 70+	Посещают мероприятия ради социализации и приятного общения. Лекция – как лекарство от одиночества

Исследование общества «Знание» также солидарно с тем, что обращение к просветительству присуще всем возрастным группам. Как было отмечено выше, в опросе приняли участие россияне от 18 лет, большинство из них – люди среднего возраста. Для того чтобы составить картину научной проблемы, заявленной в данном разделе вернемся к материалам исследования 2017 г. общества «Знание».

Опрошенные распределялись по принадлежности к населенному пункту, так как города с населением более миллиона

<sup>92</sup> Исследование факторов конкурентоспособности и просветительских лекций в пространстве современных научно-популярных образовательных продуктов: отчет. – М. : МГУ, 2017.

<sup>93</sup> Анализ запроса молодежи на развивающие и просветительские программы: аналитический отчет. – М. : ВЦИОМ, 2017.

человек и небольшие поселения обладают разной по своему качеству просветительской инфраструктурой, что накладывает отпечаток на используемые их жителями технологии. Кроме того принимались во внимание занятость (рис. 3) и ежемесячный доход опрошенных (большой процент опрошенных имеют средний по стране доход).



Рис. 3. Сфера занятости респондентов

В исследовании ВЦИОМ, направленном на молодежь, большинство опрошенных носит статус «учащиеся»:

- школы (22 %);
- колледжа (39 %);
- вуза (39 %).

Респонденты распределились по типу места жительства таким образом:

- города с населением более миллиона человек (32 %);
- города с населением до 500 тысяч человек (11 %);
- города с населением до 100 тысяч человек (28 %);
- города с населением до 50 тысяч человек (около 30 %).

В повседневной жизни россияне, согласно этому опросу, имеют высокую потребность в просвещении или желают овладеть новыми знаниями, умениями, навыками и освоить незнакомые компетенции (табл. 2).

Таблица 2

*Ощущение в недостатках каких-либо знаний (половозрастной срез), %*

Ощущаете ли Вы недостаток каких-либо знаний?	В среднем по выборке		Пол				Возраст, лет				Пользование Интернетом				Тип города			
	Скорее да	Скорее нет	Итого	мужской	женский	18-29	30-44	45-59	60 и старше	Больше 4 ч в день	Меньше 4 ч в день	Несколько раз в неделю	Не пользуются	3/0	Города миллионники	Город 500-1000 тыс. чел.	Город 100-500 тыс. чел.	Город до 100 тыс. чел.
Скорее да	60,8	54,8	65,8	67,5	55,7	48,7	68,5	63,3	58,6	35,5	20,0	65,5	62,8	59,1	56,0			
Скорее нет	39,2	45,2	34,2	32,5	44,3	51,3	31,5	36,7	41,4	64,5	80,0	34,5	37,2	40,9	44,0			
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Женская часть населения почти в 2 раза чаще высказывается в пользу освоения новых форматов, в то время как голоса опрошенных мужчин распределились почти поровну между наличием и отсутствием потребности в получении новых знаний, умений, навыков.

Более характерна тяга к просвещению для людей в возрасте 18–44 лет и тех, кто пользуется Интернетом ежедневно. Похожая тенденция наблюдается и в распределении мнений по городам. Эти цифры могут объясняться карьерными и профессиональными требованиями, а также более свободным доступом к образовательным ресурсам (к дистанционному обучению, приложениям и др.), где презентуются необычные, незнакомые темы, которые интересуют молодежь. Респонденты, не пользующиеся Интернетом, приблизительно в два раза чаще говорят, что не имеют недостатка в знаниях и не желают приобретать новые.

Также смещение возраста в сторону взросления, от классической молодежи, отчасти объясняется наблюдением Д. С. Макарова, актера и автора ряда просветительских проектов. Он выделяет 3 активные аудитории: 1-я – молодые вечные студенты, 2-я – офисные работники с достаточным доходом и до рождения детей; 3-я «... это люди, которые как бы освободились от детей. <...> Это значит, что дети стали старше или вообще уже выросли, и ими не надо заниматься». Свободное время и доход позволяют таким семейным парам посещать просветительские мероприятия.

В. А. Куренной, заведующий отделением культурологии ВШЭ, выделяет 3 перспективные аудитории, заинтересованные в просветительстве: 1) дети младшего возраста (о них заботятся родители), 2) молодежь, у которой есть «потребность в ориентации», необходимость «быть в теме, быть в тренде»; 3) пенсионеры, «...у которых уже высвобождается досуговое время», это «...самая грамотная аудитория. <...> Самая живая часть общества»<sup>94</sup>.

---

<sup>94</sup> Феномен просветительства в современной России: отчет по результатам социологического исследования в рамках проекта. – Рос. о-во «Знание», 2017. – С. 350.

Таким образом, на востребованность просветительства влияет то, насколько хорошо работает реклама образовательных услуг, насколько человек верит в возможность освоения новых знаний. Не исключая того, что спрос рождает предложение (возможно, насущные потребности заставляют людей искать новые знания), можно сделать вывод, что в случае со знаниями и просветительскими практиками предложение может создать потребность приобщиться к ним.

Наиболее востребованными оказываются практические темы, которые помогают достичь универсальных компетенций (изучение языков, сферы права и др.), ниже – области по интересам (политика, история, психология и др.).

Самыми популярными стали иностранные и русский языки: обучаться языкам хотят 10,4 % респондентов от 18 до 29 лет, 12,2 % людей возраста 30–44 года, 13,2 % опрошенных 45–59 лет и 8,5 % представителей старшего поколения.

По запросу «обучение английскому» поисковая система Google предлагает 1 миллиард 740 миллионов вариантов (рис. 4).

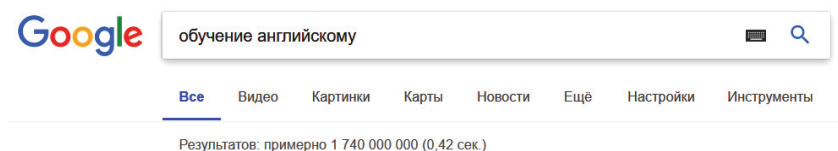


Рис. 4. Выдача поискового запроса «обучение английскому» системой Google

В исследовании 2008 г. «Рынок коммерческого изучения иностранных языков в России» выделяются следующие способы обучения языкам<sup>95</sup>:

– оригинальные локальные школы, где преподаватели собирают группы для обучения языкам по проверенным, классическим программам;

<sup>95</sup> Рынок коммерческого изучения иностранных языков / Технологии роста. 2018. – Режим доступа: <https://docplayer.ru/36975679-Rynok-kommercheskogo-izucheniya-inostrannyh-yazykov-v-rossii.html>. (дата обращения: 05.09.2018).

– клубный формат, который скорее обеспечивает неформальное общение на изучаемом языке;

– городские сети – несколько школ одного бренда, а также региональные и международные примеры сетизации;

Спустя десятилетие мы наблюдаем распространение следующих форматов:

– лингвистический лагерь или поездка к носителям языка (в том числе, культурный обмен);

– онлайн-школы;

– развитая структура для самообучения;

– занятия с репетитором во взрослом возрасте.

По данным школы SkyEng, опубликованным в 2015 г., в России ежегодно растет онлайн-сегмент обучения английскому языку (этот язык занимает 76 % рынка обучения всем языкам), что позволяет занять 10-е место в мире по темпам роста обучению этого типа<sup>96</sup>.

Следующие по популярности темы – юриспруденция, право, юридическая грамотность/финансы, финансовая грамотность. Снова 1-е место по степени интереса к ней занимают респонденты до 44 лет (14,2 %; 14,6 %; 7,5 %; 6,0 %). Эта сфера отвечает интересам бизнеса, грамотного ведения дел и распоряжения финансами. Как показывает анализ образовательных программ средней школы, эта отрасль знания практически проходит мимо учеников, оставляя серьезные пробелы: редкое обращение к практике на уроках обществознания и тематических классных часах является недостаточным. В высших учебных заведениях в обязательном компоненте студентам читаются такие дисциплины, как экономическая теория и право, но и эти занятия также носят теоретический характер. Ранее осуществлялись государственные проекты, например «Финансовая культура и безопасность граждан России» в 2008 г., но они оказались малоэффективными.

Исходя из этого у россиян формируется потребность восполнить знания, которые необходимы им в повседневной жизни. Страна же в свою очередь заинтересована в гражданах,

---

<sup>96</sup> Рынок английского. – SkyEng. – Режим доступа: <https://skyeng.ru/mediacenter/market>. (дата обращения: 05.09.2018).



обладающих данными знаниями, и, следовательно, способных реализовать их при решении задач как локального, так и общегосударственного масштаба.

В упрощенной и направленной именно на решение тривиальных задач схеме просвещение по вопросам финансовой и юридической грамотности рядовой россиянин получает в следующих самых популярных источниках:

- просветительские статьи в СМИ (часто по заказу государства или на злобу дня), (например, разъяснение, что такое пенсионные баллы, как стать самозанятым гражданином и прочее);

- официальный проект <https://fincult.info>, который курирует ЦБ РФ (на нем размещаются статьи и располагается информация о мероприятиях);

- так называемые «контентные сайты», владельцы которых размещают статьи по запросам пользователей (такие материалы готовят как практикующие юристы, так и копирайтеры, которые просто перерабатывают уже написанные статьи, так что содержащаяся в них информация не всегда соответствует действительности, поскольку никем не проверяется, кроме того, в таком формате информацию человек получает отрывочно, от случая к случаю);

- различные образовательные курсы, например, «Правоведение», «Налоговое право», «Юридическая поддержка стартапов» на платформе «Открытое образование», где все курсы разрабатываются в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов;

- дополнительное образование и курсы повышения квалификации при университетах (в очном, заочном и дистанционном вариантах);

- частные консультации с юристами, разнообразные пакеты услуг (такие как «Юриспруденция для себя»), где эксперт выступает в качестве частного преподавателя;

- другие официальные материалы, размещенные на сайтах ведомств, но их продвижением занимаются мало: население недостаточно осведомлено об их существовании или они кажутся написанными непонятным языком (например, на сайте Федеральной налоговой службы располагается инструкция

«Порядок регистрации ИП», в то время как пользователи чаще ищут сведения по поисковому запросу «Как открыть ИП», по которому в топе выдачи нет официальной площадки).

Тема компьютерной грамотности интересует младшее поколение гораздо меньше (что в силу его близкого знакомства с техникой и Интернетом не является удивительным) в отличие от людей более старшего возраста (15,1 % опрошенных в возрасте 45–59 лет и 26 % от 60 лет).

Стоит заметить, что уверенность в собственной компьютерной грамотности даже у молодого поколения часто ложная: нет достаточного знания о вирусах, трояках, блокировщиках и безопасном серфинге, то есть о кибербезопасности. По результатам онлайн-опроса Mail.ru Group от 2014 г. констатируется факт: большинство россиян «по-прежнему недостаточно внимательно следят за своей безопасностью в Интернете», не выполняют базовые рекомендации и не осведомлены о некоторых угрозах<sup>97</sup>.

Для старшего поколения в последнее время открываются бесплатные центры повышения компьютерной грамотности и кружки. Центры «Мои документы» вместе с волонтерами дают базовые знания и организуют углубленные курсы. Большинство россиян для решения конкретных вопросов используют видео-инструкции в Интернете. В 2014 г. «Ростелеком» и Пенсионный фонд Российской Федерации начали сотрудничество в сфере обучения пенсионеров компьютерной грамотности — «Азбука Интернета». Наблюдения показывают, что пожилым легче дается очное обучение, поэтому в данном контексте самым популярным вариантом остается обучение родственников внутри семьи.

Тема «Психология, коммуникация, саморазвитие, личная эффективность, ораторское мастерство» любопытна с точки зрения распределения процента заинтересованных: примерно одинаковый интерес у людей 18–29 и 30–44 лет (по 10,1 % и 10,3 % соответственно), проявляют интерес к этой теме

---

<sup>97</sup> Артамонова А. Безопасность в интернете: готовы ли пользователи противостоять киберугрозам? – Режим доступа: <https://habr.com/company/mailru/blog/252091> (дата обращения: 04.09.2018).

представители старшего поколения (8,0 %), но опрошенные 45–59 лет практически в ней не заинтересованы (1,7 %).

Все, что касается подобных абстрактных и субъективных тем, тяжело поддается контролю. Популяризация идеалов капитализма, культ успешной личности делают востребованным запрос на саморазвитие и повышение личной эффективности, проработку персональных качеств. Кроме того, коммуникативные навыки становятся конкурентным преимуществом как при работе по найму, так и при наличии собственного бизнеса. Ускоряющийся темп жизни и усложняющиеся социальные отношения все чаще заставляют человека обращаться в сферу психологии, анализировать себя и окружающих.

Наиболее популярными методами получения информации по психологии остаются книги. В списке самых продаваемых книг XXI в. на 13-м месте разместился «Секрет» Ронды Берн, посвященный позитивному мышлению и материализации желаний, на 9-м месте – «Целеустремленная жизнь» Рика Уоррена о самосовершенствовании собственного Я (общий тираж более 30 млн копий).

В социальной сети любителей книг «Livelib» среди всех жанров особо выделены бизнес-книги, которые объединяют темы успеха, саморазвития, психологии (табл. 3).

Тема самосовершенствования и всего, что связано с построением личности, остается свободным полем для профанации. Рекомендации по личной эффективности трудно подвести к какому-либо стандарту, а порог входа в преподавание, суть которого сводится к рассказу о себе или описанию идеального человека, особенно низок. Отсюда настоящее застывшее просветительское пространство курсами «для успешных людей», тренингами, закрытыми клубами и прочими мотивирующими объединениями, ценность и эффективность которых для каждого человека оказывается неравноценной. В своей повседневной жизни россиянин ищет информацию в Интернете, часто на YouTube или Instagram (там четко выделяется отдельная «каста» философов), прислушиваясь к словам лидеров мнений, блогов по психологии и научно-популярных видеоподборок.

## Жанры бизнес-литературы в социальной сети «LiveLib»

Название	Просмотры	Хочу прочитать	Оценка	Средняя оценка	Рецензии	Цитаты
Роберт Т. Кийосаки, Шэрон Л. Лектер «Богатый папа, бедный папа»	34 270 +11,7 %	1 091 +32,1 %	768 +22,1 %	8,2 +1,9 %	27 +3,8 %	53 +140,9 %
Л. Саргачева, М. Иляхов «Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст»	26 183 -3,3 %	2 841 -20,7 %	432 +131 %	8,7 -4,9 %	61 +69,4 %	35 +16,7 %
У. Пол Янг «Хижина»	24 589 +26,5 %	882 -0,3 %	345 +32,7 %	7,3 -4,2 %	30 +42,9 %	24 +60 %
Х. Элрод «Магия утра. Как первый час дня определяет ваш успех»	23 868 +14 817,5 %	1 206 +6 994,1 %	562 +56 100 %	7,5 -6,6 %	53 +5 200 %	28 +833,3 %
Айн Рэнд «Источник»	21 857 +16,4 %	1 287 +1,3 %	495 +1,6 %	9,1 +0,8 %	23 -8 %	67 +9,8 %
Дж. Кэнфилд, Эми Ньюмарк, М. Хансен «Куринный бульон для души. 101 лучшая история»	21 540 +100,5 %	1 130 -50,7 %	455 +54,2 %	7,8 -0,5 %	32 -23,8 %	189 +110 %
Айн Рэнд «Атлант расправил плечи»	20 505	1 459	478	8,5	31	84
Стивен Кови «7 навыков высокоэффективных людей»	19 396 -7 %	1 284 -1,9 %	334 +8,4 %	8,5 +0,8 %	19 +58,3 %	63 +270,6 %
Мэг Джей «Важные годы. Почему не стоит откладывать жизнь на потом»	18 522 +16,2 %	1 428 +4,5 %	658 -4,2 %	8,3 +0,4 %	45 -10 %	68 -37,6 %

Духовная сфера при этом остается за религиозными организациями, так как государство фактически не имеет подобных программ. Более конкретные темы – по психологии, работе мозга, правилам коммуникации и ораторскому искусству – освещаются площадками, которые организуют лекции ученых и специалистов в данных областях знаний.

Еще один канал для получения знаний и навыков личностного развития – корпорации, в которых работодатель практикует тренинг, коучинг, менторство с целью воспитания достойного сотрудника, соответствующего корпоративной культуре. Однако данная технология слабо распространена на территории России. Остальные темы и их процентное соотношение по интересу разных возрастных категорий приведены в таблице 4.

Таблица 4

*Наиболее востребованные просветительские темы по возрастным группам, %*

Востребованные направления и темы обучения	18–29 лет	30–44 года	45–59 лет	60 лет и старше	В среднем по выборке
Здоровье, медицина, педиатрия	8,9	5,0	6,1	7,6	6,5
Домашнее хозяйство, кулинария, цветоводство, сад, рукоделие, шитье и вязание	1,7	2,5	12,6	10,7	6,1
IT	9,6	5,2	5,2	1,3	5,8
Бизнес, торговля, продажи, управление	2,8	7,5	6,8	1,0	5,5
Творчество, фотография, рисование, дизайн	5,9	5,7	4,9	2,7	5,2
Точные, естественные, гуманитарные науки	3,6	3,5	6,4	6,7	5,2
Автомобили, механика, техника	7,2	5,7	3,7	3,2	5,2
Архитектура, строительство, ремонт	2,8	7,0	4,5	2,1	4,8
Культура, искусство, театр, литература, музыка	6,1	2,7	4,6	7,0	4,5
Спорт, фитнес, танцы	4,8	5,4	1,2	0,0	3,4
Новые технологии	2,8	2,1	4,4	5,9	3,3

Окончание табл. 4

Востребованные направления и темы обучения	18–29 лет	30–44 года	45–59 лет	60 лет и старше	В среднем по выборке
Образование, педагогика	6,2	1,7	2,2	0,8	2,8
Красота, косметология, макияж, стиль, маникюр, парикмахерское дело	3,6	2,6	1,1	0,0	2,1
Воспитание детей/внуков	2,6	1,8	1,8	1,9	2,0
Разное, для общего развития	2,8	1,9	7,6	3,9	3,9
Прочее	17,1	22,8	16,6	15,	18,9
Затрудняюсь	4,9	8,1	4,0	6,4	6,0

Тема воспитания детей – важная для будущего страны – до сих пор остается недостаточно разработанной, начиная от разных рекомендаций педиатров и заканчивая противоречивой информацией в Интернете. Как отмечает профессор Б. В. Куприянов, просвещение родителей – большая ниша. Об этом также говорит сформированная потребность (пусть и низкие проценты заинтересованности у данной темы в проведенном опросе не вполне отражают это), которая выражается в высокой активности родительских групп в социальных сетях (группы типа «От мамы к маме» и площадки baby.ru): они имеют аудиторию, в несколько раз более активную, нежели у других тематических сообществ. И строится эта активность на обмене мнениями, советах, обсуждениях педагогических методик и прочем. На просветительскую площадку, по мнению Куприянова, «заказчиком должны выступать родительские ассоциации» и эксперты такого проекта не должны быть ангажированы, а должны помочь родителю разобраться в этих вопросах.

Подводя итог, перечислим наиболее востребованные темы для каждой возрастной группы:

– 18–29 лет: юриспруденция, финансы (14,2 %), экономика и политика (12,6 %);

– 30–44 года: юридические и правовые вопросы (14,6 %), иностранные языки, русские языки (12,2 %);

– 45–59 лет: компьютерная грамотность (15,1 %), языки (13,2 %);

– 60 лет и старше: компьютерная грамотность (26 %), экономика, история, политика, социология (21,0 %).

Темами, вызвавшими наименьший интерес у представителей разных поколений, стали:

– 18–29 лет: компьютерная грамотность (0,6 %), домашнее хозяйство, кулинария, цветоводство, сад, рукоделие, шитье и вязание (1,7 %);

– 30–44 года: образование, педагогика (1,7 %), воспитание детей и внуков (1,6 %);

– 45–59 лет: красота и уход за собой (1,1 %), спорт, фитнес, танцы (1,2 %);

– 60 лет и старше: красота и уход за собой (0 %), спорт, фитнес, танцы (0 %).

В исследовании социологов из Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова отмечается следующее распределение мнений: тяготение к искусствам, архитектуре и другим творческим, гуманитарным сферам знания, что обусловлено тем, что опрос концентрировался на просветительской лекции – формат повлиял на предпочтительную тему (рис. 5).



Рис. 5. Наиболее интересная тематика лекций (по данным МГУ)

В опросе ВЦИОМ, в котором участвовали молодые люди от 16 до 25 лет, интерес к просветительским темам распределен несколько иным образом (рис. 6).



Рис. 6. Интерес к просветительским темам (данные ВЦИОМ)

Иностранные языки также находятся в топе интересов, но с уменьшением возраста выше по списку поднимаются спорт и вождение. Это традиционные для молодежи предпочтения, которые скорее соответствуют такой сфере повседневной жизни, как позиционирование себя в компании, положение среди сверстников, нежели карьерным интересам и духовному



развитию. Кроме того, судя по формулировке вопроса, они соответствуют регулярным занятиям в секциях, кружках. При этом 68 % опрошенных ответили, что для получения дополнительного образования они посещали очные организованные занятия.

В «Исследовании факторов конкурентоспособности просветительских лекций» авторы определяют преобладающие мотивы потребителей, которые делятся по возрасту:

- для сегмента «Абитуриенты» (14–18 лет) – самоопределение, профориентация и определение собственных интересов;
- для сегмента «Родители» (35–45 лет) – работа над воспитанием ребенка, самореализация через его успехи, помощь ему;
- для сегмента «Профессионалы» (смешанный возраст) – профессиональное развитие, углубление знаний и совершенствование навыков, новые знакомства, возможность высказать свою точку зрения, чисто научный интерес;
- для сегмента «Эрудиты» (25–70 лет) – расширение кругозора и саморазвитие;
- для сегмента «Senior» (70 и более лет) – социализация и «зарядка мозгов».

Согласно опросу ВЦИОМ, проведенному среди молодежи, главной причиной, по которой респонденты обращаются к дополнительному образованию, является подготовка к экзаменам, о чем говорят 48 % опрошенных. На втором месте – углубление своих знаний по трудному предмету и попытки разобраться в нем (37 %). За полезными знаниями к дополнительному образованию обращаются 32 % опрошенных, но 60 % из них – в возрастной группе 16–17 лет.

И. В. Задорин в экспертном интервью широко коснулся вопросов просветительства и отметил, что оно имеет 2 главные движущие силы: 1) в обществе возникает потребность в знаниях и навыках, которую вызывает увеличивающийся разрыв между элитами и массами; 2) у образованных слоев населения возникает желание донести научные истины до обычных людей, то есть стремление «бороться с мракобесием» – с засильем заблуждений и ошибочных суждений.

По мнению Задорина, просвещение как общественное деяние исконно дополняет образование, которое дает государство, восполняя возникающие пробелы.

В современной ситуации эти потребности и желания легко удовлетворяются с помощью современных технологий. Нужно различать действительно просветительские площадки, которые отвечают принципам научности, от тех, которые распространяются в массах, но основаны на авторитетном мнении или доказанных фактах.

По данным Росстата, затраты населения на услуги образования снижаются в период 2006–2018 гг., спрос на услуги культурных организаций стагнирует, в то время как затраты на услуги связи повышаются (рис. 7).

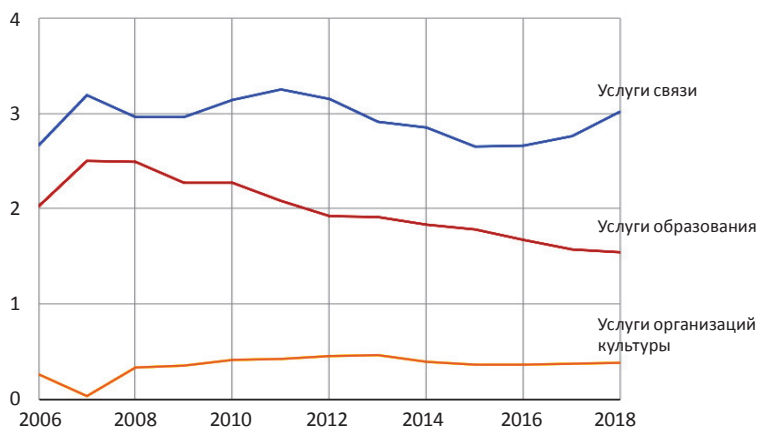


Рис. 7. Потребительские расходы населения

Это может говорить о том, что население не имеет возможности выделять дополнительные средства на обучение, поэтому потребности в просвещении удовлетворяются с помощью Интернета – экономного и быстрого источника получения информации.

Просмотр телевидения для многих до сих пор остается одним из главных форматов получения новой информации, но в совокупности чтение статей и просмотр видео в Интернете показывают больший процент. Им значительно уступают форматы живой лекции и участие в мастер-классах. Тем не менее, форматы «онлайн» и «офф лайн» набирают сходные проценты (45 % и 55 % соответственно).

Выбор основного источника получения знаний зависит от возраста обучающегося (табл. 5).

Таблица 5

*Различия в предпочитаемых форматах обучения в зависимости от возраста респондентов, %*

Форма обучения	Возраст			
	18–29 лет	30–44 года	45–59 лет	60 лет и старше
Чтение статей в Интернете, электронных научно-популярных журналов	45,2	45,0	41,9	32,4
Просмотр образовательных видеороликов, вебинаров в Интернете	46,4	49,9	37,5	32,0
Посещение лекций по различной тематике	27,3	21,7	14,4	16,0
Подписка на блогеров по определенным тематикам, на группы в соц.сетях	23,7	18,2	11,8	9,3
Просмотр телепередач, документальных фильмов по ТВ	37,0	47,7	55,0	62,2
Прослушивание аудиокниг, подкастов	15,5	15,2	13,4	7,4
Участие в мастер-классах	21,7	17,4	16,1	9,3
Участие в тренингах	20,0	13,4	8,4	2,8
Участие в онлайн-марафонах	10,1	12,1	7,2	2,0
Клубы/кружки по интересам	9,8	12,6	13,6	16,0
Участие в интеллектуальных играх, научных поединках	13,8	8,0	9,8	8,0
Свой вариант	1,4	4,3	3,8	4,6
Затрудняюсь ответить	1,3	1,2	2,7	0,0
Никакие, не хочу чему-то обучаться	2,6	2,8	6,4	10,2

По собранной статистике можно отметить, что женщины чаще готовы обучаться как онлайн, так и оффлайн.

Респонденты в возрасте до 44 лет в среднем называют более 2 вариантов обучения, что говорит о более подвижных интересах и готовности экспериментировать с форматами получения знаний. Несмотря на превалирование Интернета и ТВ, молодежь готова присутствовать на лекциях, тренингах и мастер-классах, в то время как старшее поколение менее склонно к оффлайн-обучению. Чем младше возрастная группа, тем больше форматов обучения она приемлет, однако респонденты в возрасте 18–29 лет также подписываются

в социальных сетях на блогеров и образовательные аккаунты, активно участвуют в онлайн-марафонах.

Для людей пенсионного возраста характерен выбор всего двух форматов обучения. Это может быть связано с присущим им консерватизмом, боязнью освоить новое и недостаточно развитой образовательной и просветительской инфраструктурой (им трудно слушать студента-блогера, вещающего для школьников). Основным форматом получения информации и знаний представители старшего поколения выбирают телевизор (62 %) и Интернет, который используется ими для чтения статей и просмотра образовательных видео (которые близки по формату к документальным фильмам, которые транслируют по телевидению).

Среди параметров опроса в исследовании экономического факультета МГУ для общества «Знание» выделяются:

- абитуриенты – легкие форматы, интерактивность и популярный язык;
- родители – снова интересные форматы, территориальная доступность;
- профессионалы, эрудиты – более гибкие условия;
- senior – территориальная доступность, личный интерес.

Форматы обучения коррелируют с полученными данными об использовании Интернета в повседневной жизни (рис. 8).

ВЦИОМ проводит корреляцию между выбранными темами обучения и готовностью работать в том или ином формате (рис. 9).

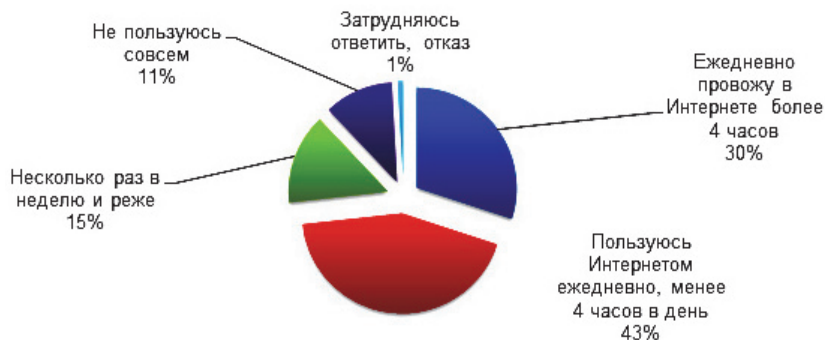


Рис. 8. Использование сети Интернет в повседневной жизни

**Группы навыков, отмечивших хотя бы одну из практик группы**

Группы навыков	Очные занятия	Организованные занятия, удаленно через Интернет	Самостоятельные занятия	% по столбцу
Группа 1. Творчество	48	73	44	
Группа 2. Спорт	52	82	61	
Группа 3. Коммуникации	43	45	28	
Группа 4. Программирование	30	27	28	
Группа 5. Школа	30	27	28	
Группа 6. Техника, ремесла	39	27	28	
Группа 7. Повышение квалификации	26	0	11	
Группа 8. Иностранные языки	4	0	6	
Группа 9. Наука	17	18	17	

**Группы навыков, отмечивших хотя бы одну из практик группы**

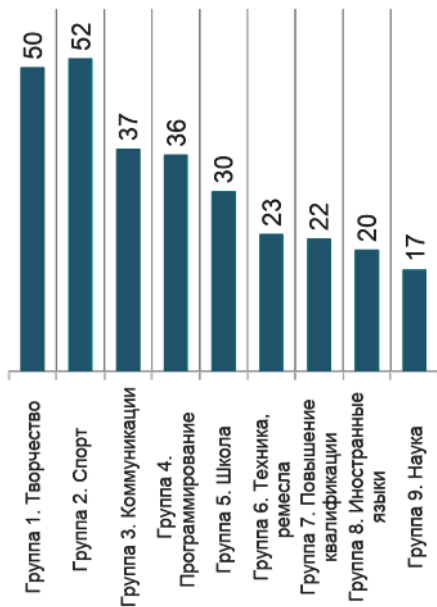


Рис. 9. Взаимосвязь тем обучения и предпочтений по формату обучения

Данные сопоставления показывают, что творчеству и спорту молодежь значительно чаще предпочитает удаленное обучение через Интернет, этот же метод лидирует в занятиях по развитию коммуникации. Очные занятия рассматриваются большинством опрошенных только в случае необходимости повышения профессиональной квалификации и обучения ремеслу. Более склонны к оффлайн-обучению те, кто выбирает программирование и школьные предметы. Самостоятельно заниматься люди чаще готовы иностранными языками и наукой, но в целом метод самостоятельной подготовки уступает двум вышеозначенным.

Большинство россиян не готовы платить за просвещение и при всех форматах выбирают его бесплатный вариант (рис. 10).

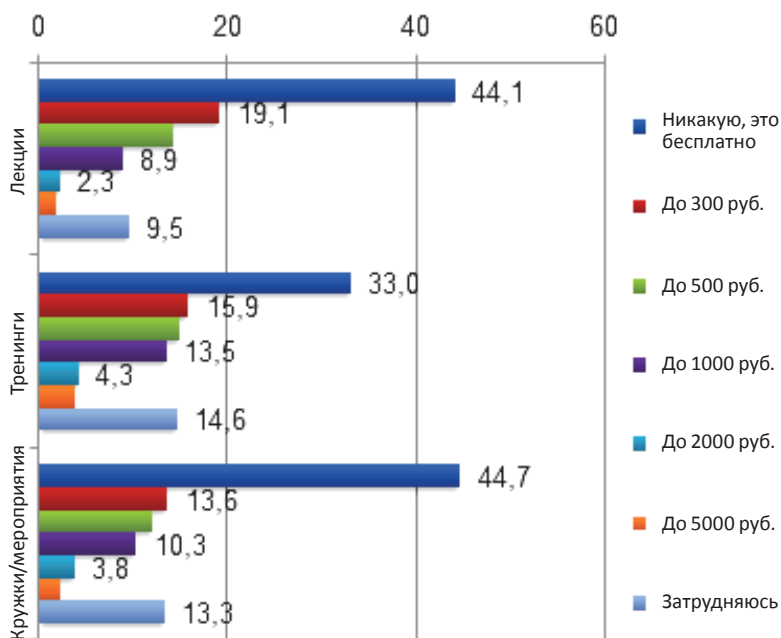


Рис. 10. Готовность платить за просветительские мероприятия (по данным Российского общества «Знание»)

Некоторые из респондентов все же готовы платить до 300–500 рублей за образовательные форматы. При этом формат тренинга ими оценивается выше прочих, видимо, многие вполне четко понимают специфику этого формата: работу куратора, личное внимание, проверку знаний и прочее.

Тем не менее, часть людей затрудняется ответить на поставленные вопросы, что может говорить о том, что люди не готовы платить одну и ту же сумму просто за формат, но авторитетности источника или, возможно, моде на ту или иную тематику сумма оплаты будет пересмотрена.

Московская аудитория тоже придерживается мнения, что просветительские лекции должны быть бесплатными, но многие из опрошенных все же заявили о готовности платить. Это, во-первых, говорит о более высокой платежеспособности именно жителей Москвы, а во-вторых, показывает, как с конкретизацией формата рассматривается возможность финансовых вложений (рис. 11).

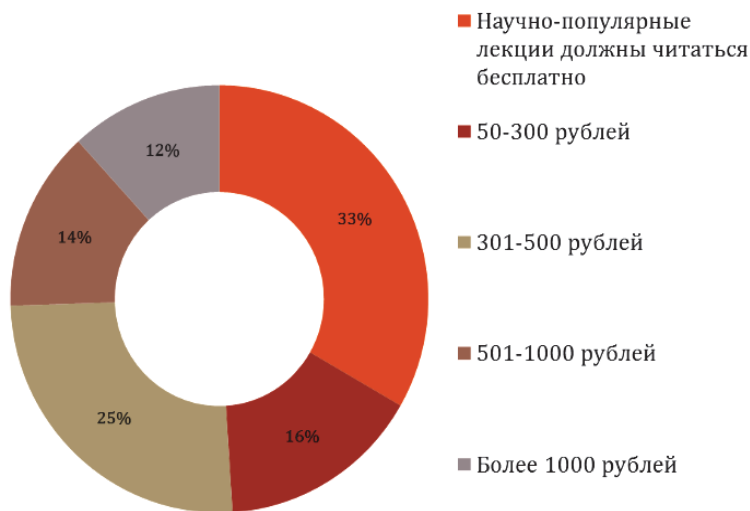


Рис. 11. Готовность платить за просветительские мероприятия (по данным исследования МГУ)

Готовность платить за участие просветительских мероприятий респонденты опроса ВЦИОМ выражают гораздо чаще (рис. 12).

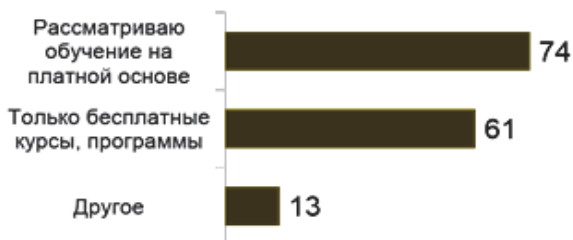


Рис. 12. Готовность платить за просветительские мероприятия (по данным исследования ВЦИОМ), %

Данные показатели связаны с тем, что среди молодого поколения распространены репетиторы, оплата за секции и прочее – то есть формы обучения, которые не принято рассматривать бесплатно, в отличие от лекций.

Проблема платных площадок в том, что их услуги только через посетителя, в то время как услуги телевизионных и интернет-площадок связаны с рекламными сетями и коммерческим партнерством, что освобождает человека от необходимости платить, а также снижает себестоимость проектов за счет отсутствия трат на помещение и обслуживающий персонал. Это становится большим конкурентным преимуществом и привлекает к онлайн-проектам больше участников. В то же время существуют финансируемые государством площадки и имиджевые проекты, которые могут предложить бесплатное участие.

По результатам исследования, проведенного социологами из Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, были выявлены наиболее распространенные виды бесплатных просветительских лекций:

- открытые лекции, лектории, ежегодные мероприятия вузов;
- открытые лекции научно-исследовательских институтов;
- научные гостиные, видеоконтент от фондов;



- лекции в библиотеках;
- интернет-площадки с различными форматами.

При этом трафик Интернет-порталов в разы превышает названные выше способы получения знаний, что говорит о высокой степени внедрения информационно-коммуникационных технологий в повседневную жизнь. Свыше 2 млн пользователей за трехмесячный период привлекают следующие проекты:

- полит.ру ([www.polit.ru](http://www.polit.ru));
- культура.рф ([www.culture.ru](http://www.culture.ru));
- «Теории и практики» ([www.theoryandpractice.ru](http://www.theoryandpractice.ru));
- просветительский проект Arzamas ([www.arzamas.academy](http://www.arzamas.academy));
- «Элементы большой науки» ([www.elementy.ru](http://www.elementy.ru));
- лекторий «Курилка Гутенберга» (социальные сети, YouTube).

Более распространенные, «облегченные» форматы (паблики в социальных сетях с цитатами и научно-популярными фактами, обучение отдельным иностранным словам, уникальные статьи и агрегаторы материалов и др.) собирают более широкую аудиторию, что говорит о повседневном интересе к просветительским темам в современной России: человек подписывается или ради интереса, или ради имиджа в социальных сетях (чтобы в подписках высвечивался «умный паблик»), что говорит о сохранении значимости понятия «образованность», хотя и не говорит ни о качестве контента, представленного на таких площадках, ни о его восприятии аудиторией подписчиков (рис. 13).

В результате масштабного исследования по поводу интернет-портала Российского общества «Знание», были выяснены причины заинтересованности людей в таком формате: 51,3 % опрошенных выбирают Интернет из-за удобства (доступность в любое время, возможность совмещать процесс получения информации с другими делами, использовать ресурсы по наличию свободного времени или настроению), 15,7 % отвечают, что разнообразие тематик на одном сайте имеет значение, 12,3 % видят в этом источник новых знаний, для 10,2 % важна цена и возможность ее дифференциации.



Рис. 13. Число подписчиков просветительских пабликов в социальной сети «ВКонтакте»

Про удобство чаще говорит молодежь, в то время как люди в возрасте старше 45 лет видят в сетевых проектах возможность получить новые знания.

Исследуя новые технологии просветительства, следует задать вопрос: возможно ли организовать бесплатную площадку с разнообразным, качественным контентом без ущерба для ее организаторов? Как показывает практика, такие примеры имеются, кроме того, они пользуются общественной популярностью.

Однако рынок дополнительного образования не стоит на месте. Индустрия образовательных услуг состоит из учреждений, которые обеспечивают обучение по самым различным предметам. Школы, колледжи, университеты, учебные центры, образовательные площадки находятся в частной или государственной собственности. Частные учреждения могут делиться на *коммерческие* и *некоммерческие*. Их количество постоянно увеличивается, следовательно, объемы рынка растут. И несмотря на то что эксперты отмечают лишь зачаточное состояние рынка бизнес-образования<sup>98</sup>, глобализация и понимание человеком того, что ему необходимо оставаться в тренде, осваивать новое ради сохранения карьеры, обозначают весьма светлые перспективы для рынка. Данные перспективы положительны и в отношении глобальных вызовов всей стране, так как всесторонняя грамотность ее населения – один из залогов успешности государства как внутри себя, так и на международной арене.

Рынок EdTech (Educational Technology) в России согласно исследованию российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий Edumarket.digital<sup>99</sup> за 2016 г. оценивался в 1,8 трлн рублей, но в перспективе ближайших лет он перейдет рубеж 2 трлн, при этом идет укрепление частного

---

<sup>98</sup> *Lapidus L., Tarkhanov Il., Razumovskaya E.* Business Education Market In Russia: Current State And Development Outlook // *Procedia. Social and Behavioral science.* – 2015. – Vol. 191. – P. 391-395. – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815026506>

<sup>99</sup> Исследование российского рынка он-лайн образования и образовательных технологий. Нетология, 2018. – Режим доступа: <https://edmarket.digital/#get>

бизнеса и расширение доли онлайн-образования. По прогнозам аналитиков и специалистов отрасли рынок может прибавлять по 17–25 % в год.

Образовательные услуги нецикличны: люди решают повысить свой уровень образования, если экономика идет на спад и растет безработица<sup>100</sup>. При этом некоторые тематические кружки и объединения частично совпадают с трендами в экономике, а некоторые типы платных площадок в значительной степени синхронизируются с глобальным рынком. Эта разнородность позволяет индустрии расти постоянно.

Онлайн-обучение более приспособлено для работающих взрослых, которые предпочитают посещать занятия в вечернее время или в выходные дни, что расширяет аудиторию просветительства. Веб-классы способны генерировать более высокую прибыль, поскольку преподаватели могут одновременно вещать гораздо большему числу студентов, нежели это бывает при классических аудиторных занятиях.

В настоящее время остается довольно большой сегмент населения разных возрастов, который до сих пор не привлечен к дополнительному развитию и не использует технологии просветительства в своей повседневной жизни. Это представляет собой зону работы как для коммерческих, так и для некоммерческих организаций.

Таким образом, различные технологии и форматы просветительства являются весьма востребованными для большей части населения России. Это обусловлено легко диагностируемой среди большинства россиян нехваткой знаний и умений, требующихся для личностной и профессиональной реализации как в повседневной жизни, так и при построении карьеры. Государство, в свою очередь, заинтересовано в том, чтобы интеллектуальный и творческий потенциал его населения неуклонно рос, повышалась конкуренция во всех сферах, росло число людей, которые могут быть привлечены к работе в наиболее важных сферах государственной и обще-

---

<sup>100</sup> *Davalagas I.* Industry Overview: Educational Services / Value Line. – Режим доступа: [http://www.valueline.com/Stocks/Industries/Industry\\_Overview\\_\\_Educational\\_Services.aspx#.WlgElrhnlPZ](http://www.valueline.com/Stocks/Industries/Industry_Overview__Educational_Services.aspx#.WlgElrhnlPZ)

ственной жизни (медицина, фармацевтика, преподавание, IT-технологии, кибернетика, кибербезопасность, оборона, передовые отрасли промышленности и т. д.). Первоочередная сила каждой страны – в ее людях, и те из них, кто будет готов принять вызовы глобальных трендов, смогут положительно влиять на внутреннее и внешнее могущество России. «Симфония» государственных и общественных инициатив в деле образования и просветительства, насыщение повседневности каждого россиянина процессами получения социально полезных знаний и компетенций позволят нивелировать угрозу футурошока, позитивно скажутся на уровне жизни населения и выведут авторитет России на международной арене на принципиально новый уровень.

### 2.3. Ближайшие мультиплицированные группы просветительства: их роль и условия эффективного включения

*Мультиплицирование* в наиболее общем понимании – многократное повторение, усиление, умножение чего-либо. В случае конкретных социальных категорий под *мультиплицированием* может пониматься увеличение их видов, численности, а также более активное включение в те или иные общественные процессы или виды деятельности – в частности, образовательную, научную и просветительскую.

В отечественной научно-педагогической традиции последних лет феномен просветительства изучается с точки зрения его главных социально-педагогических аспектов. В одной из статей, опубликованных в 2018 г., В. Б. Помелов выделил несколько аспектов:

- просветительство связано с *переломными моментами истории* той или иной страны (народа), имеет региональную и этническую специфику;
- предполагает сочетание *мировой и региональной специфики*;
- представляет собой *позитивную общественно значимую деятельность*, которая обычно осуществляется в сложных

социальных условиях (в частности, под давлением внешних обстоятельств, связанных с действиями власти, геополитической обстановкой, состоянием сфер образования, науки, здравоохранения и др.);

– отличается *высокой степенью индивидуализма*, связанного с личностью просветителя, при этом подразумевается наличие последователей и формирование просветительских династий;

– имеет *ярко выраженное высоконравственное содержание* (ассоциируется с добротой, гуманизмом, стремлением к познанию и преобразению мира)<sup>101</sup>.

По мнению социолога К. В. Харченко, просветительство, которое в последнее двадцатилетие отошло на дальний план, необходимо для формирования национальных традиционных ценностей, сохранения государственного суверенитета и национальной идентичности. В этой связи стоит отметить, что личность каждого отдельного просветителя, окруженная ореолом сферы его профессиональной деятельности, может и должна служить образцом высоких человеческих качеств, интеллекта, эрудиции и умения адаптироваться к жестким условиям скоротечно меняющегося мира.

К основным профессиональным категориям, полностью или частично вовлеченным в орбиту просветительства, относятся те, кто преимущественно занят интеллектуальным и творческим трудом, а также работает с «человеческим ресурсом». В первую очередь, это непосредственно ученые, учителя и преподаватели, врачи и работники сферы здравоохранения, деятели культуры и искусства.

Учителей и медиков принято считать представителями так называемых «помогающих профессий» (просоциальных, социономических), то есть тех, в основе которых лежит оказание помощи другому человеку. К ним относятся профессии системы «человек – человек», связанные не только с образованием и здравоохранением, но и с такими сферами, как, бытовой сервис и правовая защита. Одной из важнейших особенностей таких профессий является трудность прогнозирования

---

<sup>101</sup> Помелов В. Б. Просветительство как педагогический феномен // Ярославский педагогический вестник. – 2018. – № 2. – С. 26–31.

и объективного оценивания результата труда, который более полагается в общих представлениях и основывается на тяжело поддающемся измерению конкретном «личностном вкладе», при этом «...средством профессиональной деятельности в этих профессиях выступает сама личность специалиста»<sup>102</sup>.

Исходя из процитированного выше утверждения можно предположить, что личность специалиста одновременно является и инструментом, и материалом, который также подвергается деформации в ходе профессиональной деятельности. Просветительство, основанное на формуле взаимодействия «человек – человек», по сути обладает всеми внутренними механизмами функционирования социэкономических профессий, следовательно, оно весьма сильно зависит от личностного компонента.

Помимо вышеуказанных категорий, перспективным видится привлечение множества других, совершенно разных категорий населения, дифференцированных по половозрастной роли (родители, пенсионеры), а также социальной роли (водители автомобилей, волонтеры) и сферам занятости, связанным с природой и окружающей средой (экологи, фермеры). Выбор данных категорий не случаен, так как представители этих категорий могут принадлежать сразу к нескольким целевым группам – так родитель (задействование в проектах по семейной психологии, развитию института родительства и ответственности) одновременно может водить автомобиль (проекты, направленные на усиление безопасности дорожного движения и информированности граждан о правилах поведения на дороге) и так далее.

Стоит отметить, что все эти категории могут трактоваться как нуждающиеся в просветительстве или самостоятельно занимающиеся просветительской деятельностью (при их обучении и должной подготовке).

В разделе 1.2 утверждалось, что Российское общество «Знание» может взять на себя роль организатора современной, отвечающей всем глобальным трендам просветительской

---

<sup>102</sup> Эннс Е. А. Психологическая характеристика помогающих профессий // Современная психология: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, июнь 2012 г.). – Пермь : Меркурий, 2012. – С. 92–93.

платформы, представляющей внешнеполитические и экономические интересы России с учетом прогнозов на будущее и аккумулирующей положительные усилия государственных, региональных и некоммерческих социально ориентированных организаций. Кроме того, были выявлены те инструменты и механизмы, которые необходимо задействовать для принятия на себя подобной роли. Однако сила любой общественной организации (как и государства в целом) заключается в составляющих ее людях – чем значительнее их количество, чем выше качество подготовки и степень их вовлечения в процесс деятельности, тем более стабильной и солидной будет сама организация.

В рамках масштабного социологического исследования феномена просветительства в современной России в качестве основной была выдвинута гипотеза о том, что Российское общество «Знание» в наши дни сохраняет разветвленную региональную сеть и массовое членство, а внутри его системы сформировалась устойчивая институциональная среда с собственными специфическими ценностными установками и нематериальными стимулами, которая объясняет стабильность организации в условиях кризиса и нехватки финансирования.

В ходе экспертных интервью был поднят вопрос о потенциальной целевой аудитории и наиболее актуальной и просветительской тематике будущих проектов. Мнения экспертов в отношении аудитории разделились на 3 группы:

- 1) все население страны;
- 2) молодежь;
- 3) пенсионеры.

К основным группам, которые должны быть включены в просветительскую деятельность, экспертами были названы родители и дети, школьники и студенты, учителя и преподаватели, профессиональные группы (преимущественно медики), чиновники и политики, общественные активисты, управленцы, военные, рабочие, осужденные и др.

Однако среди всех потенциальных групп просветительства именно учителя и преподаватели ССУЗов и вузов имеют наибольшие ожидания от просветительской организации, так как их непосредственная работа связана с процессом передачи знаний, информации и обучением.



В ходе исследования был устроен онлайн-опрос среди 400 российских учителей и преподавателей возрастом старше 25 лет, касающийся их мотивации вступления в качестве членов в просветительскую организацию. География опроса весьма широка – Кострома, Санкт-Петербург, Пермь, Саратов, Иркутск, Хабаровск, Москва, Иваново. Женщины составили 91,1 % опрошенных, мужчины – 8,9 %. По возрасту состав респондентов распределился следующим образом:

- 25–34 года – 45,5 %;
- 35–44 года – 19,5 %;
- 45–60 лет – 30,9 %;
- старше 60 лет – 4,1 %.

Среди всех опрошенных 87 % работает в сфере общего образования (учителя), 13 % – в сфере высшего образования (преподаватели вузов).

Данный опрос представляет особый интерес в связи тем, что его участники могут быть как просвещаемыми, так и просветителями. И при этом от качества их пребывания в первом статусе зависит их эффективность и успешность во втором.

Опрос выявил высокую степень потребности в знаниях среди учителей и преподавателей: недостаточный уровень собственных знаний, умений и навыков отметили практически 75 % респондентов. При этом их интересует весьма широкий перечень тем. Наиболее востребованными оказались учебно-методические материалы (17,9 %) и вопросы общего просвещения (15,4 %). В числе наиболее популярных тем:

- информационные технологии (8,9 %);
- психология общения (8,1 %);
- узкопрофессиональные темы (7,3 %);
- иностранный язык (английский) (6,5 %);
- специальные знания для работы с детьми с ограниченными возможностями и учениками, нуждающимися в коррекции (6,5 %);
- творчество (4,1 %);
- история (3,3 %);
- управление в сфере образования (3,3 %);
- мастер-классы по hand-made (3,3 %).

Некоторые респонденты показали заинтересованность в получении знаний по менеджменту, туризму, духовно-нравственному образованию, актерскому искусству, удаленной работе и работе с системой государственных закупок (каждый показатель менее 3 %).

Матрица, предложенная П. О. Лукшей, легла в основу модели классификации знаний и просветительских тематик в условиях глобализации и ускорения темпа повседневной жизни. Всего матрица выделяет 3 основных направления, в каждом из которых предусмотрены подтемы:

1. *Личное благосостояние, развитие и здоровье* (направление заинтересовало 87,8 % опрошенных):

- личная эффективность (26,8 %);
- финансовая грамотность (26,8 %);
- семейная психология и психология отношений (23,6 %);

- иностранные языки (22,8 %);
- тайм-менеджмент (20,3 %);
- воспитание и развитие детей (20,3 %);
- профориентация детей (17,9 %).

2. *Глобальные процессы, общемировые вопросы, будущее* (82,1 %):

- культура (42,3 %);
- отечественная история (38,2 %);
- краеведение (26,0 %);
- молодежные субкультуры (23,6 %);
- медиаграмотность (22,8 %);
- религии (18,7 %);
- экология и международная обстановка (13,8 %).

3. *Научные и технические новинки* (78,9 %):

- инновации в медицине и здравоохранении (27,6 %);
- робототехника (26,0 %);
- освоение космоса (23,6 %);
- криптовалюты (17,1 %);
- альтернативные источники энергии (16,3 %);
- агротехнологии (4,9 %).

Около 5 % опрошенных указали собственные темы – технологические инновации в образовании, новые технологии и форматы подачи информации, обучение основам

видеомонтажа, отечественная автомобильная промышленность и так далее.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что современные учителя и преподаватели нуждаются в повышении собственного профессионального и личностного уровня достаточно правильно определяют те направления, которые помогут им справиться с требованиями к подготовке и квалификации специалиста в ближайшем будущем. Основой является желание персонального роста вкупе с овладением знаниями и навыками, которые могут пригодиться в работе и общественной жизни. Весьма востребованными являются сугубо профессиональные темы, связанные с преподавательской деятельностью. При этом, стремление к личностному росту и повышению качества жизни, а также развитию навыков и компетенций, которые будут актуальны уже совсем в скором времени, напрямую перекликается с национальными интересами и приоритетами России.

Мнения экспертов по данному вопросу разделились, в числе наиболее важных и перспективных ими были названы такие темы, как патриотизм и духовно-нравственное воспитание, семья и воспитание детей (в также семейная и детская психология), медиаграмотность, юридическая и электоральная грамотность, здравоохранение и половое воспитание, подготовка населения к технологическим и цифровым инновациям, а также общенаучные вопросы и темы, касающиеся истории и культуры.

Предложения по многим из вышеуказанных направлений для обучения можно в изобилии найти на современном рынке образовательных и информационных услуг: курсы компьютерной и юридической грамотности, тренинги личностного роста, занятия по семейной психологии и тому подобное. В то же время ощущается явный недостаток просветительских проектов по менее популярным, но все же востребованным направлениям: духовно-нравственному развитию, творчеству, медиаграмотности. Нехватка проектов по направлениям, непосредственно связанным с навыками будущего (кибернетика и кибербезопасность, робототехника, инновационные технологии в медицине, образовании,

экономике и управлении), напрямую связана с опасностью футурошока.

Однако результаты социологических исследований показывают, что эти направления должны быть задействованы как можно скорее и мультиплицирование основных групп просветительства позволит достичь положительных результатов в кратчайшие сроки.

Для того чтобы определить условия эффективного включения вышеозначенных групп в просветительскую деятельность, необходимо выявить их мотивацию и обнаружить значимые причины вступления в общероссийскую просветительскую организацию. Необходимо также оценить и обратные факторы, которые тормозят ее активности и рост численности.

Первым возникает вопрос о необходимости самого членства в организации. Некоторые эксперты сошлись во мнении, что оно не является обязательным, так как у организации на настоящем этапе нет центральной ярко выраженной цели. Прозвучало утверждение о том, что должны быть понятны стратегические и тактические задачи Общества, а членство в ней должно быть связано с перспективой будущих возможностей «встроиться в систему»<sup>103</sup>. Другое утверждение связано с необходимостью присвоение участнику почетного статуса как признания вклада в организацию, оно должно ассоциироваться с доступом к передовым научно-техническим и гуманитарным знаниям<sup>104</sup>. Массовое же участие (членство) может иметь место только при наличии мощной маркетинговой поддержки и сильной внутриорганизационной культуры (см. раздел 3.2.). При этом должны иметь место государственный заказ на просветительство и его коммерческая поддержка, так как «... просто быть членом общества «Знание» и ничего не делать – нет в этом смысла»<sup>105</sup>.

Престижность членства помогает найти ключ к решению второго вопроса – материального. Согласно опросу

---

<sup>103</sup> Феномен просветительства в современной России: отчет по результатам социологического исследования в рамках проекта. – Рос. о-во «Знание», 2017. – С. 174.

<sup>104</sup> Там же. – С. 283.

<sup>105</sup> Там же. – С. 252.

учителей и преподавателей вузов, лишь малая часть из них готова платить членские взносы. Те, кто согласны на взносы, подразумевают их минимальный характер, так как уровень дохода данной профессиональной категории в целом по стране не может быть отнесен к разряду высоких.

Членство без денежных взносов может быть разрешено тем, кто вносит свой вклад в общество, работает на его благо<sup>106</sup>. Членство в просветительской организации может позиционироваться как принятие участие в «другой», особенной жизни<sup>107</sup>. Эта жизнь, которая протекает в насыщенном полезной информацией поле, с каждым годом будет все более и более востребованной среди растущего количества общественных и профессиональных групп людей.

П. О. Лукша в этой связи отметил: «Потребность в том, чем занимается «Знание», высока. Люди хотят понимать, как им адаптироваться в меняющемся мире, и понимать, что делать в связи с тем, что мир изменился. Люди хотят быть не только информированными, но и обучаться, иметь коллективные практики. Нужно использовать готовые ресурсы». Одним из вариантов членства был назван достаточно современный формат крауд-платформ, когда оно связано с реальной активностью человека и он получает баллы и привилегии не за деньги или имеющиеся у него звания и регалии, а за деятельность, направленную на благо Общества.

Идеальный формат Общества – это организация, которая существует за государственные, спонсорские и партнерские средства, при этом членство в ней является добровольным<sup>108</sup>.

Мотивация вступления в просветительскую организацию напрямую связана с мироощущением ее потенциальных членов, их жизненным настроем и эмоциональным состоянием. Так, учителя и преподаватели относятся к числу профессий, требующих постоянной концентрации, стремления к саморазвитию и высокой стрессоустойчивости. При всем

---

<sup>106</sup> Феномен просветительства в современной России: отчет по результатам социологического исследования в рамках проекта. – Рос. о-во «Знание», 2017. – С. 201.

<sup>107</sup> Там же. – С. 182.

<sup>108</sup> Там же. – С. 199.

этом, как отмечалось выше, уровень их доходов чаще всего является низким или средним, и, чтобы его увеличить, им приходится брать на себя дополнительную работу – вести репетиторство, курсы, писать и разрабатывать материалы за деньги. То же можно сказать и о медиках. Многие врачи имеют подработки в частных клиниках или же выезжают на дом за отдельную плату. Далекое не секрет, что в кругах преподавателей и медиков не искоренена коррупция, преимущественно бытовая.

Как показал опрос, учителя и преподаватели в большинстве своем имеют положительный настрой на жизнь, они желают развиваться, достигать большего, верят в людей. При этом многие из них разделяют надежду на лучшее с тревогой за свое будущее, так как в их профессии нет положительных динамических изменений: не повышается оценка роли преподавателя в обществе, не растет заработная плата, некоторые ученики и родители относятся к ним как к «обслуживающему персоналу». Далекое не все довольны государственной политикой в сфере образования, ее текущим состоянием. Общим лейтмотивом настроения работников сферы образования является ожидание скорых перемен и появления новых требований к их профессии, следствием чего является возникающее у них стремление решать проблемы и преодолевать трудности прямо здесь и сейчас. В целом, настрой можно охарактеризовать как позитивный с долей сомнений и опаски.

Наибольший отклик во время проведения опроса вызвал вопрос о тех трудностях, с которыми учителя и преподаватели сталкиваются в своей повседневной работе. Если систематизировать полученную в ответах информацию и выделить наиболее общие ответы, то они будут выглядеть следующим образом:

- обилие бумажной работы и работы за компьютером (параллельное ведение классных и интернет-журналов, написание программ, заполнение большого количества форм отчетности и т. д.);

- недостаток времени (наличие дополнительных неоплачиваемых часов, множественные замены, необходимость брать работу домой);

- низкое качество учебников, узкая база дополнительных средств обучения;
- проблемы со школьной компьютерной и оргтехникой (устаревание, низкая скорость работы), а также с Интернетом;
- снижение мотивации обучающихся;
- стресс от общения со школьниками и родителями (множество жалоб в администрацию школы и контролирующие органы, видеофиксация и последующая публикация действий педагога, «невменяемость» родителей, связанная с переоценкой способностей своих детей и верой в их полную непогрешимость, отмена классов коррекции и необходимость совместно учить способных и сильно отстающих детей);
- непонимание проблем педагогического коллектива школьной администрацией, намеренное увеличение нагрузок и применение «кнута» вместо поощрения;
- напряженные отношения в рабочем коллективе – нехватка кадров, борьба за часы, сплетни и доносы и т. д.
- несоответствующая прилагаемым усилиям и затрачиваемому времени заработная плата (ключевая проблема).

Как итог – снижение мотивации педагогов к качественному осуществлению своей профессиональной деятельности и «эмоциональное выгорание», которому чаще всего подвержены учителя и преподаватели в возрасте 30–40 лет и старше. К этому времени они уже имеют за плечами солидный опыт педагогической деятельности, а все их надежды на успешную карьеру, авторитет и материальную обеспеченность разбиваются о заостренные камни означенных выше самими проблем профессии. Копится усталость, любовь к обучающимся сменяется непониманием и отчуждением, все чаще проявляется интроверсия. Стресс, постоянная загруженность, конфликты с учениками, родителями и внутри коллектива приводят к желанию полностью абстрагироваться от своей деятельности и выполнять ее механически либо вообще сменить сферу работы. Учителя, как представители гуманитарных профессий, очень часто подвержены перфекционизму, и страх признать себя несовершенным довлеет над ними не меньше, чем усталость и чувство недооценки со стороны общества.

Все эти факторы негативно влияют на желание работников образования развиваться, повышать собственный уровень знаний, умений и навыков. Вовлечение в просветительство может восприниматься ими равнодушно или даже негативно с двух точек зрения:

1) *в качестве просветителей*: дополнительная нагрузка при небольшой оплате, сокращение времени на отдых и личные дела, бесперспективность данной деятельности для карьерного и финансового роста;

2) *в качестве просвещаемых*: обременение лишними знаниями и посторонней информацией, которая может и не пригодиться в работе или жизни, напрасная трата времени, дополнительные финансовые затраты.

Однако есть и позитивный момент для включения педагогов в просветительскую деятельность. Многие учителя и преподаватели считают свою жизнь общественно полезной деятельностью, активно принимают участие в общественных акциях и мероприятиях. Формы участия возможны разные: помощь бездомным животным, уборка и благоустройство городских территорий в рамках экологических акций, субботников и митингов, сбор вещей для нуждающихся и работа в центрах социальной поддержки (детские дома, приюты, геронтологические центры), донорство, помощь в возрождении историко-культурных традиций.

Кроме того, ряд видов осуществляемой ими общественно полезной деятельности по сути тесно связан с просветительством: организация бесплатных семинаров и мастер-классов для детей, внеаудиторная работа с учениками и студентами (экскурсии, туристические поездки, выходы на светские мероприятия) и др. В связи с этим их отношение к просветительству в целом трактуется как положительное, они видят в нем работу по донесению населению социально значимой информации, передачу знаний и опыта, работу с моралью и нравственностью, формирование приемлемой для общества модели поведения. Так, волгоградские преподаватели дали этому феномену емкое и простое понятие: «Смысл просвещения в том, что можно бытовым языком объяснить какие-то важные вещи».



Что касается востребованности просветительства, то здесь мнения разделились. В частности, было высказано мнение о том, что оно нужно «только по мере надобности», а также прозвучало утверждение о том, что эта деятельность, как и любая другая, должна быть оплачиваемой. Некоторые участники опроса заявили, что в настоящее время наблюдается минимальный интерес к просветительству. Многие вообще не смогли дать четкий ответ на поставленный вопрос, уходя в отвлеченные суждения об образовании и модели современного человека в целом.

В связи с вышесказанным встает вопрос о том, чем общественно-просветительская организация может помочь в решении проблем педагогов. Если рассматривать их в качестве просвещаемых, то она способна содействовать повышению авторитета и социальной значимости их деятельности, способна информировать учителей и преподавателей об их правах и обязанностях, помогать функционированию служб примирения в школах и вузах. Она должна защищать своих членов, помогать им ориентироваться в мире и профсреде. Организация также может брать на себя функции повышения профессиональной квалификации педагогов, усиливая качество их общеметодической и предметной подготовки.

Что касается мотивов вступления в подобную организацию, то здесь респондентами были означены следующие позиции:

- денежное вознаграждение;
- помощь улучшению текущей ситуации в обществе и стране;
- возможность для удовлетворения личных амбиций, получения новых знаний, самореализации;
- участие в законодательных инициативах, возможность лоббирования своих интересов перед властью и администрацией;
- моральная и духовная поддержка, возможность общаться с новыми людьми.

В качестве демотивирующих факторов были обозначены формализм, бездеятельность, неэффективность, отсутствие результата, номинальный характер существования организации.

Если же говорить о педагогах как о *просветителях*, то Обществу «Знание» необходимо разработать конкретную концепцию их привлечения к просветительской деятельности:

- определить виды, формы, сроки обучения, его финансовую основу (платную или безвозмездную);

- разработать актуальные и перспективные просветительские программы, к которым могут быть привлечены педагоги (исходя из государственных и общественных интересов);

- разработать и внедрить механизмы, которые сделают данную деятельность перспективной с финансовой и карьерной точек зрения;

- выделить главные мотивационные факторы (просветительская деятельность как дополнительный заработок, престижный пункт в резюме, возможность повышения авторитета и собственной социальной значимости).

Подобная концепция должна быть составлена для каждой отдельной группы просветительства – для медиков, юристов, деятелей культуры и искусства, автомобилистов, учащихся, пенсионеров, экологов и так далее. Основой получения сведений для составления концепции, могут стать данные опросов, аналогичных тем, что провело Российское общество «Знание» среди учителей и преподавателей в 2017 г. Следующим шагом может стать разработка обобщенной концепции работы, учитывающей основные особенности разных групп обучающихся. Благодаря этому просветительство станет более целенаправленным, вырастет его аудитория (мультиплицирование групп просвещаемых и просветителей), повысится эффективность проводимых мероприятий.

### **3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СВЕТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ**

---

#### **3.1. Метаметодология в контексте проектирования просветительских мероприятий**

Проектирование мероприятий представляет собой стратегический подход к построению концепции и ее непосредственной реализации, учитывающей максимальное количество факторов, определяющих цели, задачи, содержание, целевую аудиторию, хронологическую продолжительность, бюджет, качественную и количественную эффективность.

При проектировании просветительских мероприятий должна полностью учитываться их специфика, которая связана с формированием у целевой аудитории определенных познавательных, информационных, научных, профессиональных, творческих компетенций и потенциалов и удовлетворением соответствующих им потребностей. Для того чтобы содержание и форма организации просветительских проектов и программ находились в полном соответствии с их целями и прогнозируемыми результатами, необходимо выбрать и применить грамотный и обоснованный методологический подход к разработке этих проектов и программ. Подобные мероприятия несут в себе ярко выраженную тематическую направленность и включают в себя элементы познавательных, мыслительных, деятельностных, игровых и творческих процессов. Ряд проектов строится на элементах позитивной пропаганды и агитации (в частности, за здоровый образ жизни, безопасность на дорогах, ответственное родительство).

Современные форматы просветительства подразумевают собой уход от традиционных лекционных форм, двигаясь

в сторону геймификации и погружения. В основу проектирования современных просветительских мероприятий, которые будут отвечать требованиям настоящего и будущего и привлекут значительную целевую аудиторию, может быть положена методология, выработанная выдающимся советским ученым Г. П. Щедровицким (1929–1994 гг.).

Его методологическая школа представляет собой комплексное явление, включающее в себя теорию и практику с точки зрения непосредственной деятельности. Практика тесно связана с игровыми технологиями, которые формируют новый взгляд на процесс мышления, позволяют оценить окружающую действительность с принципиально иной стороны. Зародившаяся в советский период методология Щедровицкого сохранила свою актуальность и по сей день, кроме того, с активным распространением информационных и коммуникационных технологий, цифровизацией и сетизацией повседневной жизни, рынков и производств она приобретает принципиально новые пути развития и прикладного применения.

Основа теоретических построений школы Щедровицкого заключается в положении о том, что человек может безгранично конструировать и менять мир и людей вокруг себя, а также меняться сам. С точки зрения просветительства эта мысль может быть принята в качестве основополагающей, так как его целью является положительное изменение мира, общества, личности и информационного поля.

Государственная политика в сфере науки, образования и просвещения базируется на законодательных инициативах и реформаторских устремлениях, когда замена устаревшей или нерабочей детали в механизме, смена режима его работы и так далее гипотетически могут сиюминутно изменить текущую ситуацию в той или иной отрасли общественно-политической, экономической и культурной жизни. Конструктивизм в данном случае является доминантной идеей всех социальных преобразований. Однако позиции конструктивизма в самых монолитных и жестких видах не могут быть признаны панацеей от всех бед. Без учета реальных обстоятельств

и прогнозирования последствий на основе анализа всех текущих и будущих показателей и свойств среды, конструктивные изменения и дополнения могут оказаться просто напрасными – механизм отлажен, в теории он стал лучше, однако условия, в которых он будет функционировать, уже сменились и будут меняться в будущем, следовательно, понадобятся новые корректировки и усовершенствования. Таким образом, любая политическая воля или же общественный импульс могут быть мощными и правильными с виду, но совершенно «пустыми» и неэффективными по сути своего действия и приносимой государству и обществу пользе. Именно в этом контексте особую важность приобретает привлечение к просветительству визионеров, способных приоткрыть завесу будущего, но не в эзотерическом и мистическом смыслах, а с точки зрения реальных изменений окружающей действительности.

Следует остановиться на теоретических построениях методологической школы Г.П. Щедровицкого более подробно и выделить те из них, которые могут активно и успешно использоваться при проектировании просветительских мероприятий.

Щедровицкий называл свою теорию системомыследательностной (СМД) методологией, считая, что действительность должна полагаться в практической форме (деятельность), а не как абстрактный объект. То есть в своей методологической иерархии он первое место отдавал действию, а второе – знанию. Наука сама по себе абстрактна и мало конкретна, она представляет некое усредненное, «идеальное» знание, которое практически не связано с реальным воплощением изучаемого объекта. Но актуальное знание всегда должно соотноситься с конкретной ситуацией. Отсюда вытекает последовательность мыслительных операций, необходимых для решения реально имеющейся, а не искусственно созданной проблемы:

1) концентрация внимания на объективно существующей проблеме;

2) описание проблемы на основе теоретических положений и методологических основ уже существующего знания, имеющего неоднородный характер;

3) принятие полученных знаний о ситуации в качестве ее проекции, перевод реальной ситуации в ее идеальную модель;

4) работа с проекцией ситуации как с моделью, которая должна быть подвергнута конструктивным и сущностным изменениям, корректировкам, дополнениям; конфигурирование модели изменений, «формование» ситуации.

5) конвертация разнородных знаний о ситуации в единое знание на основе междисциплинарного подхода (синтез знания);

6) составление плана будущих действий по преобразованию ситуации, выявление специфических знаний для ее преобразования;

7) осуществление направленных действий для разрешения проблемной ситуации.

В контексте исследования отметим, что именно просветительство как вид преобразовательной деятельности может быть направлено в русло решения проблемной ситуации, сложившейся в государстве, обществе или же их отдельном сегменте. Однако на таком уровне любая проблемная ситуация подразумевает необходимость применения к ее решению совокупности знаний из разных научных сфер, то есть при проектировании просветительских мероприятий должен быть разрушен теоретический, методологический и смысловой барьер между этими сферами. Например, если говорить о просветительстве, направленном на борьбу с коррупцией, необходимо синтезировать знания из истории, психологии, социологии, экономики, юриспруденции, а также непосредственно из той сферы, в которой эта коррупция процветает (так, для борьбы с коррупцией в сфере здравоохранения необходимо обладать знаниями из области медицины).

При этом большинство ученых и исследователей предпочитает работать исключительно в рамках собственных научных дисциплин, а знания из других областей привлекаются ими лишь опосредованно. Смешивание знаний в современном дискурсе зачастую выдается за попытку создания псевдонауки.

Щедровицкий считал, что ученые разделены в своей работе различием не столько в предметных представлениях,

сколько в методологических подходах, методах и средствах мыслительной работы. В связи с этим он выделил 2 основных подхода в исследовании и познании – натуралистический и системодетельностный.

Ученый, работающий на основе *натуралистического подхода*, берет уже имеющийся объект и применяет к нему определенную логикой своего предмета совокупность исследовательских методов и операций, которые позволяют ему вычленить знания об этом объекте, то есть он чертит образ объекта, используя заранее заданный трафарет, минуя вопросы о природе этого объекта и, по сути, упрощая его. Щедровицкий признает логичность данного подхода и не оспаривает право на его существование, отмечая, что он существует уже более 400 лет и именно благодаря ему человечество получило большинство имеющихся научных знаний.

Для решения проблемы синтеза адекватного междисциплинарного научного знания, отвечающего логике и законам каждой из наук, может быть применен выработанный Г. П. Щедровицким *системомыследеятельный подход*. Данный подход подразумевает, что окружающий мир не разделен на автономии и все границы и деления на самом деле весьма условны. Мир функционирует как система, где важен каждый отдельно взятый компонент, однако все эти компоненты при этом неразрывно связаны, а их взаимодействие в основе своей носит синергетический характер. Глобальные проблемы не могут быть решены силами одной науки, их решение требует взаимодействия множества наук и носителей научного знания<sup>109</sup>.

Системодетельностный подход основан не на противостоянии «субъект (ученый) – объект (предмет изучения)», а на самих системах мышления и деятельности, задающих форму организации исследовательской деятельности. Объект мыследеятельности включен в саму мыследеятельность, является ее элементом. Знания (представления) об этом объекте и сам объект как некая система определяются не толь-

---

<sup>109</sup> Щедровицкий Г. П. Принципы и общая схема методологической организации системно-структурных исследований и разработок // Системные исследования. М., 1981.

ко природой его происхождения, свойствами материала и т. д., но и методами человеческого мышления и деятельности. Таким образом, любой научный прорыв будет связан с пересмотром собственной мыследеятельности, а не уже имеющихся научных шаблонов и теоретических конструкций. Перестройка мышления позволит по-новому посмотреть на мир, общество, конкретного взятого человека, позволит обнаружить новые инструменты для самоанализа.

Следовательно, учитывая преобразовательный характер просветительства, проектирование мероприятий, соответствующих национальным приоритетам, отвечающих глобальным вызовам страны, нацеленных на формирование «человека и сотрудника будущего», должно базироваться не на уже имеющихся методологических основах (когда существующие знания о предмете даются в готовом виде – в виде лекции или семинара), а на смене форматов мыслительной и познавательной деятельности, на погружении аудитории в проблему.

Понятийно-категориальный аппарат, которым оперирует методологическая школа Щедровицкого, включает в себя такие понятия, как *мышление, логика схем, языковая игра, рефлексия, понимание и проектирование*.

*Мышление* – непосредственный процесс работы с абстракцией на основе всех наук и их методологий, которые имеют отношение к конкретной ситуации.

Переход от абстрактного к конкретному обуславливается *логикой* схем (символическим конструктом), продолжающей мышление и являющейся идеальной, так как она позволяет визуально отображать динамично развивающиеся объекты и ситуации.

*Языковая игра* является ключевым звеном системомыследеятельностного подхода, так как именно споры и бурные дискуссии помогают найти правильные аргументы, согласующиеся с накопленным массивом знаний о ситуации, и, что самое важное, отсекают лишние, противоречащие ему.

*Рефлексия* дает возможность самооценки, выделения себя из общественной среды, формирования уникальной позиции. Групповой характер решения ситуация подразумевает



необходимость в сильной личной позиции каждого члена коллектива, именно рефлексия является лучшим средством против чрезмерного коллективизма, не позволяющего оценить изучаемый объект со всех сторон и изучить все точки зрения на решаемую проблему.

В итоге все приходит к *пониманию* проблемы, ее полному восстановлению и отображению, после чего становится возможен переход к *проектированию*, в ходе которого анализируются все имеющиеся возможности и пути решения проблемы и отсеиваются неактуальные и устаревшие. Формируется программа деятельности, которая и позволит решить проблему и получить желаемый итог.

По Г. П. Щедровицкому, мышление выступает и объектом изучения, и инструментом жизни, работы и творчества, то есть методология его изучения в подобном контексте получает приставку «мета». Метаметодология одновременно и применяется к той или иной области знания, и сама подлежит изучению.

Мышление как процесс также подлежит теоретическому описанию, моделированию. Анализируются не итоги мышления, а сама мыслительная деятельность. Полученные в ходе анализа знания могут быть использованы в качестве средств научной методологии как при работе в рамках отдельно взятой науки и научном синтезе, так и при построении новых наук. Для выстраивания методологии необходим анализ мышления в историческом разрезе, детализация этапов и выявление логики его зарождения и развития.

Щедровицкий считал, что системомыследеятельность неразрывно связана с педагогикой, однако тогдашнее состояние педагогической мысли и науки его не удовлетворяло. Он видел необходимость более глубокого обращения к философии в целом и человеческой психологии в частности, исповедовал коллективные формы деятельности и ее сугубо практическую направленность.

Ученому удалось собрать так называемый «клуб методологов» – интеллектуальную группу, объединившую активных и деятельных единомышленников. Клуб существовал в виде

сообщества организационно-деятельностных игр, сочетавших в себе свойства учебно-деловых игр и методологических изысканий. Сегодня именно геймификации считается одним из ведущих трендов в сфере передаче знаний и информации, а также в индустрии развлечений.

Имея в виду геймификацию, сейчас можно с уверенностью говорить о том, что взгляд Щедровицкого в будущее был ясным и обоснованным. Так, Олег Чумаков, основатель компании «Luden.io», выпускающей экспериментальные образовательные игры-тренажеры, в одном из интервью (2018 г.) заявил о том, что «... игры имеют гораздо большее предназначение, чем просто развлекать. <...> Эволюционно игры – это самая естественная форма обучения. Причем игра – это интерактивная симуляция, то есть опыт без каких-то серьезных последствий для здоровья, жизни или бюджета... <...> Игры, которые чему-то учат человека – это в целом идея, конечно, не новая. Более того, игры так и появились – из процесса обучения и подготовки детей к взрослой жизни»<sup>110</sup>. Игра – деятельность, осуществляемая в вымышленной или виртуальной среде и позволяющая задействовать один из самых важных и эффективных элементов процесса обучения – погружение. Игра ассоциируется с легкостью, развлечением, приятным проведением времени. Просветительские проекты, в основу которых заложен элемент геймификации, могут собирать значительную аудиторию и иметь гораздо больший эффект, нежели традиционные «классно-урочные занятия».

Метаметодология проектирования просветительских мероприятий базируется на идее Щедровицкого о двойственном характере мышления – одновременного инструмента научной работы и объекта изучения. Конструирование просветительских проектов также должно подразумевать эту двойственность: изучается среда, информационное поле, целевая аудитория, наполняется содержание, определяются формы работы, и при этом параллельно анализируется сама

---

<sup>110</sup> «Дети хотят в это играть, и родители хотят, чтобы они в это играли»: интервью с О. Чумаковым // Republic. – 2018. - 13 июня. – Режим доступа: <https://republic.ru/posts/91078> (дата обращения: 25.09.2018).

просветительская деятельность как процесс целенаправленного воздействия на отдельную личность, группу людей, общество в целом. Такой подход дает возможность повысить эффективность подобных мероприятий, направленных на формирование научного мировоззрения у российских граждан, а их итоги и результаты будут представлять собой некий синтез научных знаний и опыта («метатеорию»), эти знания и опыт будут аккумулироваться, систематизироваться, развиваться и применяться при дальнейшем проектировании.

Просветительские проекты разрабатываются в качестве комплекса программных документов и мероприятий, направленных на реализацию государственных и региональных программ просветительской деятельности. Выделяются 3 вида просветительских проектов, различающихся:

1) по тематике (развивают отдельное направление из списка наиболее актуальных для государства и общества);

2) по территориальному признаку (реализуются в рамках определенной географической зоны);

3) по целевой аудитории (направленные на работу с конкретной социальной или профессиональной группой: учителя, медики, деятели культуры и искусства, автомобилисты, безработные, учащиеся, пенсионеры и т. д.).

Некоторые проекты могут обладать признаками всех трех типов, например условный проект «Антикоррупционное просвещение среди врачей и работников сферы здравоохранения Московской области» имеет и тематическую заданность (коррупция), и конкретную целевую аудиторию (врачи), и географическую привязку (Московская область).

Проекты реализуются через организацию и проведение мероприятий (лектории, семинары, квесты, интеллектуальные игры и так далее), то есть происходит реализация целей и задач просветительской программы путем осуществления комплекса последовательных организационных действий. Проектирование просветительской программы должно на всех этапах согласовываться с логикой и законами той проблемы, на решение которой она направлена, ориентироваться на социальные задачи просветительства,

а также на глобальные и локальные потребности государства и общества.

Сильный элемент педагогики, который включен в просветительство как таковое, позволяет считать теорию Щедровицкого подходящей методологической платформой для проектирования просветительских мероприятий.

В образовании деятельностный подход считается одним из самых эффективных с точки зрения преодоления проблемы репродуктивных знаний. Репродуктивные знания – это знания конкретных имен, дат, формул, идиом, которые необходимо просто выучить и воспроизвести. Однако воспользоваться ими при решении какой-либо задачи или проблемной ситуации в реальности весьма сложно: обучаемому обычно не хватает практики применения, особенно в нестандартных условиях, требующих мышления и анализа. В связи с этим уместно оценивать уровень образования с точки зрения имеющихся у человека знаний, которые позволяют ему решать жизненные, учебные, научные и творческие задачи в текущий момент, систематизировать, интерпретировать и конвертировать солидные объемы информации. Проще говоря, возникает потребность в знаниях о том, как применять знания, эта потребность связана с такими понятиями, как самоопределение и самореализация личности.

Учителя и преподаватели в последние годы постоянно говорят о необходимости смены вектора развития отечественной системы образования. Обучающиеся в первую очередь должны получать не отвлеченные знания, а конкретные практические умения. Образовательный процесс должен формировать компетенции, ключевая из которых – умение самостоятельно преобразовывать информацию в готовое знание и, что наиболее важно, применять это знание на практике. В педагогической традиции последних двух десятилетий компетенция рассматривается как возможность установления связи между отвлеченным знанием и действительной ситуацией. «Компетентный человек, считает Ю. В. Трофименко, – это сформированная личность, способная брать на себя ответственность в различных ситуациях, готовая расширять

границы своих знаний и совершенствовать их. Компетенцию рассматривают как возможность установления связи между знанием и ситуацией или как способность обнаружить знания и предпринимать действия, подходящие для решения проблемы, в конкретных условиях ее реализации. Компетенция включает мобилизацию знаний, умений и поведенческих отношений, ориентированных на условия конкретной деятельности, поэтому компетенция может быть определена только как определенная сумма знаний и умений, проявляющихся в определенных обстоятельствах. Быть компетентным означает уметь применить в данной ситуации полученные знания и опыт»<sup>111</sup>.

Подобная трактовка весьма тесно связана с методологической позицией Г. П. Щедровицкого в части применения междисциплинарного подхода и синтеза научных знаний для решения отдельно взятой проблемной ситуации. Во главу угла встает освоение новых видов исследовательской, поисковой, конструкторской и творческой деятельности. Важные элементы – социализация, саморазвитие, формирование ценностной системы, навыков прогнозирования.

Процесс обучения строится на деятельностном аспекте – деятельности вообще (действия, направленные на решение проблемы) и коммуникационной деятельности в качестве способа социализации и освоения общественных норм. Взаимодействие между педагогом и обучающимися и обучающихся между собой представляет собой процесс решения проблемных ситуаций.

Впервые концепция обучения через деятельность была сформулирована американским ученым Джоном Дьюи более столетия назад. В отечественной педагогической практике деятельностный подход получил развитие в работах А. Н. Леонтьева, Л. С. Выготского, В. В. Давыдова и др., со временем оформившись в некую философскую систему, методологически ограниченную принципами школы Г. П. Щедровицкого.

---

<sup>111</sup> Трофименко Ю. В. Развитие ключевых компетенций в процессе формирования математических понятий начальной школы // Вестник Таганрогского гос. педагог. ин-та. – 2007. – № 1. – С. 96–100.

Обучающемуся отводится роль самостоятельного звена, лично определяющего характеристики своей жизнедеятельности. В современном понимании деятельностный подход «...предполагает направленность всех педагогических мер на организацию интенсивной, постоянно усложняющейся деятельности, ибо только через собственную деятельность человек усваивает науку и культуру, способы познания и преобразования мира, формирует и совершенствует личностные качества»<sup>112</sup>.

В контексте просветительства реализация деятельностного подхода приобретает специфические черты, связанные с тем, что школы и вузы до сих пор стараются дать наиболее общие, усредненные знания, а те учителя и преподаватели, которые пытаются в своей работе отойти от традиционных норм и догм образования, скорее являются исключением, нежели правилом, а их труд приравнивается к подвижничеству. Просветителям приходится работать с аудиторией, обладающей как раз такими знаниями, при этом просветительские проекты в большинстве своем характеризуются узкой тематической направленностью, имеют точечное влияние на развитие личности, ее компетенций, расширение картины мира и так далее. Однако обе системы имеют родственный характер – в их основе лежит обучение, передача информации, знаний, положительного опыта научной и профессиональной деятельности.

Таким образом, можно выделить принципы реализации деятельностного подхода в просветительстве:

1. *Деятельность* – знания добываются самостоятельно в ходе определенных целенаправленных действий (игра, интерактив, обучение через наставничество).

2. *Целостность* – знания формируются в виде целостной системы, в которой личность понимает взаимосвязь между знанием и действием, оценивает их влияние на сферу применения, общество, государство, персональное состояние.

3. *Непрерывность* – процесс получения знаний носит непрерывный характер, важен элемент самообразования и постоянного применения их в реальных ситуациях.

---

<sup>112</sup> Задорина О. С. Основы дидактики. – Тюмень, 2012. – С. 132.

4. *Вариативность* – развитие вариативного мышления для оценки ситуации и поиска наиболее эффективных путей ее решения, применение междисциплинарного подхода.

5. *Творчество* – создание собственного продукта в русле заданной темы, приобретение творческого опыта, расширение представлений о мире за счет дополнения его картины личным творческим вкладом.

Все эти принципы должны учитываться при проектировании просветительских мероприятий для достижения их максимальной эффективности и усиления социальной значимости.

Вернемся к примеру с антикоррупционным просвещением для врачей и медицинских работников. Просветительский проект, выраженный в программе и обусловленный ее мероприятиями, должен дать возможность целевой аудитории:

- собственными действиями прийти к знанию (например, интерактивная игра, где аудитория делится на две группы – одна представляет коррупционное звено, другая – антикоррупционное);

- создать целостное представление о вреде коррупции обществу, государству и самому себе (программа должна четко отображать ее взаимосвязь со всеми сферами жизнедеятельности, что-то вроде принципа «эффекта бабочки», который берется за лейтмотив и «сквозит» через все содержание мероприятия, например: взяточничество среди врачей приводит к падению их статуса и авторитета, деморализует общество, формирует в людях недоверие к медицине, снижает популярность здорового образа жизни, негативно влияет на ее среднюю продолжительность, трудоспособность населения, а это дестабилизирует экономику, приводит к ее стагнации и общему ослаблению позиций государства на международной арене);

- сформировать понимание необходимости непрерывного применения получаемых знаний и умений (постоянно помнить о вреде коррупции, избегать ситуаций, ведущих к факту коррупции, сообщать информацию о коррупционных проявлениях в соответствующие органы и так далее);

- осознать вариативность выбора путей решения ситуации (например, создается игровая ситуация, при которой

один врач узнает о коррумпированности своего коллеги и располагает прямыми доказательствами его вины, в связи с чем ему предоставляется выбор: промолчать, сообщить об этом в полицию либо же поговорить с коллегой и убедить его впредь не нарушать закон; от выбора будет зависеть дальнейшее развитие ситуации – все варианты и модели прописываются организаторами игры заранее); подобные технологии уже почти десятилетие успешно реализуются в индустрии видеоигр, создающей так называемые «интерактивные драмы» или «игровое кино», когда практически каждое действие управляемых игроком персонажей влияет на дальнейшее развитие сюжета и концовку повествования, наиболее яркие примеры – Heavy Rain, 2010 г.; Beyond: Two Souls, 2013 г.; Until Dawn, 2015 г.; Detroit – Become Human, 2018 г.

– реализовать и развить творческие способности через деятельность (так, врачу с многолетним стажем, привыкшему к жестким рамкам своей профессии и высокой цене любой ошибки, будет интересна и необычна любая деятельность, связанная с креативом – сочинение антикоррупционного памфлета, агитационного плаката, подготовка мини-свода законодательных актов и постановлений, направленных на борьбу с коррупцией в стране, регионе, отдельно взятом учреждении и так далее).

Итогом должна стать трансформация социальной и предметной действительности окружающего личность мира, новый путь ее развития и применения знаний, полученных от участия в просветительском проекте. Для этого при проектировании и реализации просветительских мероприятий могут быть применены методики, в основе которых лежит деятельностный подход – проектная, проблемно-коммуникационная, игровая и интерактивная.

Одним из наиболее вероятных форматов большинства просветительских проектов, которые направлены конкретно на формирование специальных умений и навыков (например, работы с передовыми IT-технологиями, программным обеспечением, автоматизированными системами в коммерции и на производстве и др.), может считаться *наставничество*, когда



субъект обучения получает модель действий, а наставник контролирует и корректирует ход ее реализации.

Одним из главных преимуществ наставничества в контексте деятельностного подхода является сокращение затрачиваемого на обучение времени за счет ликвидации теоретической части как таковой – теория при таком формате изучается параллельно с практикой, что в условиях современного перманентно ускоряющегося мира является крайне важным и нужным.

Наставничество буквально «заточено» на практическую часть, и для разных проектов могут быть выбраны разные варианты стратегий наставничества:

- «наставник-товарищ» – помогает, одобряет, в мягкой форме корректирует действия своего подопечного, делая акцент на позитивных сторонах и снимая весь негатив;

- «наставник-босс» – честно и прямо критикует обучаемого за ошибки, жестко следит за качеством выполняемых действий, может применять «метод кнута».

При этом цель любого наставника – довести своего подопечного до состояния неосознанного, автоматического применения навыков в любой профессиональной или жизненной ситуации для ее быстрого решения.

Таким образом, метаметодологические основы проектирования просветительских мероприятий базируются на системомыследеятельностной концепции, когда действительность полагается как непосредственная реальность, а не как абстрактный объект. Подобный подход позволяет конструировать просветительские программы и мероприятия с доминирующим практическим, деятельностным звеном, что ускоряет процесс обучения и повышает его качество. Только делая что-то, можно действительно этому научиться. Теория, как бы подробно она ни была представлена, не может подменить собой практику, в то время как практика сама формирует комплекс теоретических знаний. Деятельностный подход также связан с современными форматами обучения и развлечения (игры, интерактивы, коворкинг и др.) и может быть реализован в ходе применения тактики наставничества при

практическом обучении. Все это – текущие тренды мировой индустрии, которые в дальнейшем будут только набирать популярность и распространяться все шире. Их использование в просветительской деятельности позволит расширить количественные и качественные показатели просветительства и, как итог, готовить специалистов будущего уже сегодня, нивелируя риск футурошока для граждан России до его возможно допустимого минимума.

### 3.2. Условия и факторы реализации успешных общенациональных просветительских проектов в современной России

Исследователи выделяют факторы, способствующие успешной реализации любого социально значимого проекта, среди которых: 1) четко обозначенная цель проекта; 2) компетентный руководитель проекта; 3) административный ресурс и поддержка со стороны руководителей административного округа/региона; 4) квалифицированная команда проекта; 5) достаточное ресурсное обеспечение, особенно в сфере информационного сопровождения; 6) наличие обратной связи и отзывчивость целевой аудитории; 7) возможность обратиться к прошлому опыту и корректировать отклонения; 8) постоянство состава участников проекта. При этом причины неудач проектов, по мнению экспертов из Института Санкт-Галлена<sup>113</sup>, во многом связаны с культурой социального предпринимательства, коммуникационными и информационными процессами. А. Головин<sup>114</sup> утверждает, что социально значимый проект потерпит неудачу в 3 случаях: 1) разработка нереальных планов; 2) отсутствия знакомства

---

<sup>113</sup> *Адамс Дж. Р., Мартин М. Дин* Профессиональное управление проектами: Практические указания. – Дэйтон, Огайо: Universal Technology Corporation, 1987.

<sup>114</sup> См.: *Ферафу Г. С.* Условия, факторы и критерии успешной реализации проекта: обобщение опыта проектного управления // *Современные технологии управления.* – 2014. – №11 (47). – Режим доступа: <https://sovman.ru/article/4710/>

с проектной работой; 3) ориентация не на личные качества, а не должности. По мнению Д. Де Карло<sup>115</sup> главными причинами неудач проектов являются: 1) неясные требования, то есть отсутствие взаимопонимания и приоритетов; 2) недостаток ресурсов (их плохое планирование и конфликт за их распределением у команды проекта); 3) слишком сжатые сроки; 4) планирование при недостаточных данных; 5) не идентифицированные или выдуманные риски. Эксперты уверены, что самые важные факторы успеха или неудачи проекта таковы, в порядке важности: степень вовлеченности заказчика социального проекта; поддержка административного ресурса; опытный руководитель проекта. Для успешной реализации проекта необходимо учитывать 2 весьма существенных фактора: 1) техническая сторона проекта, с которым связаны планирование, оценка затрат, управление и контроль за исполнением проекта, управление рисками, управление качеством, проектная документация и оценка результатов; 2) управленческая компетенция руководителя проекта. Среди прочих факторов успеха реализации проекта необходимо назвать: 1) делегирование руководителю проекта достаточно прав для возможности управлять проектом и своевременно вносить необходимые изменения; 2) привлечение дополнительных, квалифицированных ресурсов; 3) предусмотрение возможности увеличения бюджета; 4) открытая коммуникация, определение ожиданий и распределение обязанностей среди ответственных лиц.

В. И. Ананьин<sup>116</sup>, анализируя причины успехов проектов, резюмирует в отношении причин успеха и неудач проектов, которые состоят в следующем: 1) общая готовность к изменениям и оптимистичный настрой членов команды проекта; 2) культура разрешения конфликтов: открытость для критики и конструктивные взаимоотношения; 3) личная ответственность сотрудников проекта, и как следствие, высокая личная инициатива и мотивация; 4) культура

---

<sup>115</sup> ДеКарло Д. Экстремальное управление проектами. – М.: Компания р.m.Office, 2005

<sup>116</sup> Ананьин В. И. К конкурентному преимуществу – через проекты // Управление проектами и программами. – 2010. – № 3 (23). – С. 244–251.

доверия в команде проекта; 5) отсутствие жесткой иерархии у команды проекта; 6) наличие у членов команды проекта коммуникационной и информационной культуры, создающей атмосферу интенсивного обмена информацией и открытой коммуникации.

Современный, перманентно ускоряющийся стиль жизни россиян и идеология общества потребления сменили форматы систем образования и просвещения. В советский период просветительство было неким идеалом и образом для служения, сейчас же чаще обслуживает индивидуальные цели, связанные с личностным и карьерным ростом, а также удовлетворяет потребности индивидов или корпораций при отсутствии ориентации на солидаризированные формы взаимодействия, направленные на благо общества.

Условия и факторы реализации успешных общенациональных просветительских проектов в современной России напрямую связаны с фактом смены статуса просветительства. Основные проблемы и вызовы, стоящие перед современными российскими просветителями, широко и детально освещены в монографии А. А. Максименко и В. Н. Данилова, опубликованной Костромским отделением «Российского общества „Знание“» в 2017 г.<sup>117</sup>.

Авторы отмечают, что традиции просветительской журналистики в России формируются уже более 200 лет. Со второй половины XVIII в. начали появляться научно-просветительские издания при поддержке Н. И. Новикова, журналиста, общественного деятеля, одного из крупнейших русских просветителей. Наряду с сатирическими журналами он издавал «Санкт-Петербургские ученые ведомости» (1777), «Городскую и деревенскую библиотеку» (1782–1786), «Детское чтение для сердца и разума» (1785–1789) и другие. История одного из самых известных научно-популярных журналов в России «Наука и жизнь» длится уже более столетия. Появившись в 1890 г., он выходил и в годы Великой Отечественной

---

<sup>117</sup> Максименко А. А., Данилов В. Н. Просветительство в современной России: проблемы и вызовы. – Кострома: Костром. обществ. просвет.-обуч. орг. «Знание», 2017.

войны, и во время застоя, достигнув в тираже свыше 3 млн экземпляров. С 1934 г. «Наука и жизнь» издается непрерывно и остается одним из самых известных в сегменте научно-популярных и просветительских изданий.

Другой просветительский долгожитель – журнал «Знание – сила» – был основан в 1926 г. как ежемесячный научно-популярный и приключенческий журнал для подростков и ориентировался преимущественно на школьников. Кроме этих изданий, большой популярностью в советское время пользовались детские и юношеские журналы «Юный техник», «Техника – молодежи», «Квант», «Моделист – конструктор» и другие.

В советское время появился и киножурнал для почемучек «Хочу все знать», демонстрировавшийся перед сеансами детского кино. Особенность данного киножурнала заключалась в том, что в нем не было ведущего. На экране показывались исключительно познавательные сюжеты, а голос за кадром комментировал происходящее и сообщал зрителям любопытные факты. Участие в создании киножурнала, над которым работала студия научно-документальных фильмов, принимали известные советские актеры Фаина Раневская и Ростислав Плятт. Позже на телеэкранах появилась программа Сергея Капицы «Очевидное – невероятное», а затем и лектории Юрия Лотмана, популяризовавшего великих ученых и сделанные ими открытия.

В настоящее время флагманом телевизионного просвещения в России по праву считается телеканал «Культура», который импровизирует с разными способами донесения до аудитории научного знания. Например, в телепроекте «ACADEMIA» маститые ученые и начинающие исследователи читают лекции о различных науках. Лекторы «ACADEMIA» не упрощают знание, не используют развлекательные форматы, а читают лекции так же, как они делали бы это в университете для более-менее подготовленной аудитории.

Однако стоит заметить, что в настоящее время просвещение все больше уходит в онлайн-пространство. В одном из разделов этого исследования были рассмотрены наиболее

успешные примеры реализации просветительских проектов в России. Так, с начала 2015 г. запущено несколько весьма успешных сетевых просветительских проектов, авторами и инициаторами которых были журналисты.

Одним из таких проектов стала площадка «Arzamas», организованная бывшим главным редактором журнала «Большой город» Филиппом Дзяко и его командой. Практически одновременно экс-редактор отдела науки интернет-газеты «Лента.ру» Андрей Коняев объявил о запуске научно-популярного развлекательного издания «N+1». Примерно в то же самое время корреспондент радиостанции «Эхо Москвы» в Лондоне Тоня Самсонова сообщила о запуске нового интернет-ресурса «The Question». Бывший репортер телеканала НТВ и экс-редакционный директор журнала «Esquire» Андрей Лошак и российский общественный деятель, журналист и медиаменеджер Митя Алешковский запустили информационный портал благотворительного фонда «Нужна помощь» под названием «Такие дела». Параллельно этому информационное агентство ТАСС объявило о старте научно-образовательного проекта «Чердак», а в сентябре 2015 г. начал работу просветительский медиапроект об образовании «Newtonew», ориентированный на школьников, студентов, учителей и преподавателей.

В самом конце 2015 г. был запущен образовательный проект «Level One», публикующий короткие курсы в формате от 3 до 5 офлайн-лекций по искусству, классической музыке и архитектуре. Данный проект – единственный платный из всех вышеперечисленных.

Нельзя не отметить набирающий популярность в России американский формат под названием TED (technology, entertainment, design), представляющий в большинстве своем не классические академические занятия со сложными для восприятия терминами и замысловатыми концепциями, а небольшие видео о разных любопытных явлениях и тенденциях. TED – это частный некоммерческий фонд, действующий в Соединенных Штатах Америки и с 1984 г. проводящий ежегодные конференции в Монтере (Калифорния,

США), с 2009 г. – в Лонг-Бич (Калифорния, США). Миссия интеллектуальной конференции состоит в распространении уникальных идей («ideas worth spreading»), избранные лекции доступны на вебсайте конференции.

Тематика лекций TED достаточно разнообразна – наука, искусство, дизайн, глобальные проблемы, развлечения, политика, культура, бизнес. Куратором конференции и ее постоянным ведущим является Крис Андерсон. Среди выступающих в ходе лекций отметились бывший президент США Билл Клинтон, нобелевские лауреаты Джеймс Уотсон, Мюррей Гелл-Манн, а также основатель Википедии Джимми Уэйлс.

В 2009 г. был разработан новый формат данных конференций – TEDx (где *x* – это отдельно организованное мероприятие TED), позволяющий отдельным людям или инициативным группам проводить собственные независимые мероприятия по лицензии TED.

Один из самых первых и известных до сих пор просветительских проектов в России «Теории и практики» (Т&Р) был создан в 2009 году. «Теории и практики» – это платформа для обмена знаниями. Благодаря этому ресурсу в России появилась особая среда для всех, кто ищет знания и хочет ими делиться. В частности, сайт Т&Р объединяет людей и институции при помощи образовательных событий. При этом тысячи организаторов ежедневно добавляют информацию о своих лекциях, мастер-классах, курсах и конференциях во всех областях знаний.

Спустя 3 года, в январе 2012-го, появился познавательный ресурс «ПостНаука» – проект о современной фундаментальной науке и ученых, которые ее создают. По мнению сооснователя и главного редактора сайта Ивара Максудова, проект был создан тогда, когда общественность практически не интересовалась наукой и просвещением, в связи с чем конкуренция была невысокой – в то время существовал лишь научно-популярный проект «Элементы», стартовавший в 2005 г. при поддержке фонда Дмитрия Зимина «Династия».

Другой ресурс, появившийся почти одновременно с «ПостНаукой» называется «Курсера» («Coursera») и представляет

собой образовательный онлайн-проект, основанный профессорами Стэнфордского университета Эндрю Ыном и Дафной Келлер. «Курсера» предоставляет пользователям бесплатный доступ к сотням лекций различных организаций и учебных заведений, однако большинство курсов доступны исключительно на английском языке. Записавшиеся на курс, пользователи получают на электронную почту лекции и дополнительные задания, а в конце курса – сертификат об обучении.

В конце декабря 2013 г. открылся российский аналог «Курсера» – масштабный проект электронного обучения «Универсариум». По замыслу его организаторов, курсы и образовательные программы создаются совместно с лучшими преподавателями ведущих вузов России, вошедших в проект. Обучение строится по принципу прохождения последовательных модулей образовательного курса, продолжительность которого составляет 7–10 недель (в зависимости от насыщенности и сложности программы). Каждый модуль включает в себя видеолекцию, самостоятельную работу, домашнее задание и тестирование. Среди основных вузов, которые разрабатывают программы для «Универсариума» – МГУ им. М. В. Ломоносова, Высшая школа экономики, Московский инженерно-физический институт, Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана, Московский физико-технический институт и другие.

В сентябре 2015 г. стало известно о запуске портала «Открытое образование», который позволяет любому пользователю дистанционно стать студентом ведущих отечественных вузов. Необходимо только найти интересующий курс, записаться до его старта и выполнять онлайн-задания в срок. Кроме того, любой вуз России может ввести онлайн-курс в свой учебный план, подписав соответствующее соглашение с одним из разработчиков.

Еще один ресурс, уже упомянутый в начале раздела «Arzamas», представляет собой просветительскую площадку, ориентированную на разнообразную аудиторию – от школьников до людей среднего и старшего возраста, интересующихся



гуманитарными науками. Проект состоит из видеолекций по теме курса продолжительностью в среднем 15 минут, а также дополнительных (сопутствующих) материалов. Сопутствующие материалы имеют разные форматы, пожалуй, наиболее привычными можно считать интервью с экспертами и краткие инструкции. В числе новых и нестандартных форматов работы – онлайн-игры, квесты, тесты, рецепты, музыкальные плейлисты и так далее.

Проект «N+1» вырос из сообщества «Образовач» в социальной сети «ВКонтакте» (появился в 2014 г.), а затем получил новые представительства в социальных сетях. В название заложена идея индукционного перехода – понятие из области математической индукции. Как сообщалось в пресс-релизе только что появившегося интернет-издания, проект «N+1» планировал ежедневно публиковать более 20 новостей по точным и гуманитарным наукам, гаджетах, оружию и космических исследованиях. Издание ориентируется на молодую аудиторию (1980-го года рождения и младше), при этом 85 % аудитории составляют мужчины в возрасте от 18 до 34 лет. Исходя из этого проект «N+1» подает научные новости нестандартным образом, адаптируя контент под социальные сети и изучая интересы читателей при помощи современных научных техник.

Количество научных, образовательных, просветительских групп и пабликов в социальной сети «ВКонтакте» неуклонно растет, многие из администраторов этих площадок используют их в качестве рекламных, следовательно, являются заинтересованными в качестве размещаемого контента, напрямую влияющего на широту охвата аудитории. Аналогичные проекты появляются в сети «Facebook», кроме того, растет количество Instagram-аккаунтов, презентующих фото на познавательную тематику.

Все вышесказанное дает возможность сделать вывод о том, что наиболее успешные современные просветительские проекты должны учитывать феномен популярности сетевого формата коммуникации и передачи информации. В связи с этим современные просветители (в частности,

общественно-государственная просветительская организация) должны учитывать следующие условия и факторы реализации успешных общенациональных просветительских проектов в современной России:

1. Ориентация на сетевой формат. Классические аудиторные занятия постепенно отходят на второй план. Собрать аудиторию в сети становится гораздо проще, нежели организовать физическое присутствие слушателей (обучающихся) на занятии. Обо всех особенностях и преимуществах использования Интернета, сетевых ресурсов и социальных сетей в рамках проектирования и реализации просветительских мероприятий уже неоднократно упоминалось в ходе изложения материала предыдущих разделов исследования;

2. Использование популярного контента и выбор оптимальных, в том числе нестандартных, форматов подачи материала. Стоит учитывать половозрастные особенности аудитории, уровень подготовки каждого слушателя (обучающегося), географию охвата и др. факторы.

3. Согласованность тематики и содержания просветительских проектов с основными глобальными интересами и вызовами России, что позволит не только осуществлять подготовку и переподготовку востребованных в настоящем и будущем специалистов, но и заручиться поддержкой политических сил.

4. Учет фактора численности потенциальной целевой аудитории в городах с разной населенностью. В пунктах с населением менее 500 тысяч человек аудитория, как правило, менее многочисленна и платежеспособна, в связи с чем возникает необходимость поиска средств на организацию бесплатных или бюджетных проектов. В данном случае необходима поддержка государства или организация поиска средств через подписание договоров спонсорства и краудфандинговые платформы. Частично проблема может быть решена за счет использования менее затратного и ресурсоемкого онлайн-формата просветительских мероприятий, не имеющих интерактивного характера.

### 3.3. 7 Р просветительства

В советский период классификация просветительского продукта имела достаточно линейный характер<sup>118</sup>. Просветительство в СССР было связано с: 1) официальной партийно-государственной идеологией (то есть продолжало курс правящей партии и полностью укладывалось в логику и парадигму господствующего социально-политического строя); 2) программой ликвидации безграмотности<sup>119</sup>, ставшей следствием процесса популяризации науки и научного знания.

В настоящее время вектор развития просветительства в значительной мере сменился, что связано с ростом количества форматов просветительских проектов, расширением спектра их тематической направленности и увеличением количества и объема целевых аудиторий как дифференцированных по полу, возрасту, географической локализации, социальному и материальному статусу, профессии, так и смешанных. Проектирование содержательной части текущих и грядущих просветительских мероприятий (при учете вышеозначенных факторов и тенденций), а также четкое определение необходимых для их продвижения маркетинговых и организационных инструментов становятся едва ли возможными без составления современной классификации просветительского продукта.

Для того чтобы описать просветительскую деятельность в современной концепции маркетинга<sup>120</sup>, рассмотрим расширенную версию классификации просветительского продукта (рис. 14).

---

<sup>118</sup> *Брежнев Л. И.* Актуальные вопросы идеологической работы. – М. : Политиздат, 1979. – Т. 1.

<sup>119</sup> *Гершман А.* В борьбе за сплошную грамотность. – Л. : ОГИЗ «Молодая гвардия», 1931.

<sup>120</sup> *Котлер Ф.* Основы маркетинга: краткий курс. – М. : Вильямс, 2012; *Липсиц И. В., Дымшиц М. Н.* Основы маркетинга: учебник. – М.: Геотар-Медиа, 2014.

<i>Классификация по организационной сложности</i>				
Простая			Сложная	
<i>Классификация по тематике</i>				
Политематические			Монотематические	
<i>Классификация по аудитории</i>				
По возрасту				Смешанная
Дети	Молодежь	Серебряный возраст	Золотой возраст	
<i>Классификация по направленности векторного просветительского воздействия</i>				
На целевую аудито- рию (информировать)		На целевую аудиторию (сформировать мнение)		От целевой ауди- тории (выявить обратную связь)
<i>По степени возмездности</i>				
Платные			Бесплатные	
Благотворительные	Не связанные с альтруизи- мом			
<i>Классификация с помощью инструментов</i>				
Он лайн (дистантные)			Оф лайн (непосредственные)	
<i>Классификация по жанру просветительского продукта</i>				
Историческое просвети- тельство	Политическое просветитель- ство		Культурное просвети- тельство	
<i>По длительности времени</i>				
Около 60 минут			Около 15 минут	
<i>По фокусу во времени</i>				
ретроспектива			визионерство	
<i>По степени институциональной связи</i>				
С вузами	Со школой		Без поддержки	
<i>По степени реагирования на проблему</i>				
Превентивные			Алармовые	
<i>По типу носителя</i>				
Мультимедиа	Книги		СМИ	
<i>По сфере</i>				
Научно-техническое (science)			Гуманитарное (humanities)	
<i>По харизме</i>				
Гуру-просветительство			Типовое просветительство	
<i>Степень автономности</i>				
DIY-просветительство (активные стимулы для само- стоятельного просвещения)			Пассивное просветительство	

*Рис. 14. Классификация просветительского продукта*

Данная классификация учитывает большое количество параметров и может быть названа классической, однако за последние 15–20 лет произошло множество институциональных и тематических сдвигов в сфере просветительства, которые позволяют обобщить многие параметры классификации и упростить ее модель.

Организационная сложность того или иного мероприятия, подразумевающая материальные, временные и ресурсные затраты, требующиеся для его организации, в настоящее время отходит на второй план, так как современные просветители обладают обширным инструментарием, позволяющим сэкономить время, деньги и собственные силы, произведя при этом достойный и востребованный продукт. К числу таких инструментов в первую очередь относятся современные информационно-коммуникационные технологии и связанные с ними аффордансы (социальные сети, подкасты, видеохостинги, дистанционные способы связи, в частности видеосвязь). То есть в наши дни, чтобы прочитать перед заинтересованной аудиторией лекцию (или целый курс лекций), достаточно лишь уметь использовать Skype. Все это приводит к тому, что сложные по своей организации проекты планомерно уступают место таким, которые позволяют сэкономить время, деньги и силы просветителя (лектора, мастера) и аудитории.

Просветительские проекты принято делить по их тематической составляющей – на *монотематические*, в рамках которых рассматривается одна конкретная область знания, и *политематические* – междисциплинарные. С учетом того, что в наши дни растет тенденция к всестороннему развитию личности и подготовке высококвалифицированных специалистов, имеющих профессиональные знания и навыки в различных областях, монотематические проекты теряют свою востребованность и в будущем окончательно сойдут на нет.

Половозрастная дифференциация сохраняется, однако все большую популярность набирают проекты, включающие смешанную аудиторию. Это связано с тем, что современный мир порой выдвигает требования, одинаковые для представителей

обоих полов и всех возрастов (компьютерная, финансовая, банковская, юридическая грамотность, творческие навыки и способности и др.).

Классификация по направленности векторного просветительского воздействия также стремится к обобщению, что связано с необходимостью проектирования просветительских проектов и мероприятий, которые бы одновременно информировали и воспитывали целевую аудиторию, формировали общественное мнение и позволяли выявить обратную связь, то есть получить отклик и использовать мнения участников в целях совершенствования просветительского продукта.

Весьма актуальной остается дифференциация просветительских проектов сообразно степени их возмездности. *Платные* проекты могут иметь сугубо коммерческий или благотворительный характер, однако для целевой аудитории данный факт имеет лишь одну принципиальную сторону – для того чтобы принять участие в проекте, получить знания (умения, навыки), овладеть информацией, потребуется расстаться с деньгами. *Бесплатные* проекты привлекают гораздо более обширную аудиторию (в силу вполне понятных причин).

Одним из наиболее важных параметров считается и будет считаться в будущем инструментарий, используемый для просвещения, а именно его он лайн или оф лайн характер. Он лайн-формат может быть менее затратным по финансам и времени, однако оф лайн позволяет собрать большую аудиторию, ввиду того что компьютерная грамотность значительной части общества остается на невысоком уровне и онлайн-занятия полагаются многими в качестве чего-то сложного и едва осуществимого. Кроме того, некоторые тематики требуют непосредственного контакта преподавателя и аудитории (практические занятия, мастер-классы и так далее), поэтому говорить о том, что в ближайшем будущем все просветительские мероприятия уйдут в онлайн-среду, вряд ли уместно. При этом просветители должны использовать сетевые ресурсы даже при выборе оф лайнового формата просвещения (например, многие модные школы ментальной арифметики или скорочтения проводят классические аудиторные занятия

с тренером, однако домашнее задание обучающиеся решают при помощи специальной сетевой платформы).

Конкретный жанр просветительского продукта перестает играть основополагающую роль, так как навыки и компетенции будущего требуют от человека подготовки в различных областях знания и жизнедеятельности. Новые просветительские проекты должны базироваться на междисциплинарном подходе и иметь в своей основе сразу несколько базовых идей/дисциплин, вокруг которых строится просветительская модель. Приближенная к идеалу комбинация – одновременное развитие социально полезных навыков, насыщение полезной информацией и упор на мыслительную и творческую деятельность.

То же можно сказать и о сфере просветительства, так как традиционное деление на *реальную* (научно-техническую) и *гуманитарную* сферу постепенно уходит в прошлое. Мир ждет специалистов нового формата, способных успешно справляться с техникой, пользоваться всем спектром информационно-коммуникационных технологий, при этом развитых творчески и духовно.

Не теряет своей актуальности выбор временного формата мероприятий: как правило, наиболее популярными являются 60 и 15-минутный форматы. Первый позволяет познать аудиторию со значительным объемом материала или организовать полноценное практическое занятие, второй – более привлекательный с точки зрения экономии времени и наиболее широко распространенный на сетевых платформах (короткие ролики на видеохостингах, образовательные проекты формата «Arzamas» и др.).

Хронологический фокус в последние годы все более смещается в сторону проектов, ориентированных на будущее (завязанных на визионерстве). Ретроспективный материал важен и полезен, однако с учетом наращивания темпов повседневности и быстрой смены политических, общественных и социокультурных трендов он должен быть напрямую связан с прогнозированием будущего и разработкой комплекса просветительских мероприятий, формирующих знания и компетенции, которые будут актуальны в ближайшие десятилетия.

По степени институциональной связи просветительские проекты принято делить на связанные с высшими учебными заведениями, школами и автономные, не связанные с образовательными учреждениями. К текущему моменту данные границы размываются, «в моду» входят проекты, адаптированные для различной аудитории, к ним могут привлекаться как специалисты, реализующие себя в сфере образования, так и оторванные от институциональной среды профессионалы и «самородки», обладающие солидным потенциалом для того, что завязать вокруг себя целую отрасль просвещения.

Важный параметр – степень реагирования на проблему (*превентивные* и *алармовые* проекты). Безусловно, просветительство будущего должно иметь превентивный, упреждающий характер, однако каждый проект может быть адаптивным, что поможет его ускоренной реализации в напряженной, требующей незамедлительных решений ситуации.

Форматы подачи информации продолжают иметь различный характер (просветительская литература, СМИ, мультимедийные платформы и др.), однако в последние годы наблюдается значительный рост популярности онлайн-форматов, о чем уже неоднократно говорилось. Оптимальный вариант – параллельное использование всех доступных форматов подачи при ориентировании на сетевые площадки.

Харизматическая составляющая имеет важную роль, но текущие тенденции говорят о том, что аудитория постепенно теряет интерес к типовым проектам, ей более интересно прямое общение с конкретными людьми – реализовавшими свой потенциал и построившими карьеру ученых, бизнесменов, актеров, музыкантов, спортсменов, специалистов и т. д. Ключевой элемент – личный пример («если этот человек смог добиться успеха, то смогу и я, а он научит меня этому»). Гуру просветительства, неординарные личности, специалисты ТОП-уровня из всех областей – те люди, которые априори должны привлекаться к просветительским мероприятиям для повышения их эффективности, привлекательности и расширения целевой аудитории.

И, наконец, ключевой элемент модели – степень вовлеченности целевой аудитории в процесс, личной активности



каждого из ее членов. «Пассивное» просветительство (когда просвещаемый слушает лекцию и воспринимает информацию, но не осуществляет никакой самостоятельной деятельности) уже не может решать те задачи, которые ставит перед человеком современный мир, поэтому более востребованным становится DIY-просветительство (от англ. – Do It Yourself, то есть «сделай самостоятельно»), активно стимулирующее аудиторию на самостоятельное просвещение и поиск знания и истины, что вполне отвечает основным позициям деятельностного подхода Г. П. Щедровицкого.

В матрице просветительства, предложенной П. О. Лукшей, выделены те тематики, которые являются наиболее востребованными для: *личного и коллективного здоровья и благополучия, следования глобальным трендам и нивелирования риска футурошока* (табл. 6)

Таблица 6

*Матрица П. О. Лукши*

Темы/ форматы	Личное и коллективное здоровье и благополучие	Глобальные тренды	Футурошок
Информирование	Финансовая грамотность Семейная психология	Политические процессы Медиаграмотность	Криптовалюты, блокчейн Последние тренды технологий
Обучение навыкам (компетенциям)	Кулинария Ораторское мастерство	Семинар по покупкам в Китае Курсы блогеров Создание страниц в Интернете Экологические практики в быту	Навыки программирования, создание игр
Поддержание практик	Йога-кружок Интеллектуальные игры Моделирование с детьми (в рамках ЦМИТов, кванториумов)	Клубы мышления о будущем Экологические дружины	Кружок роботехники Кружок геймдизайна Творчество в новых медиа

Матрица П. О. Лукши более конкретна, хотя каждая ее позиция может быть дополнена и уточнена. Наиболее актуальные и претерпевшие изменения в последние два десятилетия параметры модели просветительства можно распределить сообразно двум основным форматам организации просветительских мероприятий (он лайн и офлайн) (табл. 7).

Таблица 7

*Сокращенная классификация просветительского продукта*

<b>Инструмент</b>	<b>Онлайн</b>	<b>Офлайн</b>
Длительность мероприятия	<b>15 мин</b>	1 ч
Вектор во времени	<b>Визионерство (работа с будущим)</b>	Ретроспектива
Поиск истины	<b>DIY-просветительство</b>	Пассивное просветительство

Маркетинг, наряду с организационной культурой – наиболее эффективные инструменты просветительской деятельности в общественно-государственной организации.

**Маркетинг** (в самой распространенной и наиболее общей трактовке) представляет собой деятельность по исследованию потребностей целевой аудитории и организации деятельности по их планомерному удовлетворению. Проще говоря, это наука по умению предложить нужный товар в нужном месте по нужной цене нужным образом и в нужное время с целью получения лояльного потребителя (так называемый комплекс маркетинга). Как известно, способы осуществления маркетинга реализуются при помощи инструментов маркетинга.

Наиболее популярными инструментами по выполнению всего комплекса маркетинга являются те, которые отображены в концепции 4P (product, price, place, promotion). У истоков этой системы стоял Нейл Борден<sup>121</sup>, который

<sup>121</sup> *Borden N. H. The Concept of the Marketing Mix // Journal of Advertising Research. – 1964. – Vol. 4 (June). – PP. 2–7.*

в 1964 г. в статье «The Concept of the Marketing Mix» описал 4 рыночные силы и 12 элементов маркетинговой концепции. Затем идею развил другой американский ученый Е. Джер Маккарти<sup>122</sup>, благодаря которому эта модель преобразовалась в том виде, в котором ее знают современные студенты всего мира.

**Концепция 4Р является рабочим инструментом и используется многими консультантами с 1960 г. Она имеет 4 основания:**

- *product* (**продукт, товар**) – в том числе, ассортимент, имидж, товарный знак, дизайн, упаковка, гарантии, услуги;
- *price* (**цена**) – в том числе, скидки, условия платежа, условия кредита;
- *place* (**каналы распределения, место**) – в том числе, логистика и транспорт;
- *promotion* (**стимулирования сбыта, продвижение**) – в том числе стимулирование розничной торговли, потребителей, реклама, пиар.

Управление маркетинговой деятельностью общественно-государственной организации имеет большую экономическую и социальную значимость, так как способствует повышению эффективности решения широкого круга первоочередных для общества проблем. Результаты этой деятельности призваны удовлетворять определенные общественные потребности и могут быть доведены до потребителя посредством некоммерческого обмена информацией, сотрудничеством, доверием, уважением и поддержкой. Чтобы маркетинг-микс действительно функционировал, необходимо скоординировать использование *маркетинговых инструментов*.

Для того чтобы определить данные инструменты, необходимо обратиться к теоретическим построениям описания различных объектов, базирующимся на общенаучных принципах. Анализ описания объектов самой различной природы дает возможность высказать следующее утверждение: основными характеристиками любого объекта

---

<sup>122</sup> *McCarthy E. J. Basic Marketing: a Managerial Approach.* – Richard D. Irwin, Homewood, Illinois, 1960.

являются пространственные, временные, информационные и энергетические. Этими характеристиками обладает субстрат объекта, который выполняет и функцию интегратора перечисленных характеристик.

На основании этого В. А. Ганзен<sup>123</sup> вводит понятийный пентабазис СПВЭИ, состоящий из четырех рядоположенных понятий (пространство, время, информация, энергия) и одного объединяющего (субстрат). Кроме того, совокупность элементов «пространство – время – энергия – информация» (ПВЭИ) естественным образом распадается на две диады: пространство – время (ПВ) и энергия – информация (ЭИ). Пространство и время являются объективными формами существования материи, информация и энергия – объективными условиями существования движения.

Компоненты «пространство – время – энергия – информация» (ПВЭИ) в то же время не являются независимыми: существует вполне определенная связь между пространством и временем, между информацией и энергией, что позволяет рассматривать пространственно-временной и информационно-энергетический континуумы. Эти континуумы также связаны между собой, но при определенных условиях можно отвлекаться от их связи и рассматривать пространственно-временные и информационно-энергетические описания явлений как независимые. Точно так же при определенных условиях можно абстрагироваться и рассматривать как независимые пространственные, временные, информационные и энергетические характеристики явлений.

Пентабазис СПВЭИ можно детализировать, производя дихотомию его компонентов, что и осуществляется при его применении для описания реальных динамических систем:

- субстрат – вещество, поле;
- пространство – внутреннее, внешнее (граница между объектом и средой может рассматриваться как пересечение внутреннего и внешнего пространства);

---

<sup>123</sup> Ганзен В. А. Системные описания в психологии. – Л.: Изд-во Ленингр. гос. ун-та, 1984. – 175 с.

– время – прошлое, будущее (аналогично настоящее время можно рассматривать как пересечение прошлого и будущего);

– информация – дискретная, непрерывная;

– энергия – потенциальная, кинетическая.

Подобная развертка базиса облегчает проекцию на него множества характеристик конкретной системы.

Для поддержания гармоничной целостности объектов в каждой из категорий должна сохраняться реляция, представленная на рисунке 15.

Энергия Подчинение		Информация Соразмерность
	Субстрат Единство	
Время Повторяемость		Пространство Уравновешенность

Рис. 15. Общенаучный пентабазис по В. А. Ганзену (1984)

Представленный метод может быть использован для анализа произвольных объектов в целях:

- 1) проверки полноты описания;
- 2) упорядочивания элементов объекта;
- 3) сравнения различных описаний одного и того же объекта;
- 4) нахождения общности объектов различной природы.

Моделирование организационной культуры продуктивно осуществлять в рамках системного подхода. Имеет смысл повторить, что по мнению В. А. Ганзена основными характеристиками любого объекта являются пространственные (П), временные (В), информационные (И) и энергетические (Э). Этими характеристиками обладает субстрат объекта (С) (в нашем случае – организационная культура), который выполняет и функцию интегратора перечисленных характеристик. В. А. Ганзен представил пентабазис

в графосимволической форме, где каждому элементу соответствует дихотомическое деление (рис. 16).

Энергия «Э» Получение-отдача	Субстрат	Информация «И» Различение-сходство
Время «В» Сохранение-изменение		Пространство «П» Приближение-отдаление

Рис. 16. Графосимволическое представление общенаучного пентабазиса по В.А. Ганзену (1984)

Сокращенная классификация просветительского продукта может быть «разложена» на общенаучный пентабазис (рис. 17).

Энергия «Э» 15/60 мин	Просветительский продукт	Информация «И» DIY/ пассив
Время «В» Прошоее/будущее		Пространство «П» Онлайн/оф лайн

Рис. 17. Системное описание просветительского продукта

Нейл Бордейн сравнивал любой продукт (услугу) с рецептом пирога: это не формула конкретных числовых значений или соотношений, а сочетание ингредиентов, из которых должно получиться уникальное произведение кулинара. Элементы данной формулы – это внутренние факторы деятельности предприятия на рынке, обеспечивающие ему успех.

И. В. Захарова<sup>124</sup> утверждает: «Формула «четыре Р» классического комплекса маркетинга разрабатывалась для товарного рынка. Предложивший эту концепцию профессор

<sup>124</sup> Захарова И. В. Маркетинг образовательных услуг. – Ульяновск, УлГТУ, 2008.

Гарвардского университета Нейл Бордейн сравнивал её с рецептом пирога: это не формула конкретных числовых значений или соотношений, а уникальное сочетание ингредиентов, из которых должно получиться уникальное произведение кулинара. Элементы данной формулы – это внутренние факторы деятельности предприятия на рынке, обеспечивающие ему успех. Основными элементами маркетингового комплекса (маркетинга-микс, или «маркетинговой смеси») являются товар, цена, место сбыта и продвижение товара. Но при оказании услуг [в том числе, просветительских – *прим. авт.*] значимы ещё три фактора: сама организация с её внутренней системой, не видимой потребителю, контактный персонал (видимая часть организации), с которым взаимодействует клиент, и материальная среда, в которой происходит обслуживание».

Теоретическое обоснование трех последних положений было осуществлено Б. Бумзом и М. Битнером<sup>125</sup>, авторами теории «7 P». Согласно данной теории к классической P-четверке добавляются *people* (люди, вовлеченные в процесс реализации продукта/оказания услуги), *process* (действия, процедуры, механизмы, обеспечивающие реализацию продукта/оказание услуги) и *physical evidence* (среда реализации продукта/оказания услуги).

В случае наличия расширенного перечня товаров/услуг, предлагаемых организацией, для каждого их вида должен выработываться отдельный маркетинговый комплекс: «Задача руководителей и отвечающих за маркетинговую деятельность специалистов организации – найти нужное соотношение элементов маркетинга-микс, верно распределив для этого материальные затраты, кадровый и временной потенциал»<sup>126</sup>.

Просветительская услуга, равно как и образовательная, вполне может классифицироваться в качестве товара, который удовлетворяет важные социальные и личностные

---

<sup>125</sup> *Booms B. H., Bitner M. J. Marketing strategies and organization structures for service firms // Donnelly, J.H. and George, W.R. (Eds). – Marketing of Services, American Marketing Association, Chicago, IL, 1981. – PP. 47 – 51.*

<sup>126</sup> *Захарова И. В. Маркетинг образовательных услуг. – Ульяновск, УлГТУ, 2008.*

потребности – в знаниях, личностном и профессиональном росте и т.д. Наличие данной услуги формирует определенное рыночное предложение, которому соответствует платежеспособный спрос. Основные критерии оценки просветительских услуг – их качество (влияние на общество или отдельную личность), финансовая целесообразность (соотношение затрат и востребованности), конкурентоспособность. Просветительская организация производит знания, умения и навыки обучаемых, что, в принципе, соответствует и целям и сути работы образовательных организаций. Однако образование чаще всего создает лишь базу личности, учит традиционному, «первичному», в то время как просветительство строится на конкретных реалиях современного мира и общества.

**Мы определили, что продуктом любого просветительского проекта первоочередно является знание. Что касается такой «координаты» маркетингового планирования как «товар», то здесь следует рассмотреть темы для просветительства, актуальные для современности и будущего, как их правильно выбрать и в какой форме преподнести.**

При изложении дальнейшего материала мы несколько сменим вектор, уйдем от общетеоретических положений и обратимся к непосредственным мнениям экспертов в сфере просветительства.

Как ранее было отмечено, в 2017 году активом Российского общества «Знание» было проведено масштабное всероссийское исследование по изучению феномена просветительства в современной России, которое включало серию экспертных интервью, в которых принял участие 21 эксперт. Экспертами выступили известные культурологи, философы, социологи, психологи, деятели науки и искусства, бизнесмены. Интервьюирование осуществлялось по единому сценарию (гайду), при этом принималось во внимание, что есть специфичные нюансы и частности, на которые эксперты могут дать более развернутые и детализированные ответы.

Вообще, нужно отметить, что с экспертным сообществом по теме современного просветительства в России довольно сложно: есть корифеи просветительства, блестяще знающие



историю вопроса, но немного отставшие от современных маркетинговых и в целом коммуникационных инструментов, и есть много молодых профессионалов, оторвавшихся от традиций советской школы просветительства, рассматривающие финансовые и карьерные интересы в приоритете над другими. В связи с этим, в качестве экспертов были выбраны профессионалы, работающие в разных отраслях гуманитарного знания и реализующие масштабные просветительские и образовательные проекты (культурологи, экономисты, философы, психологи, историки, специалисты по социальным технологиям, ценностному управлению и т. д.). Поэтому их мнения были трудно сопоставимы при анализе и многие делали акценты на более близкой им проблематике, а итоговое резюме обобщалось и выстраивалось как сумма всех суждений.

Почти единогласно эксперты утверждают<sup>127</sup>, что тема должна быть ориентирована на запрос. Необходимо понять, какие проблемы волнуют людей – целевую аудиторию. Выбор целевой аудитории, по мнению ряда экспертов также должен формироваться не от объекта, а от предмета. То есть, выявляется потребность в определенном знании, и уже далее необходимо выявить, где эта тема слабо освещена и знания о ней неудовлетворительны:

*(Эксперт 1): «Я думаю, что в зависимости от того, какие в данной территории есть потребности группы и запросы».*

*(Эксперт 2): «Ресурс ограничен. Вот в этой ситуации просто необходимо выбирать приоритеты, например, есть потребность в финансовой грамотности населения».*

Эксперты считают, что темами просветительских проектов должны быть те, которые в тренде. Исходя из этого можно будет привлечь более масштабную аудиторию, новые направления и форматы:

*(Эксперт): «Это то, что в тренде, это те направления, развлеченя – туризм, рестораны, это то, что является компонентами потребления, желательного и даже престижного потребления».*

---

<sup>127</sup> Ниже мы будем цитировать выдержки из экспертных интервью, раскрывающие конкретное мнение по тому или иному затрагиваемому аспекту.

*в современном обществе. Знания об этом, умение ориентироваться в этом ценится достаточно высоко».*

Также существует мнение, что просветительские проекты должны быть ориентированы не на обучение, а именно на воспитание:

(Эксперт): *«Не надо обучения. Надо воспитание. Это позиция общественных организаций...».*

Эксперты выделили основные, на их взгляд, темы для просветительства:

#### 1. Традиционные ценности – жизнь и здоровье человека:

(Эксперт): *«Традиционные ценности – жизнь и здоровье человека должны быть превыше всего. Ни одна коммерческая организация не может быть объективно заинтересована в здоровье людей».*

#### 2. Образ будущего и навыки самозанятости:

(Эксперт): *«Если говорить про основные цели просветительской работы, то это тренд на самозанятость. Соответственно просвещение здесь могло бы решить очень многие вещи. Во-первых, уже сейчас объяснять, куда мы движемся, что это за новый мир, какие качества в нём востребованы. Второе – это уже научить людей самостоятельной работе, той же самой самозанятости. Как создавать продукт, как его продавать через сети Интернет...».*

#### 3. Медиаграмотность, верификация информации:

(Эксперт 1): *«Это вообще было бы очень важно: обучение купанию и серфингу в информационном потоке. Не потонуть – это крайне важно».*

(Эксперт 2): *«Вот эту метастратегию работы с информацией можно взять. Например, критически относиться к информации. Но вы должны понимать, что общество будет относиться критически ко всему...».*

(Эксперт 3): *«Просвещение заключается в том, чтобы донести до людей представление о том, какие источники информации несут достоверные сведения, а какие источники – недостоверные».*

#### 4. Цифровая грамотность:

(Эксперт): *«Важна доступность курсов по цифровой грамотности и умение заинтересовать слушателей».*

### 5. **Здравоохранение:**

(Эксперт): *«Очень важное направление – медицинское просветительство, где у нас очень низкая осведомленность у населения и культура в целом».*

### 5. **Политическое просвещение:**

(Эксперт): *«... в обществе у нас любят говорить, что политика – это грязное дело, но любой гражданин должен не только слышать иногда по телевизору какой-то ликбез, но и уметь грамотно всеми правами как гражданина пользоваться».*

### 6. **Финансовое, юридическое просвещение:**

(Эксперт): *«Финансовая грамотность – это, конечно, очень хорошо, чтобы ты мог понимать, что такое кредит, чтобы ты мог понимать, что такое налоги».*

### 7. **Семейное просветительство:**

(Эксперт): *«Семья это одна из немногих зон стабильности, которая в этом мире осталась. Когда мир так сложен, порой агрессивен, то обязательно должна быть какая-то зона стабильности».*

Родительство – одна из первых и основных тем, выделенных экспертами. Но по данной теме мнения экспертов разошлись, кто-то считает ее наиболее перспективной, другие, напротив, – ненужной современному обществу:

(Эксперт 1): *«Да, безусловно! Я считаю, что это одно из перспективных направлений: нужно создавать просветительские программы, начинать с дошкольного уровня».*

Были выделены другие темы (однако уже не столь единогласно):

(Эксперт): *«Для населения в целом самые злободневные вопросы: 1) анти-ценности массовой культуры, вред телевидения; 2) вред алкоголя и иных наркотиков с акцентом на легких напитках; 3) половое воспитание – целомудрие, формирование моды на культ крепкой многодетной семьи; 4) питание – вред снеков, чипсов, сахара, кофе. Для учителей – духовная безопасность как ориентир воспитательной работы».*

Эксперты единогласно утверждают, что формат просветительства зависит от выбранной аудитории. Для молодой аудитории – это формат более развлекательный (эдьютеймент) – деловые игры, разборы кейсов и так далее. Для более

возрастной категории привлекательнее будет традиционный формат – лекции, дискуссионные клубы и др. Более подробно рассмотрим вопрос взаимосвязи целевой аудитории и формата продукта в категории 4 Р – «продвижение»:

(Эксперт 1): *«Это зависит от аудитории. Игровой режим, конечно, нужно совмещать. Все любят играть, и взрослые тоже любят играть в деловые игры, в том числе и поисковые игры, и обучающие игры».*

(Эксперт 2): *«Приоритета нет, есть разница в категориях: для «третьего» возраста одно, им по-другому надо давать это, мозг работает не так».*

Довольно много идей эксперты выдвинули по развлекательному формату (эдьютеймент) – это и деловые игры, и свет-шоу, творческие компоненты, рэп-баттлы, формат Science Slam, формат TED для молодежи:

(Эксперт 1): *«Красиво рассказывать в каком-то дополнении с чем-либо. Давайте какое-то световое шоу сделаем. А давайте мы будем не просто рассказывать про Пикассо, а угостим любимым напитком Пикассо. И у людей будет больше эмоций от этого, вовлеченности, открытых глаз, желания».*

Существуют мнения, что развлекательный формат в чистом виде использовать для любой аудитории, в том числе и для молодежи неправильно. Необходимо сначала дать теоретический материал традиционным виде, и далее в качестве практической части будет актуален формат эдьютеймент (например, деловая игра). Эксперты даже выделили особый жанр – смешивание:

(Эксперт 1): *«...изменение форматов, привлечение новых тем, расширение тем, оно позволит... Смешивание – это особый жанр сейчас».*

Несмотря на разногласия по поводу увлечения форматом эдьютеймента, эксперты сходятся во мнении, что любой проект должен иметь свое креативное ядро, должен быть красиво «упакован». Работая исключительно на старом формате, невозможно захватить большие группы населения:

(Интервьюер): *«Многие эксперты говорят о том, что основной концепцией будет концепция «вкусной подачи», концепция эдьютеймента, развлекательного формата».*

(Эксперт): *«Безусловно, без него познание как таковое никому не нужно».*

(Интервьюер): *«Насколько в эту «карнавальность» уходить? Для всех ли сегментов?»*

(Эксперт): *«Я считаю, что для всех сегментов нужно, чтобы эдьютеймент присутствовал, особенно это касается молодых поколений: школа и вуз. И даже взрослых ты не заставишь прослушать ничего в твоём выступлении».*

(Эксперт): *«Да, упаковка – это очень важно. Оно должно быть драйвовым – это главное условие успеха общества «Знание». Без драйва, без шоу мы не сдвинемся с места. Сейчас шоу и драйва нет, не хватает».*

Красивая упаковка – это не только формат мероприятия, это еще и правильная его подача: одежда и канцтовары с символикой, логотипы, баннеры, выдержанный стиль, техническое оснащение и другое:

(Эксперт 2): *«Без красивой упаковки сейчас не получится ничего, потому что для того, чтобы выделяться в ряду предложений (публика перегружена этими предложениями)... Это не карнавальность и не оперетточность».*

Лишь немногие эксперты осторожно высказываются относительно развлекательного формата, считают это вопросом немного второстепенным:

(Эксперт 4): *«Честно сказать, вот это мне кажется такой сильно второстепенный вопрос, потому что формат той самой ин-формации, которая поставляется, он сильно зависит от целей и соответственно объекта. Ну, там где надо развлекать, значит надо развлекать».*

Насчет «идеального формата», эксперты тоже высказали свою точку зрения.

*«Идеальный – это какой формат? Формат, при котором оно будет интересным, ярким, современным, прогрессивным, развивающим, или единственное, что здесь важно, чтобы на него стало ходить в 5 раз больше людей?».*

Стоимость просветительских услуг зависит от их качественных характеристик, платежеспособности аудитории, а также от конъюнктуры рынка подобных услуг в той или

иной географической локации (страна, регион, населенный пункт). Вопрос ценообразования зависит как от себестоимости продукта, так и от имиджа реализующей его организации (статусность, престижность и т.д.).

Эксперты высказали следующую точку зрения о цене за просветительские услуги: для того чтобы завлечь аудиторию, заинтересовать определенной темой, небольшие проекты-мероприятия, особенно вступительные (например, короткие выступления в формате TED), можно и нужно проводить бесплатно. Собрав аудиторию на определенную тему, можно уже проводить более масштабные проекты и брать за это определенную оплату.

Значимым является и место оказания услуг (окружающая обстановка), влияющее на имидж организации и сам процесс взаимодействия просветителя и аудитории. Чем комфортнее обстановка, тем выше шансы на то, что аудитория, настроившись положительно, захочет продолжить просвещение/обучение.

Место проведения просветительских проектов так же, как и тема, напрямую зависит от целевой аудитории. Для молодой аудитории это могут быть и интернет-проекты или киноклубы. Востребованными площадками являются различные общественные заведения с большими залами и техническим оснащением. Для более возрастной категории экспертами были предложены библиотеки и музеи. Эксперты отмечают, что пространство, в которое просветители приглашают людей, должно быть современным. Чрезвычайно важно эстетическое качество среды:

(Эксперт): *«Библиотеки и музеи, которые сегодня есть формат офлайн коммуникации. Они на себя по факту взяли функцию просветительских площадок. И более того, это уже обновлённая библиотека со специальным залом, оборудованная всем необходимым».*

Продвижение просветительских услуг, которое для отечественного рынка является относительно новым, находится на стадии базовой заботы о перманентном контакте организации и аудитории через тиражирование печатной продукции, наружной рекламы и рекламы в средствах массовой

информации. Все это относится к так называемой «системе маркетинговой коммуникации», содержащей несколько ключевых направлений: реклама, pr-система, прямые продажи, стимулирование продаж.

Несмотря на эффективность вышеуказанного инструментария, усиление конкуренции на рынке просветительских услуг обуславливает необходимость выработки новых маркетинговых концепций.

Как уже отмечалось ранее, эксперты единогласно придерживаются позиции, что формат мероприятия и способы его продвижения, стимулирования сбыта продукта (в нашем случае – увеличение числа и «качества» участников проекта) зависит от выбранной целевой аудитории. Основным классификатором целевой аудитории является возрастной признак. Эксперты делят аудиторию на молодежь, трудоспособное население и пенсионеров. Также были выделены следующие аудитории: родители и дети, школьники, студенты, учителя, профессиональные группы (особенно медики), управленцы, рабочие, чиновники, военные, осужденные, политики, активисты и другие.

Спорным для экспертов оказался вопрос о выборе наиболее перспективной и необходимой аудитории для работы:

(Эксперт 1): *«Вот смотрите, если мы говорим о просветительстве, как о способе гармонизировать общественную жизнь. То большое внимание уделять надо тем, чье мировосприятие сейчас формируется – это дети, подростки, молодежь...».*

(Эксперт 2): *«Учителя и преподаватели. Это самые важные группы, с которыми конечно работа нужна».*

Эксперты делают упор на то, что продвижение по средствам официальных СМИ (радио и телепередач) практически исчерпало себя, особенно для молодой аудитории. Самый распространенный и эффективный метод, по мнению экспертов, – продвижение через группы социальной сети «ВКонтакте» и других соцсетях:

(Эксперт): *«Если раньше все-таки люди черпали просветительскую информацию из радио- и телепередач, то сейчас самая здоровая – это группы ВКонтакте и в других социальных сетях, где*

*можно узнать какой-то альтернативный взгляд, а потом уже дальше самому во всем разбираться, потому что наверно абсолютной правды нигде нет, есть разные позиции».*

Просветительство в какой-то мере должно переходить в интернет, считает ряд экспертов. Даже блоггерство было названо формой просветительства:

*(Эксперт): «Они же вертятся вокруг каких-то проблем по существованию. Очень реальные сообщества, которые занимаются... Или решение реальных проблем по покупкам. Или решение конкретных семейных проблем, проблем со здоровьем, куча таких всяких вещей. Занимаются именно существованием и просвещением, о передаче информации, накоплении этой информации».*

Также одним из современных методов продвижения был назван YouTube. При этом один из самых сложных вопросов: как донести информацию до среднего поколения – трудоспособного населения. Эксперты подчеркивают, что трудящиеся практически не имеют свободного времени и желания развиваться и считают, что основной способ «достучаться» до этой категории – взаимодействовать через профсоюзы и отраслевые группы. Также эффективными форматами были названы корпоративные тренинги, лекции, формат общения (очень широко был освещен известный формат Гик-Пикник).

*(Эксперт): «Это самая вообще незащищённая ниша, потому что они работают, как безумные, чтобы иметь какие-то деньги на содержание семьи. У них нет возможности остановиться, перевести дыхание и о чём-то подумать. Те, кто находится в этом колесе сансары, с утра до ночи бегают на работу, я не знаю, как до них достучаться кроме как через профсоюзы и отраслевые группы».*

Пенсионеры же напротив, воспринимают только традиционные формы подачи информации – лекции. При этом старшая аудитория отличается своим богатым опытом, которым они могут делиться друг с другом, поэтому интересным для работы с ними будет и формат дискуссионных клубов.

*(Эксперт): «Самое главное для них - у них есть такая вещь интересная, они ощущают себя богатыми опытом, но при этом они чувствуют некую депривацию. Этим опытом они не могут поделиться. И вот этот «Университет пожилого человека» может*



*быть не просто герой какой-нибудь приехал, рассказал, как мир устроен. Они очень благодарны, они все любят».*

Среда просветительской организации – это не только обстановка, но и специальный знаковый комплекс, создающий брендовость и транслирующий ее код во внешнюю среду. При продаже услуг организация должна обладать собственной «торговой маркой» или «знаком обслуживания», выделяющими ее из числа аналогичных и формирующими определенный образ в сознании потребителя.

Просветительская организация является сложнейшей системой, большинство механизмов которой является скрытым для конечного потребителя ее услуг. Процесс их получения связан с процедурами оказания, базирующимися на особенностях внутренней организационной среды (специфика администрирования, философия, культура, взаимоотношения между сотрудниками и их индивидуальные личные и профессиональные качества). Особую значимость имеет характер взаимоотношений, степень контакта между просветителями и аудиторией. Чем плотнее их взаимопонимание, психологическая близость, тем успешнее будет их совместная работа. В реализации комплекса просветительских услуг участвует также и вспомогательный персонал, поэтому весь коллектив организации является крайне важным с точки зрения создания ее атмосферы и среды (как в контексте организации внутренней работы, так и с точки зрения привлечения аудитории).

Смена вектора развития просветительства – от советского, «линейного», к современному, широкому по тематической направленности, количеству форматов и целевых аудиторий определила потребность к выработке актуальной классификации просветительского продукта.

Расширенная (традиционная) классификация просветительского продукта предусматривает значительное количество параметров, однако в течение двух последних десятилетий произошло множество институциональных и тематических сдвигов в сфере просветительства, позволяющих обобщить многие параметры классификации и упростить ее модель.

Упрощение модели связано с учетом факторов цифровизации современного общества и информационного пространства, усложнения процесса социальной коммуникации, перманентно растущих требований к личным и профессиональным качествам человека (особенно в части навыков и компетенций будущего). В матрице П. О. Лукши выделены три ключевых блока просветительства, востребованных для личного и коллективного здоровья, следования глобальным трендам и нивелированию риска футурошока. Проекция традиционной классификации через призму факторов и тенденций современного социума и информационного поля позволяет выделить ключевые аспекты проектирования просветительских мероприятий настоящего и будущего – длительность мероприятия, временной вектор и формат «поиска истины», дифференцирующиеся при выборе онлайн или оффлайн формата организации мероприятия.

Эффективными инструментами просветительской деятельности в общественно-государственной организации являются маркетинг и организационная культура. Традиционные 4Р любого маркетингового комплекса (product, price, place, promotion) (по Н. Бордену) в отношении современного просветительского продукта по нашему мнению могут быть расширены до 7Р (по Б. Бумзу и М. Битнеру) – добавляются people (люди, вовлеченные в процесс реализации продукта/оказания услуги), process (действия, процедуры, механизмы, обеспечивающие реализацию продукта/оказание услуги) и physical evidence (среда реализации продукта/оказания услуги). Таким образом, просветительская организация предлагает в качестве продукта (1Р) знания и навыки обучаемых, данный продукт может иметь как безвозмездный, так и возмездный характер (2Р), имеет собственные «каналы сбыта» (3Р) и требует продвижения (4Р), обладает собственной аудиторией, вовлеченной в процесс (просветители и просвещаемые) (5Р), имеет четкие требования и критерии к формированию предложения и соответствующего ему контента (6Р), а также реализуется в рамках конкретной среды – на рынке образовательных и просветительских услуг (7Р).

Для того, чтобы реализация продукта на рынке была успешной, и все маркетинговые мероприятия по его продвижению были эффективными, создающая его общественно-государственная просветительская организация должна обладать мощной внутренней культурой, транслируемой во внешнюю среду (через символику, товарные знаки и т. д.). Кроме того, сам продукт должен решать актуальные и будущие задачи общества и личности, среди которых эксперты выделяют традиционные ценности (жизнь, здоровье человека), навыки будущего и самозанятости, медиа-, цифровую, политическую, финансовую и юридическую грамотность, здравоохранение, семейные ценности. Продвижение продукта может быть обеспечено реализацией четырех основных направлений: рекламой (печатная продукция, интернет-площадки и социальные сети), системой связей с общественностью (пресс-релизы, презентации, пресс-конференции и т. д.), прямым маркетингом (продажами) и стимулированием сбыта (акционные предложения, выставки-продажи и др.). Выбор инструментария зависит от половозрастных, количественных и качественных характеристик целевой аудитории.

Таким образом, вышеперечисленные маркетинговые инструменты (7P) можно рассматривать в качестве основных направлений регулирования спроса на услуги просветительских организаций. Концепция 7P в просветительстве может быть реализована в деятельности общественно-государственной просветительской организации. Реализация данной концепции на практике позволит выявить ее сильные и слабые стороны и, соответственно, внести корректировки в ее суть и содержание. Описание и анализ практических моментов применения 7P просветительства позволят в будущем составить и обосновать идеальную маркетинговую модель продвижения просветительского продукта на отечественном и мировом рынках.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

---

В ходе анализа данных, полученных в ходе масштабного социологического исследования феномена просветительства в 2017 г. были выделены 3 основных формата просветительства, направленных на созидание личного и коллективного благополучия российских граждан и вписанных в рамки наиболее значимых глобальных трендов:

1) *информирование* в областях финансовой грамотности и семейной психологии (например, проекты, нацеленные на развитие медиаграмотности);

2) *обучение навыкам и компетенциям* (например, полезным навыкам работы с техникой, навыкам ораторского искусства, кулинарии и так далее);

3) *поддержание практик* (клубы интеллектуальных игр, спортивные и фитнес-кружки, интерактивы, моделирование и так далее).

Проведенный количественный опрос показал, что 61,0 % из общего числа респондентов испытывают нехватку каких-либо навыков, умений и знаний и потребность в обучении. Среди наиболее популярных запросов – желание обучаться *русскому и иностранным языкам* (11,7 %), *юридической грамотности* (11,5 %), *истории, социологии, экономике и религиоведению* (11,3 %), *компьютерной и веб-грамотности* (8,4 %), а также *личностному и психологическому развитию* (7,5 %).

Анализ возраста опрошенной аудитории показал следующую заинтересованность в обучении:

– 19–29 лет: *юридическая и финансовая грамотность, личностное и психологическое развитие, здоровье, автомобили и техника, информационно-коммуникационные технологии, образование,*

– 30–44 года: *юридическая и финансовая грамотность, персональная эффективность, иностранные языки, архитектура, строительство и ремонт, бизнес, спорт;*

– 45–60 лет: *иностраные языки, компьютерная и веб-грамотность, домашнее хозяйство и рукоделие,*

– 61 год и более: *вопросы общественного устройства, домашнее хозяйство и рукоделие, компьютерная и веб-грамотность, культура и искусство.*

Первые две возрастные группы – это те респонденты, которые уже в ближайшие 5–15 лет столкнутся с требованиями «профессий будущего» при трудоустройстве или восхождении по карьерной лестнице. Третья группа имеет более высокие шансы вступить в стадию пенсионного возраста, «дорабатываемая» на основе уже имеющихся знаний, навыков и компетенций. Четвертая группа – преимущественно пенсионеры, которые желают развиваться более для себя, не задумываясь о том, что им придется следовать трендам и переучиваться.

Глобальные интересы России, формирующиеся под влиянием главных мировых общественных и технологических трендов, напрямую влияют на формат и требуемое качество подготовки специалистов, которые в ближайшие десятилетия должны будут овладеть профессиями будущего. В связи с этим новые научные, образовательные и, главное, просветительские проекты и программы должны создаваться уже сейчас с учетом всех доминирующих тенденций глобализации и ускорения ритма жизни мирового сообщества.

Важнейшая задача для создания эффективной платформы российского просветительского будущего – *установление высоких требований к качеству федеральных, региональных и локальных просветительских проектов, их консолидация в рамках общегосударственной политической площадки, продвижение и поддержка.* Это один из ключей к стабилизации политической и экономической обстановки в стране, модернизации всех сфер государственной жизни, к повышению личного благосостояния россиян и качества их повседневности, предотвращению «утечки мозгов» за границу.

Ликвидация острой потребности в обучении большинства граждан через совершенствование и продвижение системы отечественного просветительства позволит найти ответ на многие глобальные вызовы, стоящие перед Россией, положительно скажется на ее внутри- и внешнеполитическом могуществе.

*Можно выделить несколько ключевых задач.*

1. Необходимость *проявления политической воли, которая повлечет за собой организационные действия властей, нацеленные на формирование единой просветительской платформы:*

– принятие Федерального закона «О просветительской деятельности» и соответствующих локальных законодательных актов;

– введение системы государственного учета просветительских организаций и программ, внедрение их отраслевой специализации;

– организация государственной поддержки наиболее актуальных проектов (в том числе через систему получения грантов и субсидий), которые не будут дублировать или подменить собой образовательную систему, а напротив, сформируют у целевой аудитории дополнительные знания и компетенции;

– формирование института подготовки кадров для работы в просветительских организациях, введение кодекса профессиональной этики просветителя;

– организация постоянного централизованного обмена опытом между крупными столичными и региональными просветительскими организациями и их отделениями, совершенствование их научной, материально-технической и учебно-методической баз;

– выработка государственного подхода к просветительским проектам на темы, которые принято считать табуированными, распространение через данные проекты позитивных знаний, влияющих на здоровье и образ жизни граждан;

– создание просветительских кластеров и разработка кросс-проектов, при которых в мероприятиях смогут принимать участие все заинтересованные стороны: государство, образовательные и общественные организации, потенциальные работодатели и спонсоры (без уклона в лоббирование конкретного коммерческого интереса и product placement).

2. Разработка и внедрение механизмов контроля за сферой просветительства со стороны государства и, в частности, научного сообщества. Уже сейчас просветительство становится самостоятельной отраслью деятельности (в том числе,

коммерческой), все более отдаляющейся от науки и образования. Это связано с основными тенденциями ее развития. Современное российское просветительство *становится отраслью с высокими бюджетами и гонорарами; производит собственных «звезд» и лидеров, имеющих статус «популяризаторов науки», вне научной и образовательной среды (писатели, журналисты, блогеры и т.д.); базируется на интерактивных и развлекательных компонентах, все более уходя в онлайн-среду и в рамки игровых платформ.*

3. Российское общество «Знание», являясь одной из главных движущих сил российского просветительства, должно пройти процесс обновления. Потенциально в ближайшем будущем Общество может возложить на себя следующие роли и функции:

- распространение общественной идеологии;
- обобщение законодательства, анализ и корректировка государственных программ и проектов;
- оценка соответствия локальных просветительских проектов общим целям и задачам отечественной системы просвещения, выработка и внедрение стандартов качества;
- объединение локальных просветительских проектов на единой общероссийской платформе;
- создание и продвижение экспертного сообщества, ориентированного на высочайшие стандарты и объективные критерии экспертной работы;
- создание интеллектуального ресурсного центра для региональных социально ориентированных некоммерческих организаций;
- организация региональных площадок для конкурсов и хакатонов по инновационному творчеству и обмену опытом между молодежью и педагогами.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

---

*Агаджанян, Н. А.* Болезни цивилизации [Текст] / Н. А. Агаджанян, А. Я. Чижов, Т. А. Ким // Экология человека. – 2003. – № 4. – С. 8–11.

*Адамс, Дж. Р.* Профессиональное управление проектами: Практические указания [Текст] / Дж. Р. Адамс, М. Дин Мартин. – Дэйтон, Огайо : Universal Technology Corporation, 1987.

Анализ запроса молодежи на развивающие и просветительские программы: аналитический отчет. – М. : ВЦИОМ, 2017.

*Ананьин, В. И.* К конкурентному преимуществу – через проекты [Текст] / В. И. Ананьин // Управление проектами и программами. – 2010. – № 3 (23). – С. 244–251.

*Антинази, А.* Энциклопедия социологии [Текст] / А. Антинази. – М., 2009.

*Антипьев, А. Г.* Профорентация молодежи в современном российском обществе: состояние и пути развития [Текст] / А. Г. Антипьев // ИСОМ. – 2012. – №2.

*Артамонова, А.* Безопасность в интернете: готовы ли пользователи противостоять киберугрозам? [Электрон. ресурс] / А. Артамонова. – Режим доступа: <https://habr.com/companu/mailru/blog/252091/>

Атлас новых профессий [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://atlas100.ru>

*Аттали, Ж.* Карл Маркс. Мировой дух [Текст] / Ж. Аттали. – М. : Молодая гвардия, 2008. – 406 с.

Аудитория Instagram выросла на 100 млн за четыре месяца – до 700 млн пользователей [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/23478-instagram-700m>

*Барлоу, Дж. П.* Декларация независимости киберпространства. – Давос, Швейцария, 08.02.1996. – Режим доступа: <http://www.average.org/freespeech> (дата обращения: 27.07.2018).



*Батуева, А. Ц.* Феномен русского просвещения: сущность и особенности [Текст]: дис. ... канд. филос. наук / Арюна Цыдыповна Батуева. – Улан-Удэ, 2013.

*Башкатова, А.* Глобализм с человеческим лицом // Независимая газета. – 2011. – 6 апреля. – Режим доступа: [http://www.ng.ru/economics/2011-04-06/1\\_globalizm.html](http://www.ng.ru/economics/2011-04-06/1_globalizm.html) (дата обращения: 04.08.2018).

*Бергер, П.* Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.

*Бодрийяр, Ж.* Реквием по масс-медиа [Текст] / Ж. Бодрийяр // Поэтика и политика: альманах Российско-французского центра социологии и философии Ин-та социологии РАН. – М. : Ин-т эксперимен. социологии; СПб. : Алетейя, 1999.

*Брежнев, Л. И.* Актуальные вопросы идеологической работы [Текст] / Л. И. Брежнев. – М. : Политиздат, 1979. – Т. 1.

*Бриксиива, З.* Глобализация и рост в современных исследованиях // МВФ. Офиц. сайт, 2003 [Электрон. ресурс] / З. Бриксиива, Д. Трейгиене. – Режим доступа: <https://www.imf.org/external/country/blr/gr/rus/2003/051903r.pdf> (дата обращения: 02.09.2018)

*Бхагвати, Дж.* В защиту глобализации [Текст] / Дж. Бхагвати; пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Ладомир, 2005.

*Васильев, Я. Ю.* Субстанциональный подход в методологии социального прогнозирования [Текст] / Я. Ю. Васильев // Вестник Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Серия «Социальные науки» . – 2007. – № 2 (7). – С. 20–29.

Визионеры и переговорщики. Профессор МГУ назвал две профессии будущего // Forbes. 29.08.2018. – Режим доступа: [http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/366251-vizionery-i-peregovorshchiki-professor-mgu-nazval-dve-professii?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=targetings-forbes&utm\\_content=articiels#0\\_5\\_3637\\_13034\\_1240\\_191678740](http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/366251-vizionery-i-peregovorshchiki-professor-mgu-nazval-dve-professii?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=targetings-forbes&utm_content=articiels#0_5_3637_13034_1240_191678740) (дата обращения: 30.09.2018).

*Галкин, Д. В.* Цифровая культура: горизонты искусственной жизни [Текст] / Д. В. Галкин. – Томск : Изд-во Томск. гос. ун-та, 2013.

*Ганзен, В. А.* Системные описания в психологии [Текст] / В. А. Ганзен. – Л.: Изд-во Ленинград. гос. ун-та, 1984. – 175 с.

*Гершман, А.* В борьбе за сплошную грамотность [Текст] / А. Гершман. – Л.: ОГИЗ «Молодая гвардия», 1931.

*Гидденс, Э.* Последствия современности [Текст] / Э. Гидденс. – М., 2011. – 352 с.

*Гринин, Л. Е.* Глобализация и национальный суверенитет [Текст] / Л. Е. Гринин // История и современность. – 2005. – №1. – Режим доступа: <https://www.socionauki.ru/journal/articles/145683> (дата обращения: 19.08.2018)

*Гриняев, С.* Угрозы и вызовы информационной эпохи [Текст] / С. Гриняев. – Режим доступа: [http://expert.ru/expert/2004/01/01ex-i\\_soc\\_40350](http://expert.ru/expert/2004/01/01ex-i_soc_40350) (дата обращения: 05.08.2018)

*ДеКарло, Д.* Экстремальное управление проектами [Текст] / Д. ДеКарло. – М.: Компания р.п. Office, 2005.

*Задорина, О. С.* Основы дидактики [Текст] / О. С. Задорина. – Тюмень, 2012. – 180 с.

*Задорожный, А.* Революция уже произошла: мы просто этого не видим. Петр Щедровицкий: почему российская экономика и образование не успевают за остальным миром [Электрон. ресурс] / А. Задорожный. – Режим доступа: [https://www.znak.com/2017-12-12/petr\\_chedrovickiy\\_pochemu\\_rossiyskaya\\_ekonomika\\_i\\_obrazovanie\\_ne\\_uspevayut\\_za\\_ostalnym\\_mirom](https://www.znak.com/2017-12-12/petr_chedrovickiy_pochemu_rossiyskaya_ekonomika_i_obrazovanie_ne_uspevayut_za_ostalnym_mirom)

*Засурский, Я. Н.* Информационное общество, Интернет и новые средства массовой информации [Текст] / Я. Н. Засурский // Информационное общество. – 2001. – Вып. 2. – С. 24–27.

*Захарова, И. В.* Маркетинг образовательных услуг [Текст] / И. В. Захарова. – Ульяновск, УлГТУ, 2008.

*Золотухина-Аболина, Е. В.* Повседневность: философские загадки [Текст] / Е. В. Золотухина-Аболина. – Киев: Ника-центр, 2006. – 256 с.

*Иванов, Д. В.* Постиндустриализм и виртуализация экономики. [Электрон. ресурс] / Д. В. Иванов. – Режим доступа: [http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/1998\\_1/Ivanov\\_1998\\_1.pdf](http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/1998_1/Ivanov_1998_1.pdf) (дата обращения: 16.10.2018).

Исследование российского рынка он-лайн образования и образовательных технологий. Нетология, 2018. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://edmarket.digital/#get>

Исследование факторов конкурентоспособности и просветительских лекций в пространстве современных научно-популярных образовательных продуктов: отчет. – М. : МГУ, 2017.

*Истюфеев, А. В.* Становление постиндустриального общества в рамках современной глобализации [Текст] / А. В. Истюфеев // Вестник Оренбургского гос. ун-та. – 2006. – № 7. – С. 84–90.

*Кант, И.* Ответ на вопрос: что такое просвещение? [Текст] / И. Кант // Собр. соч. на нем. и русс. яз. / под ред. Б. Тушлинга, Н. В. Мотрошиловой. – М., 1994.

*Кастельс, М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс. пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000.

*Каткова, М. В.* Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии [Текст] / М. В. Каткова // Известия Саратов. ун-та, Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2008. – Т. 8, Вып. 2. – С. 23–26.

*Кирсанов, К. А.* Глобальные проблемы образования [Текст] / К. А. Кирсанов, А. А. Киринок. – В 2-х т. Т.1. – Нац. ин-т бизнеса, 2005

*Корытникова, Н. В.* Социальные последствия развития Интернета как средства производства сетевых коммуникаций. [Электрон. ресурс] / Н. В. Корытникова. – Режим доступа: [http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/news/dek/2008/02/2008-02\\_r\\_dek-s3.htm](http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/news/dek/2008/02/2008-02_r_dek-s3.htm) (дата обращения: 20.09.2018).

*Косарева, А. Б.* Наука и фантастика: возможные пути взаимодействия. Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века [Текст] / А. Б. Косарева: К 80-летию профессора Моисея Самойловича Кагана: материалы междунар. науч. конф. – Вып. 12. – СПб. : Санкт-Петербург. философ. о-во, 2001. – С. 296–300.

*Косарева, А. Б.* Мировоззренческие парадигмы фантастики [Текст] / А. Б. Косарева // Серия «Symposium» Российская

массовая культура конца XX века, Вып. 15 / Материалы круглого стола 4 декабря 2001 г. – СПб.: Санкт-Петербург. философ. о-во, 2001. – С. 88.

*Котлер, Ф.* Основы маркетинга: краткий курс [Текст] / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2012.

*Крашинева, О. Е.* Философия образования: Социально-философский анализ предметной области: дисс.... канд. философ. наук: 09.00.11. – Ростов-н/Д, 2005.

*Кузнецов, Е.* Проект «Университеты 3.0» в НТИ [Презентация доклада]. – [Электрон. ресурс] / Е. Кузнецов. – Режим доступа: <https://ioe.hse.ru/data/2016/01/13/1134679511/Университеты%203.0.pdf> (дата обращения: 25.08.2018).

*Курцвейл, Р.* Слияние человека с машиной: движемся ли мы к «Матрице»? [Текст] / Р. Курцвейл / Прими красную таблетку: Наука, философия и религия в «Матрице» / Под ред. Глена Йеффета. [пер. с англ. Т. Давыдова]. – М. : УльтраКультура, 2003.

*Липсиц, И. В.* Основы маркетинга [Текст] / И. В. Липсиц, М. Н. Дымшиц: учебник. – М.: Геотар-Медиа, 2014.

*Лукша, П. О.* Самообразование – спасательный круг в эпоху стратегической растерянности // Office Life [Электрон. ресурс] / П. О. Лукша. – Режим доступа: <https://officelife.media/article/people/pavel-luksha-self-a-lifeline-in-an-era-of-strategic-confusion>

*Максименко, А. А.* Просветительство в современной России: проблемы и вызовы [Текст] / А. А. Максименко, В. Н. Данилов. – Кострома : Костром. обществ. просвет.-обуч. орг. «Знание», 2017. – 144 с.

*Муратов, А. А.* Политические аспекты «информационного общества» и эволюция современных международных отношений [Текст]: дис.... канд. полит. наук / Александр Александрович Муратов. 23.00.04. – СПб, 2003. – 167 с.

*Неборский, Е. В.* Зарубежный опыт интеграции образования, науки и бизнеса [Текст] / Е. В. Неборский // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Калининград: Изд-во Балтийского федер. ун-та им. Иммануила Канта, 2012. – № 11. – С. 33–40.

*Неборский, Е. В.* Проблемы развития университетов в условиях глобализации [Текст] / Е. В. Неборский // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2014. – № 3 (41). – Ч. 2. – С. 144–148.

*Нейсбит, Дж.* Мегатренды [Текст] / Дж. Нейсбит. – М. : АСТ, Ермак, 2003. – 380 с.

Показатели и тенденции в области старения населения: доклад ООН. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/sections/issues-depth/ageing/index.html>.

*Ненашев, А. И.* Развитие социального виртуального пространства в сети Интернет [Текст] / А. И. Ненашев // Известия Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. – 2008. – № 33 (73). – С. 335–338.

Несогласие с будущим. Что прочат России долгосрочные прогнозы? Ольга Филина – с 7-й социологической Грушинской конф. // Коммерсантъ, 27.03.2017. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3247633> (дата обращения: 30.09.2018).

Образование будущего: Google ломает шпиль МГУ. – Режим доступа: <http://www.e-xecutive.ru/education/adviser/1406143>. (дата обращения: 30.09.2018).

*Огурцов, А. П.* Образы образования. Западная философия образования. XX век [Текст] / А. П. Огурцов, В. В. Платонов. – М. : Изд-во Рус. христиан. гуманит. ин-т, 2004.

*Плаксий, С. И.* Парадоксы высшего образования [Текст] / С. И. Плаксий. – М. : Нац. ин-т бизнеса, 2005

Показатели и тенденции в области старения населения: доклад ООН. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/sections/issues-depth/ageing/index.html> (дата обращения: 01.08.2018).

*Помелов, В. Б.* Просветительство как педагогический феномен [Текст] / В. Б. Помелов // Ярослав. пед. вестник. – 2018. – №2. – С. 26–31.

*Поппер, К.* Открытое общество и его враги [Текст] / К. Поппер. Т. 1: Чары Платона / пер. с англ. под ред. В. Н. Садовского. – М. : Феникс, Междунар. фонд «Культурная инициатива», 1992. – 448 с.

Проект «Университет 3.0» – центр науки, образования и технологического предпринимательства // Инновационный портал НГУ. – Режим доступа: <http://inno.nsu.ru/facts/2016-05-30.htm> (дата обращения: 25.08.2018).

*Провер, М.* Неопределенность, которая формирует будущее [Текст] / М. Провер // *Контуры будущего: технологии и инновации в культурном контексте* / под ред. Д. И. Кузнецова, В. В. Сергеева, Н. И. Алмазовой, Н. В. Никифоровой. – СПб.: Астерион, 2017. – С. 197.

*Проскурин, С. А.* Глобализация как фактор поляризации мира [Текст] / С. А. Проскурин // *Социально-гуманитарные знания*. – 2009. – № 4. – С. 46–49.

*Путилова, Е. А.* Интернет как фактор формирования информационного общества [Текст]: дис. ... канд. социол. наук. Елена Александровна Путилова. 22.00.04. – Тюмень, 2004. – 152 с.

*Райзберг, Б. А.* Современный экономический словарь [Текст] / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

*Ракитов, А. И.* Информация? Наука, технология в глобальных исторических измерениях [Текст] / А. И. Ракитов. – М.: ИНИОН РАН, 1998.

*Розин, В. М.* Философия образования [Текст] / В. М. Розин. – М.: Изд-во Моск. психологосоц. ин-т: НПО «МОДЭК», 2007.

Рынок английского. – Skyeng [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://skyeng.ru/mediacenter/market>

Рынок коммерческого изучения иностранных языков // *Технологии роста*, 2018 [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://docplayer.ru/36975679-Rynok-kommercheskogo-izucheniya-inostrannyh-yazykov-v-rossii.html>

*Семченко, Е. Е.* Современная система образования и картины миропонимания: некоторые креативно-рискологические аспекты [Текст] / Е. Е. Семченко, Н. К. Алимова // *Интернет-журнал Науковедение*. – 2011. – № 1 (6). – С. 26–29.

*Сухов, А. А.* Феномен визионерства: культурно-методологические основания и модификации [Текст]: автореф. дис.

канд. культурологии. Антон Андреевич Сухов. – Екатеринбург, 2008. – 27 с.

*Тимошенко, Т. В.* Научная фантастика как социокультурный феномен [Текст]: дис. ... канд. филос. наук. Татьяна Викторовна. 09.00.13. – Ростов-н/Д, 2003. – 32 с.

*Тоффлер, Э.* Шок будущего [Текст] / Э. Тоффлер: пер. с англ. – М. : ООО «Изд-во АСТ», 2002. – 557 с.

*Трофименко, Ю. В.* Развитие ключевых компетенций в процессе формирования математических понятий начальной школы [Текст] / Ю. В. Трофименко // Вестник Таганрогского гос. педагог. ин-та. – 2007. – №1. – С. 96–100.

Федеральная служба государственной статистики. Старшее поколение. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/generation/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/generation/#)

Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ (последняя редакция).

Феномен просветительства в современной России: отчет по результатам социологического исследования в рамках проекта. – М. : Рос. о-во «Знание», 2017. – 800 с.

*Ферару, Г. С.* Условия, факторы и критерии успешной реализации проекта: обобщение опыта проектного управления [Текст] / Г. С. Ферару // Современные технологии управления. – 2014. – №11 (47). – Режим доступа: <https://sovman.ru/article/4710>.

Философия: энцикл. сл. / под ред. А. А. Ивина. – М., 2004.

Философский энциклопедический словарь [Текст] / гл. ред.: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. – М. : Сов. энцикл., 1983.

*Хайтун, С. Д.* Социум против человека: законы социальной эволюции [Текст] / С. Д. Хайтун. – М.: URSS, 2006. – С. 233.

*Хорина, Г. П.* Глобализм как идеология [Текст] / Г. П. Хорина // Глобализация и гуманитарное знание. – 2005. – № 1. – С. 71–78.

*Цырендоржиева, Д. Ш.* Просвещение и просветительство: сущность и отличительные черты [Текст] / Д. Ш. Цырендоржиева, А. Ц. Батуева // Вестник Бурят. гос. ун-та. – 2013. – № 14. – С. 34–37.

*Шкурко, Ю.* Социологическая несоизмеримость научной фантастики и футурологии [Текст] / Ю. Шкурко // Фантастика и технологии (памяти Станислава Лема): сб. материалов Междунар. науч. конф. (29–31 марта 2007 г.) – Самара, 2009. – С. 217.

*Шмелева, Е.* Работать будет некому: РСПП обеспокоен количеством и качеством рабочей силы [Электрон. ресурс] / Е. Шмелева // Российская газета. – №816 (34). – Режим доступа: <https://rg.ru/2011/09/27/rspp.html>

*Щедровицкий, Г. П.* Принципы и общая схема методологической организации системно-структурных исследований и разработок [Текст] / Г. П. Щедровицкий // Системные исследования. – М., 1981.

*Щедровицкий, П. Г.* История промышленных революций [Электрон. ресурс] / П. Г. Щедровицкий. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=wE2JEMfuNZI>

*Эннс, Е. А.* Психологическая характеристика помогающих профессий [Текст] / Е. А. Эннс // Современная психология: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, июнь 2012 г.). – Пермь : Меркурий, 2012. – С. 92–93.

«Дети хотят в это играть, и родители хотят, чтобы они в это играли»: интервью с О. Чумаковым // Republic. – 2018. - 13 июня. – Режим доступа: <https://republic.ru/posts/91078> (дата обращения: 25.09.2018).

10 людей, которые отвечают за наше будущее / NEW-TONEW. – Режим доступа: <https://newtonew.com/science/wired-visioners> (дата обращения: 18.08.2018).

12 современных фантастов, которых стоит читать. Лучшие авторы научной фантастики // LOOK AT ME. Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/mag/live/inspiration-lists/214067-12-modern-sci-fi> (дата обращения: 19.08.2018)

*Al-Rodhan, N. R. F.* Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition [Text] / N. R. F. Al-Rodhan // Geneva Centre for Security Policy. – 2006. – 19 June. – P. 9–20.

Analytics comes to age. January 2018 [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/>



Business%20Functions/McKinsey%20Analytics/Our%20Insights/Analytics%20comes%20of%20age/Analytics-comes-of-age.ashx.

*Booms, B. H.* Marketing strategies and organization structures for service firms [Text] / B. H. Booms, M. J. Bitner // Donnelly, J.H. and George, W.R. (Eds). – Marketing of Services, American Marketing Association, Chicago, IL, 1981. – PP. 47 – 51.

*Borden, N. H.* The Concept of the Marketing Mix // Journal of Advertising Research. – 1964. – Vol. 4 (June). – PP. 2-7.

*Chandler, D.* Recently discovered phenomenon could provide a way to bypass the limits to Moore's Law [Электрон. ресурс] / D. Chandler. – Режим доступа: <https://phys.org/news/2017-10-phenomenon-bypass-limits-law.html>

*Chandrasekar, A.* Coaching Infrastructure: The Building Block of Impactful Programs [Электрон. ресурс] / A. Chandrasekar. – Режим доступа: <https://www.ccl.org/articles/article-type/research-reports/>

*Davalagas, I.* Industry Overview: Educational Services / Value Line. – [Электрон. ресурс] / I. Davalagas. – Режим доступа: [http://www.valueline.com/Stocks/Industries/Industry\\_Overview\\_\\_Educational\\_Services.aspx#W1gElrhnlPZ](http://www.valueline.com/Stocks/Industries/Industry_Overview__Educational_Services.aspx#W1gElrhnlPZ)

*Davies, A.* Future Work Skills – 2020. [Электрон. ресурс] / A. Davies, D. Fidler, M. Gorbis. – Режим доступа: [http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A\\_UPRI\\_future\\_work\\_skills\\_sm.pdf](http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf)

*Flowers, A.* Blockchain Job Searches Remain High, While Bitcoin, Cryptocurrency Searches Fall [Электрон. ресурс] / A. Flowers. – Режим доступа: <https://www.hiringlab.org/2018/03/28/blockchain-job-searches-remain-high/>

Forecast of Big Data market size, based on revenue, from 2011 to 2027 (in billion U.S. dollars). – The Statistic portal [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/254266/global-big-data-market-forecast/>

*Friedman, T. L.* The Three Waves of Globalization [Text] / T. L. Friedman // The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century. – N. Y. : Picador I Farrar, Straus and Giroux, 2007. – P. 9-10.

*Gregory, A.* Bridging the skills gap. – Workforce 2020. – [Электрон. ресурс] / A. Gregory. – Режим доступа: <https://2020workforce.com/2015/01/26/bridging-the-skills-gap>.

*Hirst, P.* The Future of Globalization [Text] / P. Hirst, G. Thompson // Cooperation and Conflict / The Nordic International Studies Association. – 2002. – Vol. 37 (3). – P. 248.

How Big is the Skills Gap? / Burning Glass Technologies. – March, 14, 2018. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.burning-glass.com/blog/how-big-is-the-skills-gap/>

How European Leaders Are Adapting in the Digital Age / Center of creative Leadership. – April 2018 [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ccl.org/articles/research-reports/european-leaders-adapting-digital-age/>

*Lapidus, L.* Business Education Market In Russia: Current State And Development Outlook [Text] / L. Lapidus, II. Tarkhanov, E. Razumovskaya // Procedia. Social and Behavioral science. – 2015. – Vol. 191. – P. 391–395.

*Levitt, Th.* The Globalization of Markets (from the May 1983 issue) // Harvard Business Review. – [Электрон. ресурс] / Th. Levitt. – Режим доступа: <https://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets> (дата обращения: 15.08.2018).

*McCarthy, E. J.* Basic Marketing: a Managerial Approach [Text] / E. J. McCarthy. – Richard D. Irwin, Homewood, Illinois, 1960.

*Robertson, R.* Globalization: Social Theory and Global Culture [Text] / R. Robertson. – L.: Sage, 1992. – P. 8.

*Robertson, R.* The Historical Context and Significance of Globalization [Text] / R. Robertson // Development and Change. – 2004. – P. 559–562.

*Schwab, Kl.* The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. [Электрон. ресурс] / Kl. Schwab. – Режим доступа: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond>.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

---

### Приложение 1

#### **ТОПИК-ГАЙД ДЛЯ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ В РАМКАХ ПРОЕКТА «КТО ТАКОЙ СЕГОДНЯ ЧЛЕН РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА „ЗНАНИЕ“?»**

Добрый день! В настоящее время мы проводим исследование в рамках некоммерческого проекта, посвященного вопросам изучения мотивации членства в общественной организации и разработке рекомендаций для принятия решений, основанных на базе этого исследования. Проект общероссийский и проводится во многих регионах. Я прошу Вас уделить около 40 минут своего времени и ответить на ряд вопросов. Все Ваши ответы останутся анонимными и будут обрабатываться исключительно в обобщенном виде.

#### *Знакомство*

Расскажите кратко о себе, о профессии, опыте и стаже работы. Экспертом в каких областях Вы себя считаете? Как давно имеете отношение к Российскому обществу «Знание»?

За все время существования менялись идеи, направления, система. Какие изменения Вы считаете более существенными? Что, на Ваш взгляд, остается неизменным? В какие времена для Российского общества «Знание» был наибольший подъём? Почему? В какие времена был наибольший спад. Почему? Что при этом влияет больше на спады и подъемы? Сохранились ли изначальные идеи? Имеют ли они сейчас смысл?

Скажите, как Вы можете кратко описать сегодняшнее Российское общество «Знание»? Какие при этом используете прилагательные? Какие организации работают на этом же поле? Кто является лидером?

*Вопросы к экспертам, имеющим отношение к Российскому обществу «Знание»*

Как у Вас в регионе относятся к «Знанию»? Поменялось ли отношение у Вас и Ваших коллег к этой организации 10–20 лет назад, сейчас? С чем это связано? Какими еще факторами это обусловлено? Чем принципиально отличается сегодняшнее Российское общество «Знание»? В чем его слабые стороны? Есть ли у этой организации сильные стороны? Какие? Преимущественно перед кем? В чем уникальность Российского общества «Знание»? На каком поле «играет» Российское общество «Знание»? Кто на этом поле в настоящее время играет сильнее? Почему?

По Вашему мнению, на какую аудиторию рассчитывает Российское общество «Знание»? Менялась ли эта аудитория за время существования Российского общества «Знание» и с чем это было связано?

Есть ли фокус у Российского общества «Знание» на какой-либо целевой аудитории сейчас? Насколько правильно выбран этот фокус? На кого в первую очередь должно работать Российское общество «Знание»?

Немного пофантазируем: идеальное Российское общество «Знание» – оно какое? Какие прилагательные могут его характеризовать? Чем оно занимается? Что препятствует реализации этого идеального образа, из-за чего он не сможет стать реальным? Благодаря чему он может стать реальным?

Какие потребности у профессиональных или возрастных групп не удовлетворены в настоящий момент и что в этом отношении может предложить Российское общество «Знание»? Какие темы просветительства, на Ваш взгляд, стоит сделать в своем портфеле приоритетными Российскому обществу «Знание»?

Какие потребности населения не удовлетворены в настоящий момент и что в этом отношении может предложить Российское общество «Знание»?

Целевые аудитории Российского общества «Знание». Как эффективнее их делить?

Поколения XYZ (возраст)

Профессии (принадлежность)

Мужчины – женщины (гендерные различия и интересы)

Уровень сознания (основные потребности)

Нужно ли такое разделение? Имеет ли это смысл?

Ваш идеальный вариант:

По какому основанию Вы выделили эти сегменты? Почему? Какие еще могут быть основания для сегментирования?

Есть ли смысл массово охватывать все население, не охваченное по вышеперечисленным критериям? Какой процент, по Вашему мнению, стоит оставить неохваченным?

Что Вы можете сказать про население, которое занимается саморазвитием? Эта аудитория может быть интересна Российскому обществу «Знание»? Что может предложить Российское общество «Знание» этой аудитории?

Какая идея была у Российского общества «Знание» на этапе становления? Какая идея сейчас? Какой у Российского общества «Знание» должен быть для этого девиз (слоган)? Какой призыв, к чему? Что у Российского общества «Знание» может стать притяжением? Для кого?

Что может предложить каждой целевой аудитории Российское Общество «Знание»? Почему?

Есть ли конкуренты в этом предложении у Российского общества «Знание»?

Можем ли назвать конкурентов по каждому предложению для каждой целевой аудитории?

Кем или чем не должно заниматься Российское общество «Знание»? Почему?

Стоит ли проводить разделение на различные целевые аудитории, при работе с мотивами вступления в Российское общество «Знание»?

Что может быть важным и значимым для вступления в члены Российского общества «Знание» (каждой выделенной в предыдущем опросе группы)? Можете перечислить (назвав не менее 5 основных мотивов), проранжировав по степени важности (для каждой группы). Что может стать препятствием, по Вашему мнению, для вступления в Российское общество «Знание» (для каждой группы)? Что может вынудить члена покинуть Российское общество «Знание» (по каждой группе)?

Какие факторы будут стимулами для вступления в Российское общество «Знание» (материальные и нематериальные). Есть ли региональная специфика, есть ли возрастная специфика, есть ли профессиональная специфика?

Какие барьеры, на Ваш взгляд, являются значимыми для вступления в члены Российского общества «Знание» (каждой выделенной в предыдущем опросе группы)? Перечислите, назвав не менее 5 основных мотивов, проранжировав их по степени важности (для каждой группы). Как убрать эти барьеры? (перечислите, пожалуйста, наиболее эффективные, а, значит, быстрые и недорогие способы это сделать). Кто перехватывает повестку Российского общества «Знание»?

Какими «фишками» (говоря языком молодежи), можно, на Ваш взгляд, привлечь разные группы для вступления в члены Российского общества «Знание» (каждой выделенной в предыдущем опросе группы)? Перечислите, назвав не менее 5 основных мотивов, и проранжировав их по степени важности для каждой группы. Как убрать эти барьеры? Перечислите, пожалуйста, наиболее эффективные, а значит, быстрые и недорогие способы это сделать.

Целесообразна ли денежная дифференциация среди различных групп – членов «Российского общества “Знание”»? Почему? Для чего? Как это обосновать?

В какой последовательности стоит строить систему привлечения в ряды общероссийской организации «Российское общество “Знание”»? Что следует сделать в первую очередь,

что во вторую, что в последнюю? Что нужно делать одновременно? Почему?

Что следует не делать, так как это поставит под риск весь проект мотивации членства в «Российском обществе “Знание”»? Почему?

Какие риски Вы видите в проекте по вовлечению в Общероссийскую организацию «Российское общество “Знание”»?

Кого необходимо привлечь в партнеры в проекте по вовлечению в Общероссийскую организацию «Российское общество “Знание”»?

Кто (или что) по Вашему мнению, сможет облегчить процесс вовлечения в Общероссийскую организацию «Российское общество “Знание”»?

Кто (или что) по Вашему мнению, выступит противником или тормозом в процессе вовлечения в Общероссийскую организацию «Российское общество “Знание”»?

Сколько членов «Российского общества “Знание”» может быть к 2020 году, по Вашим прогнозам? А к 2024 г.? Почему?

Что Вы можете дополнить в целом по мотивации вступления в Общероссийскую организацию «Российское общество “Знание”»?

**АНКЕТА**

Добрый день! Российское общество «Знание» проводит социологическое исследование на тему дополнительного обучения. Разрешите задать Вам несколько вопросов, это не займет много времени. Для нас важно знать Ваше личное мнение. Все данные будут использоваться только в обобщенном виде.

**S1. Пол респондента**

1. Мужской – проверить квоту
2. Женский – проверить квоту

**S2. Сколько вам лет?** \_\_\_\_\_

1. 18–24 года – проверить квоту
2. 25–34 года – проверить квоту
3. 35–44 года – проверить квоту
4. 45–54 лет – проверить квоту
5. 55–70 лет – проверить квоту
6. Старше 70 лет – закончить интервью

**S3. В каком городе (населенном пункте) Вы проживаете постоянно в течение последних 6 месяцев? ВПИСАТЬ \_\_\_\_\_ ЗАЧИТАТЬ И ЗАКОДИРОВАТЬ НИЖЕ:**

1. Москва
2. Город-миллионник (кроме Москвы)
3. Город 500–1000 тыс.чел.
4. Город 100–500 тыс.чел.
5. Город до 100 тыс.чел., поселок городского типа, село

**S4. Ваше образование? (ЗАЧИТАЙТЕ ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ – САМЫЙ ПОСЛЕДНИЙ/НАИБОЛЕЕ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ, ПОЛУЧЕННЫЙ РЕСПОНДЕНТОМ. НАПРИМЕР, ЕСЛИ ОКОНЧЕНО 11 КЛАССОВ ШКОЛЫ И 3 КУРСА ВУЗА, ТО ОТМЕЧАЕТСЯ ТОЛЬКО КОД 5; ЕСЛИ ОКОНЧЕНО 11 КЛАССОВ ШКОЛЫ И 1–2 КУРСА ВУЗА, ТО ОТМЕЧАЕТСЯ КОД 2)**



1. Начальное и неполное среднее – **ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ**

2. Среднее общее (оконченные 11 классов)
3. ПТУ (оконченное), среднее специальное (оконченное)
4. Высшее, незаконченное высшее (сдана сессия по 3-ему курсу), два и более высших, ученая степень, МВА

### *Образовательные практики*

**Q1. Скажите, как часто Вы пользуетесь Интернетом? ЗАЧИТАТЬ, ОДИН ОТВЕТ**

1. Ежедневно провожу в Интернете более 4 часов
  2. Пользуюсь Интернетом ежедневно, менее 4 часов в день
  3. Несколько раз в неделю и реже
  4. Не пользуюсь совсем
99. (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить, отказ

*Далее мы будем говорить про обучение, получение новых знаний или обучение новым навыкам.*

**Q2. Скажите, ощущаете ли Вы недостаток каких-либо знаний или желание приобрести новые знания, умения, навыки (для работы, для хобби, общего развития)? ЗАЧИТАТЬ, ОДИН ОТВЕТ**

1. Скорее да – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ Q3.
2. Скорее нет – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ Q3.1.

ВОПРОС Q3 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q2 = 1

**Q3. Уточните, по каким тематикам/направлениям/сферам Вы хотели бы получить новые знания/навыки для себя или своих детей (при их наличии) \_\_\_\_\_**

**Q3.1. Названия каких образовательных проектов, порталов, организаций вы знаете, слышали? ВПИСАТЬ ВСЕ, НАЗВАННЫЕ РЕСПОНДЕНТОМ \_\_\_\_\_**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Q4. Если бы Вам предложили послушать или посмотреть бесплатные лекции по темам личного благополучия**

**и здоровья, было бы это Вам интересно? Если да, то я зачитаю различные тематики, а Вы скажите – какие из них вам были бы интересны: ЗАЧИТАТЬ, ОТМЕТИТЬ ВСЕ ПОДХОДЯЩИЕ ОТВЕТЫ.**

1. Нет, неинтересно
2. Стиль, макияж, красота
3. Открытие собственного дела, удаленная работа
4. Секреты ведения домашнего хозяйства
5. Управление временем для работающих людей, для мам и пр. (как успевать многое)
6. Финансовая грамотность
7. Секреты общения между людьми
8. Здоровый образ жизни, правильное питание
9. Личная эффективность (постановка целей, мотивация и пр.)
10. Интернет-грамотность, он лайн-покупки
11. Самоуправление – товарищества собственников жилья
12. Здоровье взрослых и детей
13. Воспитание детей, раннее развитие
14. Профориентация детей
15. Иностраный язык (какой \_\_\_\_\_)
16. Уход за домашними животными
17. Юридическая грамотность
18. Психология отношений, семейная психология
19. Рукоделие
20. Свой вариант \_\_\_\_\_

**Q5.Если бы Вам предложили послушать или посмотреть бесплатные лекции по темам глобальных, мировых процессов (культура, экология, религия, глобализация и пр.), было бы это Вам интересно? Если да, то я зачитаю различные тематики, а Вы скажите, какие из них вам были бы интересны: ЗАЧИТАТЬ, ОТМЕТИТЬ ВСЕ ПОДХОДЯЩИЕ ОТВЕТЫ.**

1. Нет, неинтересно
2. Экология
3. Международная обстановка

4. Культура
5. Религия
6. Медиаграмотность (умение различать ложные новости от правдивых)
7. Краеведение (знание своего края)
8. История России
9. Свой вариант \_\_\_\_\_

**Q6. Если бы Вам предложили послушать или посмотреть бесплатные лекции про все новое, что появляется в мире (новинки науки и техники), было бы это Вам интересно? Если да, то какие тематики Вас бы заинтересовали, а какие нет? ЗАЧИТАТЬ, ОТМЕТИТЬ ВСЕ ПОДХОДЯЩИЕ ОТВЕТЫ.**

1. Нет, неинтересно
2. Новые валюты, биткоины
3. Робототехника
4. Технологические инновации в медицине
5. Альтернативные источники энергии
6. Освоение космоса
7. Агро-технологии
8. Свой вариант \_\_\_\_\_

**Q7. Какие форматы обучения или получения различных знаний для Вас наиболее удобны? ЗАЧИТАТЬ. ОТМЕТИТЬ НЕ БОЛЕЕ 5 ОТВЕТОВ.**

99. Никакие, не хочу чему-то обучаться – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ D1

**A. Получение информации**

1. Чтение статей в Интернете, электронных научно-популярных журналов
2. Просмотр образовательных видеороликов, вебинаров в Интернете
3. Посещение лекций по различной тематике
4. Подписка на блогеров по определенным тематикам, на группы в социальных сетях
5. Просмотр телепередач, документальных фильмов по ТВ
6. Прослушивание аудиокниг, подкастов

## **Б. Обучение навыкам, отработка новых компетенций**

7. Участие в мастер-классах

8. Участие в тренингах

9. Участие в он-лайн-марафонах (удаленные семинары, где даются какие-либо методики, алгоритмы с выполнением домашних заданий)

## **В. Поддержание полученных навыков и умений**

10. Клубы/кружки по интересам

11. Участие в интеллектуальных играх, научных поединках

12. **Свой вариант (ВПИСАТЬ)** \_\_\_\_\_

13. (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить

ВОПРОСЫ Q8-Q9 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q7 ≠ 99

**Q8. В какой форме вам удобно и хотелось бы получать знания, проходить обучение – вживую или через Интернет (онлайн)? РАСПРЕДЕЛИТЕ 100% МЕЖДУ ЭТИМИ ДВУМЯ ФОРМАМИ ОБУЧЕНИЯ В СООТВЕТСТВИИ С ВАШИМИ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ.**

Живое обучение	
Через Интернет (онлайн)	
Сумма	100%

**Q9. Какую сумму в среднем Вы считаете приемлемой для оплаты за получение знаний в различной форме? ЗАЧИТАТЬ. ОДИН ОТВЕТ В КАЖДОМ СТОЛБЦЕ.**

Варианты стоимости	Лекции, статьи, вебинары, где просто дают какую-то информацию	Тренинги, мастер-классы, марафоны, где дают какие-то методики, обучают и отработывают какие-то навыки	Клубы по интересам, кружки, мероприятия (например, встречи с учеными, деловые игры и пр.)
Никакую, такие мероприятия должны быть бесплатными	1	1	1
До 300 рублей за одно занятие	2	2	2

Варианты стоимости	Лекции, статьи, вебинары, где просто дают какую-то информацию	Тренинги, мастер-классы, марафоны, где дают какие-то методики, обучают и отрабатывают какие-то навыки	Клубы по интересам, кружки, мероприятия (например, встречи с учеными, деловые игры и пр.)
До 500 рублей за одно занятие	3	3	3
До 1 000 рублей за одно занятие	4	4	4
До 2 000 рублей за одно занятие	5	5	5
До 5 000 рублей за одно занятие	6	6	6
(НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить	99	99	99

### *Тест концепции:*

#### **ВОПРОСЫ Т1–Т3 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q7 ≠ 99**

**Т1.** Представьте себе интернет-портал, где доступ к обучению зависит от уровня пользователя, от бесплатного (рассылка лекций, статей, новостей) до премиум-уровня (приглашения на встречи с учеными, скидки на участие в тренингах, участие во встречах клубов по интересам). Пользователь может купить абонемент на нужный ему уровень либо заработать баллы за счет своей активности (например, помощи в организации мероприятий, возможно – выступления в качестве лектора или ведущего мастер-классов). Вы бы пользовались таким интернет-порталом? ЗАЧИТАТЬ, ОДИН ОТВЕТ

1. Скорее да – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ Т3
2. Скорее нет – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ Т2
3. Затрудняюсь ответить – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ D1

#### **ВОПРОС Т2 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Т1 = 2**

**Т2.** Поясните, почему такой формат не привлекает Вас? НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!!! ОТМЕТИТЬ СО СЛОВ РЕСПОНДЕНТА ВАРИАНТЫ В СПИСКЕ ЛИБО ВПИСАТЬ

## В СВОБОДНОЕ ПОЛЕ.

1. Свой вариант \_\_\_\_\_
2. Сейчас нет проблемы получить информацию, знания, и для этого не нужен еще один портал
3. Не люблю пользоваться компьютером/Интернетом
4. Считаю, что у всех должны быть равные возможности, без разных доступов к информации
5. Предпочитаю только личное общение, живое обучение, а тут уклон на интернет
6. Мне не нужно обучение в таком большом объеме
7. Не хочу привязываться к какому-то portalу или организации на постоянной основе

### **ВОПРОС Т3 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Т1 = 1**

**Т3. Что в подобном формате Вас привлекает больше всего? НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!!! ОТМЕТИТЬ СО СЛОВ РЕСПОНДЕНТА ВАРИАНТЫ В СПИСКЕ ЛИБО ВПИСАТЬ В СВОБОДНОЕ ПОЛЕ.**

1. Свой вариант \_\_\_\_\_
2. Интернет-портал это удобно и оперативно
3. Это современно, продвинуто
4. Возможность выбора – платить, участвовать или совмещать
5. Обучение в любое удобное время
6. Удобно, что разные тематики – на одном сайте

### ***Несколько вопросов о вас:***

### **ВОПРОСЫ D1–D2 ЗАДАВАТЬ ВСЕМ**

**D1. Опишите Вашу занятость: ЗАЧИТАТЬ, ОДИН ОТВЕТ.**

1. Служащий, работник в государственном/муниципальном учреждении
2. Специалист, руководитель среднего звена в коммерческой структуре
3. Предприниматель
4. Руководитель высшего звена
5. Свободная профессия (фриланс)
6. Рабочий

7. Пенсионер
8. Студент
9. Не работаю, домохозяйка
10. В декретном отпуске
11. Свой вариант (впишите) \_\_\_\_\_

**D2. Каким был средний доход на одного члена Вашей семьи за последний месяц?** Сложите все денежные поступления за последний месяц от всех членов семьи, т.е. зарплаты, пенсии, стипендии, пособия и т. д., и разделите на количество членов семьи, включая детей.

Отметьте **ОДИН** наиболее подходящий вариант ответа.

1. До 5 000 руб.
2. От 5 001 до 10 000 руб.
3. От 10 001 до 15 000 руб.
4. От 15 001 до 25 000 руб.
5. От 25 001 до 35 000 руб.
6. От 35 001 до 50 000 руб.
7. От 50 001 до 70 000 руб.
8. От 70 001 до 100 000 руб.
9. Свыше 100 000 руб.
10. Затрудняюсь ответить

**Большое спасибо за участие!**

## Приложение 3

### АНКЕТА – ПРЕПОДАВАТЕЛИ

Добрый день! Российское общество «Знание» проводит опрос преподавателей и учителей по поводу профессионального дополнительного обучения. Ответьте, пожалуйста, на несколько вопросов, это не займет много времени. Для нас важно знать Ваше личное мнение. Все данные будут использоваться только в обобщенном виде.

#### **S1. Пол респондента**

1. Мужской
2. Женский

#### **S1. Сколько вам лет?** \_\_\_\_\_

1. 25–34 года
2. 35–44 года
3. 45–60 лет
4. Старше 60 лет

#### **S3. В каком городе (населенном пункте) Вы проживаете постоянно в течение последних 6 месяцев?** \_\_\_\_\_

#### **S4. Где Вы работаете?**

1. Общее образование (школа)
2. Высшее образование (вуз)

#### *Образовательные практики*

#### **Q1. Скажите, как часто Вы пользуетесь Интернетом?**

Отметьте, пожалуйста, один ответ.

1. Ежедневно провожу в Интернете более 4 часов
2. Пользуюсь Интернетом ежедневно, менее 4 часов в день
3. Несколько раз в неделю и реже
4. Не пользуюсь совсем

99. (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить, отказ



*Далее мы будем говорить про обучение, получение новых знаний или обучение новым навыкам.*

**Q2. Скажите, ощущаете ли Вы недостаток каких-либо знаний или желание приобрести новые знания, умения, навыки (для работы, для хобби, общего развития)?** Отметьте, пожалуйста, один ответ.

1. Скорее да – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ Q3.
2. Скорее нет – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ Q3.1.

**Q3. Уточните, по каким тематикам/направлениям/сферам Вы хотели бы получить новые знания/навыки?**

---

**Q3.1. Названия каких образовательных проектов, порталов, организаций вы знаете, слышали? ВПИСАТЬ ВСЕ, НАЗВАННЫЕ РЕСПОНДЕНТОМ**

**Q4. Если бы Вам предложили послушать или посмотреть бесплатные лекции по темам личного благополучия и здоровья, было бы это Вам интересно? Если да, то я зачитаю различные тематики, а Вы скажите, какие из них вам были бы интересны.** Отметьте, пожалуйста, все подходящие варианты ответов.

1. Нет, неинтересно
2. Стиль, макияж, красота
3. Открытие собственного дела, удаленная работа
4. Секреты ведения домашнего хозяйства
5. Управление временем для работающих людей, для мам и пр.
6. Финансовая грамотность
7. Секреты общения между людьми
8. Здоровый образ жизни, правильное питание
9. Личная эффективность (постановка целей, мотивация и пр.)
10. Интернет-грамотность, онлайн покупки
11. Самоуправление – товарищества собственников жилья

12. Здоровье взрослых и детей
13. Воспитание детей, раннее развитие
14. Профориентация детей
15. Иностранный язык
16. Юридическая грамотность
17. Психология отношений, семейная психология
18. Рукоделие
19. Компьютерная грамотность
20. Свой вариант \_\_\_\_\_

**Q5. Если бы Вам предложили послушать или посмотреть бесплатные лекции по темам глобальных, мировых процессов (культура, экология, религия, глобализация и пр.), было бы это Вам интересно? Если да, то я зачитаю различные тематики, а Вы скажите – какие из них вам были бы интересны:** Отметьте, пожалуйста, все подходящие варианты ответов.

1. Нет, неинтересно
2. Экология
3. Международная обстановка
4. Культура
5. Религия
6. Медиаграмотность (умение различать ложные новости от правдивых)
7. Краеведение (знание своего края)
8. Молодежные субкультуры
9. История России
10. Свой вариант \_\_\_\_\_

**Q6. Если бы Вам предложили послушать или посмотреть бесплатные лекции про все новое, что появляется в мире (новинки науки и техники), было бы это Вам интересно? Если да, то какие тематики Вас заинтересовали бы, а какие нет?** Отметьте, пожалуйста, все подходящие варианты ответов.

1. Нет, не интересно
2. Новые валюты, биткоины

3. Робототехника
4. Технологические инновации в медицине
5. Альтернативные источники энергии
6. Освоение космоса
7. Агро-технологии
8. Свой вариант \_\_\_\_\_

**Q7. Какие форматы обучения или получения различных знаний для Вас наиболее удобны?** Отметьте, пожалуйста, не более 5 вариантов ответов.

Никакие, не хочу чему-то обучаться – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ D1

**А. Получение информации**

1. Чтение статей в Интернете, электронных научно-популярных журналов
2. Просмотр образовательных видеороликов, вебинаров в Интернете
3. Посещение лекций по различной тематике
4. Подписка на блогеров по определенным тематикам, на группы в социальных сетях
5. Просмотр телепередач, документальных фильмов по ТВ
6. Прослушивание аудиокниг, подкастов

**Б. Обучение навыкам, отработка новых компетенций**

7. Участие в мастер-классах
8. Участие в тренингах
9. Участие в онлайн-марафонах (удаленные семинары, где даются какие-либо методики, алгоритмы с выполнением домашних заданий)

**В. Поддержание полученных навыков и умений**

10. Клубы/кружки по интересам
11. Участие в интеллектуальных играх, научных поединках
12. Свой вариант (ВПИСАТЬ) \_\_\_\_\_
13. (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить

**ВОПРОСЫ Q8–Q9 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q7 ≠ 99**

**Q8. В какой форме вам удобно и хотелось бы получать знания, проходить обучение – вживую или через Интернет**

**(онлайн)? РАСПРЕДЕЛИТЕ 100 % МЕЖДУ ЭТИМИ ДВУМЯ ФОРМАМИ ОБУЧЕНИЯ В СООТВЕТСТВИИ С ВАШИМИ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ.**

Живое обучение	
Через Интернет (онлайн)	
Сумма	100%

**Q9. Какую сумму в среднем Вы считаете приемлемой для оплаты за получение знаний в различной форме? Отметьте, пожалуйста, один ответ в каждом столбце.**

Варианты стоимости	Лекции, статьи, вебинары, где просто дают какую-то информацию	Тренинги, мастер-классы, марафоны, где дают какие-то методики, обучают и отрабатывают какие-то навыки	Клубы по интересам, кружки, мероприятия (например, встречи с учеными, деловые игры и пр.)
Никакую, такие мероприятия должны быть бесплатными	1	1	1
До 300 рублей за одно занятие	2	2	2
До 500 рублей за одно занятие	3	3	3
До 1 000 рублей за одно занятие	4	4	4
До 2 000 рублей за одно занятие	5	5	5
До 5 000 рублей за одно занятие	6	6	6
(НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить	99	99	99

*Тест концепции:*

**ВОПРОСЫ Т1–Т3 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q7≠99**

**Т1. Представьте себе интернет-портал, где доступ к обучению зависит от уровня пользователя, от бесплатного**

(рассылка лекций, статей, новостей) до премиум-уровня (приглашения на встречи с учеными, скидки на участие в тренингах, участие во встречах клубов по интересам). Пользователь может купить абонемент на нужный ему уровень либо заработать баллы за счет своей активности (например, работы в качестве лектора на мероприятиях несколько раз в год, обмен методическими материалами и пр.). Вы бы пользовались таким интернет-порталом? Ответьте, пожалуйста, один ответ.

1. Скорее да – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ Т3
2. Скорее нет – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ Т2
3. Затрудняюсь ответить – ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ D1

### **ВОПРОС Т2 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Т1 = 2**

**Т2. Поясните, почему такой формат не привлекает Вас?** Отметьте, пожалуйста, все возможные варианты или впишите в свободное поле.

1. Свой вариант \_\_\_\_\_
2. Сейчас нет проблемы получить информацию, знания, и для этого не нужен еще один портал
3. Учителя и преподаватели сильно загружены, нет времени на обучение
4. Не люблю пользоваться компьютером/Интернетом
5. Считаю, что у всех должны быть равные возможности, без разных доступов к информации
6. Предпочитаю только личное общение, живое обучение, а тут уклон на Интернет
7. Мне не нужно обучение в таком большом объеме
8. Не хочу привязываться к какому-то portalу или организации на постоянной основе

### **ВОПРОСЫ Т3–Т3.1. ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Т1 = 1**

**Т3. Что в подобном формате Вас привлекает больше всего?** Отметьте, пожалуйста, все возможные варианты или впишите в свободное поле.

1. Свой вариант \_\_\_\_\_
2. Интернет-портал это удобно и оперативно

3. Это современно, продвинуто
4. Возможность улучшить портфолио
5. Способ продвигнуться по карьерной лестнице
6. Возможность выбора – платить, участвовать или совмещать
7. Приятно, что заботятся об обучении учителей и преподавателей
8. Обучение в любое удобное время
9. Возможность «оплачивать» обучение своими способностями, а не деньгами
10. Удобно, что разные тематики – на одном сайте

**T3.1. Какой вариант оплаты доступа к материалам Вы бы выбрали вероятнее всего?** Отметьте, пожалуйста, любое количество вариантов ответа.

1. Ограничился бы бесплатным доступом
2. Деньгами
3. Своим трудом/временем
4. И деньгами, и своим трудом – совмещал бы

#### **ВОПРОС T4 ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q7 ≠ 99**

**T4. Если бы этот портал был проектом Российского общества «Знание», это бы улучшило или ухудшило Ваше отношение к portalу?** Отметьте, пожалуйста, один ответ.

1. Улучшило
2. Никак не повлияло бы
3. Ухудшило
4. Затрудняюсь ответить, впервые слышу про данную организацию

#### ***Несколько вопросов о вас:***

#### **ВОПРОСЫ D1–D2 ЗАДАВАТЬ ВСЕМ**

**D1. Предмет/дисциплину из какой области Вы преподаете?** Отметьте, пожалуйста, один ответ (отдав предпочтение одному, если ведете несколько предметов).

1. Гуманитарные дисциплины (правоведение, обществознание, русский язык и литература, философия, иностранный язык, история, политология, социология, культурология, филология, педагогика, психология, иностранный язык, социальная работа, экономика, юриспруденция и пр.)

2. Естественные дисциплины (химия, биология, астрономия, география, природоведение медицина и пр.)

3. Физико-математические дисциплины (математика, физика, информатика, программирование и пр.)

**D2. Каким был средний доход на одного члена Вашей семьи за последний месяц?** Сложите все денежные поступления за последний месяц от всех членов семьи, то есть зарплаты, пенсии, стипендии, пособия и так далее, и разделите на количество членов семьи, включая детей.

Отметьте **ОДИН** наиболее подходящий вариант ответа.

1. До 5 000 руб.
2. От 5 001 до 10 000 руб.
3. От 10 001 до 15 000 руб.
4. От 15 001 до 25 000 руб.
5. От 25 001 до 35 000 руб.
6. От 35 001 до 50 000 руб.
7. От 50 001 до 70 000 руб.
8. От 70 001 до 100 000 руб.
9. Свыше 100 000 руб.
10. Затрудняюсь ответить

**Большое спасибо за участие!**

Научно-популярное издание

ДУХАНИНА Любовь Николаевна

МАКСИМЕНКО Александр Александрович

**БУДУЩЕЕ ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВА  
В СВЕТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ**

Компьютерный набор А. А. Максименко

Верстка И. М. Ивановой

Художник Т. В. Жиромская

Подписано в печать 10.01.2019

Формат 60x90/16. Заказ № 510

Усл. печ. л. 13,0. Уч. изд. л 10,4

Тираж 3000 экз.

Российское общество «Знание»

119072, г. Москва, Берсеневский переулок, дом 2, стр.1, оф. 307

Отпечатано: ООО «Костромской печатный дом»

156005, г. Кострома, ул. Мясницкая, 43 «А»