

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Курганский государственный университет»

Кафедра «Культурология»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
_____ *Н.В. Шихардин*

Популяризация культуры Курганской области в интернет-пространстве

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (дипломная работа)

Разработал студент гр. ГИ-40016 _____ /
М.И.Шабалина /
(подпись) (инициалы,
фамилия)

Программа бакалавриата
51.03.01
Культурология
(код и наименование специальности или направления подготовки)
Менеджмент региональной культуры
(наименование направленности (профиля))

Руководитель канд.ист.наук,доцент _____ /
Д.Н.Маслюженко /
(должность) (подпись) (инициалы,
фамилия)

Консультанты:

(наименование раздела)

_____ /

(должность) фамилия)	(подпись)	(инициалы,
_____	_____	_____
(наименование раздела)		
_____ /	_____ /	
(должность) фамилия)	(подпись)	(инициалы,

Курган 2020

Аннотация

Исследование посвящено анализу и систематизации теоретических и практических характеристик популяризации культуры в интернет-пространстве. Основной целью выступила попытка применения полученных знаний для рассмотрения популяризации культуры Курганской области внутри региона. Результатом исследования стала разработка онлайн-проекта «Завтра начинается вчера» как новой формы популяризации культуры в интернете при помощи творческого подхода.

Культура является основой гармоничного развития территорий и благоприятного ментального климата общества. В связи с кризисным состоянием регионов, необходимо искать новые, более эффективные методы работы. В качестве такого метода можно рассматривать популяризацию культуры. Интернет-пространство является наиболее актуальным и эффективным каналом популяризации культуры. Главным для нас стало рассмотрение популяризации культуры Курганской области в интернет-пространстве. Заключительной частью нашего исследования стал онлайн-проект «Завтра начинается вчера» направленный на популяризацию культуры Курганской

области среди молодежи. Цели и задач проект был намерен достичь с помощью творческого подхода. Мы разработали систему креативных заданий, через которые участники будут получать знания. «Завтра начинается вчера» может стать эффективной формой популяризации культуры региона и послужить моделью для подобной работы в других областях России.

В первой главе рассматриваются понятие и функции популяризации культуры с учетом региональной специфики. А также ее значение для общества. Во второй части работы авторы проводят анализ интернет-пространства как канала популяризации культуры, рассматривают его главные характеристики и формы изложения материала, способы работы с аудиторией. В третьей главе производится изучение интернет-проектов по популяризации культуры Курганской области на предмет их эффективности и последующая разработка проекта в этой сфере.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка источников и литературы.

The research is devoted to the analysis and systematization of theoretical and practical characteristics of popularization of culture in the Internet space. The main goal was to try to apply the knowledge obtained to consider the popularization of the culture of the Kurgan region within the region. The result of the research was the development of the online project "Tomorrow begins yesterday" as a new form of popularization of culture on the Internet using a creative approach.

Culture is the basis for the harmonious development of territories and a favorable mental climate of society. In connection with the crisis state of the regions, it is necessary to look for new, more effective methods of work. Popularization of culture can be considered as such a method. The Internet space is the most relevant and effective channel for promoting culture. The main thing for us was to consider the popularization of the culture of the Kurgan region in the Internet space. The final part of our research was the online project "Tomorrow begins yesterday" aimed at popularizing the culture of the Kurgan region among young people. The project was intended to achieve its goals and objectives using a creative approach. We have developed a system of creative tasks through which participants will gain knowledge. "Tomorrow begins yesterday" can become an effective form of promoting the culture of the region and serve as a model for similar work in other regions of Russia.

Содержание

Введение.....	
.5	
Глава 1. Популяризация культуры: понятие, функции.....	10

Глава 2. Интернет как канал популяризации культуры.....	19
2.1 Специфика сети Интернет как канала популяризации культуры.....	19
2.2 Каналы и формы популяризации культуры в Интернете.....	26
Глава 3. Популяризация культуры Курганской области в интернет-пространстве.....	32
3.1 Анализ интернет-ресурсов о культуре в регионе.....	32
3.2 Популяризация культуры среди молодежи на примере проекта «Завтра начинается вчера».....	39
Заключение.....	46
Список источников и литературы.....	48

Введение

Актуальность темы обусловлена несколькими причинами. Во-первых, мы убеждены, что региональные культуры переживают кризис. Это влечет за собой не только политические, социальные и экономические проблемы территорий, но и упаднические настроения в обществе. Для преодоления кризиса необходимо обратить внимание на культуру и ее наследие: поискать ответы в истории и искусстве, переосмыслить современные ориентиры и ценности, начать путешествовать, чтобы узнать свою малую Родину. В этой связи популяризация культуры, является актуальной темой для исследования. Во-вторых, в теме фигурирует понятие Интернет-пространства. Не для кого не секрет, что он все активнее участвует в нашей жизни в виде способа коммуникации, образования, досуга и др. За последние несколько месяцев, когда все учреждения культуры закрыты на карантин, интернет-проекты о культуре стали чуть ли не единственным способом просвещения. В нашей работе мы рассматриваем Глобальную Сеть как эффективный и актуальный канал для распространения знаний о культуре и взаимодействия с аудиторией, посредством различных мультимедийных форм.

История изучения темы

В сравнении с популяризацией науки, популяризация культуры как тема, требующая анализа, в исследованиях появляется сравнительно недавно. По началу она рассматривалась как необходимые мероприятия в образовательных, культурных учреждениях, материалы газет, радио, телевидения. С ростом числа пользователей сети

Интернет и ускорением развития его технологий встал вопрос о популяризации культуры и в нем. В основном тема представлена в научных статьях по культурологии и ряде диссертаций.

Для начала отметим работу «Интеграция культурного наследия в современный социокультурный контекст: региональная модель» Окольниковой Светланы Анатольевны. Автор предпринимает попытку анализа состояния и возможностей использования историко-культурного наследия в региональном развитии с целью выявления его ресурсного потенциала в социокультурном развитии территории. Данное исследование предлагает обоснование того, почему необходимо по-новому осмыслить материальные и духовные ценности общества и включить их в современную культуру. Светлана Анатольевна отмечает также важность проектной деятельности в региональной культурной политике как эффективный способ работы в этом направлении. Диссертация позволила нам ответить на вопрос зачем популяризировать культуру внутри региона и какие положительные результаты можно по итогу достичь в экономической и досуговой сферах.

В культурологии и социологии фигурирует немало исследований о негативном влиянии Интернета на культуру. Так ли это на самом деле пытаются разобраться Гравцева Анна Анатольевна и Соболев Ирина Руслановна в статье «Информационные технологии как новый метод популяризации культурного наследия». Авторы рассматривают специфику информационных технологий, их влияние на культуру и человека. Через анализ просветительских онлайн-ресурсов, исследовательницы обосновывают тезис о том, что грамотное

использование информационных технологий во многом может способствовать не только популяризации достижений культуры, но и стать базисом для «Новой эпохи Просвещения». Схожие положения изложены в статье Мирошниченко Е.В. «Потенциал информационно-просветительских технологий в процессе популяризации культурных ценностей». Автор отмечает, что большую роль в этом играет Интернет, который представляет собой удобный и доступный источник большого объёма информации, значительно преобразующий всю систему хранения, накопления, использования и распространения культурных ценностей. Так, в социально-культурной сфере все больше развиваются такие направления работы как организация доступа к общественно значимой культурной информации, к мировым и региональным культурно-информационным ресурсам; приобщение к культуре различных слоев населения и т.д.

Тема также представлена в учебном пособии «Культура мультимедиа» Шлыковой О.В. Автор рассматривает понятия Интернета и мультимедиа, их специфику с технической и функциональной сторон. Важное место в работе отводится вопросам применения мультимедиа в области образования и культуры. Предпринимается попытка систематизировать ресурсы в области культуры и искусства, познакомить с наиболее популярными и проверенными из них. Шлыкова О.В. выделяет: сайты правительственных, общественных, научно-исследовательских и некоммерческих учреждений и организаций в области культуры и искусства; сайты по музеям; сайты библиотек; сайты архивов; сайты по архитектуре; сайты

по музыке; сайты по театру и кино; сайты арт-новостей и прессы.

Предметом исследования выступает популяризация культуры в интернет-пространстве.

Географические и хронологические рамки

Наше исследование направлено на рассмотрение популяризации культуры в России и, в частности, в Курганской области современного периода. Хронологические рамки – 2010 г., то есть время, когда были созданы большинство интернет-сайтов по популяризации культуры и культурного наследия региона.

Цели и задачи

Целью нашего исследования является анализ популяризации культуры Курганской области в интернет-пространстве. Мы также намерены решить ряд задач:

- 1) Изучить понятие и функции популяризации культуры;
- 2) Рассмотреть Интернет как канал популяризации культуры, каналы и формы внутри него;
- 3) Проанализировать популяризацию культуры Курганской области в интернет-пространстве посредством рассмотрения региональных онлайн-ресурсов в этом направлении.

Источниковая база исследования

Основным источниковым материалом послужили известные интернет-проекты, направленные на популяризацию искусства, музыки, истории, антропологии и других интересных тем, касаемо культуры. Речь идет, в первую очередь, о просветительском проекте «Арзамас», журнале «Дилетант» и литературном проекте «Полка». Они послужили

наглядными примерами теоретических функций популяризации культуры: перевод специализированных знаний на доступный язык, увлекательное изложение, эффективные формы взаимодействия с аудиторией и предъявления контента. Чтобы учесть специфику популяризации культуры Курганской области, мы обратились к региональным проектам подобного рода, постарались провести анализ, выявить сильные и слабые стороны.

Источником также послужили несколько интервью. Во-первых, разговор о гуманитарном знании с антропологом, археологом, одним из основателей Европейского университета в Санкт-Петербурге Львом Клейном. Ученый считает: «Будущее решается гуманитарным знанием». Из интервью мы также отметили для себя, что популяризатор науки или культуры должен сочетать в себе два амплуа: ученый и журналист. Во-вторых, полезным для нашего исследования стало интервью с главным редактором «Арзамас» Филиппом Дзяко, в котором он рассказывает специфику работы проекта, как и зачем рассказывать о мировой культуре.

В качестве источников также послужили несколько правовых документов: «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» и исследование Совета при Президенте Российской Федерации «ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ РОЛЬ КУЛЬТУРЫ: ориентация на молодежную аудиторию».

Методическим материалом для нас послужил материал проекта «Minevra» командой которого, было организовано сетевое взаимодействие министерств культуры европейских стран для координации национальных программ оцифровки

наследия. Материал представляет собой Руководство, где описаны принципы качества веб-сайтов по культуре.

Методы исследования

В качестве основных методов исследования мы использовали:

1) описательный метод, посредством которого рассмотрели Интернет как канал популяризации культуры и присущую ему внутреннюю многоканальность, которая проявляется во разных видах онлайн-ресурсов:

2) анализ, с помощью которого мы рассмотрели актуальные формы популяризации культуры в интернете: популяризационная статья, подкастинг, трансляция и др. А также проанализировали региональные интернет-проекты на предмет их эффективности и актуальности для Курганской области;

3) Для лучшего понимания структуры каналов и форм работы в интернете мы использовали метод классификации.

Апробация

Материалы исследования и разработанный проект были апробированы на заочном этапе XVI Всероссийского конкурса молодежных авторских проектов в сфере образования «Моя страна - моя Россия» и на конкурсе проектов форума уральской молодежи «УТРО-2019». Сроки реализации проекта «Завтра начинается вчера»: 1.04.2019-22.06.2019.

Практическая значимость

Разработанный онлайн-проект можно применить в рамках культурно-просветительских мероприятий на базе учреждений культуры, досуга, и образования с целью популяризации культуры Курганской области. Исследование

может также послужить лекционным материалом по популяризации культуры в Интернете.

Структура исследования

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка источников и литературы.

Глава 1. Популяризация культуры: понятие, функции

Популяризация культуры сложное понятие. Несмотря на то, что оно описывается во многих научных публикациях, четкой дефиниции мы не находим. Каждый исследователь определяет популяризацию культуры по-разному, исходя из целей и задач работы. Мы поступим таким же образом.

Для начала, необходимо разделить популяризацию и культуру. Первое находит в разных словарях и исследованиях схожие определения. Например, Толковый словарь Ефремовой определяет глагол популяризовать как: 1) излагая, делать популярным, доступным; 2) делать широко известным, распространенным¹. Следующую, более подробную справку по термину предлагает толковый словарь Д. Н. Ушакова: популяризовать – 1) «изложить (излагать) в популярной, доступной для слушателя, читателя форме; 2) агитируя, сделать (делать) широко известный, всем понятным что-нибудь, разъяснить (разъяснять) цели и задачи чего-нибудь»². Другими словами, популяризация предполагает распространение, перевод специализированных знаний и информации на доступный для широкой аудитории язык. Известно, что многое из того, что называется культурой или ее частью, не всегда понятно обществу. Отсюда теряется и интерес к дальнейшему познанию. Необходимо разобраться: что, зачем и как говорить о культуре.

¹ Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный.- М.: Русский язык, 2000 [Электронный ресурс] // <https://www.efremova.info/word/populjarizirovat.html#.Xqwnas4Vyhc> (дата обращения 1.05.2020)

² Толковый словарь Д.Н.Ушакова [Электронный ресурс] // <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=54120> (дата обращения 1.05.2020)

Не многие термины могут похвастаться таким количеством определений, каким обладает культура. В зависимости от подходов культура рассматривается как символическая система, совокупность материальных предметов, способ и результат сублимации сексуальной энергии, игра, цивилизация и прогресс, совокупность ценностей, традиций и норм и др. Данному вопросу посвящено не мало философских и культурологических трудов, что доказывает разноплановость этого термина. Нас интересует не оторванное от жизни, более ясное понимание культуры. Рассмотрим несколько. Татьяна Сергеевна Лапина в своей статье понимает культуру как «трудно приобретаемый и противоречивый социально-личностный опыт производства и освоения ценностей людьми»³. Ценности, в свою очередь, представляют собой особо важные для какого-либо общества, нередко оберегаемые, знания, идеалы, нормы, навыки, традиции. Причем «трудно приобретаем» этот опыт не в готовом виде, когда человек включается в культуру по факту рождения в определенном обществе и осваивает его важные духовные элементы по мере развития, а когда это общество проходит этапы становления. В данном случае историческое прошлое является свидетелем того, как формируются ценности какой-либо культуры.

Следующее определение мы нашли в учебнике по философии под ред. О. А. Митрошенкова, где культура - «специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и

³ Лапина Т.С. Понятия культуры, культурологии и оснований культуры // Аналитика культурологии, 2007 // [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatiya-kultury-kulturologii-i-osnovaniy-kultury/viewer> (дата обращения 1.05.2020)

учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе»⁴. В доказательство данного определения подходят слова Освальда Шпенглера о том, что в основе любой культуры заключается идея – то есть ее душа, которая стремится к самовыражению. Так появляется то, что сегодня мы называем материальным и духовным культурным наследием. Именно через него культура транслирует свои постулаты, особенности менталитета, образа жизни, поведения и др.

Культуру также можно назвать социокодом⁵, который позволяет различать разные социальные группы и фармации. Интересно, что в данном случае в код могут включаться элементы, не признанные как особенно важные. Это могут быть диалекты, специфический лексикон, одежда и предметы интерьера, мода, пищевые привычки, и даже мимика, жесты. К примеру, молодежные субкультуры также создают свой код посредством внешнего вида, поведения и речи. Так они подчеркивают отличие своего образа жизни и мышления от общепринятого.

Хотелось бы вернуться к первому определению культуры, которое мы и будем рассматривать в нашем исследовании как основное, с некоторыми лишь комментариями. Позволим себе продублировать: культура – это трудно приобретаемый и противоречивый социально-личностный опыт производства и освоения ценностей людьми. Во-первых, понятно, что тут говорится не только об истории, но и о современном мире: социально-личностный опыт накапливается с каждым днем. Во-

⁴ Философия: учебник под ред. О.А. Митрошенкова. – М.: Гардарики, 2002. – С. 445-446.

⁵ Гревцева А.А. Информационные технологии как новый метод популяризации культурного наследия // Научное обозрение [электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-kak-novyy-metod-populyarizatsii-kulturnogo-naslediya/viewer> (дата обращения 1.05.2020)

вторых, верно подмечено, что он противоречивый, действительно судить о том, на сколько позитивными или негативными являются те или иные культурные события, судить довольно сложно. Мы имеем то, что мы имеем. В-третьих, стоит дополнить, что реальными результатами этого опыта становятся духовные ценности, которые выражаются в мифологии, религии, искусстве, архитектуре, фольклоре, по сути в материальном и духовном культурном наследии.

Рассмотрев лишь несколько определений культуры и убедившись, что это довольно сложно, можно смело продекларировать, что остальные грани этого явления также не совсем просты. «За каждым фактом тут стоят связанные с ним теории, а за каждым законом — масса оговорок и исключений, условий и подвохов»⁶. Отсюда, популяризация культуры – это деятельность, направленная на перевод специализированных знаний о культуре на доступный для широкой аудитории язык и донесение, распространение полученного. Верно подметил суть популяризации Лев Самуилович Клейн: «Популяризатор науки сродни учителю — с той только разницей, что программы обучения нет и никто не удерживает учеников в классе. Удержать их могут только увлекательность и полезность. А в том, чтобы контакт состоялся и продолжался, заинтересованы больше учителя, чем ученики»⁷. Популяризация культуры сравнительное новое явление в том виде, в котором оно существует сейчас. Но несмотря на это, многие проекты уже успели полюбиться аудитории и успешно развиваются дальше. Примером тому

⁶ Клейн Л. Будущее решается гуманитарным знанием [Электронный ресурс] // <https://arzamas.academy/materials/404> (дата обращения 1.05.2020)

⁷ Клейн Л. Интерпретация популяризации / Л.Клейн //Троцкий вариант. – 2009. – № 38 – С.14.

является просветительский проект Arzamas. Главный редактор Арзамас Филипп Дзяко поясняет в чем заключается работа: «Мы — переводчики. Связные между экспертами, учеными (нашими современниками и вообще), умнейшими людьми, фантастически интересными книжками и аудиторией любой величины, которая, может, и не знает, что ей нужно. Почему я говорю про перевод? Часто обладатель уникального знания изъясняется на определенном языке, сложном тем, кто не погружен в проблематику. Мы стараемся находить формы, благодаря которым эта разница скрадывается»⁸.

Важно понимать, что популяризация не предполагает выдачу полной картины о каком-либо явлении. Ее целью является формирование интереса к вопросам культуры у реципиента. Несмотря на то, что цель является слегка абстрактной, она единственно верная. Заинтересованность в чем-либо побуждает аудиторию, в первую очередь не оставаться равнодушной. Популяризация культуры так же выполняет следующие задачи:

- 1) Перевод информации на доступный язык
- 2) Создание и реализация проектов по распространению полученных знаний
- 3) Поиск и формирование методов и форм подачи информации. Основным принципом популярного проекта по культуре является увлекательность изложения.
- 4) Борьба с вульгаризацией научных знаний о культуре.

Нам бы хотелось обратить внимание на проблему популяризации региональных культур. На сегодняшний день в

⁸ Главный редактор Arzamas Филипп Дзяко о том, как и зачем рассказывать о мировой культуре [Электронный ресурс] // <https://weekend.rambler.ru/other/39801822-glavnyy-redaktor-arzamas-filipp-dzyadko-o-tom-kak-i-zachem-rasskazyvat-o-mirovoy-kulture/?updated> (дата обращения 1.05.2020)

российской науке и журналистике подчеркивается плачевное состояние регионов. Причем не только в экономической, но и в социо-культурной сфере. Не будем вдаваться в политические, экономические и другие причины данного вопроса, а рассмотрим, зачем заниматься популяризацией культуры внутри региона и за его пределами. Стоит добавить, что вопрос человека и культуры во многом философский, поэтому приведенные нами тезисы и предположения не всегда можно точно проверить.

Известно, что Российское государство всегда формировалось как многонациональное и многоконфессиональное. Тот исторический облик, который она получила за время своего формирования – результат влияния многих культур, народов, отдельных городов и общностей. Этот след мы сегодня можем видеть, изучая историко-культурное наследие т.е. материальные и духовные ценности, созданные в прошлом, а также памятники и историко-культурные территории и объекты, значимые для сохранения и развития самобытности Российской Федерации и всех ее народов, их вклада в мировую цивилизацию⁹. Оно переживает не самые лучшие времена с точки зрения включения его в современную культуру. «Осознание необходимости переосмысления отношения к культурному наследию, переход от «охранительной» концепции к концепции «устойчивого развития территории», в рамках которой наследие рассматривается как «ресурсный источник», - это первый шаг на пути становления новой парадигмы «интеграции

⁹ Основы законодательства Российской Федерации о культуре. Статья 3. Основные понятия [Электронный ресурс] // <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=349153&fld=134&dst=100010,0&rnd=0.9443693903797283#05572436341370457> (дата обращения 1.05.2020)

культурного наследия, в современный социальный контекст»¹⁰. Актуализация данного вопроса и его постановка в рамках популяризации культуры способствует, во-первых, позиционированию региональную культуру как уникальной части общегосударственной культуры: во-вторых, включение элементов культурного прошлого в современность дает возможность нового осмысления ценностей данной культуры. Именно популяризация, используя новые формы работы, поможет выполнить данные задачи.

Исследователи уже давно отмечают, что культура является важным фактором социально-экономического развития территорий¹¹. Популяризация может способствовать возникновению спроса на культуру, что, свою очередь, повлечет за собой развитие предпринимательства в индустрии досуга и туризма. Во-первых, это принесет дополнительные финансы в регион, во-вторых, поможет организовать систему рекреационной и образовательной зон для населения. Не стоит забывать о том, что сами по себе проекты по популяризации культуры являются способом времяпрепровождения для разных возрастных групп.

Мы уже сказали, что многие регионы переживают социокультурный кризис. Следствием этого, становится внутреннее общественное негодование по отношению к происходящему, а также тенденции оттока населения из родных городов в более крупные. На наш взгляд, одной из причин этого, является недостаточная информированность или, по-другому, незнание

¹⁰ Окольникова С.А. Интеграция культурного наследия в современный социокультурный контекст: региональная модель. Автореферат дис. Кан. Культурологических наук: 24.00.01.- М., 2011 [Электронный ресурс] // <https://www.dissercat.com/content/integratsiya-kulturnogo-naslediya-v-sovremennyi-sotsiokulturnyi-kontekst-regionalnaya-model/read> (дата обращения 1.05.2020)

¹¹ Там же. С. 24

истории родного края. Потому как именно история дает ответ на многие вопросы касаемое современности: почему все так, а не иначе? Редакторы монографии, посвященной истории повседневности города Кургана верно подметили, «что создавшие Курган и жившие в нем до нас были людьми со своими желаниями, чаяниями и мечтами. Возможно, научившись понимать наших предшественников, мы лучше поймем и свое место в мире..»¹². И так можно сказать о любом городе и культуре. Достижение такой эмпатии между прошлым и настоящим, возможно с помощью популяризации истории культуры региона среди населения.

Нельзя забывать и о том, как успешно методы популяризации могут способствовать диалогу культур и налаживанию межрегиональной и иностранной коммуникации. Это всегда ведет за собой оживление в культурах, их взаимообогащение и создание общих проектов. Можно сказать и о диалоге поколений. Не секрет, что старшее поколение часто не понимает предпочтений молодежи в литературе, музыке, кино и так далее. Проекты по популяризации, помогают в том числе, наладить некоторое понимание в этом вопросе.

Итак, можно смело сказать, что многие аспекты диффузии культура - человек нуждаются в дополнительной помощи. Популяризация культуры позволит решить многие вопросы, касающиеся духовной, социальной и экономической сфер жизни общества.

Мы бы также хотели отметить некоторые трудности, с которыми сталкиваются популяризаторы культуры. Во-первых,

¹² Очерки культуры повседневности города Кургана XIX-первой трети XX века: Монография / под ред. Д.Н.Маслюженко (отв. Редактор), Т.В.Козельчук, Е.В. Тершуковой - Курган: Издательство Курганского гос.унив., 2009. - С.4.

сложна сама специфика предмета. Культура, в сравнении с природными явлениями, является весьма неоднозначным феноменом. Культурология как наука хотя и выявляет закономерности, всегда оставляет место контексту и интерпретации. Отсюда, подготовка материалов по культурным объектам и явлениям происходит сложнее, нежели бы мы говорили о естественно-научной популяризации.

Существуют также две основные взаимосвязанные проблемы: финансирование и время. Так или иначе для успешного проекта необходимо привлекать специалистов из разных областей деятельности, не все готовы работать на общественных началах, особенно за отсутствием свободного времени. Популяризаторы, обычно привлекают спонсоров или участвуют в государственных грантовых конкурсах. С одной стороны это выход, с другой, вынужденная подотчетность забирает у организаторов часть полномочий. Как мы уже отметили, культура должна стать тем объектом, в развитии которого должны быть заинтересованы все. Необходима общая работа, основанная на равноправии всех участников процесса.

Качественный проект требует времени. Важнейшая часть работы в осуществлении популяризации культуры стоит, собственно, за исследователями, которые в то же время преподают, являются работниками музеев, библиотек. Результаты исследования проведенные в НИУ ВШЭ показали, что большая часть академических сотрудников хотели бы тратить меньше времени на преподавание в пользу научной деятельности¹³. Также одной из причин неудовлетворения структурой бюджета рабочего времени, была отмечена

¹³ Абрамов Р.Н., Груздев И. А., Терентьев Е. А. Рабочее время и ролевые напряжения сотрудников современного российского университета. // Вопросы образования. -2017. - №1. - С.99.

невысокая степень свободы в формировании задач и сроков их выполнения. «Повседневная деятельность преподавателей, независимо от сочетания типов нагрузок, по их собственным описаниям, все меньше соответствует представлениям о труде по призванию и образу свободной профессии и все больше напоминает «обычную» работу вроде рутинных занятий офисного клерка¹⁴. Оставить основную работу в пользу проектной деятельности будет для популяризатора, по сути, шагом к безденежью. Таким образом, проблемы в осуществлении популяризации культуры есть и требуют общественной и экономической поддержки в их решении на уровне государства.

К каналам популяризации разных сфер, в том числе и культуры, обычно, обычно относят один и тот же список: научно-популярное книгоиздание, СМИ, радио, телевидение, Интернет-сайты и социальные сети, вузы и школы, учреждения культуры, литература и искусство¹⁵. Формы популяризации культуры могут быть самыми разными: лекции, фильмы, аудиокниги, подкасты, игры, квесты и др. Именно поэтому в осуществлении таких мероприятий необходима помощь специалистов определенной квалификации. В современном мире львиная доля таких проектов реализуется в Интернете. Работа через всемирную сеть имеет множество преимуществ, но также обладает сложностями. Подробнее мы рассмотрим это в следующей главе.

Подводя итоги, можно отметить ключевые моменты. Популяризация культуры представляет собой перевод научных

¹⁴ Там же. С.101.

¹⁵ Крюкова О.С. Как учить говорить просто о сложном, или где и как готовить популяризаторов науки? // Россия: Тенденции и перспективы развития. Ежегодник. – 2019. – С. 659.

сведений о культуре и их распространение среди аудиторий разной величины. Главной целью популяризации является формирование заинтересованности к культуре. Интерес к культуре у общества влечет за собой ряд необходимых изменений в духовной, социальной и экономической сферах жизни. Цели и задачи выполняются с помощью разных каналов коммуникации с реципиентом и широким спектром форм донесения информации. На пути успешной популяризации также возникают некоторые трудности, которые решаются с помощью общественной и государственной поддержки.

Глава 2. Интернет как канал популяризации культуры

2.1 Специфика сети Интернет как канала популяризации культуры

Интернет-пространство в современном мире играет очень важную роль. Как мощная коммуникативная среда он задействован в экономических, политических, социальных и культурных сферах общественной жизни. Ранее мы отметили, что многие проекты по популяризации культуры осуществляются именно через в нем. В связи с этим, постараемся проанализировать почему интернет является актуальным каналом популяризации.

Компьютерные и мультимедийные разработки, длившиеся большую часть XX века, на ряду с другими открытиями, определили современную культуру. Квинтэссенцией этого процесса стало создание в 1991 году WWW (World Wide Web) - Всемирной паутины Тимоти Бернерсом-Ли. Именно с нее началось более активное развитие Интернета. «WWW, построенную на технологиях гипертекста, можно охарактеризовать как информационную гипертекстовую систему, предлагающую пути передвижения от одного документа к другому в поисках необходимой информации. Этот процесс перехода обычно называют навигацией»¹⁶. Гипертекст представляет собой нелинейное расположение текста, он разветвляется, именно поэтому используют термин паутина.

¹⁶ Шлыкова О.В. Культура мультимедиа: учеб. пособие для студентов вузов. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. - С.55.

Документы, разработанные на основе WWW называют Web-страницами, привычным для современного человека определением. Распространенным примером является сайт Википедия.ру, где ссылкой на следующую статью является слово, выделенное другим цветом.

Интернет можно назвать открытой глобальной системой хранения, обработки и навигации текстовой, аудио и аудиовизуальной информации разного назначения. Информация в данном случае – это любые сведения, знания, символы, знаки, числа и файлы различных форматов. Это, безусловно, и средство коммуникации на любом расстоянии: почта, социальные сети, мессенджеры, звонки.

Культура, как и многие другие сферы, быстро вошла в пространство Интернета. Его ресурсы стали мощным транслятором ценностей, образов и моделей поведения. В этой связи в Европейском сообществе встал вопрос об оцифровке национального культурного и научного наследия. 4 апреля 2001 года в Шведском городе Лунд состоялось совещание, чтобы определить, как запустить механизмы национальных программ оцифровки и обсудить связанные с этим проблемы. Представители и эксперты стран-членов Евросоюза согласились с тем, что оцифровка является ключевым механизмом использования уникального европейского наследия и поддержки культурного разнообразия, образования и развития индустрии культуры. Так называемые «Лундские принципы» осуществляются в Рамочных программах. «Целью настоящих программ является реализация европейских исследовательских проектов и программ путем вовлечения

стран Европы»¹⁷. Одним из таких проектов стал «Minevra», в последствии «Minerva Plus», командой которого, было организовано сетевое взаимодействие министерств культуры европейских стран для координации национальных программ оцифровки наследия. В том числе возник вопрос показателей качества web-сайтов по культуре. «Высокое качество веб-сайтов привлечет внимание граждан ЕС и всего мира, стимулирует поиск, изучение и извлечение пользы из онлайн-информации, отражающей все богатство и разнообразие культур Европы, позволит максимально раскрыть ценности, хранящиеся в культурных сокровищницах Европы»¹⁸. Было принято 10 принципов¹⁹ качественного сайта:

1) Прозрачность, то есть ясное обозначение своего назначения, целей и организации, которая управляет сайтом;

2) Эффективность, для этого важно осуществлять отбор, оцифровку, авторизацию, представление и оценку содержания;

3) Своевременная поддержка и актуализация сайта;

4) Доступность абсолютно для всех пользователей, независимо от их физических ограничений или используемых технологий;

5) Ориентированность на пользователей - обеспечить простоту работы, принимать во внимание оценки посредством обратной связи;

6) Обладать реактивностью - разрешать пользователям контактировать с сайтом и получать адекватный

¹⁷ Громова Д.В. Рамочные программы как инструмент взаимодействия Европейского союза и Российской Федерации в области научно-технологического сотрудничества. // Вестник Томского государственного университета. Серия «История» -2014. - № 6. - С.56.

¹⁸ Принципы качества веб-сайтов по культуре. Руководство / под. ред. Пятой рабочей группы проекта «Minevra». / Ред. Перевода Браккер Н.В., Куйбышев Л.А., Кузьмин Е.И. - М.: типография АВГУСТИН-ПРИНТ», 2006. - С.11.

¹⁹ Там же. С.14.

ответ; при необходимости, стимулировать пользователей задавать вопросы, обмениваться информацией и проводить дискуссии;

7) Осознавать значение **многоязычности и обеспечить минимальный уровень доступа к информации более, чем на одном языке;**

8) Сайт должен быть **совместимым с другими веб-сайтами по культуре;**

9) Управляемость на основе уважения прав интеллектуальной собственности и частной жизни и четкой декларацией условий использования сайта и его содержания;

10) Сохранность сайта и его содержания.

Преимущество данного руководства в том, что его можно применить практически ко всем сайтам. К сожалению, не все организации ориентируются на данные принципы. Так, применительно к веб-сайтам в целом, рассматривают их на юзабилити (от англ. usability – удобство использования, полезность²⁰) – «свойство системы, продукции или услуги, при наличии которого установленный пользователь может применить продукцию в определенных условиях использования для достижения установленных целей с необходимой результативностью, эффективностью и удовлетворенностью»²¹. Повышение юзабилити сайта возможно также с помощью нескольких правил:²²

1) Принцип «7±2», согласно которому кратковременная память может хранить одновременно от 5 до

²⁰ Cambridge Dictionary [Электронный ресурс] // <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/usability> (дата обращения 15.05.2020)

²¹ ГОСТ ИСО 9241-210-2012 Эргономика взаимодействия человек-система. Часть 210. Человеко-ориентированное проектирование интерактивных систем. – М.: Стандартинформ, 2013. – С.2.

²² Лайкова А.А. Юзабилити сайта: принципы и методы оценки // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – Вып.12. Т.2. – 2016. – С. 746.

9 сущностей. С учетом этого факта, рекомендуется создавать меню не более чем из 9 пунктов и избегать обилия посторонних материалов;

2) Закон «80/20» основан на том, что 80% эффекта является результатом 20% действий. Это значит, что для развития сайта можно извлечь 80% пользы, работая с 20% процентами наиболее значимых пользователей или процессов;

3) Доступность информации. Необходимая информация должна быть представлена не более чем на 3 страницах, а реакция системы должна быть максимально быстрой;

4) Удобство навигации;

5) Сайт с большим количеством страниц должен иметь свою поисковую систему;

6) Заголовки должны быть краткими, конкретными и отражать суть текста;

7) Шрифт должен быть удобно читаемым.

Рассмотренные нами принципы качества веб-сайтов по культуре и принципы юзабилити обладают высокой важностью в интернет-пространстве и позволяют оценивать не только сайты как таковые, но любые страницы, блоги, видеохостинги, интернет-издания, электронные библиотеки. Их применение в разных вариациях, а в идеале это следование всем 17 правилам, позволяет создать удобный для пользования и полезный по содержанию информационный ресурс. Это в том числе относится к тем проектам, целью которых является популяризация культуры. В дальнейшем, рассматривая конкретные примеры, мы будем во многом опираться на данные руководства.

Популяризация культуры в интернете становится актуальной после 2005 года. С одной стороны, ее проведение выступило как необходимость в предотвращении информационной неграмотности, с другой, как ответ на запрос аудитории. И то и другое связано с увеличением числа пользователей сети интернет и ресурсов, которые в ней представлены. На 2007 год исследователи отметили что, «вместе с объемом аудитории сетевых ресурсов растет и интенсивность их использования. Так, доля обращающихся к Сети практически ежедневно, по данным зима 2006-2007 годов, составляет 36% (зимой 2005-2006 годов - 34%); а пользуется Интернетом хотя бы раз в неделю 66% пользователей (против, соответственно, 63%)»²³. В этой связи можно говорить о изменении структуры использования свободного времени у населения и появления новых, уже цифровых форм досуга. Данные ВЦИОМ утверждают, что «на январь 2005 года, по разным причинам от посещения кино, театров, концертов отказались 28% жителей страны, а по итогам опроса на январь 2007 года на «культурную диету» сели уже 30%». Произошла замена традиционных видов получения культурного продукта на цифровой контент.

Глобальная сеть всегда отличалась свободой в сравнении с другими СМК. Каждый пользователь здесь может выступить автором и редактором. «С точки зрения способа производства контента, в меньшей степени будет теперь использоваться редакционная модель, а в большей — модель пользовательская, когда каждый материал будет представлять собой совместную продукцию (например, статью и комментарии под ней разного

²³ Совет при Президенте Российской Федерации. Просветительская роль культуры: ориентация на молодежную аудиторию. - М., 2007. - С.91.

рода, которые зачастую интересуют больше, чем сам материал)»²⁴. Возрос объем культурного контента плохого качества, который никем не контролируется. Речь идет о том сегменте массовой культуры, который транслирует ложные, недостоверные сведения или античеловеческие ценности. В связи с этим государство определило, «что в современном информационно-коммуникационном пространстве необходимо искать возможности повышения продуктивности методов распространения явлений и образцов, прежде всего, «высокой» культуры и искусства для широких и разнообразных групп населения»²⁵.

С другой стороны, популяризация культуры в Сети становится актуальной тогда, когда Интернет расширил границы своего влияния и перешел от коммуникационной модели к досуговой. Простыми словами, Интернет постепенно перестал рассматриваться преимущественно как база данных и способ связи на разном расстоянии, а стал выполнять функции способа времяпрепровождения. Отметим современную эпидемиологическую ситуацию, в связи с которой большая часть населения оказалась в режиме самоизоляции, а все культурные учреждения закрыты на карантин. Так, популярные проекты о культуре стали еще более востребованы для пользователей.

Но интернет-пространство и без того имеет ряд важных характеристик как явление и как канал популяризации культуры:

-глобальность

²⁴ Мартыненко Е.В. Вместо предисловия. Медиапространство: новая реальность. // Медиапространство многополярного мира: сборник научных статей. Москва, РУДН, 13 апреля 2017 г. / под ред. Ел. В. Мартыненко. – М.: РУДН, 2017. С.4

²⁵ Совет при Президенте Российской Федерации. Просветительская роль культуры: ориентация на молодежную аудиторию. – М., 2007. – С.95.

Интернет является глобальной информационной средой, по сути, не имеющей географических и временных рамок. Это позволяет привлекать внимание широких масс населения к вопросам культуры. Ко всему прочему, значительная часть населения России никогда не бывали за границей, а треть не посещали даже столицу нашей страны. В Сети же, можно легко путешествовать и бесконечно познавать новое об истории, искусстве, литературе разных культур. Нельзя не сказать о том, что социологические и культурологические исследования отмечают тенденции смешивания культур посредством Интернета, что приведет к возникновению одной глобальной культуры. Но этот вопрос остается открытым.

-интерактивность

Всемирная сеть является глобальной системой коммуникации и взаимодействия т.е. интерактивности в различных форматах:

пользователь	–
пользователь/пользователи;	–
сайт/ресурс/программа;	–
организация/учреждение;	–
организация-организация.	–

Исследователи отмечают, что Интернет «постепенно приобретает качества и возможности некой параллельной экзистенциальной среды, в которой идет развитие электронных знакомств, электронной дружбы, электронного секса; появляются виртуальные храмы, кладбища и другие институты-двойники»²⁶.

-сочетание других каналов

В интернет-среде успешно сосуществуют практически все из ранее нами перечисленных каналов популяризации

²⁶ Новые аудиовизуальные технологии: учебное пособие. / под ред. Разлогова К.Э. – М.:ЕДИТОРИАЛ УРСС, 2005. – С.437.

культуры. Более того, их присутствие в Сети положительно влияет на достижение их целей. С другой стороны, не теряют ли телевидение, радио, книгоиздание и др. в данном случае свою автономность как отдельного вида и становятся лишь одной из форм популяризации культуры в Интернете?

- широкий спектр форм коммуникации с аудиторией

Широкий спектр форм коммуникации с аудиторией в интернете осуществляется за счет его мультимедийности. Мультимедиа (от англ. multimedia, от multi – много и media – носитель, среда) – «средство предоставления информации с помощью объединения различных воспринимаемых человеком сред (видео, звук, кино, анимация, графика, тексты, картины, таблицы, компьютерные программы, Интернет-продукты, виртуальная реальность и пр.) управляемых интерактивным программным обеспечением и воздействующих одновременно на аудиальный, визуальный и кинестетический каналы восприятия человека»²⁷.

Таким образом, интернет-пространство является наиболее актуальным и эффективным каналом популяризации культуры. Учтем, что несмотря на цифровую свободу, работа в Сети должна регулироваться некоторыми принципами качества сайтов для более качественного предоставления информации. Глобальность, интерактивность, сочетание других каналов популяризации и широкий спектр форм взаимодействия с аудиторией, которые отличают Интернет, позволяет создавать увлекательные и содержательные проекты о культуре.

²⁷ Деникин А.А. Специфика мультимедиа и эволюция аудиовизуальной культуры. // Наука телевидения. – 2013. – №10. – С. 234.

2.2 Каналы и формы популяризации культуры в Интернете

Важно понимать, что Интернет-среда сама по себе является многоканальной. Специфика цифровых каналов, как правило, рассматривается в рамках исследований по журналистике. С ростом числа СМИ в Интернете, возросла и конкуренция среди них, борьба за внимание. Поскольку современный пользователь может одновременно читать и слушать различные источники информации и быстро переключаться между ними. Такая ситуация спровоцировала появление разных видов предъявления контента. СМИ стараются работать сразу через несколько таковых. Дистрибуция (распространение, распределение) контента «подразумевают совокупность способов продвижения контента к целевой аудитории с помощью различных медиаформатов с использованием наиболее эффективных каналов онлайн-коммуникации»²⁸. Так, журналист, доцент кафедры телевизионных, радио- и интернет-технологий факультета массмедиа Российского государственного гуманитарного университета, эксперт аналитической компании Mediatoolbox.ru Максим Корнев выделяет 12 основных каналов дистрибуции²⁹: веб-сайт, блог-платформы, социальные сети, видеохостинги, подкасты и аудиосервисы, мессенджеры, мобильные приложения, push-уведомления в браузере, email - рассылки, rss-канал, партнёрки и обменные сети, агрегаторы.

²⁸ Павлова А., Пивоварчик Т.А. Особенности дистрибуции медиаконтента редакциями региональных печатных СМИ (на примере Гродненской области). // Региональные СМИ республики Беларусь в цифровую эпоху: состояние, проблемы и перспективы: матер. Респ. науч.-практ. конф. 12- 13 февраля 2019 года. – Минск: БГУ, 2019. – С.179.

²⁹ Корнев М. Дистрибуция контента: кто, что, куда и как? // Журналист № 11 от 1 ноября 2016. [Электронный ресурс] // <https://jrnlst.ru/content/distribuciya-kontenta-kto-chto-kuda-i-kak> (дата обращения 13.05.2020)

Наверяд-ли можно представить популяризацию культуры в виде push-уведомлений, но сайты, социальные сети, видеохостинги и некоторые другие, в полном смысле могут выступать как платформы для этого.

Передвигаясь от общего к частному, следующими мы постараемся рассмотреть конкретные формы или способы коммуникации популяризатора с аудиторией. Ни в коем случае не претендуя на идеальную модель, нам бы хотелось предложить классификацию форм для лучшей ясности. Способы популяризации культуры в Интернете можно разделить на:

- 1) Текстовые (информационный пост, статья, электронная книга, текстовое интервью);
- 2) Аудиовизуальные (подкасты, аудио- и видео-лекции, документальный фильм, трансляция, видео-интервью);
- 3) Игровые (квесты, викторины, интеллектуальные игры);
- 4) Смешанные, то есть сочетающие в себе несколько способов (статья с визуальным рядом).

Именно такая общая модель позволяет хотя бы какой-то мере структурировать все многообразие интернет-инструментов. Важно рассмотреть конкретные примеры.

Пост в Интернете представляет собой информационный блок, размещенный пользователем в социальной сети, блоге, микроблоге, форуме и пр.³⁰ Текст поста не должен быть слишком длинным, в противном случае аудитории просто будет неудобно читать. Как правило, это краткая справка, заметка, цитата из книги. Это также может быть отрывок из

³⁰ Что такое пост в социальных сетях? // Глоссарий интернет-маркетинга [Электронный ресурс] <https://www.glossary-internet.ru/terms/П/пост/> (дата обращения 15.05.2020)

музыкального произведения, историческое фото, фрагменты кино или документалистики. Задача поста зацепить внимание, заинтересовать не только собой, но и отослать к другой, более глобальной теме. Исторический журнал «Дилетант» на своей странице в социальной сети «ВКонтакте» регулярно публикует различные посты. Например, 24.05.2020 редакция напомнила о том, что в этот день 1940 года родился Иосиф Бродский³¹. К посту также прикреплено видео, где поэт читает свое стихотворение.

Статья – это жанр журналистики, она представляет собой рассмотрение какой-то одной темы. Выделяют следующие стилистические особенности³² популяризационной статьи: 1) сходство заголовков со стилем газет, т.е. они должны быть такими же информативными, лаконичными и привлекательными; 2) нейтральная общеупотребительная лексика; 3) частотность прямого цитирования, судя по всему речь идет о примерах, то есть, если мы говорим о литературе, то без цитирования в статье не обойтись. Автор, рассматривающая данный жанр, утверждает, что «во всем многообразии медиажанров, особенность популяризационной статьи проявляется в том, что благодаря ее четкой структуре, функциям, нацеленности на конкретную аудиторию, нацеленности и фантазии адресанта, использованию им лексико-грамматических и стилистических средств, обогащающих фактический материал, она представляется адресату привлекательной с первых строк, необыкновенно

³¹ Дилетант. Пост от 24.05.2020 [Электронный ресурс] // https://vk.com/diletant_media?w=wall-33538623_302040 (дата обращения 24.05.2020)

³² Желтухина М.Р. Популяризация культуры в современных массмедиа и медиажанр «популяризационная статья»: стилистический аспект // Вестник ЧелГУ. – №5. – 2015. – С.216-217.

интересной, идейно содержательной»³³. В качестве примера можно рассмотреть статью «Древнегреческий театр: утраченное и сохраненное»³⁴ на сайте ранее упомянутого журнала. Это удобно читаемый текст, разделенный на несколько смысловых блоков, которые отмечены заголовками. Статья написана понятным языком, содержит примеры, интересные факты, фотографии. Автор также обозначил источники.

Подкастинг представляет собой один из самых актуальных и востребованных способов подачи информации. Термин был введен в 2004 году журналистом Беном Хаммерсли в статье, опубликованной в газете The Guardian. «Подкастинг - это способ распространения аудио - и видеопрограмм через Интернет, который отличается от более ранних онлайн-аудио и видео-публикаций, поскольку материал автоматически переносится на компьютер пользователя и может быть использован в любое время»³⁵. Главными особенностями современного подкаста является доступность для свободного скачивания и возможность прослушивания online в фоновом режиме. Возможность отложенного прослушивания отображает одну из современных тенденций медиапотребления, которую медиааналитик Василий Гатов описывает как «возникновение информационных потоков по желанию потребителя»³⁶. Сегодня, подкасты выпускают не только новостные Интернет-СМИ, но и культурные,

³³ Там же, С. 214

³⁴ «Древнегреческий театр: утраченное и сохраненное» // Дилетант от 22.05.2020 [Электронный ресурс] https://diletant.media/articles/45286434/?utm_medium=kartoteka (дата обращения 23.05.2020)

³⁵ What is Podcasting? [Электронный ресурс] // <https://www.journalism.org/2006/07/19/what-is-podcasting/> (дата обращения 2.05.2020)

³⁶ Гатов В.В. Будущее журналистики. С.5 [Электронный ресурс] // https://www.academia.edu/24844948/Будущее_журналистики (дата обращения 29.04.2020)

образовательные проекты. «Данные исследовательской организации Edison Research показывают, что лишь 49% аудитории подкастов включают их дома: 22% слушают в машине, 11% - на работе, 4% - на тренировке, 4%- в общественном транспорте, 3% - на улице и 7% - в других местах»³⁷. Качественно и интересно о культуре рассказывает просветительский проект «Арзамас», который описывает свои подкасты как аудиопрограммы, устроенные нечто иначе, чем лекции. «Это могут быть интервью, расследования, разговоры или разборы. В них, мы например, обсуждаем с лингвистами самые горячие вопросы о русском языке, разглядываем с сотрудниками Третьяковки шедевры XX века или просто задаем глупые вопросы самым умным людям на свете»³⁸ - поясняют редакторы. Также можно отметить «Полку» - образовательный проект о русской литературе, где мы нашли подкаст «Стены помогают»³⁹. Материал посвящен теме дома в произведениях русских писателей. Меткое название, нестандартный подход привлечения внимания к литературному наследию, доступное, увлекательное изложение, возможность прослушивания в фоновом режиме побуждают назвать его успешным примером популяризации русской культуры.

Традиционные форматы популяризации культуры такие как открытые лекции, форумы, никуда не уходят, а наоборот набирают популярность. К сожалению, не у всех есть возможность присутствовать на подобных мероприятиях по ряду причин. В силу этого, организаторы стараются делать

³⁷ Воинова Е.А., Сивякова Е.В. Подкаст как новый формат коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. - №12. - 2018. - С.107.

³⁸ Подкасты // Радио Arzamas. [Электронный ресурс] <https://arzamas.academy/radio> (дата обращения 20.05.2020)

³⁹ Стены помогают // Полка [Электронный ресурс] <https://polka.academy/materials/684> (дата обращения 20.05.2020)

запись, или же настраивать видеотрансляцию, чтобы аудитория смогла послушать лекцию в прямом эфире. Для этого заранее обозначают день и время мероприятия и ссылка на трансляцию.

Нельзя не сказать о популярности жанра интервью в современном российском Интернете. Популяризаторы культуры стараются привлекать ученых, экспертов, деятелей искусства, писателей для того, чтобы выступить связующим звеном между ними и аудиторией.

В качестве примера мы привели материалы лишь нескольких популярных проектов, но в действительности их очень много, и они подходят к рассмотрению культуры с разных сторон. Популярные сетевые проекты по культуре можно разделить по объему, охватываемых тем на:

-общие т.е. те, которые охватывают многие области культуры одной или нескольких культур (<https://arzamas.academy/>, <https://diletant.media/>, <http://russculture.ru/>, <https://cultvitamin.ru/>) ;

-конкретные, например, те, что берут во внимание один исторический период или одну область культуры (история, наследие и т.д); (<https://artguide.com/> , <http://navoine.info/>)

По форме деятельности можно выделить:

-Виртуальные музеи (https://muzei-mira.com/muzei_italii/)

- Электронные библиотеки (<http://open-lib.ru/>)

- Электронные журналы (<https://magazines.gorky.media/>)

- Виртуальные театры

(<https://www.mos.ru/city/projects/kulturaonline/theatre/>)

- Туристические порталы (<http://www.vokrugsveta.ru/>)

По видам искусства:

-Литература (<https://polka.academy/>)

-Театр и кино (<https://teatral-online.ru/> ,
<https://cameralabs.org/>)

-Фотография (<https://cameralabs.org/> , <https://bigpicture.ru/>)

-Музыка (<https://www.jazz.ru/about/>)

-Живопись (<https://gallerix.ru/> ,
<http://treyakovgallery.blogspot.com/> , <https://artchive.ru/>)

-Скульптура и архитектура (<https://archspeech.com/>)

Таким образом, форм коммуникации с аудиторией с целью популяризации культуры насчитывается довольно много, нередко они выходят за рамки конкретного вида (текстовые, аудиовизуальные и т.д.) и представляют собой уже смешанный жанр. Исследователи отмечают: «Интернет несет в себе огромный потенциал оказания информационно-просветительных услуг в сфере социально-культурной деятельности. Мультимедиа продукт может содержать информации не меньше, чем целый музей, архив или библиотека. Так как такой продукт доступен любому и предназначен для самостоятельного потребления, пользование им может охватить большую аудиторию»⁴⁰. Как правило, проекты стараются использовать множество технологий сразу, что помогает предоставить выбор для разнородной по занятости и предпочтениям аудитории пользователей.

⁴⁰ Леонидова О.В., Мирошниченко Е.В. Потенциал информационно-просветительских технологий в процессе популяризации культурных ценностей // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» [электронный ресурс] <http://scienceforum.ru/2019/article/2018013735> (дата обращения: 04.06.2020)

Глава 3. Популяризация культуры Курганской области в интернет-пространстве

3.1 Анализ интернет-ресурсов о культуре в регионе

В первой главе мы обозначили, что регионы России, несмотря на свою культурно-историческую уникальность и богатое наследие, зачастую нуждаются в дополнительных мерах для успешного взаимодействия культуры и общества. Так, зауральские исследователи рассматривают формирование бренда области, под которым понимается «образ территории (города) в сознании людей»⁴¹. Одним из его основных факторов является историко-культурные ресурсы, которые также рассматривают как часть туристического бренда. На то, каким является этот образ территории активно влияют региональные СМИ, ресурсы сети Интернет, деятельность социальных институтов, общий уровень знаний населения о истории и культуре своей области, города. Был проведен социологический опрос среди жителей Курганской области о брендах региона. Результаты показали низкую информированность населения об интересных особенностях малой родины, иными словами, потенциальный потребитель (житель области) не является потребителем ее ресурсов⁴². Чтобы повысить знания о родной культуре и сформировать новые формы времяпрепровождения населения, стимулировать к путешествиям по области, необходимо создавать проекты по популяризации культуры региона. Поскольку интернет-пространство является наиболее актуальной и эффективной

⁴¹ Акимова Т. Г. Бренды Курганской области как фактор развития событийного туризма в регионе //XVII Зыряновские чтения: материалы Всероссийской научной конференции (Курган, 5-6 декабря 2019 г.). – Курган: Изд-во КГУ, 2019. – С. 182.

⁴² Там же. С.184

средой для этого, представляется важным рассмотреть ресурсы Сети о культуре Курганской области.

Для этого воспользуемся, приведенными ранее принципами оценки качества сайтов (см. 2.1) и предложенной типологией проектов (см. 2.2).

К популярным проектам в регионе мы отнесли 8 порталов. Из них к широко тематическим относится 1, к конкретным – 3; по форме деятельности представлены 3 туристических сайта и по видам искусства 1 литературный. Остальные онлайн-ресурсы не преследуют цель популяризация культуры, а только лишь представляют базу сведений («Память Зауралья»⁴³, «Мемориальные доски города Кургана»⁴⁴), либо специализируются только на новостях о культурных событиях (сайты и странички учреждений культуры). Есть также третья группа сайтов, целей и задач которых мы не смогли определить.

К широко тематическим сайтам мы отнесли портал **«Зауральская генеалогия»**. Авторы поясняют: «Нам интересна история образования населенных пунктов, судьбы людей, населявших и населяющих этот регион, история архитектурных сооружений, предприятий и т.д. Хочется собрать здесь как можно больше исторических сведений, фотографий, чтобы восполнить тот пробел в нашем историческом сознании, который образовался в ушедшую эпоху»⁴⁵. В соответствии с руководством качества веб-сайтов по культуре портал содержит:

⁴³ «Память Зауралья» [электронный ресурс] // <http://pamyat.kurganobl.ru/> (дата обращения 1.06.2020)

⁴⁴ «Мемориальные доски города Кургана» [электронный ресурс] // <https://мемориальныедоскикургана.рф/> (дата обращения 1.06.2020)

⁴⁵ «Зауральская генеалогия» [электронный ресурс] // <http://www.kurgangen.ru/project/> (дата обращения 1.06.2020)

-прозрачность

Проект был запущен в 2008 году Зауральским генеалогическим обществом им. П.А. Свищева. Цель проекта - популяризация знаний об истории Зауралья, краеведческих и генеалогических изысканий исследователей Курганской области;

-эффективность

Для определения эффективности сайта мы рассмотрели одну из представленных статей о Михаиле Михайловиче Нарышкине из раздела «Декабристы в Зауралье». Информация довольно краткая, написанная в форме справки: даты и важные события. Совсем немного сведений о его жизни в городе Кургане и влиянии на повседневную жизнь населения, что на наш взгляд является большим упущением. С другой стороны, с точки зрения популяризации культуры мы нашли хорошую статью «Курганские сады и парки». Читать ее было легко и интересно. Ко всему прочему, к статье прикреплены исторические фотографии.

-поддержка и актуализация

Сайт действующий

-доступность

Ресурс можно легко найти через любую поисковую систему. Версия для слабовидящих отсутствует.

-ориентированность на пользователей

Сайт имеет свою поисковую систему и меню слева, которое составлено весьма в хаотичном порядке. Также мы заметили большое количество рекламы, которая расположена даже между абзацами статей.

-реактивность

Пользователи могут задавать вопросы, делать предложения. Есть гостевая книга.

-многоязычность

Информация представлена только на русском языке

-Совместимость с другими сайтами по культуре

В разделе «Сайты друзей» представлены ссылки на: Южно-Уральскую ассоциацию генеалогов любителей, Культурного наследия города Кургана, несколько отдельных порталов генеалогов и др. Отметим, что в разделе также представлены ссылки на неактуальные источники: Город Курган-путеводитель по старому Кургану и исторический факультет КГУ.

-управление на основе прав

Статьи содержат ссылки на источники, что соответствует праву интеллектуальной собственности. Правила работы с сайтом отсутствуют.

В интернет-пространстве существуют также несколько региональных проектов, посвященных конкретным темам. Один из таких сайт **«Культурное наследие города Кургана»**.

-прозрачность

Проект запущен в 2012 году. Создатели и организаторы: МБУК «Централизованная библиотечная система города Кургана, ФГБОУ ВПО «Курганский государственный университет», Маслюженко Д.Н. – автор идеи, составление текстов, Кулинич А.И. – фотографии современного города, подбор фотографий, Вагин А.М. - компьютерное макетирование и карта объектов, Курбатов И.И. – разработка дизайна. Цель

проекта – «популяризация культурного наследия областного центра»⁴⁶.

-эффективность

По мимо того, что сайт весьма содержательный и информация представлена в научно-популярной форме, присутствуют также аудиOVERсии некоторых статей. В частности: «История города Кургана», дом К.М.Дунаева, дом декабриста М.М.Нарышкина, дом декабриста В.К.Кюхельбекера и дом декабриста А.Е.Розена, в дальнейшем здание Общественного собрания. Практически ко всем объектам культурного наследия приложены фотографии. Найти нужную информацию о каком-либо здании можно либо через список улиц города, который находится слева, либо через разделы по масштабу значения: объекты федерального значения, регионального, выявленные объекты и те, что представляют собой историко-культурную ценность.

-поддержка и актуализация

Сайт действующий

-доступность

Сайт несложно найти через любую поисковой систему. Отсутствует версия для слабовидящих, но, как мы уже отметили, есть несколько статей в аудиOVERсии

-ориентированность на пользователей

Портал имеет свою поисковую систему, удобное меню, что позволяет легко ориентироваться. Приятный дизайн, заголовки хороши видны, удобно читаемый шрифт.

-реактивность

Под каждой статьей открыто комментирование.

⁴⁶ «Культурное наследия города Кургана» [Электронный ресурс] // <https://kurgan.pro/> (дата обращения 1.06.2020)

-многоязычность

Информация представлена только на русском языке

-совместимость с другими сайтами

Совместим с порталом «История Курганской области»⁴⁷

-управление на основе прав

Указаны источники, что соответствует праву интеллектуальной собственности. При использовании материалов сайта ссылка обязательна.

К конкретным по тематике мы также отнесли раздел **«Жизнь замечательных людей»** на сайте Библиотечной информационной системы Кургана. Проект представляет собой сборник статей о знаменитых личностях региона. Информация представлена в виде текста и в формате аудио. Присутствует много фотографий. К сожалению, не указаны источники.

По форме деятельности в области представлено 3 туристических проекта. Один из них **«Курганская область - туризм и отдых»**⁴⁸.

-прозрачность

Сайт организован в 2020 году Отделом развития туризма Правительства Курганской области. Цель проекта точно не обозначена

-эффективность

Очень удобный и качественный для своих целей сайт. Как мы понимаем, проект разработан, в первую очередь, для удобства туристов: предоставляется информация об экскурсиях, транспорте, гостиницах, точках питания. Но наше внимание привлек перечень районов области, переходя к

⁴⁷ «История Курганской области» [электронный ресурс] // <https://history.kurgan.pro/> (дата обращения 2.06.2020)

⁴⁸ «Курганская область - туризм и отдых» [электронный ресурс] // <https://tourism-kurgan.ru/> (дата обращения 2.06.2020)

которым можно посмотреть наличие объектов культурного и природного наследия. К сожалению, Сайт дает совсем небольшие справки о достопримечательностях и ограничивает пользователя в фотографиях (их совсем немного). Присутствуют также разделы по видам туризма, в числе которых «Духовное наследие», к нему по какой-то причине отнесено только четыре монастыря Курганской области. Ресурс содержит ссылку на ютуб-канал, где есть короткие фильмы о некоторых районах области.

-поддержка и актуализация

Информация на сайте актуальна, сайт действующий

-доступность

Портал можно легко найти через любую поисковую систему, есть версия для слабовидящих.

-ориентированность на пользователей

Имеется поиск по сайту, разделы по районам области и видам туризма: оздоровительный, детский и т.д. Удобно читаемый шрифт, приятный дизайн.

-реактивность

Открыта строка для комментирования и предложений, указаны контакты организации

-многоязычность

Информация представлена только на русском языке

-совместимость с другими сайтами

Совместим с сайтами баз отдыха и развлекательных центров

-управление на основе прав

Все права защищены

По ресурсам, разделяемых по видам искусства в регионе представлены разделы **«Писатели Зауралья»**⁴⁹ и **«Литературная карта Кургана»**⁵⁰ на сайте БИС. О писателях прошлого и современности приведены только краткие справки. В разделе о литературе представлены стихи, памятные места, фильм, информация о литературных объединениях и журналах.

Мы рассмотрели 6 интернет-порталов и можем отметить достоинства и недостатки. Во-первых, радует, что популяризация культуры региона вообще представлена в интернете, хотя и в небольшом объеме. Во-вторых, среди рассмотренных проектов, можно отметить два более качественных, эффективных с точки зрения содержания и удобными для пользования. Это портал «Культурное наследие города Кургана» и сайт «Туризм Курган». Они имеют приятный формат и дизайн, сохраняют принцип увлекательного и доступного изложения. Первый имеет несколько статей в виде аудиозаписи, второй - видео-канал. Но учтем, что нетрадиционных форм изложения материала можно сделать больше. Другие рассмотренные нами ресурсы обладают хорошими целями и интересными темами, но для большей эффективности весьма важно провести работу по «переводу» текстов на доступный для широкой аудитории язык, найти новые формы изложения, добавить интерактивные зоны, обновить дизайн, сделать работу с сайтом более удобной.

Итак, интернет-ресурсов по культуре Курганской области насчитается крайне мало. Безусловно мы учитывали только те, целью которых является популяризация знаний о наследии,

⁴⁹ БИС «Писатели Зауралья» [Электронный ресурс] // <http://cbs-kurgan.com/pisатели/> (дата обращения 2.06.2020)

⁵⁰ БИС «Литературная карта Кургана» [Электронный ресурс] // http://cbs-kurgan.com/literaturnaja_karta_kurgana/ (дата обращения 2.06.2020)

искусстве и т.д. К примеру, мы не нашли ни одного сайта, где можно было бы в доступной форме узнать о зауральских художниках и их жизни. Нам бы хотелось увидеть больше информации в форме видео, аудио или игр. Отсюда, мы находим, что исследования в данном направлении и разработка подобных проектов весьма актуальны для современной культуры региона.

3.2 Популяризация культуры среди молодежи на примере проекта «Завтра начинается вчера»

Практической частью нашего исследования стала разработка и реализация сетевого проекта «Завтра начинается вчера».

Актуальность проекта

Молодое поколение является целевой аудиторией многих государственных и частных проектов. Это связано со спецификой данной социальной группы. К молодежи принято относить население от 16 до 30 лет, хотя в разных исследованиях этот возраст может отличаться на 2-3 года. Именно в этот период происходит завершение физиологических, психических и духовных характеристик человека. Главными чертами молодого возраста является жизненная энергия, процесс формирования вкусов и привычек, поиск жизненного пути, бунтарство и эмоциональность. Как

правило, данная социальная группа делится еще на несколько, иногда с пересечениями: школьники, студенты, молодые работники разных предприятий. Молодые люди подвижны в своих интересах, им всегда хочется попробовать что-то неизведанное. Именно они, чаще всего, являются двигателями прогресса в обществе. Известно, что без знания о старом, не получится и нового. Так, человеку необходимо иметь определенный базис ценностей, знаний и навыков, признанных в обществе как значимые. Мы считаем, что в среде молодого поколения должна осуществляться популяризация культуры малой Родины. Еще одной важной характерной чертой молодежи является увлеченность интернет-культурой. Важно понимать, что всемирная сеть не только место досуга и развлечений, и в этом нет ничего плохого, но она также является мощным средством для саморазвития и самопознания. В связи с этим, мы определили цели и задачи проекта.

Основные моменты

Главной **целью** «Завтра начинается вчера» является популяризация истории и культуры Курганской области среди молодежи. Мы также наметили ряд **задач**:

- 1)** формирование у молодого поколения отношения к Интернету как средству обучения, творческого и личностного развития;
- 2)** популяризация учреждений культуры города Кургана посредством социальной сети;
- 3)** разработать систему творческих заданий, через которые молодые люди познакомятся с культурой региона.

Целевая аудитория: школьники, студенты

Срок реализации: 2 месяца

Проект представляет собой продолжительную викторину, где задания связаны с историческим и культурным наследием Курганской области. Чтобы успешно выполнить задания, участникам потребуется работать с информацией, использовать навыки фото- и видеомонтажа, работать с программами Microsoft Word, Microsoft PowerPoint, применять креативные подходы к выполнению заданий. Психологи утверждают, что через творчество информация воспринимается лучше, нежели на «сухих» лекциях. Проект будет реализовываться через социальную сеть «ВКонтакте» (ссылка на сообщество проекта <https://vk.com/public179986010>). Публикация заданий в формате информационного поста.

В план входит 5 туров. Один тур включает в себе 1) публикацию задания для участников; 2) выполнение; 3) проверка работ. Выполненные задания участники отправляют в сообщения паблика.

Задания и объяснение выбора

Команда проекта постаралась разработать задания так, чтобы участники смогли разнопланово применить свои знания и умения. Мы также постарались сделать задания интересными и увлекательными.

1. Страница из книги «Дорогие мои земляки»

История Курганской области полна именами выдающихся личностей, которые внесли вклад в различные сферы нашей жизни. Их по праву можно назвать супергероями нашего края. Мы предлагаем участникам представить, что каждый из них является одним из составителей книги о великих

земляках. Задача участников – написать страницу об одном из знаменитых людей Курганской области.

2. «Оглянись вокруг»

Участникам предлагается создать авторский видеоролик о достопримечательностях родного края, в котором они рассказывают о каком-то месте: улице, доме, сквере, парке, памятнике и пр., которые хранят в себе историческую память. Должно быть передано личное отношение корреспондента к этой достопримечательности. Это может быть документальный минифильм, репортаж или рассказ в формате «селфи».

3. «Край, в котором ты живешь»

На данном этапе молодые люди должны составить фото-презентацию о том месте, где они живут (район или город Курганской области), и отразить его особенность в историческом, культурном и этническом плане.

4. «Город, в который нельзя вернуться»

Время не щадит никого, в том числе памятники культуры. На данном этапе нужно разработать проект, в котором отражается важность реставрации, воссоздания или создание в городе Кургане, какого-либо памятника скульптуры, архитектуры, это также может быть живописное произведение.

5. «Я творю»

Завершающим заданием будет творческая работа – стихотворение, песня, видеоролик, рисунок и т.п., призывающий путешествовать по Курганской области и изучать ее историю и культуру.

К каждому заданию викторины организаторы будут предоставлять критерии, разработанные экспертами проекта, а также полезные ссылки, источники и литература. За каждое задание участники будут зарабатывать баллы. Победители получают дипломы и призы.

Реализация проекта

Реализация проекта началась в начале апреля 2019 года и продолжалась около 2.5 месяцев. Над проектом все это время, работали часть студенток группы - 30016 Курганского государственного университета и ряд преподавателей, которые также выступили как эксперты. В первом этапе нашей викторины приняло участие 48 человек, причем некоторые из них не входили в целевую группу. До финала же дошло всего 14. Это учащиеся Курганского государственного университета и Спортивной школы олимпийского резерва, а также школьники. Важно отметить, что на обновления сообщества за время проекта подписалось 180 человек. Мы старались, помимо заданий публиковать интересные посты: отрывки из монографий о истории Курганской области, информацию о историко-культурном наследии, картины зауральских художников и другое. Мы также старались освещать современную культурную жизнь города, чаще это было в формате репостов со страниц музеев, библиотек, театров.

На протяжении всего проекта мы поддерживали связь с участниками, отвечали на вопросы. Мы также разместили ссылки на полезные источники информации, конкретно: сайт «История Курганской области», сайт «Культурное наследие города Кургана» и сайт «Зауральская генеалогия». Мы нашли данные источники самыми доступными для восприятия.

«ЗНВ» завершился очным мероприятием награждения ребят, набравших наибольшее количество баллов. Им были вручены дипломы и небольшие призы.

Проект стал участником заочного этапа XVI Всероссийского конкурса молодежных авторских проектов в сфере образования «Моя страна - моя Россия». Мы также представили проект на конкурсе проектов форума уральской молодежи «УТРО-2019».

Реализация проекта и участие в грантовых конкурсах позволили выявить ошибки и слабые стороны, позитивные и негативные черты.

Плюсы проекта:

- **опыт** в реализации подобного рода проектов, а также опыт в защите на грантовом конкурсе;

-обратная связь участников

Во-первых, это касается тех замечательных работ, которые отправляли молодые люди. Многие задания были сделаны очень творчески и ответственно. Во-вторых, мы заметили, что участникам действительно интересно в нашем проекте. Даже имеются положительные отзывы:

Марина Беспяткина, студентка КГУ: *«Участновать в этом проекте было очень интересно. Он доказал важность изучения истории родного края, дал возможность попробовать свои силы в различных творческих заданиях: видеосъемке, написании научной работы, создании слоганов и многих других. Благодаря познавательным статьям я узнала об отважных курганцах- участниках великой отечественной войны, о зауральцах, внесших весомый вклад в развитие*

города, о необычных памятниках культуры и достопримечательностях».

Минусы проекта (недостатки, недочеты):

-ограниченность во времени

К сожалению, мы не располагали должным количеством времени для работы в проекте. Это повлияло на скорость проверки заданий, качество и частоту информационных постов в группе «Вконтакте»;

-отсутствие слаженной командной работы

Вероятно, это во многом зависит от наличия в команде непосредственного лидера, который бы мог распределять обязанности между всеми организаторами. Еще одной причиной неслаженности является отсутствие у части команды заинтересованности или мотивированности в мероприятии;

-недостаточное количество источников информации для участников

Несмотря на то, что участники успешно справлялись с заданиями, мы посчитали недостаточным то количество источников, которые мы разместили на странице. Для этого нужно было провести предварительную работу по поиску литературы, сайтов, фильмов и др. по истории и культуре Курганской области;

- неумение «переводить» информацию на доступный для аудитории язык

Для нас оказалось сложным перефразировать исторические и культурологические статьи, выдержки из монографий, что является необходимым для любой популяризации. Ко всему прочему, в своей работе мы

отметили, что недостаточно приводили интересных фактов, через которые, как правило, и возникает интерес к предмету;

-итог проекта

Помимо церемонии награждения, необходимо спланировать еще и другой результат работы, проделанной участниками и организаторами.

Идеи по улучшению проекта

Для того чтобы усовершенствовать проект, сделать его более эффективным и интересным для участников, для начала необходимо исправить недостатки, то есть:

- 1) Определить четкое рабочее время над проектом для всех организаторов;
- 2) Четко обозначить обязанности каждого участника процесса;
- 3) Дополнительно изучить формы коммуникации с аудиторией, заранее подготовить материалы для участников;
- 4) Рассмотреть иные, более полезные и измеряемые варианты конечного результата проекта.

Мы также решили, что для участников нужно добавить в той или иной форме сведения как правильно работать с информацией. Важно понимать, что Интернет изобилует ресурсами с недостоверной или сложной информацией. Производить отбор, указывать источники, работать с разными форматами, делать проверку сведений и др., все это является действительно актуально и пригодится в дальнейшей жизни. Возникла также идея внести в проект курс видео-лекций по истории культуры Курганской области. Воспринимать информацию в форме рассказа более интересно и удобно.

Как результат проекта можно рассмотреть вариант, где заработанные баллы участников будут конвертироваться в баллы для поступления в Курганский государственный университет. Такая практика на данный момент проходит в форме олимпиады по истории.

Таким образом, благодаря реализации мы смогли выявить слабые стороны в нашей работе. «Завтра начинается вчера» может стать успешным проектом, если постараться исключить недостатки и привнести некоторые изменения. Его преимущество состоит в самой модели (выполнение творческих заданий, через которые аудитория познает что-то новое), которая может быть использована другими регионами Российской Федерации.

Заключение

Чтобы достичь цели нашего исследования, нам пришлось для начала углубиться в суть вопроса. Не смотря на имеющийся базис культурологических знаний, мы заново обратились к понятию культуры и ее роли в жизни человека. Она является основой гармоничного развития территорий и благоприятного ментального климата общества. В связи с кризисным состоянием регионов, необходимо искать новые, более эффективные методы работы. В качестве такого метода можно рассматривать популяризацию культуры, которая направлена на привлечение внимания к наследию и ценностям, истории, искусству, литературе, архитектуре и т.д. Именно культура и история способны выступить экзистенциальными собеседниками, агентами социализации, образования, способом досуга и времяпрепровождения, туризма.

Популяризовать культуру значит переводить культурологические, искусствоведческие, исторические и другие тексты и сведения на доступный для широкой аудитории язык и распространять полученное. Одним из ее принципов является увлекательное изложение. Интернет-пространство является наиболее актуальным и эффективным каналом популяризации культуры. Глобальность, интерактивность, сочетание других каналов популяризации и широкий спектр форм взаимодействия с аудиторией, которые присущи ему, позволяют достигать целей быстрее и качественнее. Интернет сам по себе является многоканальной средой: сайты, социальные сети, видео-каналы и др. И содержит множество форм коммуникации с аудиторией: текстовые, аудиовизуальные, игровые. Как правило, проекты

стараятся использовать множество технологий сразу, что помогает предоставить выбор для разнородной по занятости и предпочтениям аудитории пользователей.

Главным для нас стало рассмотрение популяризации культуры Курганской области в интернет-пространстве. Онлайн-проектов подобного рода оказалось не так много. А имеющимся необходимо провести дополнительную работу над сайтами, формами изложения информации, собственно, переработать содержание, сделать его более доступным для восприятия, найти новые темы и аспекты в рассматриваемых областях культуры.

В связи с этим заключительной частью нашего исследования стал онлайн-проект «Завтра начинается вчера» направленный на популяризацию культуры Курганской области среди молодежи, ведь именно молодые люди «двигают» общество. Цели и задач проект был намерен достичь с помощью творческого подхода. Мы разработали систему креативных заданий, через которые участники будут получать знания. Психологи отмечают, что через творческую работу впитывание информации происходит успешнее. Реализация проекта показала нам сильные и слабые стороны нашей работы. С исправлением ошибок и внесением некоторых изменений, «Завтра начинается вчера» может стать эффективной формой популяризации культуры региона и послужить моделью для подобной работы в других областях России.

Список источников и литературы

- 1) Абрамов Р.Н., Груздев И. А., Терентьев Е. А. Рабочее время и ролевые напряжения сотрудников современного российского университета // Вопросы образования. -2017. - №1. - С.88-111.
- 2) Акимова Т. Г. Бренды Курганской области как фактор развития событийного туризма в регионе // XVII Зырянские чтения: материалы Всероссийской научной конференции (Курган, 5-6 декабря 2019 г.). - Курган: Изд-во КГУ, 2019. - С.182-185.
- 3) Воинова Е.А., Сивякова Е.В. Подкаст как новый формат коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. - №12. - 2018. - С.104-120.
- 4) Громова Д.В. Рамочные программы как инструмент взаимодействия Европейского союза и Российской Федерации в

области научно-технологического сотрудничества // Вестник Томского государственного университета. Серия «История». – 2014. – № 6. – С.56-59.

5) ГОСТ ИСО 9241-210-2012 Эргономика взаимодействия человек-система. Часть 210. Человеко-ориентированное проектирование интерактивных систем. – М.: Стандартинформ, 2013. – 32 с.

6) Деникин А.А. Специфика мультимедиа и эволюция аудиовизуальной культуры // Наука телевидения. – 2013. – №10. – С. 233-242.

7) Желтухина М.Р. Популяризация культуры в современных массмедиа и медиажанр «популяризационная статья»: стилистический аспект // Вестник ЧелГУ. – №5. – 2015. – С.214-219.

8) Клейн Л. Интерпретация популяризации / Л.Клейн //Троицкий вариант. – 2009. – № 38 – С.14.

9) Крюкова О.С. Как учить говорить просто о сложном, или где и как готовить популяризаторов науки ? // Россия: Тенденции и перспективы развития. Ежегодник. – 2019. – С. 659-660.

10) Лайкова А.А. Юзабилити сайта: принципы и методы оценки // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – Вып.12. Т.2. – 2016. – С. 745-747.

11) Мартыненко Е.В. Вместо предисловия. Медиапространство: новая реальность. // Медиапространство многополярного мира: сборник научных статей. Москва, РУДН, 13 апреля 2017 г. / под ред. Ел. В. Мартыненко. – М.: РУДН, 2017. С.3-5

12) Новые аудиовизуальные технологии: учебное пособие. / под ред. Разлогова К.Э. – М.:ЕДИТОРИАЛ УРСС, 2005. – 488 с.

- 13) Очерки культуры повседневности города Кургана XIX-первой трети XX века: Монография / под ред. Д.Н.Маслюженко (отв. Редактор), Т.В.Козельчук, Е.В. Тершуковой – Курган: Издательство Курганского гос.унив., 2009. – 240 с.
- 14) Принципы качества веб-сайтов по культуре. Руководство / под. ред. Пятой рабочей группы проекта «Minevra». / Ред. Перевода Браккер Н.В., Куйбышев Л.А., Кузьмин Е.И. – М.: типография АВГУСТИН-ПРИНТ», 2006. – 64 с.
- 15) Павлова А., Пивоварчик Т.А. Особенности дистрибуции медиаконтента редакциями региональных печатных СМИ (на примере Гродненской области) // Региональные СМИ республики Беларусь в цифровую эпоху: состояние, проблемы и перспективы: матер. Респ. науч.-практ. конф. 12- 13 февраля 2019 года. – Минск: БГУ, 2019. – С.178-185.
- 16) Совет при Президенте Российской Федерации. Просветительская роль культуры: ориентация на молодежную аудиторию. – М., 2007. – 159 с.
- 17) Философия: учебник под ред. О.А. Митрошенкова. – М.: Гардарики, 2002. –622 с.
- 18) Шлыкова О.В. Культура мультимедиа: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 415с.

Ресурсы сети Интернет

- 19) БИС «Писатели Зауралья» [Электронный ресурс] // <http://cbs-kurgan.com/pisатели/> (дата обращения 2.06.2020)
- 20) БИС «Литературная карта Кургана» [Электронный ресурс] // http://cbs-kurgan.com/literaturnaja_karta_kurgana/ (дата обращения 2.06.2020)

- 21) Дилетант. Пост от 24.05.2020 [Электронный ресурс] // https://vk.com/diletant_media?w=wall-33538623_302040 (дата обращения 24.05.2020)
- 22) Главный редактор Arzamas Филипп Дзяко о том, как и зачем рассказывать о мировой культуре. [Электронный ресурс] // <https://weekend.rambler.ru/other/39801822-glavnyy-redaktor-arzamas-filipp-dzyadko-o-tom-kak-i-zachem-rasskazyvat-o-mirovoy-kulture/?updated> (дата обращения 1.05.2020)
- 23) Гревцева А.А. Информационные технологии как новый метод популяризации культурного наследия // Научное обозрение [Электронный ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-kak-novyy-metod-populyarizatsii-kulturnogo-naslediya/viewer> (дата обращения 1.05.2020)
- 24) Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. - М.: Русский язык, 2000 [Электронный ресурс] // <https://www.efremova.info/word/populjarizirovat.html#.Xqwnas4Vyhc> (дата обращения 1.05.2020)
- 25) «Зауральская генеалогия» [Электронный ресурс] // <http://www.kurgangen.ru/project/> (дата обращения 1.06.2020)
- 26) Клейн Л. Будущее решается гуманитарным знанием [Электронный ресурс] <https://arzamas.academy/materials/404> (дата обращения 1.05.2020)
- 27) Корнев М. Дистрибуция контента: кто, что, куда и как? // Журналист № 11 от 1 ноября 2016. [Электронный ресурс] // <https://jrnlst.ru/content/distribuciya-kontenta-kto-chto-kuda-i-kak> (дата обращения 13.05.2020)

- 28) «Культурное наследия города Кургана» [Электронный ресурс] // <https://kurgan.pro/> (дата обращения 1.06.2020)
- 29) «Курганская область - туризм и отдых» [Электронный ресурс] // <https://tourism-kurgan.ru/> (дата обращения 2.06.2020)
- 30) Лапина Т.С. Понятия культуры, культурологии и оснований культуры // Аналитика культурологии, 2007. [Электронный ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatiya-kultury-kulturologii-i-osnovaniy-kultury/viewer> (дата обращения 1.05.2020)
- 31) Леонидова О.В., Мирошниченко Е.В. Потенциал информационно-просветительских технологий в процессе популяризации культурных ценностей // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс] <http://scienceforum.ru/2019/article/2018013735> (дата обращения: 04.06.2020)
- 32) «Мемориальные доски города Кургана» [Электронный ресурс] // <https://мемориальныедоскикургана.рф/> (дата обращения 1.06.2020)
- 33) Основы законодательства Российской Федерации о культуре. Статья 3. Основные понятия [Электронный ресурс] // <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=349153&fld=134&dst=100010,0&rnd=0.9443693903797283#05572436341370457> (дата обращения 1.05.2020)
- 34) Окольникова С.А. Интеграция культурного наследия в современный социокультурный контекст: региональная модель. Автореферат дис. Кан. Культурологических наук: 24.00.01.- М.:2011 [Электронный ресурс] //

<https://www.dissercat.com/content/integratsiya-kulturnogo-naslediya-v-sovremennyi-sotsiokulturnyi-kontekst-regionalnaya-model/read> (дата обращения 1.05.2020)

35) Подкасты // Радио Arzamas. [Электронный ресурс] // <https://arzamas.academy/radio> (дата обращения 20.05.2020)

36) «Память Зауралья» [Электронный ресурс] // <http://pamyat.kurganobl.ru/> (дата обращения 1.06.2020)

37) Стены помогают // Полка [Электронный ресурс] // <https://polka.academy/materials/684> (дата обращения 20.05.2020)

38) Толковый словарь Д.Н.Ушакова. [Электронный ресурс] // <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=54120> (дата обращения 1.05.2020)

39) Что такое пост в социальных сетях? // Глоссарий интернет-маркетинга [Электронный ресурс] // <https://www.glossary-internet.ru/terms/П/post/> (дата обращения 15.05.2020)

40) Cambridge Dictionary [Электронный ресурс] // <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/usability> (дата обращения 15.05.2020)

41) What is Podcasting? [Электронный ресурс] // <https://www.journalism.org/2006/07/19/what-is-podcasting/> (дата обращения 2.05.2020)