

ДЕПАРТАМЕНТ КУЛЬТУРЫ ГОРОДА МОСКВЫ  
Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы  
"Культурный центр "Вдохновение"

## **Проект "Культурные центры. Будущее"**

**Методический материал  
на тему: "Научно-популярные лекции для всей семьи"**

Номер по присланному списку: 9  
Номер поручения в ЭДО: ДК-02-02-2635/17

Учреждение, ответственное за реализацию идеи,  
осуществляющее настоящий проект и разработавшее  
методические рекомендации:  
ГБУК г. Москвы "КЦ "Вдохновение"

г. Москва, 2019

## Оглавление

1. Актуальность проекта в контексте деятельности учреждений культуры и социально-экономической ситуации	3
2. Основная цель проекта и формулировка задач в последовательности их реализации	4
3. Ресурсы, необходимые для реализации проекта и претворения идеи в деятельность учреждения (материальные ресурсы, кадровое обеспечение, методическое сопровождение, изменения в структуре учреждения и т.п.)	4
4. Механизм реализации проекта: план мероприятий, целевая аудитория, количество участников (по этапам), использование ресурсов	5
5. PR-кампания по сопровождению проекта	8
6. Материально-техническое и финансовое обеспечение проекта (в т.ч. бюджет)	9
7. Ответственное лицо, контактные лица для учреждений, использующих методические рекомендации, ссылки на публикации о проекте в сети Интернет	9
Приложение № 1	9
Приложение № 2	12

## **1. Актуальность проекта в контексте деятельности учреждений культуры и социально-экономической ситуации**

### *Обоснование темы популяризации науки*

Популяризация науки в широком смысле – это превращение скучных для неспециалиста данных в интересную и понятную информацию. В контексте этого определения нельзя не согласиться с тем, что обывателю наименее понятны явления и открытия именно в области естественных и точных наук. Мероприятия по популяризации науки имеют невероятную популярность среди различной по возрасту и уровню подготовки аудитории. Для посетителей это возможность узнать что-то новое и качественно провести свой досуг.

Когда мы говорим о популяризации науки, в первую очередь подразумеваем лекции и научно-популярные издания по физике, ботанике, астрономии, биохимии и другим сферам естественных наук. Среди других средств популяризации науки можно назвать средства массовой информации, экспозиции естественнонаучных и научно-технических музеев, а также научно-популярные фестивали. Например, Фестиваль науки НАУКА 0+ в Москве в 2017 году посетило 860 000 участников, фестиваль науки и технологий Geek Picnic в Москве и Санкт-Петербурге в 2018 году - 90 000 участников (при том, что вход платный, по билетам).

### *Обоснование формата лектория*

Существует много форматов, в рамках которых может проводиться популяризация естественных наук, в частности привычные для культурных центров форматы деятельности:

- кружки юных физиков/химиков/натуралистов;
- программы для начальных классов в виде квеста, посвященные естественным наукам;
- игротеки с турнирами по эволюции, математике, анатомии, химии;
- квест-ярмарка научных развлечений, в рамках которой дети с родителями могут самостоятельно проводить эксперименты, отвечать на вопросы викторины и т.д.;
- программы летних креативных каникул в городском лагере.

Среди самостоятельных форматов научно-популярных мероприятий, которые возможно организовать в учреждениях клубного типа, можно назвать:

- научные бои stand up science;
- показы научного кино;
- лабораторные работы и прикладные научные мастер-классы;
- научные шоу;
- научно-популярные лекции.

Научно-популярный лекторий является одним из классических вариантов популяризации науки. В отличие от шоу-программ, мастер-классов и квестов эта форма имеет больший акцент на содержании; лектор дает больше информации и представления о научном знании и деятельности реальных ученых.

Лекторий охватывает широкую аудиторию. Лекции могут быть доступны для детей, подростков, студентов, взрослых и пожилых людей. Лекции не объединены в циклы, участие в проекте не предполагает обязательного посещения всех мероприятий. При этом количество посетителей в данном формате ограничивается исключительно техническими характеристиками помещения.

В Москве на данный момент существует большое количество лекториев:

- курилка Гутенберга;
  - лекторий культурно-просветительского центра "Архэ;
  - лекторий Московского планетария;
  - лекторий Levelone;
  - "Ученые – детям";
  - научно-популярная библиотека "Научка";
  - 15x4;
  - научно-популярный лекторий РГБМ;
  - лекторий "Прямая речь";
  - культурная платформа "Синхронизация";
  - образовательная программа "Знание ВДНХ";
  - лекторий и библиотека Культурного центра ЗИЛ;
  - лекторий "Пунктум";
  - музей "Гараж";
  - институт "Стрелка";
  - научно-популярный лекторий SetUp;
  - научно-познавательный лекторий "Зарядье"
- и другие.

#### *Обоснование целевой аудитории (родители с детьми)*

Среди вышеперечисленных лекториев только несколько подходят для семей с детьми: лекторий Московского планетария, проект "Ученые – детям" музея "Экспериментаниум", научно-популярный лекторий РГБМ, лекторий и библиотека Культурного центра ЗИЛ. При этом именно семьи с детьми – основные посетители культурных центров. Научно-популярный лекторий по ряду причин представляется оптимальным для этой целевой аудитории, в котором в качестве спикеров выступают ученые.

Выбирая основной целевой аудиторией научно-популярных лекций родителей с детьми, мы решаем следующие задачи:

- организация совместного досуга детей и родителей;
- формирование у детей и взрослых критического мышления;

- формирование общего дискуссионного поля для родителей с детьми.

Чаще всего активности по проведению совместного досуга для семей с детьми направлены в первую очередь на детей, а родители занимают в них второстепенную роль. Другим распространенным вариантом является разнесение контента для детей и взрослых в рамках одного мероприятия и одной темы. Так, научно-популярные лекции рассчитаны на схожий уровень восприятия информации детьми от 10 лет и взрослыми, поскольку взрослые уже забыли содержание школьной программы по естественным наукам, а для детей эта информация актуальна, но они обладают меньшим опытом анализа и построения логических связей. Форма подачи материала для этих категорий слушателей может быть одинаковой.

В системе баланса "развлечение – обучение" научно-популярные лекции относятся в большей степени к интеллектуальному досугу. Однако следует понимать, что подобные лектории не ставят своей целью образование, а нацелены на просвещение и больше заставляют заинтересоваться той или иной темой, чем дают по ней знания. В идеальной системе целевая аудитория подобного лектория приходит на научно-популярные лекции, а затем отдельный участник выбирает себе более системное занятие в рамках заинтересовавшей его темы. Далее он может продолжать погружаться в эту тему, занимаясь в кружках или в учреждениях образования, посещая циклы лекций на данную тему.

## **2. Основная цель проекта и формулировка задач в последовательности их реализации**

Цель: организация интеллектуального досуга для семейной аудитории в учреждениях культуры в формате научно-популярного лектория.

Задачи:

1. Разработка концепции проекта.
2. Поиск партнеров проекта (опционально).
3. Подбор лекторов (опционально).
4. Разработка плана мероприятий.
5. Проведение PR-кампании.
6. Проведение лекций.
7. Сбор обратной связи и организация повторного спроса.

## **3. Ресурсы, необходимые для реализации проекта и претворения идеи в деятельность учреждения (материальные ресурсы, кадровое обеспечение, методическое сопровождение, изменения в структуре учреждения и т.п.)**

Материальные ресурсы, необходимые для реализации проекта:

- проектор, компьютер, звуковое оборудование;
- флипчарт/доска, маркеры (опционально);

- стулья по количеству участников;
- для организации кофе-брейка (желательно): кулер с водой, термосы с горячей водой, стаканчики, чай.

Кадровые ресурсы: координатор проекта, PR-специалист.

Лекторы привлекаются на разовые мероприятия безвозмездно.

#### **4. Механизм реализации проекта: план мероприятий, целевая аудитория, количество участников (по этапам), использование ресурсов**

##### 1. Разработка концепции проекта

На данном этапе учреждение определяет вектор развития проекта и формулирует цели и аудиторию, на которую направлены мероприятия. Исходя из концепции на последующих этапах выбираются партнеры проекта (при наличии). Разрабатываются фирменный стиль проекта, шаблоны афиш и баннеров. Осуществляются формирование рабочей группы проекта (координатор, PR-специалист) и распределение задач.

##### 2. Поиск партнеров проекта (опционально)

Потенциальными участниками проекта могут быть:

- действующие научно-популярные лектории (в этом случае культурный центр становится площадкой для организации мероприятий сторонней компанией);
  - фонды, деятельность которых направлена на популяризацию науки;
  - высшие учебные заведения;
  - научные институты;
  - научно-популярные СМИ
- и другие.

По желанию можно проводить чаепитие с ответами на вопросы после лекции и делать зоны кофе-брейка. В этом случае можно привлечь компании, занимающиеся чаем и/или кофе, для предоставления продукции на мероприятия бесплатно.

Также можно сотрудничать с издательствами, если ваш спикер является автором какой-либо научно-популярной книги.

##### 3. Подбор лекторов (опционально)

При поиске лектора можно выделить три вопроса: где искать, как проверить компетентность лектора и как замотивировать его приехать к вам с лекцией.

Найти лектора можно, обратившись к университетам и научным институтам или связавшись с участниками/организаторами Научных боев. Если же вы хотите пригласить опытного спикера, это можно сделать, просмотрев программу лекций какого-либо научно-популярного фестиваля

(Наука 0+, GeekPicnic, Фестиваль увлекательной науки и др.) или обратившись к базе лекторов просветительского фонда "Эволюция". У этого же фонда есть проект "Школа лекторов"; возможно, сотрудничество с ним также будет интересно обеим сторонам.

Идеальным вариантом будет знакомство с лектором после его лекции, но часто можно найти его контакты в общем доступе. Также можно связаться с фондами "Эволюция", "Траектория", организаторами фестивалей премии "Просветитель", организаторами лекториев для обмена контактами или даже организационной поддержкой.

Критерием отбора должно стать умение спикера увлекательно и доступно рассказывать о своей области знания, не теряя при этом научность изложения.

В области популяризации науки есть большой риск пригласить на свою площадку представителя альтернативной науки. Избежать этого риска может помочь сообщество: просветительские фонды, ученые, научные журналисты. Вас насторожить. Если ученый:

- выступает в СМИ как эксперт по любому вопросу;
- предлагает прочитать лекцию по теме, максимально далекой от сферы его научной деятельности.

Подробно эти критерии расписаны у Александра Соколова – создателя и редактора научно-популярного портала Антропогенез.ру – в статье "15 признаков псевдонауки в статье, книге, телепередаче, веб-сайте" <https://vikent.ru/enc/5316/>.

Когда лектор найден, возникает резонный вопрос: почему он должен согласиться выступить на мероприятии, если нет возможности заплатить ему гонорар (или эта мотивация слишком слабая):

- возможно, лектору интересно выступить в новом месте и расширить аудиторию за счет ваших постоянных посетителей, в том числе маломобильных граждан, которые не могут себе позволить ездить на интересующие их лекции в другой конец города;
- если у него небольшой опыт публичного выступления или новая лекция, ему возможно будет интересно выступить перед лояльной аудиторией;
- если у ученого есть популяризаторские проекты, которые он продвигает в настоящий момент: например, он недавно выпустил книгу или организовал краудфандинг для сбора средств на организацию экспедиции. Выступление на вашей площадке поможет ему заразить этой идеей слушателей.

#### 4. Разработка плана мероприятий

Исходя из соглашений, выработанных с лекторами и партнерами, формируется план мероприятий на сезон. Рекомендуемая периодичность

мероприятий – 1-2 раза в месяц. Время проведения – вечера буднего дня или выходной день.

#### 5. Проведение PR-кампании

Более подробно PR-кампания по сопровождению проекта описана в следующем разделе.

#### 6. Проведение мероприятия

Мероприятие проводится согласно организационному плану.

#### 7. Сбор обратной связи и организация повторного спроса

Сбор обратной связи от посетителей может проводиться посредством устной беседы, офлайн-анкетирования после мероприятия или запросом отзывов, отправляемым участникам на электронную почту.

Также обязательно следует получить обратную связь от лектора: узнать его мнение о площадке, об организации мероприятия, поинтересоваться его отношением с аудиторией и уточнить, всё ли получилось объяснить и как, по его мнению, прошло обсуждение. Это ответственный момент в организации мероприятия, поскольку хороших популяризаторов не так много и важно сохранить хорошие отношения со спикером. Возможно, в следующем сезоне или через несколько месяцев он захочет прочитать эту или другую свою лекцию в вашем учреждении.

### **5. PR-кампания по сопровождению проекта**

- До 10 числа месяца, предшествующего мероприятию, информация подается в ведомственные информационные базы, на общегородские порталы.

- За 3 недели до лекции создается форма регистрации на таймпеде, информация о лекции размещается в разделе "Афиша" на сайте учреждения. Как показывает опыт, на мероприятие приходит от 30 до 50% от числа зарегистрированных пользователей. Соответственно, можно ставить лимит количества регистраций в два раза больше, чем вмещает зал.

- За 2 недели до лекции она анонсируется в социальных сетях, в тематических СМИ. При наличии партнеров используются помимо прочих и их информационные ресурсы. Лектор также размещает анонс в своих социальных сетях.

- За 2 недели до лекции вывешивается афиша мероприятия на стендах в учреждении.

- За 1 неделю до лекции распространяются афиши на городских площадках (при наличии договоренностей с управой района), в других районных организациях и учреждениях (при наличии договоренностей).

- За 1 неделю до лекции осуществляется e-mail-рассылка по базе потенциальных участников с приглашением.



- За сутки до мероприятия осуществляется рассылка-напоминание участникам о предстоящей лекции.
- Во время лекции на страницы в социальных сетях выкладываются видео, фотографии с мероприятия.
- Ведется мониторинг публикаций по каждой лекции.

Бесплатные ресурсы для анонсирования научно-популярных мероприятий:

- научно-популярная афиша Москвы [https://vk.com/pop\\_sci\\_mos](https://vk.com/pop_sci_mos)
- сайт Элементы <https://elementy.ru/events>
- сайт и социальные сети фестиваля науки НАУКА 0+ <http://www.festivalnauki.ru>

#### **6. Материально-техническое и финансовое обеспечение проекта (в т.ч. бюджет)**

Проект не требует дополнительного финансирования. Организация и PR-сопровождение осуществляются силами сотрудников учреждения. Лекторы привлекаются на безвозмездных условиях, без выплаты гонорара.

#### **7. Ответственное лицо, контактные лица для учреждений, использующих методические рекомендации, ссылки на публикации о проекте в сети Интернет**

Начальник отдела организации культурно-массовых мероприятий ГБУК г. Москвы "КЦ "Вдохновение" – Евтихова Любовь Владимировна, [lu.evtikhova@gmail.com](mailto:lu.evtikhova@gmail.com), 8-916-649-63-36.

**Соглашение о сотрудничестве**  
**(примерная форма)**

г. Москва

"\_\_" \_\_\_\_\_ 2019 г.

\_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем **Сторона 1**, с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем **Сторона 2**, в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны, а совместно именуемые **Стороны**, заключили настоящее соглашение о сотрудничестве (далее – Соглашение).

1. Стороны руководствуются по существу настоящего Соглашения действующим законодательством Российской Федерации, прямо или косвенно регламентирующим отношения Сторон, учредительными и внутренними документами Сторон, а также интересами каждой из Сторон.

2. Целью взаимного сотрудничества является совместное оказание услуг, направленных на удовлетворение потребностей населения в культурном досуге.

3. Для этой цели Соглашение предусматривает проведение совместного мероприятия "\_\_" \_\_\_\_\_ 2019 года с \_\_\_\_ до \_\_\_\_\_, а именно "\_\_\_\_\_" (далее – "мероприятие").

4. Форма участия Сторон.

4.1. Сторона 1:

- организация и проведение мероприятия на территории Стороны 2;
- информационное обеспечение мероприятия;
- обеспечение сохранности имущества, мебели и реквизита Стороны 2, недопущение их порчи, а в случае причинения ущерба осуществление восстановительного ремонта за счет собственных средств;

- самостоятельное выстраивание взаимоотношений с авторами произведений, используемых во время проведения мероприятия, лицами, принимающими в нем участие (исполнителями), а также иными владельцами авторских и смежных прав (правообладателями). В случае предъявления Стороне 2 имущественных претензий со стороны авторов, правообладателей и иных третьих лиц в связи с нарушением авторских и смежных прав своими силами и за свой счет урегулирование данных претензий.

4.2. Сторона 2:

- организация возможности проведения мероприятия на территории Стороны 2;
- обеспечение работы технического и административного персонала во время подготовки и проведения мероприятия;

- информационное обеспечение мероприятия;
- организация предоставления мебели, экспозиционного оборудования и реквизита для проведения мероприятия.

5. Стороны рассматривают друг друга в качестве стратегических партнеров, наделяют друг друга статусом "Информационный партнер" и размещают соответствующую информацию на сайтах и информационных ресурсах Стороны 1 и Стороны 2.

6. В целях осуществления сотрудничества Стороны намерены использовать имеющиеся у них возможности, материалы, ресурсы и активы.

7. Стороны установили, что мероприятие не должно содержать политической направленности; религиозной направленности; упоминания алкогольной, наркотической и табачной продукции; также на мероприятии должны соблюдаться нормы законодательства РФ о защите детей от информации, способной причинить вред их здоровью и развитию. В случае возникновения претензий к Стороне 2 со стороны органов, контролирующих исполнение Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", и иных третьих лиц по поводу несоблюдения указанных выше гарантий Сторона 1 обязуется самостоятельно и за свой счет урегулировать такие претензии.

8. Все финансовые взаимоотношения Сторон, которые могут возникнуть в процессе исполнения настоящего Соглашения, оформляются дополнительными договорами, подписанными уполномоченными на то представителями Сторон.

9. Настоящее Соглашение составлено в двух аутентичных экземплярах, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

10. Адреса, реквизиты и подписи Сторон:

**ПРИМЕР**  
**программы лектория ГБУК г. Москвы "КЦ "Ивановский"**

Дата	Тема	Количество участников	Количество регистраций
07.10.2017	Научные выходные. Лекция: "Вампиры. История болезни"	44	87
04.11.2017	Научные выходные. Лекция "С телескопом к звездам: что и как видят астрономы во Вселенной"	55	132
20.01.2018	Научные выходные. Лекция "Алхимия: герметические тайны и путь к современной науке"	45	126
17.02.2018	Научные выходные. Лекция "Темное вещество"	44	124
24.03.2018	Научные выходные. Лекция "Что случается, когда коллайдер не получается"	23	62
23.04.2018	Научные выходные. Лекция "Искусственный интеллект: что могут нейронные сети и как они изменяют нашу жизнь?"	15	54
31.05.2018	Научные выходные. Лекция "Расстройства сна: современные представления о проблеме и способы лечения"	25	73
26.06.2018	Научные выходные. Лекция "Анатомия страшных снов"	23	66
15.09.2018	Жизнь во Вселенной: взгляд астрофизика	46	107
30.09.2018	Что нового в мире химии: открытия и изобретения	68	188
14.10.2018	Научные выходные. Лекция "Как наш мозг нас обманывает?"	41	85