Челябинский гуманитарий. 2026. № 3 (76). С. 130–139.
ISSN 1999-5407 (print).
Chelyabinskij Gumanitarij. 2026; 3 (76), 130–139.
ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья
УДК 316.77:069
DOI 10.47475/1999-5407-2026-76-3-130-139

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ В ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНОМ МУЗЕЕ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: СТРАТЕГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ РАБОТЫ СО СТЕРЕОТИПАМИ

Алина Олеговна Самкова
Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия
alina.samkova1998@yandex.ru

Аннотация. Сегодня налаживание общественного диалога, создание устойчивого положительного имиджа, популяризация деятельности музеев становится задачей специалистов по связям с общественностью, основу работы которых преимущественно составляют операции со стереотипами. Классификация стереотипов относительно естественно-научных музеев, обладающих зоологической коллекцией (в частности, зоологических музеев), в научной литературе и практике не выделена как отдельная устоявшаяся категория. Обращает на себя внимание, что количество научно-исследовательских работ, посвященных проблемам естественно-научных музеев в аспекте их информационно-просветительской деятельности, использования цифровых технологий в процессе формирования экологической культуры невелико, и в хронологическом плане распределены они крайне неравномерно. Целью данного исследования является попытка выстроить классификацию стереотипных представлений относительно зоологических музеев на основе анализа медиаматериалов, пользовательских публикаций и комментариев, представленных на различных цифровых платформах, посредством которых формируется публичный дискурс, за последнее десятилетие. Выбор данного периода обусловлен нарастающим ростом цифровизации повседневной жизни, под воздействием которой формируется общество в высшей степени зависимое от медиапотребления. Задействованные в рассмотрении медиаресурсы не являются социально-нейтральным средоточием интересов узкой группы людей, а охватывают что ни на есть широкую общественность, людей с разной степенью компетентности в вопросах охраны природы, экологии и культуры. В настоящее время социальные сети стали ключевой площадкой обмена мнениями. Там пользователи, в том числе и сами музеи, делятся новостями, впечатлениями, дискутируют, создают мемы (например, «Упоротый лис», героем которого выступает чучело авторства А. Морзе) и пр. В комментариях к публикациям проявляются не только субъективные оценки отдельных лиц, но и механизмы формирования коллективного мнения: как один комментарий провоцирует цепочку реакций, как работают аргументы «за» и «против». Онлайн-петиции же, в свою очередь позволяют увидеть, какие аргументы мобилизуют людей, какие опасения или ожидания стоят за той или иной инициативой. СМИ дают более структурированный взгляд на коммуникативные тенденции, с помощью них может происходить усиление определенных нарративов. Охват разных типов цифровых площадок дает более полную, репрезентативную картину о распространенных стереотипах относительно зоологических музеев. На выбор медиаматериалов влияли такие факторы как: темы, вызывающие поляризацию мнений, негативная тональность обсуждений, повторяющиеся формулировки при описании класса учреждений культуры зоологического профиля. Вместе с тем в статье систематизируются цифровые инструменты, которые применяются для деконструкции стереотипов, и посредством которых реализуется непосредственная миссия естественно-научных музеев – экологическое просвещение. Выявленная классификация общественных установок и типичных нарративов, изученный позитивный и негативный опыт по исследуемому вопросу будут полезны в работе PR-отделов рассматриваемой группы организаций культуры. В исследовании главным образом был рассмотрен опыт работы в медиапространстве столичных учреждений: Государственный Дарвиновский музей, Зоологический музей МГУ имени М. В. Ломоносова, Биологический музей имени К. А. Тимирязева.

Ключевые слова: цифровые технологии, цифровизация, медиаконтент, просвещение, экологическая культура, зоологический музей, PR, стереотипы.

Для цитирования: Самкова А. О. Экологическое просвещение в естественно-научном музее в цифровую эпоху: стратегии и инструменты работы со стереотипами // Челябинский гуманитарий. 2026. № 3 (76). С. 130–139. doi: 10.47475/1999-5407-2026-76-3-130-139

Original article

ENVIRONMENTAL EDUCATION IN THE NATURAL SCIENCE MUSEUM IN THE DIGITAL AGE: STRATEGIES AND TOOLS FOR DEALING WITH STEREOTYPES

Alina O. Samkova
Moscow Pedagogical State University, Moscow, Russia
alina.samkova1998@yandex.ru

Abstract. Today, establishing a public dialogue, creating a stable positive image, and popularizing the activities of museums is becoming the task of public relations specialists, whose work is mainly based on operations with stereotypes. The classification of stereotypes regarding natural science museums with zoological collections (in particular, zoological museums) is not identified in scientific literature and practice as a separate well-established category. It is noteworthy that the number of scientific research papers devoted to the problems of natural science museums in terms of their information and educational activities, the use of digital technologies in the process of forming an ecological culture is small, and they are extremely unevenly distributed chronologically. The purpose of this study is to attempt to classify stereotypical beliefs about zoological museums based on the analysis of media materials, user publications and comments presented on various digital platforms through which public discourse is formed, over the last decade. The choice of this period is due to the growing digitalization of everyday life, which is shaping a society highly dependent on media consumption. The media resources involved in the review are not a socially neutral focus of interests of a narrow group of people, but cover the general public, people with varying degrees of competence in matters of nature protection, ecology and culture. Currently, social media has become a key platform for exchanging opinions. There, users, including the museums themselves, share news, impressions, argue, create memes (for example, “The Stubborn Fox”, whose hero is a stuffed animal by A. Morse), etc. In the comments publications show not only subjective assessments of individuals, but also mechanisms for forming a collective opinion.: how one comment provokes a chain of reactions, how the arguments for and against work. Online petitions, in turn, allow you to see which arguments are mobilizing people, what fears or expectations are behind a particular initiative. The media provides a more structured view of communication trends, with the help of which certain narratives can be reinforced. The coverage of different types of sites provides a more complete, representative picture of the widespread stereotypes regarding zoological museums. The choice of media materials was influenced by such factors as: topics that cause polarization of opinions, the negative tone of discussions, repetitive formulations when describing a class of cultural institutions with a zoological profile. At the same time, the article systematizes the digital tools that are used to deconstruct stereotypes, and through which the immediate mission of natural science museums is realized - environmental education. The revealed classification of social attitudes and typical narratives, the studied positive and negative experiences on the issue under study will be useful in the work of the PR departments of the group of cultural organizations under consideration. The study mainly examined the experience of working in the media space of the capital’s institutions: the Darwin Museum, the Zoological Museum of Moscow State University, and the Timiryazev Biological Museum.

Key words: digital technologies, digitalization, media content, education, environmental culture, zoological museum, public relations, stereotypes.

For citation: Samkova A. O. (2026). Environmental education in the natural science museum in the digital age: strategies and tools for dealing with stereotypes. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 3 (76), 130–139. doi: 10.47475/1999-5407-2026-76-3-130-139 (In Russ.)

В современном мире неуклонно повышается значимость проблем формирования экологической культуры и повышения уровня экологической грамотности, что обусловлено надвигающимся глобальным экологическим кризисом. Под ним вслед за кандидатом педагогических наук А. А. Нестеровой будем понимать экологическое неблагополучие, затрагивающее всю планету и проявляющееся через постоянные отрицательные воздействия цивилизации на природу, влекущее за собой утрату биосферой способности к самовосстановлению за счёт увеличения потребления природных ресурсов, загрязнения окружающей среды и разрушения природных экосистем (Нестерова 2025). В качестве причин экологического кризиса, в ключе философских воззрений, ученые нередко называют то обстоятельство, что человек отдалился и продолжает еще больше отдаляться от природы, что в свою очередь, угрожает устойчивому развитию.

Среди возможных путей преодоления данного кризиса обозначается соответственно возращение человека к природе, гармонизация их отношений через культуру, а именно экологическую культуру «как открытую, динамичную систему высоконравственных ценностных установок, направленную на развитие природно-социального потенциала человеческого общества» (Нестерова 2023). Возможность совершения фундаментальных изменений в ценностях и установках человека, в результате которых может появится новая этика и новое отношение к природе, видится нами в призме просветительской работы с населением. В работе, которая как верно отмечают кандидат педагогических наук О. С. Батурина и кандидат философских наук З. Р. Садыкова, направленной «на формирование экологической сознательности, активной и ответственной позиции человека по отношению к окружающей среде»

(Батурина 2024). В рамках исследования «экологическое просвещение» будем трактовать достаточно широко, в соответствии со статьей 74 Федерального закона от 10 января 2002 года № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды», согласно которой оно представляет собой распространение экологических знаний об экологической безопасности, информации о состоянии окружающей среды и об использовании природных ресурсов в целях формирования экологической культуры в обществе, воспитания бережного отношения к природе и рационального использования природных ресурсов (Федеральный Закон от 10 января 2002 года № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды», https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/).

Экологическое просвещение, в том числе информирование населения, может осуществляться не только органами государственной власти, средствами массовой информации, научно-исследовательскими или образовательными организациями, но и рядом учреждений культуры в силу специфики их функционирования на границе культурного и природного начал. К таким учреждениям, в частности, можно отнести зоологические парки (их можно рассматривать в свою очередь как музеи живой природы) и естественно-научные музеи, в том числе экспонирующие чучела животных (в частности, зоологические музеи) (обобщенно будем называть зоопарки и зоологические музеи учреждениями культуры зоологического профиля). Актуальность настоящей исследовательской работы первостепенно связана с тем, что обращение к изучению вопроса об участии таких музеев в экологическом просвещении обусловлено явным их противоречивым положением в современном обществе, где по-прежнему сохраняется недостаточная информированность массовой аудитории о необходимости и важности их существования, как неотъемлемой части культуры. Об этом может свидетельствовать, во-первых, открытая онлайн-дискуссия «Музей (без) чучел», организованная Дарвиновским музеем в октябре 2021 года. Участие в обсуждении того, какие этические конфликты стоят перед учеными, экспозиционерами и посетителями естественно-научных музеев, которые напрямую сказываются на восприятии деятельности подобного рода учреждений, приняли специалисты из разных областей профессионального сообщества из разных регионов (https://www.darwinmuseum.ru/news/muzej-bez-chuchel).

Во-вторых, проведенный нами анализ пользовательских публикаций и комментариев, оставляемых в отношении деятельности музеев естественно-научной направленности и отдельных экспозиций, где задействованы объекты зоологической природы, на различных медиаплатформах: онлайн-петициях (Законодательство запретите изготовление чучел из животных, https://www.change.org/p/законодательство-рф-законодательство-запретите-изготовление-чучел-из-животных?ysclid=mrneamp78e112976838), сайтах с отзывами (Отзывы о Государственном Дарвиновском музее, https://www.tripadvisor.ru/ShowUserReviews-g298484-d566288-r864355730-State_Darwin_Museum-Moscow_Central_Russia.html), СМИ («Заяц с балалайкой – неэтично»: как делают чучела для Дома природы, https://cherinfo.ru/news/133364-zaac-s-balalajkoj-neeticno-kak-delaut-cucela-dla-doma-prirody?ysclid=mqzjdflbjo309003996), аккаунтах (Любите ли вы чучела – натуральные, специальным образом обработанные трупы животных?, https://vk.ru/wall-204999156_36408), тематических сообществах («Зачем вы убили этих животных?» – спрашивают нас про чучела и тушки зверей и птиц в музее, https://vk.com/wall-18506554_17271) и группах в социальных медиа (Почему чучела выглядят так странно, смешно и упорото?, https://dzen.ru/a/X4yaVFKE4zbl3gMl?ysclid=mrnec7usik702816451; Разочаровал Зоологический музей в Санкт-Петербурге, https://vk.ru/wall-61705454_553681; Надо закрыть музеи с чучелами животных, https://sayanarus.livejournal.com/819512.html?es=1). Они представляют собой значимый исследовательский ресурс и при определенных допущениях их можно рассматривать в качестве закономерностей восприятия специфичного культурного контента, влияющих на модели поведения аудитории и особенности интерпретации посетителями подобных музейных объектов. При этом важно также понимать, что состав аудитории естественно-научных музеев не однороден и может включать не только взрослых, но и детей. А также людей, которые посещают их с целью провести свободное время и тех, кто идет туда с желанием систематизировать имеющиеся или получить новые биологические знания (Петрунина 2015).

Пользовательские публикации и комментарии представляют собой в числе прочего ориентиры для разработки медиакоммуникативных стратегий и коррекции практической деятельности PR-отделов музеев. Нами зафиксированы типовые негативные императивы (частотные лексико-семантические конструкции), которые нередко звучат в адрес зоологических музеев и выставок, где используются чучела. Условно их можно представить с помощью следующих емких, эмоционально окрашенных выражений: «коллекция трофеев», «этика безжалостности» и «кладбище фауны». В предложенном перечне отчетливо можно увидеть типовые пары «вечных стереотипов», о которых писал исследователь И. Л. Викентьев (Викентьев 2004), так для зоологических музеев характерны оппозиции «жизнь-смерть» и «за-против» из группы «изменение-сохранение».

Американский социолог, психолог и журналист Уолтер Липпман определял стереотипы как «мысленные образы», упрощающие восприятие и интерпретации сложных явлений и предметов. Он отмечал, что

единственной эмоциональной реакцией на событие, в котором человек самостоятельное участие не принимал, может быть чувство, вызванное в нем мысленным образом этого события, поэтому «до тех пор, пока мы не узнаем, что именно представляется другим людям, мы не сможем правильно понять их поступки» (Липпман 2023).

Очевидно, что динамика развертывания во времени и пространстве общественного обсуждения на тему целесообразности существования учреждений культуры зоологического профиля, их «правильности» и «значимости» достаточна стихийна. Ведь активное всеобщее обсуждение данной проблематики поднимается, как правило, в момент каких-либо неординарных или чрезвычайных ситуаций. Будучи относительно недолговечными, тем не менее эти обсуждения подкрепляют устойчивые отрицательные стереотипы и могут формировать негативный образ учреждения, нести репутационные, ценностные и контекстные риски. Здесь на главный план в работе учреждений культуры зоологического профиля выходит антикризисный PR, поиск и выработка правильной стратегии преодоления негатива и управления общественным мнением.

Роль культурных стереотипов в коммуникациях неоднозначная. С одной стороны, их использование в медиапродуктах позволяет активировать культурно обусловленные образы, повышая узнаваемость и эмоциональную привлекательность сообщений, что воспринимается позитивно. А с другой стороны, негативный эффект их влияния проявляется в чрезмерном упрощении, способном искажать и неоднозначно преподносить информацию, формировать предвзятое отношение у аудитории (например, распространять негативный опыт, связанный с одной конкретной институцией на целый класс или на ряд смежных учреждений) (Линь 2025).

Если попробовать выстроить ряд значимых тематических направлений, в ключе которых актуализируются стереотипные представления относительно зоологических музеев, то, на наш взгляд, он мог бы выглядеть следующим образом.

1) Концепция музея как хранилища («кладбище фауны»).

Зачастую естественно-научные музеи зоологического профиля воспринимаются сугубо как хранилища природных образцов, в которых те собираются и систематизируются. Несмотря на истинность тезиса, многие забывают о ряде других функций музея. Одной из ведущих функций можно назвать создание условий для осмысления эволюционных процессов, особенностей видообразования и экологических связей.

Здесь же следует подчеркнуть и значимость правильной организации музейного пространства, представления экспозиции как в физическом, так и виртуальном пространстве. Важно транслировать, что «музей = коллекция», а обратное «коллекция = музей» неверно. Первое тождество акцентирует на фундаментальной роли коллекций, но подчеркивает, что музей – гораздо более сложный институт, взаимодействующий с обществом и наукой, а не просто специализированный архив. Второе же упрощает и искажает эту суть.

Такое отношение помогает воспринимать музейный фонд как собрание богатства природных ресурсов, а не как интерьер, украшенный экспонатами.

Исследователи констатируют, что музеи естественно-научного профиля будут иметь больший приоритет среди других источников информации. Отмечая при этом тот факт, что глобальная цифровизация, помимо трудно оспоримых преимуществ, также имеет и весомые недостатки, вызывающие опасения ученых в различных сферах, включая экологию. В качестве примера можно привести «фейки» о мире природы. Ввиду того, что с помощью различных цифровых инструментов, специализированного программного обеспечения медиаобъекты могут быть модифицированы и видоизменены, вплоть до превращения в совершенно новый объект информации, не имеющий ничего общего с оригиналом как не по первоначальному контексту, так и по внешнему виду (Абрамова, Лукьянов, Рахманкулова, Мустафина 2024). В настоящее время в сети Интернет можно обнаружить множество фейков о мире дикой природы – медиаконтента, созданного на основе нейросетей, который будучи гиперреалистичным, способен вводить людей в заблуждение и негативно сказываться на их отношении к биоразнообразию, еще больше дистанцируя общественность от реальных проблем охраны природы (Соцсети переполнены роликами с ИИ-животными. В чем их опасность? https://lenta.ru/articles/2026/04/20/video/). Генеративный искусственный интеллект позволяет без особых усилий и материальных затрат создавать образы животных, никогда не существовавших в природе или искажать морфологические, зоопсихологические характеристики реальных животных, что сказывается на способности людей идентифицировать биологические виды (Guerrero-Casado, Murillo-Jimenez, Carpio, Tortosa, Serrano-Rodriguez 2025).

Также с помощью искусственного интеллекта можно воспроизводить полностью вымышленные, неправдоподобные модели поведения и межвидового взаимодействия (например, дружба между хищником и жертвой или очеловечивание животных) или инсценировать нападение животных на людей (Россиянину грозит крупный штраф за фейковое ИИ-видео с амурским тигром, https://www.rbc.ru/life/ne

ws/695b8d0d9a79473658caff3d?ysclid=mrnsppexyd323838346). Эта тенденция позволяет выявить еще одно направление в работе PR-служб учреждений культуры зоологического профиля, напрямую связанное с экологическим просвещением через деконструкцию стереотипов и мифов – уже не только относительно их непосредственной работы, но и животных, населяющих нашу планету.

Зоологический же музей в этом аспекте цифровизации может гарантировать надежность информации и верификацию контента, предоставляемого своим посетителям за счет профессионалов и отраслевых экспертов, работающих в штате учреждения. Имея возможность работать с подлинными природными артефактами, у музеев нет как таковой необходимости создания с помощью искусственного интеллекта подобного рода контента для наполнения официальных сообществ учреждений в социальных сетях.

Однако зоологические музеи могут использовать данную цифровую технологию (ИИ) как новое средство художественной выразительности, которое станет импульсом творческой деятельности. Так, например, с 18 ноября 2023 года по 4 февраля 2024 года в Дарвиновском музее реализовывался интерактивный проект – нейросеть «ИИ-Анималист», созданный в честь 140-летия Василия Алексеевича Ватагина – отечественного художника-анималиста, сооснователя музея, в рамках выставки «Путешествие в Индию и на Цейлон» (Нейросеть «ИИ-анималист» // официальный сайт государственного Дарвиновского музея, https://www.darwinmuseum.ru/projects/event/nejroset-ii-animalist). Посетители выставки могли примерить на себя роль живописца: нарисовать животное самостоятельно или по своему эскизу сгенерировать с помощью нейросети, а затем можно было сопоставить произведения искусственного интеллекта с оригиналами. У подобных проектов может быть один весомый недостаток. В силу того, что они, как правило, приурочены к определенным событиям (датам), такие проекты соответственно не долговечны и перестают функционировать спустя какое-то время, теряя, возможно, актуальность, но не интерес публики.

Близкий по тематике проект имеется и у Зоологического музея МГУ им. М. В. Ломоносова «Ожившие росписи», направленный на стимулирование творческой деятельности посетителей как самого музея, так и его медиаресурсов. В рамках данного проекта классические статичные художественные анималистические росписи (в основном В. А. Ватагина) получают новую жизнь в цифровом формате. Посредством ИИ-анимации животные на полотнах словно оживают (Ожившие росписи (нейронка животворящая) // официальный сайт Зоологического музея МГУ им. М. В. Ломоносова, https://izmmu.ru/moviepaint).

2) Устарелость традиционного музейного направления как такового («коллекция трофеев»).

Распространено мнение, что зоологические музеи старомодны, они проявляют больший консерватизм по сравнению с иными музеями, из-за чего не пользуются должной популярностью. Тем не менее реальная статистика рисует не столь пессимистическую картину.

Эта довольно объемная группа стереотипов выстроена вокруг соотношения «реальный/предполагаемый», иллюстрирующего разрыв между ожиданиями публики (природа – динамика, зрелищность) и фактическими представлением и содержанием зоологической коллекции (статика, скука, пассивное созерцание). Тем не менее современные тенденции развития музейного дела в целом предполагают модернизацию деятельности всех музеев без исключения посредством всяческой интеграции в нее цифровых технологий, мультимедийных и интерактивных элементов. В части, касающейся естественно-научных музеев, использование различного рода цифровых решений путем комбинирования с натурными объектами позволяет создать яркий и многомерный образ зоологических экспонатов, составляющих основной предмет коллекции. За счет чего, возможно, естественно-научные (они же естественно-исторические) музеи занимают 4 место (30 %) по популярности среди россиян, уступая историческим (63 %), художественным (44 %) и краеведческим (35 %).

Об этом свидетельствуют данные за 2024 год, представленные ВЦИОМ, которые демонстрируют значительный интересе к подобным учреждениям со стороны респондентов (Пошли в музей? // официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. 2024. 20 июня, https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/poshli-v-muzei).

Кроме традиционного посещения, подразумевающего осмотр экспозиции, музеи предлагают и модифицированные, адаптированные к актуальным тенденциям, формы досуговой деятельности. К ним можно отнести квест-технологии (англ. quest – поиск). Примером может служить акция «Квест по Государственному Дарвиновскому музею», проведённая в 2025 году в формате тематического квеста (состояла из 8 отдельных частей) с использованием мобильного приложения проекта «Активный гражданин». Акция была запущена совместно с Департаментом культуры города Москвы.

Заметим, что 4 площадки (из 14 возможных) для офлайн-маршрутов также были отобраны с помощью голосования (число участников голосования 199 129 человека) в «Активном гражданине», помимо Государственного Дарвиновского музея (121 298 голосов, 19,8 %), среди победителей оказался и Государственный биологический музей имени К. А. Тимирязева (46 187 голосов, 7,54 %) (Квесты от «Активного гражданина» в музеях Москвы // официальный сайт проекта «Активный гражданин». 2025,

https://ag.mos.ru/polls/16963).

Сочетание инновационных и традиционных форматов позволяет в полной мере реализовать информационно-коммуникативные, гносеологические, рекреационные, культуротворческие и адаптационные функции музея. Эффект целостности и взаимосвязанности достигается за счет того, что маршрут исследования тематических зон музея и знакомства с его экспонатами, а также информационными стендами (этикетками), задаются заданиями, представленными в интеллектуальной онлайн-викторине. Навигация по локациям здания музея облегчена за счёт фотографии экспозиции, размещённой на странице вопроса онлайн-викторины, – именно там следовало искать ответ.

Кандидат педагогических наук А. Ю. Анохин отмечает, что квесты (в нашем случае задействующие и цифровую среду), реализуемые в музеях, способствуют «повышению аттрактивности знания как формы существования культуры общества, привлечению молодежи в культурные проекты, созданию новых возможностей» (Анохин 2022).

Проект «Активный гражданин» (более 7 миллионов участников) создан по инициативе Правительства Москвы в 2014 году как площадка для проведения в электронной форме открытых голосований, опросов, сборов мнений и оценок по вопросам, затрагивающим непосредственно интересы населения, таким как городское благоустройство и развитие. Таким образом люди принимают онлайн-участие в совершенствовании деятельности государственных учреждений, в некотором роде даже общаются с ними (формируя обратную связь) и тем самым влияют на них. Достоинством проекта является прозрачность работы, т.е. люди могут следить за ходом голосований, проверять корректность фиксации и учета голосов, контролировать достоверность получаемых результатов и видеть общую промежуточную и финальную статистику (Грабельников 2021). Дополнительным плюсом является то, что в «Активном гражданине» действует система поощрений: участникам за проявления активности начисляются баллы, которые можно обменивать на сувениры, скидки, билеты в различные учреждения (включая в Государственный Дарвиновский музей и Московский зоопарк) и на разного рода мероприятия и иные варианты, представленные на витрине сайта городской программы лояльности «Миллион призов». Кроме того, с помощью баллов можно совершать благотворительные пожертвования в фонд «Госпиталь дикой природы», фонды помощи животным «Вирта» и «Динго» и иные организации.

Рассмотрим посредствам каких инструментов «Активного гражданина» горожане могут принимать участие в жизни столичных учреждений культуры зоологического профиля. Предварительно обозначим, что интеграция Московского зоопарка в проект более заметна, нежели интеграция зоологических музеев. Так, поиск по ключевым словам «Московский зоопарк» позволяет обнаружить на странице «Активного гражданина» 155 результатов, в то время как по запросам «Дарвиновский музей» и «Биологический музей имени К. А. Тимирязева» всего лишь по 10 результатов (по состоянию на 16 июля 2026 года).

1. Опция «Оценить городскую новинку» – участникам предлагается оценить новость по пятибалльной шкале, аналогично строится работа и в рубрике «Пульс столицы». Характер новостей в призме зоологических музеев: памятные даты, открытие выставок и новых площадок, обновление экспозиций, научные открытия, в отношении зоопарка список расширяется за счет следующих тем: пополнения коллекции, спасение животного, изменения режима работы и т. п. Сходная идея у раздела «Новости» проекта «Активный гражданин», только здесь не предусмотрена функция оценки новости и соответственно за просмотр информации не начисляются баллы.

2. Опция «Голосования»: для зоологических музеев можно привести упомянутый ранее тематический квест, а для зоопарков характерен выбор путём голосования имени для появившихся на свет маленьких обитателей либо для животных, попавших в зоопарк в результате спасения. Отметим, что такая форма вовлечения людей в жизнь учреждений культуры зоологического профиля реализуется по-разному: через конкурсы (Ставропольский музей объявил конкурс по выбору имени для скелета предка носорога, https://tass.ru/obschestvo/5681050), голосования на страницах организаций в социальных сетях (Придумайте имя экспонату музея на фото. Мы подарим билеты в музей за вариант, который понравится // официальное сообщество Зоологического музея ЗИН РАН в социальной сети «Вконтакте», https://vk.com/wall-43315392_1577).

Заметим, что все инициативы проекта «Активный гражданин» сопровождаются визуальным и (или) аудиовизуальным контентом высокого качества.

3) Работа таксидермистов («этика безжалостности»).

Выделенная тематическая группа отсылает нас к осмыслению природного разнообразия как части культурною наследия и вопросу необходимости и целесообразности музеефикации как способа сохранения и освоения природы; а также служат предпосылками распространения стереотипов не столько относительно работы самих учреждений, сколько в отношении отраслевых специалистов, работающих в них.

Чучела, как известно, неотъемлемая составная часть экспозиции всех без исключения биологических, зоологических музеев. Однако труды таксидермистов могут вызывать противоречивые, смешанные

чувства у обывателей. Таксидермист достаточно редкая в наше время профессия, но вместе с тем необходимая. У данных специалистов есть своя этика, которая прописана в правилах профессиональных тематических чемпионатов. Отправной точкой в ней служит посыл, что чучело должно быть изготовлено так, чтобы не умалять достоинства животного. Существует два направления таксидермии как формы творчества: классическое (в профессиональной реставрационной среде его называют по-другому «музейным») и коммерческое. И между ними есть принципиальная разница, которая часто стирается в сознании обывателей.

С первым обозначенным направлением, все более-менее ясно – музейный экспонат призван передать реалистичный и многомерный образ животного путем компоновки натурных объектов и живописных приемов. А именно через форму тела животного, позу, окраску, а также характерные особенности поведения, проявляемые в определенных обстоятельствах, которые реконструируются и моделируются художником с помощью сюжетных диорам, растительных образцов и пр. Во многом эти обстоятельства составляют серьезные сдерживающие факторы как для экспозиционно-выставочных, так и информационных процессов в PR-стратегии музея.

Кандидат культурологии И. А. Куклинова отмечает, что «образцы природы естественно-научной экспозиции отличны от предметов художественного музея» (Куклинова 2024). Это принципиальное отличие накладывает свой отпечаток на процесс интерпретации экспоната, который первостепенно должен восприниматься как объект живой природы (некогда живое существо). Его понимание должно быть единым для всех и основываться на научных знаниях в отличие от предмета искусства, который может быть понят и интерпретирован каждым по-своему. Ключевым противоречием естественно-научных музеев является то, что их объекты мертвы в отличие от тех объектов, которые они пытаются изобразить, и, по сути, неживые объекты изучаться должны как живые. В связи с этим на экспозициях, репрезентирующих мир природы, необходимо присутствие дополнительных пояснений.

Эту проблему отчасти сегодня решает «цифровизация» музейных экспозиций, включающая в том числе такое направление работы как оцифровка музейных предметов, позволяющая создавать более «углубленные» формы их показа (Сизова 2022), представлять объемно-пространственные характеристики музейного предмета. Последнее объективно в физическом плане может быть сделать затруднительно, поскольку экспонат находится в застекленной витрине, которую не всегда представляется возможным обойти со всех сторон. Цифровизация представляет особый интерес в контексте зоологических музеев, ведь перенос такого музея в виртуальную среду отчасти нивелирует стереотипное представление недостаточно осведомленных граждан о том, как пополняются музейные фонды таких музеев: намеренное убийство животных ради коллекции.

В качестве примера реализации идеи виртуального зоологического музея можно привести проект «Цифровой Зоологический музей Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова», представленный публике в День российской науки 8 февраля 2023 года (https://наука.рф/news/tsifrovoy-dvoynik-zoologicheskogo-muzeya-mgu-otkrylsya-v-den-rossiyskoy-nauki/, https://izmmu.ru/). На странице цифрового аналога музея можно почитать короткие заметки и более подробные статьи о работе ученых, научных исследованиях и экспедициях, сотрудниках музея, животных и их повадках, и главное – увидеть оцифрованные коллекции, 3D модели животных, которые, например, обучающиеся могут детально рассмотреть и использовать в своей научно-исследовательской деятельности.

Однако стоит заметить, что цифровое пространство музея не может реализовывать в полной мере весь функциональный потенциал реального музея и в особенности обеспечить полноценную коммуникацию с посетителями (Смыкова 2024), сохранив специфику музейной атмосферы. Идея создания виртуального музея восходит к идее о расширении спектра возможностей для реализации его ключевой культурно-просветительской миссии.

Одной из модифицированных форм «виртуального» естественно-научного (зоологического) музея можно назвать официальные страницы таких учреждений в социальных сетях. Теперь они служат не только инструментом продвижения среди широких слоев общества, но и становятся самодостаточными просветительскими и образовательными медиа: рассказывают людям об экологии, о животных, о природоохранной работе, а также разрушают мифы – как о деятельности этих учреждений, демонстрируя их «закулисье», так и о животных – посредством различных инструментов (тематических рубрик по типу «Биозаблуждения», «Биофакт», прямых эфиров с сотрудниками музея «Спроси биолога», и др. инструментов, как например, это делает Биологический музей им. К. А. Тимирязева в социальной сети «ВКонтакте») (https://vk.com/biomuseum).

Подводя итог, можно сказать, что несмотря на долгую историю зоологических музеев, люди к ним по-прежнему относятся неоднозначно. Одни видят в них неоспоримую культурную и научную ценность и пользу, другие смотрят на них сквозь призму конфликта этики и эстетики в контексте восприятия зоологических коллекций. Эти противоречивые взгляды объясняются комплексом исторических, моральных, культурных

и технологических факторов, что делает проблематику учреждений культуры зоологического профиля актуальной темой для междисциплинарных исследований. Рассмотренные модели применения цифровых технологий на примере музеев, в экспозиции которых особое место занимают чучела животных, позволили сделать следующие выводы.

Во-первых, коммуникационную стратегию музея определяют не только ресурсный потенциал и наличие технического оснащения, базой для нее служит анализ сильных и слабых сторон в деятельности музея, изучение общественного мнения. Знание своей аудитории, включая реальных, виртуальных и потенциальных посетителей помогает выстраивать стратегию открытости и доступности музея, открывает возможности для целенаправленного и скоординированного развития, ориентированного на достижение поставленных целей. При грамотном внедрении цифровые технологии способны обогатить музейные экспозиции, создать особую располагающую эмоциональную атмосферу глубокого погружения в ту или иную историческую эпоху или природную среду, мотивировать интерес к изучению природно-культурного наследия. Во-вторых, необходимо устранять лакуны в информировании и просвещении массовой аудитории, которые затрудняют включение экологической повестки в периметр культуры и искусства. Так, например, активное развитие позиционирования музеев в социальных сетях существенно расширяет границы физического культурного пространства, дает возможность акцентировать внимание пользователей на глобальной миссии подобных учреждений и тем самым обеспечить ясное понимание содержания и важности экспозиции, вокруг которой главным образом концептуализируются стереотипные представления.

Таким образом для того, чтобы рассмотренные в работе направления, вокруг которых концептуализируются стереотипы, предубеждения относительно деятельности зоологических музеев, активизировали и инициировали важные шаги в построении устойчивого мира частью PR-стратегии данных учреждений в обязательном порядке должна стать реализация просветительского направления. В рамках которого через распространение знаний, развитие навыков, определение ценностных ориентиров, рождалась бы мотивация к решению различных проблем в рамках формирования общей экологической культуры. В заключении хотелось бы обратиться к словам доктора филологических наук И. М. Дзялошинского: «Какой сценарий выберет человечество, достигнет ли оно, реализуя выбранный сценарий, устойчивого развития, в определенной степени зависит и от того, какой будет коммуникативная культура современных медиа» (Дзялошинский 2018).

Список источников

Анохин А. Ю. Инновационные квест-технологии в организации музейной деятельности // Вестник РМАТ. 2022. № 1. С. 124–127.

Батурина О. С., Кузнецов В. С., Садыкова З. Р. Социологические основы духовно-экологического просвещения в интеграции духовного и экологического измерений // Социально-гуманитарные знания. 2024. № 11. С. 148–150.

Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты: 400 примеров, 200 учебных задач и 20 практических приложений. Москва : Триз-Шанс, 2004. 378 с.

Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: история и современность : монография. Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2021. 374 с. https://doi.org/10.23681/614241.

Дзялошинский И. М. Культура и медиа как ресурсы устойчивого развития // В кн.: PR и СМИ в Казахстане: сборник научных трудов/ Қазақстандағы PR және БАҚ: ғылыми еңбектер жинағы Вып. 14. Алматы : Қазақ университеті, 2018. С. 16–36.

Куклинова И. А. Цифровые технологии в экспозиционной деятельности отечественных естественно-научных музеев // Вестник Восточно-Сибирского государственного института культуры. 2024. № 3(31). С. 95–103. https://doi.org/10.31443/2541-8874-2024-3-31-95-103.

Линь Ц. Влияние культурных стереотипов на восприятие рекламы видеоигр в межкультурном контексте // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2025. № 2. С. 128–131.

Нестерова А. А. Экологическое просвещение в России: на пути к целям устойчивого развития // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2025. Т. 20, № 1. С. 80–89. https://doi.org/10.21209/2658-7114-2025-20-1-80-89.

Нестерова А. А. Экологическое просвещение как основа формирования экологической культуры человека на рубеже XX-XXI вв // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 8, № 1. С. 46–53. https://doi.org/10.30853/ped20230009.

Петрунина Л. Я. Книга природы, или Социальный портрет посетителя Биологического музея имени К. А. Тимирязева. Москва: ГБМТ. 2015. 168 с.

Сизова И. А., Гордин В. Э. Цифровизация музеев: трудности, успехи, перспективы (по материалам

социологического исследования) // Информационное общество. 2022. № 4. С. 35–44. https://doi.org/10.52605/16059921_2022_04_35.

Смыкова Е. Ю. Трансформация деятельности современных музеев в условиях цифровой культуры // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2024. № 7. С. 110–119. https://doi.org/10.28995/2686-7249-2024-7-110-119.

Цифровизация деятельности музеев естественных наук как средство повышения вовлеченности в образовательный процесс потенциальных абитуриентов технических вузов / О. Ф. Абрамова, Н. С. Лукьянов, Г. А. Рахманкулова, Д. А. Мустафина // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 4: Естественно-математические и технические науки. 2024. № 3(346). С. 81–91. https://doi.org/10.53598/2410-3225-2024-3-346-81-91.

Цифровизация естественнонаучных музеев / А. М. Остапчук, О. И. Боронецкая, А. В. Тютюнникова, И. С. Рубцова // Материалы Международного научного симпозиума, посвященного 150-летию со дня рождения выдающегося ученого в области зоотехнии академика Е. Ф. Лискуна «Достижения зоотехнической науки в решении актуальных задач животноводства и аквакультуры» : сборник статей, Москва, 14–17 ноября 2023 года. Москва : Российский государственный аграрный университет – Московская сельскохозяйственная академия им. К. А. Тимирязева, 2023. – С. 322-326.

Липпман У. Общественное мнение / [перевод с английского Е. Абаевой]. Москва : Издательство АСТ, 2023. 448 с.

Guerrero-Casado, J., Murillo-Jiménez, T., Carpio, A. J., Tortosa, F. S., & Serrano-Rodriguez, R. (2025). Threats to conservation from artificial-intelligence-generated wildlife images and videos. Conservation Biology. pp. 1–4. https://doi.org/10.1111/cobi.70138.

References

Anokhin, A. Yu. (2022). Innovatsionnyye kvest-tekhnologii v organizatsii muzeynoy deyatelnosti [Innovative quest technologies in the organization of museum activities]. *Vestnik RMAT,* 1, 124–127. (In Russ).

Baturina, O. S. (2024). Sotsiologicheskiye osnovy dukhovno-ekologicheskogo prosveshcheniya v integratsii dukhovnogo i ekologicheskogo izmereniy [The sociological foundations of spiritual and ecological education in the integration of spiritual and ecological dimensions]. *Sotsialno-gumanitarnyye znaniya*, 11, 148–150. (In Russ).

Vikentyev, I. L. (2004). Priyemy reklamy i Public Relations. Programmy-konsultanty: 400 primerov. 200 uchebnykh zadach i 20 prakticheskikh prilozheniy [Advertising Techniques and Public Relations. Consulting programs: 400 examples. 200 learning tasks and 20 practical applications]. Moskva : Triz-Shans. 378 p. (In Russ).

Grabelnikov, A. A. (2021). Ekrannaya kommunikatsiya i vizualizatsiya zhurnalistiki: istoriya i sovremennost: monografiya [On-screen communication and Visualization of Journalism: History and Modernity]. Moskva; Berlin : Direkt-Media. 374 p. DOI https://doi.org/10.23681/614241. (In Russ).

Dzyaloshinskiy, I. M. (2018) Kultura i media kak resursy ustoychivogo razvitiya [Culture and media as resources for sustainable development]. V kn.: PR i SMI v Kazakhstane: sbornik nauchnykh trudov. Қазақстандағы PR және БАҚ: ғылыми еңбектер жинағы, Алматы: Қазақ университеті, 14, 16–36. (In Russ).

Kuklinova, I. A. (2024). Tsifrovyye tekhnologii v ekspozitsionnoy deyatelnosti otechestvennykh estestvenno-nauchnykh muzeyev [Digital technologies in the exposition activities of Russian natural science museums]. *Vestnik Vostochno-Sibirskogo gosudarstvennogo instituta kultury,* 3(31), 95–103. DOI https://doi.org/10.31443/2541-8874-2024-3-31-95-103. (In Russ).

Lin, Ts. (2025). Vliyaniye kulturnykh stereotipov na vospriyatiye reklamy videoigr v mezhkulturnom kontekste [The influence of cultural stereotypes on the perception of video game advertising in an intercultural context]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*, 2, 128–131. (In Russ).

Nesterova, A. A. (2025). Ekologicheskoye prosveshcheniye v Rossii: na puti k tselyam ustoychivogo razvitiya [Environmental education in Russia: on the way to the goals of sustainable development]. *Uchenyye zapiski Zabaykalskogo gosudarstvennogo universitet,* t. 20, 1, 80–89. DOI https://doi.org/10.21209/2658-7114-2025-20-1-80-89. (In Russ).

Nesterova, A. A. (2023). Ekologicheskoye prosveshcheniye kak osnova formirovaniya ekologicheskoy kultury cheloveka na rubezhe XX-XXI vv [Ecological education as the basis for the formation of human ecological culture at the turn of the XX-XXI centuries]. *Pedagogika. Voprosy teorii i praktiki,* t. 8, 1, 46–53. DOI https://doi.org/10.30853/ped20230009. (In Russ).

Petrunina, L. Ya. (2015). Kniga prirody, ili Social'nyj portret posetitelya Biologicheskogo muzeya imeni K. A. Timiryazeva [The Book of Nature, or a social portrait of a visitor to the Biological Museum named after K. A. Timiryazev]. Moskva: GBMT. 168 p.

Sizova, I. A. (2022). Tsifrovizatsiya muzeyev: trudnosti. uspekhi. perspektivy (po materialam sotsiologicheskogo issledovaniya) [Digitalization of museums: difficulties. successes. prospects (based on the materials of sociological research)]. *Informatsionnoye obshchestvo,* 4, 35–44. DOI https://doi.org/10.52605/16059921_2022_04_35. (In Russ).

Smykova, E. Yu. (2024). Transformatsiya deyatelnosti sovremennykh muzeyev v usloviyakh tsifrovoy kultury [Transformation of the activities of modern museums in the context of digital culture]. *Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedeniye. Yazykoznaniye. Kulturologiya,* 7, 110–119. DOI https://doi.org/10.28995/2686-7249-2024-7-110-119. (In Russ).

Abramova, O. F. & Lukianov, N. S. & Rakhmankulova, G. A. & Mustafina, D. A. (2024). Tsifrovizatsiya deyatelnosti muzeyev estestvennykh nauk kak sredstvo povysheniya vovlechennosti v obrazovatelnyy protsess potentsialnykh abituriyentov tekhnicheskikh vuzov [Digitalization of the activities of natural science museums as a means of increasing the involvement of potential applicants to technical universities in the educational process]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Estestvenno-matematicheskiye i tekhnicheskiye nauki,* 3(346), 81–91. DOI https://doi.org/10.53598/2410-3225-2024-3-346-81-91. (In Russ).

Ostapchuk, A. M. & Boronetskaya, O. I. & Tyutyunnikova, A. V. & Rubtsova, I. S. (2023). Tsifrovizatsiya estestvennonauchnykh muzeyev [Digitalization of natural science museums] // Materialy Mezhdunarodnogo nauchnogo simpoziuma. posvyashchennogo 150-letiyu so dnya rozhdeniya vydayushchegosya uchenogo v oblasti zootekhnii akademika E.F. Liskuna «Dostizheniya zootekhnicheskoy nauki v reshenii aktualnykh zadach zhivotnovodstva i akvakultury»: sbornik statey. Moskva. 14–17 noyabrya

2023 goda. Moskva: Rossiyskiy gosudarstvennyy agrarnyy universitet – Moskovskaya selskokhozyaystvennaya akademiya im. K. A. Timiryazeva, 322-326. (In Russ).

Lippman, U. (2023). Obshchestvennoye mneniye. Moskva : Izdatelstvo AST. 448 p. (In Russ).

Guerrero-Casado, J., Murillo-Jiménez, T., Carpio, A. J., Tortosa, F. S. & Serrano-Rodriguez, R. (2025). Threats to conservation from artificial-intelligence-generated wildlife images and videos. Conservation Biology, pp. 1–4. DOI https://doi.org/10.1111/cobi.70138.

Информация об авторе

А. О. Самкова – аспирант кафедры журналистики и медиакоммуникаций им. В.А. Славиной Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет.

Information about the author

A. O. Samkova – post-graduate student, Journalism and media communications Department named after V.A. Slavina, Institute of Journalism, Communications and Media Education, Moscow Pedagogical State University.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 24.03.2026, одобрена после рецензирования 19.07.2026,
принята к публикации 20.08.2026.
The article was received by the editors on 24.03.2026, approved after review on 19.07.2026;
accepted for publication on 20.08.2026.