МЕДИА И ОБРАЗОВАНИЕ
MEDIA AND EDUCATION

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2026. № 2 (60). С. 49–61.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2026;2(60): 49–61.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья
УДК 070
DOI 10.47475/2070-0695-2026-60-2-49-61

ГОСДИДЖИТАЛ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ ГОССЛУЖАЩИХ: ПРОЕКТ «ЛАБОРАТОРИЯ ГОСПАБЛИКОВ»

Екатерина Александровна Мариева
Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия,
Marieva0123456789@gmail.com, https://orcid.org/0009-0005-5793-419, SPIN-код: 9312-5174

Аннотация. В медиаисследовании медиаобразовательного, медиакоммуникационного, медиасоциологического типов в фокусе – проект «Лаборатория госпабликов», направленный на повышение медиакомпетенций администраторов госаккаунтов с 01.03.2025 по 31.10.2025 гг., в котором автор участвовал. Проблема – в исследовании подходов повышения медиакомпетентности сотрудников для наполнения страниц власти. Цель: осмыслить проектный процесс повышения медиаобразования государственных специалистов для улучшения политического медиакоммуникационного взаимодействия. На основе метода включенного наблюдения, дискурс-анализа, статистического анализа, экспертного опроса, интент-анализа и методики case-study зафиксированы лекционный и спикерский состав образовательного курса; приведены показатели его реализации в Новгородской области; определены плюсы/минусы; зафиксирована реакция слушателей на медиаобразовательный продукт; приведены факторы, влияющие на завершаемость массовых онлайн-курсов для государственных служащих; отмечены востребованные администраторами темы. Обратная связь выражается в комментариях, популярных эмодзи, креативных смайлах и медиареакциях на задания. На федеральном уровне процент прохождения программы низок (29 %), в Новгородской области – средний (69 %), что связано с отсутствием мотивации у аудитории проходить обучение; с невыполнением домашнего задания в силу высокой загруженности на работе и личными причинами. Это ключевые основания снижения эффективности курса, поскольку программой слушатели довольны (оценка 4,8/5). С помощью игры «Миссия Госконтент» специалисты совершенствовали следующие навыки: разработка и оформление рубрикатора, составление контент-плана, создание публикаций с учетом адаптации повестки для аудитории и специфики госресурса и др.

Ключевые слова: проект; «Лаборатория госпабликов»; медиакомпетентность; медиаобразование; администратор госпаблика; власть; обучение

Благодарности: Исследование проведено при финансовой поддержке Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого – в рамках персонального гранта ректора для аспирантов на 2025–2026 гг.

Для цитирования: Мариева Е. А. Госдиджитал и медиаобразование госслужащих: проект «Лаборатория госпабликов» // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2026. № 2 (60). С. 49–61. doi: 10.47475/2070-0695-2026-60-2-49-61

Original article

STATE DIGITAL AND MEDIA EDUCATION OF CIVIL SERVANTS: THE LABORATORY OF STATE PUBLICATIONS PROJECT

Ekaterina A. Marieva
Yaroslav the Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia,
Marieva0123456789@gmail.com, https://orcid.org/0009-0005-5793-4191

Abstract. In media research of the media-educational, media-communication, and media-sociological types, the focus is on the project "Laboratory of Government Pages" aimed at enhancing the media competencies of government account administrators from March 1, 2025, to October 31, 2025, in which the author participated. The problem is the investigation of approaches to improving the media competence of employees responsible for populating government pages. The goal is to understand the project process of advancing media education for government specialists in order to improve political media-communication interaction. Drawing on participant observation, discourse analysis, statistical analysis, expert surveys, intent analysis, and the case–study method, the study documents the lecture and speaker lineup of the educational course; presents the indicators of its implementation in the Novgorod region; identifies its strengths and weaknesses; records the audience's reaction to the media-educational product; lists factors affecting completion rates of massive online courses for civil servants; and highlights topics demanded by administrators. Feedback is expressed through comments, popular emojis, creative smileys, and media reactions to assignments. At the federal level, the course completion rate is low (29 %), while in the Novgorod region it is moderate (69 %), which is attributed to the audience's lack of motivation to complete the training, as well as to the non-submission of homework due to high workload and personal reasons. These are the key factors reducing the course's effectiveness, since participants are satisfied with the program (rating 4.8/5). Through the game "Mission Government Content", specialists improved the following skills: developing and formatting a rubricator, creating a content plan, producing publications while adapting the agenda to the audience and the specifics of the government resource, and others.

Key words: project; "Goswablik Laboratory"; media competence; media education; goswablik administrator; power; training

Acknowledgements: The study was conducted with the financial support of Yaroslav the Wise Novgorod State University as part of the Rector's personal grant for graduate students for 2025–2026.

For citation: Marieva E. A. (2026) State digital and media education of civil servants: the Laboratory of State Publications project. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 2(60), 49–61. doi: 10.47475/2070-0695-2026-60-2-49-61 (In Russ.)

Введение

Настоящая работа представляет собой медиаисследование медиаобразовательного типа, поскольку в фокусе находится проект «Лаборатория госпабликов», направленный на повышение медиакомпетенций администраторов госаккаунтов. Работа также медиакоммуникационного типа, поскольку повышение медиаграмотности госспециалистов будет влиять на улучшение качества медиавзаимодействия власти с населением посредством цифровых возможностей. Работу можно отнести к медиасоциологическому типу, так как в ней будут изучаться создатели госконтента. Многоаспектный диалог по данной теме объединяет экспертов широкого профиля, что делает исследование значимым для научных сообществ, а также специалистов-практиков.

Формирование открытых коммуникаций, в которых общество доверяет власти, в условиях медиаконвергенции – востребованный исследовательский вопрос. Актуальность работы обусловлена постоянной трансформацией медиатехнологий и появлением новых медиаресурсов, что делает медиаобразование администраторов пабликов необходимым для сохранения их конкурентоспособности. Исследователям, в свою очередь, необходимо выявлять актуальные востребованные навыки и их совершенствовать на основе образовательных решений (Мариева, Каминская 2024).

Постановка проблемы

Проблема организации обучения государственных/муниципальных служащих и, как правило, служащих старшей категории первого разряда, которые наполняют контентом страницы органов власти, это острый и актуальный вопрос. Работа таких специалистов низко оплачивается, что делает деятельность непривлекательной для некоторых профессиональных сотрудников. К тому же в госучреждениях в силу часто небольшого штата отсутствует официальная должность пресс-секретаря, поэтому один специалист может выполнять сразу несколько ролей, выполняя объем работы на несколько ставок. Один сотрудник также может вести одновременно несколько пабликов. Это приводит к некачественному наполнению госаккаунтов, что негативно сказывается на политических медиакоммуниционных процессах. Решение проблемы – образовательные мероприятия в рабочее время специалиста, которые закрывают его точечные боли: лекции именно по тем темам, которые актуальны для работы в медиапространстве. Поэтому в фокусе – осмысление процесса обучения администраторов госпабликов в рамках проекта «Лаборатория госпабликов». Решать проблему необходимо, поскольку она начинает трансформироваться из плоскости нехватки digital-навыков в целом в плоскость недостатка специальных точечных медиакомпетенций, которыми, как правило, обладает сотрудник в области SMM.

В фокусе работы ответ на исследовательский вопрос: «Какие факторы (организационные, мотивационные, содержательные) влияют на завершаемость массовых онлайн-курсов для госслужащих?». Необходимо получить представление о том, какие критерии необходимо учитывать при организации массового проектного обучения узкоспециализированой аудитории.

Методология

Цель исследования заключается в осмыслении проектного процесса повышения медиаобразования госспециалистов для улучшения политического медиакоммуникационного взаимодействия. Объектом

стал медиаобразовательный проект «Лаборатория госпабликов 2025», а предметом – особенности и результативность федерального проекта и его региональной практики в Новгородской области как способ повышения качества цифровой коммуникации власти с населением. Задачами послужило получить представление о проекте АНО «Диалог. Регионы» «Лаборатория госпабликов»; зафиксировать лекционную составляющую и спикерский состав проекта; привести региональные показатели реализации проекта в Новгородской области; зафиксировать реакцию слушателей на медиаобразовательный продукт; определить плюсы и минусы проектного решения повышения медиакомпетентности цифровой аудитории. Последовательное выполнение задач представляет собой алгоритм исследования.

Эмпирическую базу составили шесть лекционных материалов (презентации), шесть прямых эфиров со спикерами и их запись, четыре разбора домашнего задания в формате карточек, словарь терминов (0,5 п. л.), 106 медиатекстов, опубликованных в ТГ канале «Лаборатория госпабликов 2025», 55 медиатекстов, опубликованных в ТГ канале «Лаборатория госпабликов 2025 – Новгородская область», раздаточные материалы игры «Миссия Госконтент», а также ссылки на дополнительные вебинары на платформе АНО «Диалог. Регионы» (АНО «Диалог.Регионы» https://dialog.info/projects/region-management-center/) за период с 01.03.2025 по 31.10.2025 гг.

В работе использовался метод включенного наблюдения: автор исследования проходил онлайн-обучение в роли администратора госпаблика Министерства цифрового развития и информационно-коммуникационных технологий Новгородской области, участвовал в очной игре «Миссия Госконтент». Средой для наблюдения было выбрано медиакоммуникационное образовательное пространство, в котором проходило онлайн-обучение и очное игровое взаимодействие слушателей. В фокусе находились непосредственно лекционные практики и домашние задания к ним, прямые эфиры, публикационный капитал. Тип включенности – полное участие – погружение в образовательный и коммуникативный процесс в качестве слушателя программы; продолжительность наблюдения – весь период реализации проектного обучения. Перед началом наблюдения освоение особых навыков и терминологии не требовалось, поскольку автор до этого уже находился в медиаобразовательной среде. Непосредственное погружение в среду осуществлялось с учетом установления доверительных отношений с участниками, демонстрации уважения к нормам и правилам сообщества, соблюдения этических норм, выполнения реальных действий наравне с участниками, переживания опыта «изнутри», наблюдения за взаимодействиями и динамикой группы, выявления невербальных сигналов и скрытых паттернов поведения. Фиксация результатов осуществлялась незаметно для слушателей, чтобы не оказывать влияние на ход обучения и поведение группы. Осмысление полученного опыта происходило через систематизацию собранных данных, оформление результатов с учетом этичного представления данных без раскрытия персональных сведений.

На основе статистического анализа были выявлены показатели функционирования образовательного проекта в Новгородской области. С помощью дискурс-анализа была выявлена разница при выборе языковых единиц администраторами пабликов из города и округа. На основе интент-анализа (изучения реакций пользователей – эмодзи – на образовательный продукт) было выявлено общее настроение слушателей о курсе обучения. С помощью метода экспертного опроса взаимодействие осуществлялось автором в рамках онлайн-обучения «Цифровизация государства: основы госдиджитал» со специалистами АНО «Диалог. Регионы» и слушателями курса, получено представление о цифровой коммуникации власти с аудиторией и реализации образовательного проекта. Кейс из профессиональной практики был осмыслен с помощью методики case-study.

Правовые рамки исследования

Законодательные рамки исследования включают в себя ключевые нормативно-правовые акты, регулирующие (ФЗ от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации». URL: https://www.alta.ru/tamdoc/06fz0149/) деятельность (ФЗ от 9 февраля 2009 года № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/28858) администраторов (Постановление Правительства Российской Федерации от 10 июля 2013 года № 583 «Об обеспечении доступа к общедоступной информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в форме открытых данных». URL: http://government.ru/docs/all/87907/) госпабликов (Распоряжение Правительства Российской Федерации от 2 сентября 2022 г. № 2523-р. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202209050038) и Центров управления регионами (ЦУР) (Постановление Правительства РФ от 16.11.2020 № 1844 (ред. от 09.12.2023) «Об утверждении Правил предоставления субсидии из федерального бюджета автономной некоммерческой организации по развитию цифровых проектов в сфере общественных связей и коммуникаций «Диалог Регионы» на создание и обеспечение функционирования в субъектах Российской Федерации центров управления регионов и Правил создания и функционирования в субъектах Российской Федерации центров управления регионов» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_36823

9/0bfad732f7aa066eb3dd87065628b0a9d21be1ea/) в медиапространстве. Упоминание нормативно-правовых актов в работе необходимо, поскольку они регулируют наполнение аккаунтов органов власти в сети.

Научная литература и исследовательские кейсы: российский и зарубежный опыты

Вопрос выстраивания доверительных коммуникаций органами власти с обществом поднимается в работах исследователей. Налаживание коммуникаций возможно с помощью цифровых возможностей и медиатехнологий, что привело к возникновению термина «госдиджитал», под которым понимается реализация цифровых коммуникаций с населением.

Госдиджитал стал неотъемлемым элементом PR-стратегий органов власти, направленных на повышение эффективности коэффициента коммуникабельности органов публичной власти и населения: «уровень вовлеченности и доверия населения к социальным медиа; популярность получения информации через соцсети» (Абрамов, Гавриков 2025: 128). Соцсети способствуют информированию аудитории о деятельности власти, позволяют оперативно мониторить реакции интернет-пользователей и собирать их предложения (Салимова 2023). Грамотная работа с обратной связью позволяет повысить лояльность общества и его доверие к медиаплощадке (Филатова 2012). Важно, чтобы ответ органов власти был создан с учетом «новых принципов коммуникации: уход от канцеляризма, менторского тона, многословия и других факторов, раздражающих жителей» (Киреева 2020: 10). Это будет способствовать поддержанию стабильности политической системы и легитимности институтов власти, достижению консенсуса с обществом (Ромашкина 2020). Пренебрежение политико-коммуникационных интернет-стратегий оказывает влияние на невостребованность госресурса аудиторией и «своеобразное одиночество органов власти в интернет-пространстве» (Евстифеев 2009: 47).

«Российский госдиджитал – так мы называем выстраивание коммуникации между властью и аудиторией в цифровой среде. Госдиджитал делает власть более близкой, понятной и открытой для людей. В госдиджитале работают тысячи человек: сотрудники департаментов информационной политики, ЦУРов, пресс-служб; аналитики, интернет-социологи, специалисты по обратной связи, специалисты по работе с пабликами, администраторы госпабликов. Госдиджитал стал профессией», – отмечает А. Цепелев, заместитель генерального директора АНО «Диалог Регионы».

Продолжает эту идею В. Табак, генеральный директор АНО «Диалог. Регионы»: «Ключевые направления работы ЦУР в интернете: мониторинг, управленческая аналитика и риск-менеджмент; выстраивание системы обратной связи с населением в сети; онлайн-социология; инфраструктура донесения информации; управление информационной повесткой; работа с фейками; образовательная деятельность. Тренды онлайн-коммуникации власти с аудиторией такие: автоматизация процессов (внедрение ИИ для предварительной подготовки ответов в помощь исполнителям; повышение качества парсинга и автоматической модерации сообщений); расширение экосистемы госкоммуникаций (первостепенность отработки инцидентов в госпабликах, расширение контекстов мониторинга); превентивное информирование (информирование с учетом понимания сезонности проблем, системная оценка качества проведения региональных информационных кампаний, разработка вариантов досрочного решения проблем на основе успешных практик отработки сообщений). Внедрение этих практик невозможно без образовательного процесса, внутри которого важно замотивировать участников медиапроцесса на новые направления работы».

В госдиджитале прослеживаются такие тренды как двусторонняя коммуникация, персонализация контента, автоматизация рабочих процессов (использование российских сервисов для аналитики и планирования контента), формирование доверия (прозрачность действий, открытость к критике и поддержка пользователей), конкуренция за кадры, повышение имиджа госслужбы. С учетом таких трендов для подготовки сотрудников власти образовательные учреждения реализуют курсы, один из которых автор работы проходил (Программа повышения квалификации Академии при Президенте «Профессиональная клиентоцентричность: основы взаимодействия и коммуникации (2025)». URL: https://portal.gosedu.ru/program).

Такие проектные решения позволяют осуществлять обучение как производству массмедиа, так и пользованию ими (Актуальные проблемы медиаобразования: учеб. пособие / И. А. Фатеева. Челябинск: Издательство Челябинского государственного университета, 2015. 129 с.). При этом при создании программы обучения важно понимать портрет ЦА, ее боли и запросы, чтобы подобранные организаторами проекта лекции и практические задания полностью соответствовали ожиданиям слушателей. Тогда проектная деятельность позволит сформировать широкий круг профессиональных навыков – от работы в команде до способности создавать востребованные аудиторией и медиарынком медиапродукты (Базикян 2024). Под проектной деятельностью в настоящей работе будем понимать реализацию федерального образовательного курса (лекции + домашние задания) для узкоспециализированной аудитории – администраторов госпабликов: специалистов, ведущих как небольшие аккаунты, так страницы с количеством подписчиков более 10 тысяч.

Для ведения аккаунтов необходимы цифровые навыки, которые в эпоху информационного

взрыва являются главным видом компетентности продуктивного сотрудника (Жуков 2020). Под медиакомпетентностью, вслед за А. В. Федоровым, будем понимать «классификацию уровней контактного показателя медиакомпетентности личности: высокий уровень (ежедневные контакты с медиа); средний уровень (контакты с различными видами медиа и медиатекстов несколько раз в неделю); низкий уровень (контакты с различными видами медиа и медиатекстов не более чем несколько раз в месяц)» (Федоров 2007: 89); будем понимать наличие навыков, необходимых администраторам пабликов для безопасного, качественного и продуктивного существования в медиапространстве.

В медиакоммуникации с населением, подчеркивает А. В. Баранов, администраторы госпабликов часто используют формализмы, излишне официальный стиль, что сказывается на качестве медиакасания власти с обществом (Баранов 2024). Они имеют высокую нагрузку, поскольку могут наполнять контентом сразу несколько пабликов («один паблик ведут 34 %, два паблика – 24 %, три паблика – 23 %, более трех пабликов – 18 %»), а такая деятельность служит своего рода низкооплачиваемой/неоплачиваемой надстройкой к их должностным инструкциям при низкой, практически нулевой мотивации (Рубцова 2025: 581, 583). При наполнении медиатекстом аккаунтов государственные/муниципальные служащие и служащие иных категорий и разрядов используют «собственный и заимствованный контент примерно в равной степени (46 % опрошенных); в большей степени собственный контент (43 %), в большей степени заимствованный (6 %), не могут выделить какой-то определенной закономерности (5 %)» (Рубцова 2025: 582). Госмедиаспециалисты используют чаще всего формат «текст + фото» (98 %), «видео» (66 %), только «изображения» (46 %) (Рубцова 2025: 583). Из этого следует, что при разработке проектов спикерам необходимо уделять внимание совершенствованию навыков при взаимодействии с данными форматами, а также с учетом специфики работы государственного характера повышать востребованность других способов интерактивной упаковки контента: инфографика, опросы/голосования, подкасты и т. д. Администраторы имеют «трудности в продвижении» медиапродукта (49 %) (Рубцова 2025: 584), поэтому такой блок в образовательных проектах представляется востребованным и эффективным. Интересна и региональная специфика: 5 % сотрудников из Екатеринбурга отметили «отсутствие необходимой квалификации для ведения госаккаунтов» (Рубцова 2025: 584), при этом в Новгородской области этот показатель выше, составляет порядка 10 % (Мариева 2024). Статистика свидетельствует о необходимости повышения медиакомпетентности администраторов госпабликов проектным способом.

Повышение компетентности посредством проектных практик – опыт международный. Его эффективность прослеживается в работах иностранных ученых. Так, отмечают, что соцсети произвели революцию в сфере образования, предоставив невиданные ранее возможности для международного взаимодействия и обмена информацией; потенциал цифровых сетей необходимо использовать, чтобы обеспечить каждому слушателю инклюзивное образование с учётом культурных различий (Akinlar, Küçüksüleymanoğlu 2024). Для реализации всего потенциала социальных сетей в образовании требуется стратегическое планирование, технологические инновации и готовность решать возникающие проблемы (Owen, Iseal, Shalom, James 2024).

Проектное обучение посредством медиавозможностей предполагает выполнение учащимися реальных проектов, актуальных для повседневной жизни, что повышает их мотивацию, развивает навыки сотрудничества и критического мышления; подход позволяет применять академические концепции на практике, лучше понимать их и развивать чувство ответственности и сопричастности к результатам обучения (Ramadhan, Nafisah 2025). Внедрение проектного обучения в онлайн-образование оказывает заметное влияние на когнитивные навыки (Koerniawati, Sintawati 2024). Использование проектного обучения – Project Based Learning, PBL – стало популярной моделью обучения (Decheline, Widowati, Suhartini 2024). Оно позволяет повысить качество образования в современном мире, подразумевает собой подход, при котором слушатели через выполнение сложных реальных проектов совершенствуют знания и навыки: креативность, умение работать в команде, критическое мышление, коммуникация, понимание концепций, инновационное мышление, мотивация, умение решать проблемы и уверенность в себе (Yusri, Anuar, Sharina 2024).

Проектное медиаобразование администраторов госпабликов

Федеральный проект «Лаборатория госпабликов 2025» – это масштабный образовательный проект для всех субъектов, который реализуется АНО «Диалог. Регионы» совместно с локальными Центрами управления регионами; направлен на повышение компетентности администраторов госпабликов (Администраторы госпабликов завершили первый этап обучения в лаборатории. URL: https://t.me/tsurofficial/4469).

Важно подчеркнуть, что «Лабораторию госпабликов» называют «проектом» именно организаторы мероприятия, который по сути представляет собой стандартный просветительский курс (лекции + домашние задания). Термин «проект» неотделим от полноценного названия образовательного события. Поэтому в настоящей работе будем солидарны с позицией организаторов в названии практики. Ключевой термин

«проект» используется в значении «организационного мероприятия», а не педагогической технологии.

Спикерами были профильные эксперты – представители АНО «Диалог. Регионы»: заместитель генерального директора, начальник отдела по развитию госпабликов, руководитель направления развития образовательных продуктов в госпабликах, эксперт отдела по работе с официальными страницами организаций отраслевых блоков, редактор-координатор отдела по взаимодействию с контент-центрами, руководитель направления стратегических партнерств ОК, эксперт по нейросетям, ведущий специалист продвижения контента и другие.

В рамках обучения спикеры прочитали шесть лекций (длительность 1,5/2 часа), а также по пяти из них составили словарь терминов, они представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Словарь терминов, созданный в рамках проекта «Лаборатория госпабликов»

№ Лекции и ее тематика	**Терминология**
Лекция 1. «Целевая аудитория под микроскопом: определяем ЦА и шлифуем контент для каждой группы»	Целевая аудитория (ЦА), сегментация ЦА, емкость аудитории, портрет аудитории, фреймворк
Лекция 2. «Эргономика госпаблика: как сделать сообщество полезным и удобным с помощью внутреннего функционала ВКонтакте»	Эргономика, интерфейс, UX/UI, Customer Journey Map (карта пути клиента), виджет, уникальное торговое предложение (УТП)
Лекция 3. «Контент на миллион просмотров: как создавать материалы, которые зацепят вашу аудиторию»	Смысловые линии, приземление повестки в госпаблике, Employee-Generated Content (контент, созданный сотрудниками госучреждения)
Лекция 4. «Трендвотчинг: как отслеживать и адаптировать тренды в госпабликах»	Трендвотчинг, пирамида тенденций (мега-тренд, макро-тренд, тренд, микро-тренд, хайп).
Лекция 5. «Умная доставка: как использовать инфоповоды и эффективно распространять информацию через различные каналы»	Смысл, нарратив, иллюзия выбора, социальное доказательство, трюизм, темпоральное связывание, пресуппозиция.
Лекция 6. «Умная доставка: как использовать инфоповоды и эффективно распространять информацию через различные каналы»; «Нейросети для администраторов: инструменты, которые помогут автоматизировать работу и улучшить результаты».	Словарь не был составлен.

Таким образом, согласно таблице 1, в лекционном фокусе обучения было определение целевой аудитории паблика и создание актуального трендового смыслового контента для нее.

Обучение также предполагало проверку полученных знаний, так, для получения сертификата нужно было выполнить пять из шести предложенных заданий. Необходимо было заполнить Яндекс.Форму, ответив на вопросы по лекции, а также сгенерировать контент и разместить его в своем госпаблике по предложенной теме. Сложность заключалась в соблюдении дедлайна: на выполнение задания выделялась неделя, в период майских праздников – две. Автор работы публиковал медиатексты в госпаблике Минцифры Новгородской области, прикреплял ссылку на пост в форму для подтверждения выполненного задания. Необходимо было выполнить задания в полном объеме, так, открытые вопросы, в которых слушатели ставили точку либо пробел, не засчитывались.

«Я завершила курс, но не было никакого сертификата об этом из-за того, что не хватило одной сданной «домашки»: «просрочила» дедлайн сдачи. Но я бы не сказала, что курс не завершён, потому что всю теоретическую часть я прослушала, но правила есть правила», – отмечает в беседе с автором слушатель курса (орфография и пунктуация интервьюируемого сохранены).

Организаторы мероприятия вели внутреннюю статистику: сколько заданий, в каком формате они были выполнены. Ссылки на лучшие задания были опубликованы в чате. Вопросы представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Домашнее задание в рамках проекта «Лаборатория госпабликов»

Домашнее задание, №	**Вопросы для домашнего задания**
Домашнее задание № 1.	«Какой вопрос объясняет, что избыток вариантов затрудняет выбор пользователей»,
Домашнее задание № 2.	«Какие этапы включает алгоритм структуризации госпаблика»,
Домашнее задание № 3.	«Распишите структуру госпаблика в формате «сегмент аудитории, потребность, инструмент; в ответе укажите сферу вашего паблика и три варианта»
Домашнее задание № 4.	«Опишите ЦА и смысловую линию, на которую направлен пост вашего паблика, ссылку прикрепите» и другие.

Коммуникация со слушателями осуществлялась в двух чатах: федеральном канале (примерно 18 000 участников) и региональном сообществе (в каждом регионе свой чат). Наполнение таких чатов было

классически однообразным: напоминание о предстоящем вебинаре, ссылки на трансляцию, домашнее задание и обратную связь по итогам проведения трансляции, запись эфира и материалы к нему, ответы на комментарии, подборка полезных ссылок.

В 2024 году в программе приняли участие примерно 17 000 онлайн-слушателей, в текущем году показатель снизился – порядка 14 000. Вероятно, это связано с низкой информированностью о проекте, а также быстром доступе администраторов пабликов к информации, что снижает мотивацию к обучению. Из них примерно 4 100 обучающихся получили сертификат, то есть процент успешного прохождения программы в текущем году составил около 29 %; эти данные представлены на рисунке 1.

Рис. 1. Статистика прохождения проекта «Лаборатория госпабликов» на федеральном уровне

Средняя оценка программы по критерию «обратная связь» – 4,8/5 (данные получены из открытых интернет-источников). Представляет научно-исследовательский интерес на основе сентимент-анализа выявить эмоциональное отношение слушателей к медиаобразовательному продукту.

Итак, были рассмотрены все посты на канале в ТГ «Лаборатория госпабликов 2025», всего 106 публикаций. Под постами в среднем 150/300 комментариев; присутствуют смайлы как реакции на публикацию, в среднем 7/10 разных эмодзи. Самая популярная консервативная реакция аудитории – палец вверх, его ставят в среднем в диапазоне 150/300 раз. Для пользователей привлекательна и эмоция любви: обычное красное сердце, сердце в огне, смайл с глазами-сердечками либо щеками с сердцами, ставят в среднем 90 раз. Эмодзи огня применяют примерно 40 раз под каждой публикацией. Менее популярные по количеству, но ставящиеся под многими постами реакции – улыбающиеся и задумчивые смайлы, киты, хлопки в ладоши, жест ОК. Интересно, что коммуникация с аудиторией ведется по теме образования, при этом значок руки с ручкой «записала в блокнот» используется редко. Применяется и креатив: использование смайла таблетки, когда необходимо выполнить объем работы. К постам про домашние задания прикрепляют также плачущие либо взрывающие мозг смайлы. Кроме ключевых роликов и домашних заданий в чате размещены ссылки также на иные лекции по теме госпабликов. Дизайнерское оформление постов однотипное/шаблонное: одинаковый шрифт; цвета фона и текстов – белый, синий, оранжевый; в такой же цветовой гамме выполнен логотип проекта (оранжево-синий правильный шестиугольник и надпись рядом с ним «Лаборатория госпабликов»). Фотографии спикеров также представлены в форме шестиугольника. Ключевые посты с обязательными лекциями и домашними заданиями дублировались в региональных чатах. Так, в Новгородской области был создан отдельный канал «Лаборатория госпабликов 2025 – Новгородская область».

Центр управления регионом Новгородской области, согласно показателям канала, вел внутреннюю статистику по реализации обучения. Целевая аудитория Новгородских слушателей – администраторы ведущих госпабликов области: 64 специалиста – основные участники, 43 слушателя – дополнительный поток, данные представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Статистика по реализации обучения в Новгородской области: госучреждения

Участники основных госпабликов Новгородской области – 64 обучающихся	Дополнительные слушатели программы – 43 обучающихся
Минздрав НО	Минсельхоз НО
Минобр НО	Минтранс НО
Правительство Новгородской области	Минцифра НО
Мининвест НО	Минпромторг НО
Администрация Валдайского муниципального района	ГОАУ «Новгородский центр развития инноваций и промышленности»
Администрация Новгородского муниципального района	Комитет по молодежной политике НО
Администрация Панковского городского поселения	Администрация Волотовского муниципального округа НО
Администрация Парфинского муниципального района	Инспекция государственного строительного надзора
ГБУК «Новгородская областная универсальная научная библиотека»	Комитет по внутренней политике НО
ГОАУ «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг»	Дворец культуры «Город»
ГОАУ «Спортивная школа «Спорт-индустрия»» и др.	Минстрой53 и др.

Интересно, что, согласно таблице 3, в основную выборку ведущих госпабликов были включены районные страницы, при этом в дополнительную – паблики ключевых городских ведомств и министерств. При этом все перечисленные госаккаунты – ключевые в регионе, поскольку их администраторы официально проходили обучение с получением сертификата. Была у слушателей возможность также прослушать лекции без выполнения заданий и без, соответственно, получения сертификата. По данным АНО «Диалог. Регионы», охватить всех желающих и выдать им сертификат не представлялось возможным в силу большого количества заявок. При этом парадоксально: с одной стороны, большое количество заявок на программу и высокая востребованность, с другой, небольшой процент прохождения и низкая мотивация.

Из слушателей, подавших заявки на программу, выполнили пять из шести домашних заданий, присутствовали на очной игре и получили сертификат «об успешном освоении программы образовательного проекта „Лаборатория госпабликов 2025“» 74 обучающихся, эти данные представлены на рисунке 2.

Рис. 2. Статистика прохождения проекта «Лаборатория госпабликов» в Новгородской области

Таким образом, согласно рисунку 5, 69 % слушателей Новгородской области успешно освоили проект. Возможно, процент выше, чем по стране, поскольку ЦУР НО качественно выполнял свою работу, а Новгородские специалисты были заинтересованы в повышении медиакомпетенций. Обучающиеся представляли Новгородские госпаблики Администраций округов и районов, комитетов, министерств, МФЦ, библиотек, образовательных и спортивных школ, больниц, киноцентров и центров культуры, социального обслуживания, техникумов.

Очная игра «Миссия Госконтент» представляла собой личную встречу администраторов госпабликов, дошедших до финала. Такая игра проводилась в каждом субъекте РФ, временной промежуток зависел от готовности к ее проведению локальным Центром управления регионом. В Новгородской области ЦУР реализовывал игру одним из последних по стране. Тем не менее игра длилась три часа, представляла собой решение кейсов, связанных с генерацией госпродукта для госаккаунтов. В ней участвовали шесть команд, разделение на которые осуществлялось на основе лотереи – цвет вытащенной участником карточки определял сообщество в зале («Гимназия № 1», «Спортивная школа олимпийского резерва», «Городская детская библиотека», «Областная клиническая больница», «Муниципальное управление городского хозяйства»). При этом состав команды «Администрация Ленинского муниципалитета региона N», в него вошли реальные представители ключевых пабликов региона, непублично назначался организаторами игры, что ограничивало права других участников. С «Администрацией» другие команды должны были согласовывать контент перед вымышленным размещением его в своих пабликах. Иными словами, каждая команда представляла собой самостоятельный госпаблик, который необходимо было наполнять (на флипчарте) с учетом постоянно обновляющихся вводных.

Практика состояла из трех этапов, они представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Этапы игры «Миссия Госконтент»

№ этапа, название	Суть
Первый этап «Подготовка»	Создание прототипа госресурса, для которых на следующем этапе будет генерироваться контент. Задание было направлено на закрепление навыков улучшения эргономики госаккаунта и контент-планирования.
Второй этап «Симуляция»	Каждой команде предстояло создать медиатекст с учетом появления новых вводных, что позволяло учиться генерировать контент в режиме реальных практик на госслужбе.
Третий этап «Подведение итогов»	Мини-презентация результатов работы команд и их обсуждение с экспертами.

Согласно таблице 4, в первом задании необходимо было разработать рубрикатор; составить контент-план на неделю с учетом требований к частоте постинга и тех стратегических целей развития пабликов, которые указаны во вводных внутри конверта (в них были распечатаны кейсы); создать одну «отложенную» публикацию из контент-плана. Второе задание предполагало освещение (текст + визуал – фото, инфографика, видео и т. д.) на госресурсе городского события. Специфика заключалась в том, что каждая команда должна была адаптировать материал, «приземлив» его под свою аудиторию. Третье задание – по итогам прямой линии Президента подготовить пост с тезисами, подходящим под сферу госресурса.

Презентация результатов включала в себя представление созданного командой материала.

В ходе наблюдения было выявлено, что из всех участников Новгородской области только один – мужского пола; средний возраст администраторов госпабликов составляет 40/50 лет. Это усложняет повышение медиакомпетентности госспециалистов посредством проектных решений, поскольку ряд навыков у представителей старшего поколения необходимо развивать с нуля, а не совершенствовать их у молодежи, которая рождается «с техникой в руках». Решение проблемы – перевод этих сотрудников на иные должности с учетом их опыта работы, в которых они могут показать наивысший результат. А такой простой функционал, как ведение социальных сетей, представляется возможным оставить молодым специалистам без стажа.

И из этого не следует, что качество госконтента и, как следствие, политическая медиакоммуникация, ухудшатся. В ходе наблюдения «взрослым» администраторам пабликов Новгородской области на игре дали задание сгенерировать картинку с помощью нейросети. Выборка нерепрезентативна, при этом интересно, что все участники за столом автора стали создавать изображения с помощью одинаковой нейросети, которая мало известна в медиа и имеет не такой значительный набор функций, как другие бесплатные технологии искусственного интеллекта. Такая ситуация сложилась, поскольку этих специалистов также в рамках иного проекта обучили взаимодействовать с этой простой нейросетью, поэтому они в деятельности на нее и опираются, не применяя возможности других, более сложных цифровых ресурсов. Примечательно также, что администраторы в возрасте 40/50 лет генерируют не только изображения, но и тексты, которые ИИ создает часто шаблонными, недостоверными, сухими, с канцеляризмами и иными недостатками. И эти тексты без доработок, как было выявлено в результате игровых практик, они готовы размещать на госресурсах.

В результате наблюдения также было отмечено, что существуют различия между администраторами городских и районных пабликов – критерий «лексика». Специалисты городских пабликов при составлении рубрик, хэштегов, контент-планов и иных медиапродуктах используют современный язык, при этом сотрудники из районов применяют лексику прошлого века. При решении кейса на этой базе возник конфликт, согласно которому администраторы не могли выбрать между формулировками «посетители библиотеки» и «любители чтения», согласиться на компромисс, предложенный автором, оказалось проблематично.

Из этого следует, что, с одной стороны, использование ИИ администраторами пабликов необходимо, чтобы не применять шаблонные клише прошлого века, с другой стороны, такие тексты могут быть сухими и неинтересными аудитории. Это повлияет на наполнение госпабликов однотипным одноформатным контентом, что сделает его визуально безликим и семиотически непривлекательным для пользователей. Цифровая аудитория, как говорят эксперты АНО «Диалог. Регионы», «соцмедиа» перестанет доверять такому продукту, потому что он оторван от реальности, выглядит гипертрофированно. Согласно исследованиям (Колесов М. AI-контент для карточек товаров: где автоматизация помогает, а где вредит // Yagla. URL: https://clck.ru/3TasiT), пользователи маркетплейсов перестали доверять карточкам, сгенерированным ИИ; такие продажи упали, потому что покупатели не видят настоящий товар с его реальными характеристиками: заказывают красиво технически созданный продукт, а потом его возвращают, поскольку он не соответствует действительности. Согласно результатам таких исследований, паблики, контент которых по большей части тоже состоит их сгенерированных нейросетью картинок, в дальнейшем не будут востребованы аудиторией; из когда-то передового ресурса, публикующего изображения, созданные на основе инновационных технологий, он со временем превратится в безликий аккаунт, неинтересный пользователям: ресурс без индивидуального стиля. Его просмотры и охваты снизятся, а, значит, и другие квантитативные показатели тоже. Поэтому при обучении администраторов в дальнейшем важно обращать их внимание и на такие возможные последствия.

Эффективность проектного способа повышения навыков госспециалистов и качества контента определяется также результатами профессионального конкурса, по сути, экспертной оценкой наполнения госпабликов. Так, в Новгородской области после завершения проекта «Лаборатория госпабликов» проходил профессиональный конкурс – третий Фестиваль госпабликов Новгородской области (В Новгородской области наградили лучших администраторов госпабликов // 53 Новости. 12.12.2025. URL: https://clck.ru/3Tasjf). Победителями в номинациях («Лучший администратор госпабликов органов исполнительной власти Новгородской области», «Лучший администратор госпабликов органов местного самоуправления муниципальных образований Новгородской области», «Лучший администратор госпабликов государственных, муниципальных организаций Новгородской области») стали специалисты, которые ранее успешно завершили проектное обучение.

Резюмируя, при обучении администраторов госдиджиталу на основе проектного решения все-таки необходимо транслировать, казалось бы, очевидный для медиапрактиков тезис: возможности нейросети можно использовать, но такие тексты нуждаются в доработке и проверке на достоверность, что делает востребованным навык фактчекинга (Мариева, Каминская 2024). И не генерировать изображения для

наполнения паблика слишком часто, чтобы не сделать аккаунт нерентабельным.

Результаты проектного медиаобучения госспециалистов

Таким образом, в рамках игры администраторы пабликов субъектов РФ, одинаковые для всех регионов кейсы и раздаточные материалы к ним были определены АНО «Диалог. Регионы», совершенствовали навыки: в разработке и оформлении рубрикатора, в составлении контент-плана, в создании публикаций с учетом адаптации повестки для аудитории и специфики госсресурса, в оперативном корректировании медиатекстов при возникновении внештатных ситуаций, в использовании приема «сериальность» при генерации контентных единиц.

Плюс федерального проекта – очное мероприятие регионального характера, такое событие позволило объединить представителей региональных госпабликов разных госучреждений, создать базу контактов, обменяться опытом и совершенствовать компетенции в игровом режиме. Еще положительная черта – коммуникация со слушателями, которая была реализована в прямом эфире и в комментариях под постами в группе.

При этом в целом общение со слушателями осуществлялось, при этом персональное взаимодействие отсутствовало в силу высоких квалитативных показателей. Проект был рассчитан на все регионы кроме новых, примерно 14 000 слушателей, из них в Новгородской области обучение проходило 107 специалистов, поэтому дать обратную связь по каждому домашнему заданию каждому слушателю не представлялось возможным. Присутствовали разборы лучших трех/четырех кейсов (из тысячей других) в формате карточек, выбранных случайным образом. И в целом не все домашние задания были разобраны, не по всем лекциям был составлен словарь, ответы не на все вопросы опубликованы в чате «Лаборатория госпабликов. Обучение 2025».

Таким образом, на федеральном уровне процент прохождения программы низок (29 %), в Новгородской области – средний (69 %). Показатели, как было отмечено в результате цифрового взаимодействия автора со слушателями программы, связаны с отсутствием желания у потенциальной аудитории проходить обучение, поскольку зачисление на программу было принудительным по инициативе работодателя. Связано также с невыполнением нужного количества домашних заданий в силу высокой загруженности на работе, отсутствия мотивации и иных личных причин: факторы совпадают с основаниями иных исследователей (Рубцова 2025).

Это ключевые причины, согласно результату обратной связи слушателя программы, связанные с низким уровнем прохождения, поскольку непосредственно наполнением программы слушатели довольны. Средняя оценка программы по обратной связи составила 4,8/5. Это подтверждается проанализированной реакцией аудитории на медиаобразовательный продукт, поскольку были по большей степени зафиксированы положительные отзывы. Безэмоциональная тональность (смайл кита) зафиксирована нечасто, негативное отношение присутствовало, при этом носило шуточный креативный характер. Цвета проекта белый, синий, оранжевый, в такой гамме оформляются образовательные материалы. Посты выполнены в формате шаблонных карточек с изображением логотипа (правильный оранжево-синий шестиугольник и синяя рядом с ним надпись «Лаборатория госпабликов») и использованием фотографии лектора в форме шестиугольника.

Выводы

Новизна работы заключается в научно-исследовательском осмыслении проектного способа повышения медиакомпетентности администраторов пабликов: результативность федерального ключевого проекта «Лаборатория госпабликов» ранее не обсуждалась в научных сообществах. И в целом подведение итогов образовательных проектов АНО «Диалог. Регионы» – нечастая научная практика, зафиксированная в работах исследователей. По большей степени осмысливается результативность медиаобразовательных проектов в целом, а данный кейс имеет свою специфику в силу регионального фактора аудитории. Новизна заключается также в использовании феномена «госдиджитал»: в медиапространстве этот термин стали активно использовать только несколько лет назад, поэтому исследовательских результатов с этим понятием на научных ресурсах ограниченное количество.

Новизна заключается в ответе на научно-исследовательский вопрос: «Какие факторы влияют на завершаемость массовых онлайн-курсов для госслужащих?». Прежде всего организационные факторы: синхронная коммуникация со слушателями в прямом эфире и в комментариях под постами в группе; качественное наполнение медиапродуктом коммуникативных каналов; организованная команда и профессиональный лекторский состав; эффективно сформированная структура реализации проекта. К мотивационным факторам можно отнести следующее: желание посетить очное мероприятие регионального характера для официального пропуска трудового дня, обмена опытом, нетворкинга и уточнения у экспертов полученных в рамках курса знаний; добровольное зачисление на программу, а не по инициативе работодателя; использование в полной мере цифрового потенциала медиаресурсов; созданная ранее положительная репутация проекта; распределение работодателем трудовой нагрузки для

освобождения временных показателей для освоения образовательного курса. Содержательные факторы включают в себя присутствие разбора домашних заданий для понимания того, как должен выглядеть итоговый медиапродукт госаккаунтов; работу аудитории со словарем терминов для осознания основной теоретической линии курса; выполнение фиксированного количества домашних заданий для получения зачета; актуальное теоретическое и практическое наполнение программы.

Согласно статистике медиакоммуникационных процессов Минцифры НО, количество сообщений населения к власти в течение календарного года выросло в 13 раз (осмыслены показатели за 4 квартала 2025), а количество оценок медиавзаимодействия по критерию «автор доволен» в пять раз. Таким образом, повышение медиакомпетентности администраторов госпабликов повлияло на качество и эффективность цифрового диалога.

Работа имеет теоретическую значимость, поскольку подтверждается идея: образовательно-проектный способ повышения компетентности госспециалистов сохраняет свою эффективность, что сказывается на качестве медиакоммуникации власти с населением в цифровом пространстве. Результаты позволяют получить сведения навыках, которые необходимы пользователям для продуктивного существования в медиапространстве. Практическая ценность исследования заключается в возможности применить полученные результаты при организации образовательного проекта «Лаборатория госпабликов» в следующем году для повышения его эффективности. Результаты значимы и для практикующих медиаобразовательных лекторов, так как они могут использовать рабочую модель онлайн обучения в своих практиках. Результаты важны также для администраторов госпабликов, поскольку полученные в рамках программы знания они смогут адаптировать к своей медиадеятельности, что скажется на медиадиалоге органов власти с цифровой аудиторией.

Из результатов исследования следует, что технологические решения сегодня позволяют обучать тысячные аудитории посредством цифровых каналов. Правильно организованная команда, эффективно сформированная структура реализации проекта, цифровые возможности и созданная ранее репутация проекта позволяют на финишной прямой показать высокие квалитативные показатели. Следует также, что, согласно обратной связи в формате эмодзи и ссылок на опросы, аудитория положительно оценивает наполнение программы. Поэтому низкий уровень прохождения обучения в приоритете связан не с наполнением программы, а с иными причинами личного характера. Из результатов также следует, что сегодня ключевыми востребованными темами для администраторов пабликов служат понимание ЦА ресурса, его продвижение, наполнение смыслами с учетом трендовых медиаявлений и инфоповодов, а также алгоритмов искусственного интеллекта. Результаты свидетельствуют, что при составлении программы обучения организаторам важно делать акцент на необходимость доработки и проверки на достоверность медиапродукта, созданного администраторами с использованием технологий нейросетей; на важность не применять в качестве иллюстраций исключительно продукты ИИ, чтобы сохранить аудиторию паблика и его квантитативные показатели. Результаты демонстрируют, что руководителям органов власти следует осознавать необходимость медиаобразования посредством проектных практик, распределять функциональные обязанности с учетом корректных мер нагрузки, использовать материальные и нематериальные меры поддержки для своих сотрудников, повышая престиж медиадеятельности в их глазах и глазах коллег. Важно обратить внимание на преобразование в госучреждениях организации труда государственных, муниципальных служащих – на практические действия руководства, которые будут способствовать формированию открытых доверительных медиакоммуникативных отношений власти с населением в медиапространстве.

В дальнейшем представляет научно-исследовательский интерес осмыслить реализацию проектов в прошлом и следующем годах, зафиксировав их динамику/стагнацию, а также сравнить текущий кейс с иными образовательными решениями ЦУРа, направленными на администраторов пабликов (Мариева 2024). Это позволит выявить наиболее успешные практики, которые в будущем возможно популяризировать среди спикеров и распространить на иные образовательные проекты регионального, и впоследствии федерального статусов. Важно также провести дополнительные исследования, чтобы выявить иные причины, влияющие на низкий по стране процент прохождения обучения, что делает работу перспективной.

Список источников

Абрамов А. П., Гавриков Ф. А. Госдиджитал в органах публичной власти Курской области // Муниципальная академия. 2025. № 1. С. 128–142. https://doi.org/10.52176/2304831X_2025_01_128.

Базикян С. А. Проектная деятельность в медиаобразовании как эффективный инструмент формирования компетенций // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 2 (52). С. 38–46. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-52-2-38-46.

Баранов А. В. Социальные сети как инструмент формирования доверия к власти в клиентоцентричной модели государства // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2024. № 3. С. 226–

235. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2024-1-3-226-235.

Евстифеев Р. В. Политико-коммуникационные эффекты интернет-стратегий органов власти регионов России // Вестник Пермского университета. Серии: История и Политология. 2009. № 3 (7 Политология – 10 История). С. 47–53.

Жуков А. Д. Формирование медианавыков в концепции компетентностного подхода в образовании // Воспитательная работа в образовательной организации: состояние, проблемы, перспективы развития: сборник научных трудов всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2020. С. 264–270.

Киреева Т. В. Интернет-коммуникации между властью и пользователями социальных сетей: состояние и перспективы развития // Управление городом: теория и практика. 2020. № 2 (36). С. 10–14.

Мариева Е. А. Медиаграмотность государственных и муниципальных служащих в контексте осмысления медиаобразовательных практик // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: Сборник трудов международной научно-практической конференции. 2024. С. 241–249.

Мариева Е. А., Каминская Т. Л. Трансформация комплекса компетенций медиапредставителей органов власти: фактчекинг // Медиаисследования. 2024. № 10. С. 91–99.

Ромашкина А. Б. Интернет как пространство взаимодействия институтов власти и общества // Вестник Московского государственного областного университета. 2020. № 4. С. 131–140. https://doi.org/10.18384/2224-0209-2020-4-1035.

Рубцова Н. В. Коммуникации органов публичной власти с населением в социальных медиа: исследование компетенций администраторов пабликов // Вопросы теории и практики журналистики. 2025. Т. 14, № 3. С. 575–591. https://doi.org/10.17150/2308-6203.2025.14(3).575-591.

Салимова М. К. Критерии эффективности работы органов власти Российской Федерации в социальных медиа // Концепция «Общества знаний» в современной науке: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. 2023. С. 100–106.

Федоров А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям // Инновации в образовании. 2007. № 10. С. 75–108.

Филатова О. Г. Взаимодействие представителей органов исполнительной власти с общественностью в современной интернет-среде: региональный аспект // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2012. № 10. С. 72–82.

Akinlar A., Küçüksüleymanoğlu R. Global Cultural Homogenization in Education and Digital Social Networks // Cultural Awareness and Diversity Management in Contemporary Education. 2024. P. 251–253. DOI: 10.4018/979-8-3373-0402-1.ch007.

Decheline G., Widowati A., Suhartini S. Application of the project-based learning model to improve learning outcomes in sports psychology college using the “Experiential Learning” Method // Kinestetik Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani. 2024. Vol. 8, № 2. P. 360–366. https://doi.org/10.33369/jk.v8i2.35276.

Koerniawati A., Sintawati M. The Influence of Project-Based Learning Method in Online Learning on the Cognitive Abilities // International Journal of Learning Reformation in Elementary Education. 2024. Vol. 3, № 01. P. 29–41. https://doi.org/10.56741/ijlree.v3i01.489.

Owen J., Iseal S., Shalom J., James H. Role of Social Networks in Enhancing Education. 2024.

Ramadhan D. L., Nafisah D. Project-Based Learning vs. Problem-Based Learning: Uncovering Effective Learning Methods // Journal of Technology Education & Teaching (j-tech). 2025. P. 108–114. https://doi.org/10.62734/jtech.v1i3.424.

Yusri R., Anuar Y., Sharina A. A systematic literature review of project-based learning: research trends, methods, elements, and frameworks // International Journal of Evaluation and Research in Education. 2024. Vol. 13, № 5. P. 3345–3359. https://doi.org/10.11591/ijere.v13i5.27875.

References

Abramov, A. P., Gavrikov, F. A. (2025). Gosdidzhital v organakh publichnoy vlasti Kurskoy oblasti [Govdigital in public authorities of the Kursk region]. *Munitsipalnaya akademiya*, 1, 128–142. https://doi.org/10.52176/2304831X_2025_01_128. (In Russ.).

Bazikyan, S. A. (2024). Proektnaya deyatelnost v mediaobrazovanii kak effektivnyy instrument formirovaniya kompetentsiy [Project activity in media education as an effective tool for competence formation]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 2 (52), 38–46. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-52-2-38-46. (In Russ.).

Baranov, A. V. (2024). Sotsialnye seti kak instrument formirovaniya doveriya k vlasti v kliyentotsentrichnoy modeli gosudarstva [Social networks as a tool for building trust in government in the client-centric state model]. *Gosudarstvennoe i munitsipalnoe upravlenie. Uchenye zapiski*, 3, 226–235. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2024-1-3-226-235. (In Russ.).

Evstifeev, R. V. (2009). Politiko-kommunikatsionnye effekty internet-strategiy organov vlasti regionov Rossii [Political and communication effects of internet strategies of Russian regional authorities]. *Vestnik Permskogo universiteta. Serii: Istoriya i Politologiya*, 3 (7 Politologiya – 10 Istoriya), 47–53. (In Russ.).

Zhukov, A. D. (2020). Formirovanie medianavykov v kontseptsii kompetentnostnogo podkhoda v obrazovanii [Formation of media skills in the concept of competence-based approach in education]. *Vospitatelnaya rabota v obrazovatelnoy organizatsii: sostoyanie,*

problemy, perspektivy razvitiya: sbornik nauchnykh trudov vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem, 264–270. (In Russ.).

Kireeva, T. V. (2020). Internet-kommunikatsii mezhdu vlastyu i polzovatelyami sotsialnykh setey: sostoyanie i perspektivy razvitiya [Internet communications between government and social network users: state and development prospects]. *Upravlenie gorodom: teoriya i praktika*, 2 (36), 10–14. (In Russ.).

Marieva, E. A. (2024). Mediagramotnost gosudarstvennykh i munitsipalnykh sluzhashchikh v kontekste osmysleniya mediaobrazovatelnykh praktik [Media literacy of state and municipal employees in the context of understanding media educational practices]. *Diskurs sovremennykh mass-media v perspektive teorii, sotsialnoy praktiki i obrazovaniya: Sbornik trudov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, 241–249. (In Russ.).

Marieva, E. A., Kaminskaya, T. L. (2024). Transformatsiya kompleksa kompetentsiy mediapredstaviteley organov vlasti: faktcheking [Transformation of the competence complex of media representatives of authorities: fact-checking]. *Mediaissledovaniya*, 10, 91–99. (In Russ.).

Romashkina, A. B. (2020). Internet kak prostranstvo vzaimodeystviya institutov vlasti i obshchestva [Internet as a space for interaction between government institutions and society]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*, 4, 131–140. https://doi.org/10.18384/2224-0209-2020-4-1035. (In Russ.).

Rubtsova, N. V. (2025). Kommunikatsii organov publichnoy vlasti s naseleniem v sotsialnykh media: issledovanie kompetentsiy administratorov pablikov [Communications of public authorities with the population in social media: a study of the competencies of public administrators]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 14 (3), 575–591. https://doi.org/10.17150/2308-6203.2025.14(3).575-591. (In Russ.).

Salimova, M. K. (2023). Kriterii effektivnosti raboty organov vlasti Rossiyskoy Federatsii v sotsialnykh media [Criteria for the effectiveness of the work of Russian authorities in social media]. *Kontseptsiya «Obshchestva znaniy» v sovremennoy nauke: Sbornik statey po itogam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, 100–106. (In Russ.).

Fedorov, A. V. (2007). Mediakompetentnost lichnosti: ot terminologii k pokazatelyam [Media competence of the individual: from terminology to indicators]. *Innovatsii v obrazovanii*, 10, 75–108. (In Russ.).

Filatova, O. G. (2012). Vzaimodeystvie predstaviteley organov ispolnitelnoy vlasti s obshchestvennostyu v sovremennoy internet-srede: regionalnyy aspekt [Interaction of executive authorities with the public in the modern internet environment: regional aspect]. *PR i reklama v izmenyayushchemsya mire: regionalnyy aspekt*, 10, 72–82. (In Russ.).

Akinlar, A., Küçüksüleymanoğlu, R. (2024). Global Cultural Homogenization in Education and Digital Social Networks. *Cultural Awareness and Diversity Management in Contemporary Education*, 251–253. https://doi.org/10.4018/979-8-3373-0402-1.ch007.

Decheline, G., Widowati, A., Suhartini, S. (2024). Application of the project-based learning model to improve learning outcomes in sports psychology college using the “Experiential Learning” Method. *Kinestetik Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani*, 8 (2), 360–366. https://doi.org/10.33369/jk.v8i2.35276.

Koerniawati, A., Sintawati, M. (2024). The Influence of Project-Based Learning Method in Online Learning on the Cognitive Abilities. *International Journal of Learning Reformation in Elementary Education*, 3 (1), 29–41. https://doi.org/10.56741/ijlree.v3i01.489.

Owen, J., Iseal, S., Shalom, J., James, H. (2024). *Role of Social Networks in Enhancing Education*.

Ramadhan, D. L., Nafisah, D. (2025). Project-Based Learning vs. Problem-Based Learning: Uncovering Effective Learning Methods. *Journal of Technology Education & Teaching (j-tech)*, 108–114. https://doi.org/10.62734/jtech.v1i3.424.

Yusri, R., Anuar, Y., Sharina, A. (2024). A systematic literature review of project-based learning: research trends, methods, elements, and frameworks. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 13 (5), 3345–3359. https://doi.org/10.11591/ijere.v13i5.27875.

Информация об авторе

Е. А. Мариева – аспирант кафедры журналистики, лауреат стипендии Президента Российской Федерации, лауреат стипендии А.И. Солженицына за выдающиеся заслуги в журналистике, лауреат федеральной премии «Колба» для женщин в науке

Information about the author

Ekaterina A. Marieva – postgraduate student of the Department of Journalism, recipient of the Scholarship of the President of the Russian Federation, recipient of the A.I. Solzhenitsyn Scholarship for outstanding achievements in journalism, winner of the Federal Kolba Award for Women in Science

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares that there is no conflict of interest.

Статья поступила в редакцию 20.11.2025; одобрена после рецензирования 04.03.2026; принята к публикации 12.05.2026.
The article was submitted 20.11.2025; approved after reviewing 04.03.2026; accepted for publication 12.05.2026.