

Summary сессии «Проповедь для обращенных?» Модераторы – Ирина Якутенко и Денис Курек.

Нужно ли и можно ли измерять эффективность просветительской деятельности? Are we preaching to the converted? Есть ли у просвещения своя “воронка продаж”? Сравнительная и совместная эффективность разных просветительских форматов.

Первое, что нужно сделать – разделить типы просветительской деятельности на пропаганду, просвещение, образование, развлечение и пиар. У каждого из этих видов деятельности свои цели, соответственно, для оценки результатов нужны разные критерии. Для каждой категории необходимо четко описать желаемый результат (изменение позиции по какому-то вопросу или, например, описание мировоззренческих концепций, которые должны быть в голове у условного «достаточно просвещенного человека»).

Для того, чтобы оценивать, насколько эффективен каждый из типов популяризаторской деятельности, необходимо проводить долгосрочные исследования – оценивать процесс в динамике.

Необходимые измерения (для любого вида популяризаторской деятельности) можно разделить на несколько типов.

- Динамические общие
 - Изменение позиции людей по заранее выбранным темам (отношение к гомеопатии, вакцинации, астрологии; рассматривают ли науку как перспективное направление для детей итд) с указанием причины, по которой они изменили свое мнение.
 - Периодическая оценка общей картины мира – то есть проверка, насколько целостно восприятие и не соседствуют ли в голове наука и лженаука.
 - Оценка популярности паранаучных практик (не опрос, а оценка реальной популярности – количество соответствующих запросов в поисковиках, продажи гомеопатии в аптеках, количество тех, кто отказался от прививок итд).
 - Оценка популярности условно «научно-правильного» поведения (количество привитых, число детей, которых родители отдали в научные кружки, число поступающих на научные специальности в вузы итд).
- Динамические конкретные
 - Ставить конкретные небольшие задачи для локального просвещения или просвещения по какой-то одной теме

(конкретный пример – экологическое просвещение жителей Иркутска и оценка загрязненности воды Байкала).

- Аудиторные

- Необходимо регулярно отслеживать численность и состав посетителей научно-популярных мероприятий. Для этого была бы очень полезна договоренность между всеми участниками просветительского сообщества (чтобы они регулярно анкетировали посетителей и отдавали данные в некую общую базу).

- Также регулярные оценки аудитории самими организаторами необходимы для того, чтобы оценить конверсию (переход условно-случайных посетителей в условно обращенных).

- Соответственно, необходимо, чтобы кто-то (социологическая служба, фонд «Эволюция», еще кто-то) поддерживал такую базу.

Опрашивать / исследовать нужно как посетителей научно-популярных мероприятий, так и людей в целом.

Отдельным и крайне важным сегментом аудитории, эффективность влияния на которой нужно оценивать, – это власть. По итогам оценки необходимо изменять способы воздействия, чтобы добиваться максимальной результативности. Другой важный сегмент воздействия – учителя. Необходимо добиваться системного взаимодействия с ними и проработать критерии оценки просветительского эффекта (какое количество новых знаний они используют на уроках, какой процент их учеников выбрали научные специальности, какой процент их учеников дают верные ответы на общие естественно-научные вопросы итд).

Не было найдено ответа на вопрос, возможно ли создать критерии оценки конкретных популяризаторских мероприятий или же можно надежно оценивать только общее влияние всей просветительской деятельности как таковой. Исключение – просветительские мероприятия, направленные на решение конкретных задачи (см. ниже пример про Байкал).

Не было найдено ответа на вопрос, возможно ли оценить «заражение научным методом и научной рефлексией» и можно ли в принципе использовать этот теоретически хороший критерий для оценки эффективности.

Часть сообщества считает, что измерять какие-то показатели нет смысла, так как нет смысла гоняться за людьми и намеренно просвещать.