

Кому: Министерству культуры и информации Республики Казахстан

ФИО и должность: Кендирбаева Г.С., Главный специалист отдела культуры, развития языков, физической культуры и спорта г. Степногорск.

Дата: 14.02.2025 г.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА

Тема: Деятельности учреждений культуры в современных условиях

Ключевые слова: Механизм привлечения. Использование социальных сетей в деятельности учреждений культуры

Деятельность учреждений культуры в современных условиях сталкивается с рядом вызовов и изменений, которые требуют гибкости и адаптации. В условиях быстрого технологического прогресса, глобализации и меняющихся общественных настроений культурные учреждения должны искать новые формы взаимодействия с аудиторией, а также обеспечивать сохранение традиций и культурного наследия.

В современных условиях социальные сети становятся неотъемлемой частью деятельности учреждений культуры, выступая мощным инструментом для привлечения и взаимодействия с аудиторией. Быстрое развитие технологий и распространение цифровых платформ открыли новые возможности для культурных организаций, позволяя охватывать широкие слои населения, независимо от возраста, географии или социального статуса.

Аспекты деятельности учреждений культуры в современных условиях:

Цифровизация и технологии: использование цифровых технологий для расширения доступности культурных ресурсов (например, виртуальные выставки, онлайн-концерты, оцифровка архивов). Это открывает новые возможности для взаимодействия с мировой аудиторией и позволяет сохранять культурное наследие в цифровом формате.

Инклюзивность и доступность: включение различных социальных групп, включая людей с ограниченными возможностями, в культурные процессы. Это касается как физической доступности учреждений (пандусы, адаптированные программы), так и создания культурных программ для разных возрастных и социальных групп.

Образовательные и просветительские программы: современные культурные учреждения активно работают не только в области искусств, но и в сфере образования. Проведение мастер-классов, лекций, культурных событий помогает привлекать новые аудитории и развивать интерес к искусству.

Глобализация и локальные особенности: в условиях глобализации культурные учреждения сталкиваются с необходимостью учитывать как мировые тренды, так и особенности местной культуры. Это может проявляться в выборе программ, организации выставок, взаимодействии с международными партнерами.

Коммерциализация и устойчивость: в последние годы учреждения культуры сталкиваются с необходимостью обеспечивать финансовую устойчивость. Это может быть достигнуто через поиск дополнительных источников доходов, таких как спонсорская поддержка, продажи билетов, благотворительные акции, а также через сотрудничество с частным сектором.

Социальная роль и гражданская позиция: современные культурные учреждения часто принимают активное участие в социальных и политических процессах. Они могут служить платформой для обсуждения актуальных проблем общества, проведения акций, направленных на изменение общественного сознания. Учреждения культуры должны сочетать инновации, уважения к традициям и социальную ответственность.

Механизм привлечения аудитории через социальные сети включают использование различных форматов контента, таких как видеоролики, прямые трансляции, интерактивные опросы и конкурсы, которые способствуют не только информированию, но и активному вовлечению аудитории. Кроме того, социальные сети позволяют учреждениям оперативно реагировать на запросы пользователей, анализировать их предпочтения и выстраивать персонализированное взаимодействие. Социальные сети являются не только инструментом продвижения, но и полноценной площадкой для взаимодействия с аудиторией. С их помощью учреждения культуры могут:

- Повышать узнаваемость бренда и формировать имидж.
 - Расширять географический охват аудитории.
 - Привлекать новых посетителей и поддерживать интерес постоянных.
 - Оперативно информировать о мероприятиях, акциях и проектах.
- Ключевые механизмы привлечения аудитории.

➤ Создание качественного контента: учреждения культуры активно используют разнообразные форматы контента – от публикаций с яркими визуальными материалами до видеороликов и прямых трансляций. Это позволяет удерживать внимание и вовлекать аудиторию.

➤ Интерактивность: запуск конкурсов, челленджей, опросов, викторин способствует активному участию подписчиков. Например, квесты по музейным коллекциям или голосования за будущее выставки стимулируют интерес пользователей.

➤ Истории и закулисная жизнь: публикация «закадровых» материалов о работе учреждения, рассказ о сотрудниках или процессах

подготовки мероприятий помогает создать ощущение близости и вовлечения.

➤ Прямые трансляции и онлайн – мероприятия: проведение онлайн – экскурсий, лекций, мастер – классов позволяет привлечь аудиторию, которая не имеет возможности лично посетить учреждение.

Популярные форматы и их особенности:

- Instagram – упор на визуальный контент: афиши, фотопроекты, видео и сторис. Отлично подходит для поддержания выставок, концертов и других событий.
- Facebook – удобен для информирования о мероприятиях и создания событий.
- ВКонтакте – платформа для общения с широкой аудиторией, проведения опросов и анонсирования событий.
- TikTok – актуален для молодежной аудитории, благодаря коротким, креативным и легким видеороликам.
- YouTube – платформа для размещения образовательного контента, экскурсий, документальных фильмов о культуре.

Для измерения результативности использования социальных сетей учреждения культуры могут применять такие метрики, как охват публикаций и рост числа подписчиков, уровень вовлеченности (лайки, комментарии, репосты), посещаемость мероприятий, продвигаемых через социальные сети, данные опросов об источниках информации аудитории. Примеры успешных практик, проведение привязанных к музейным коллекциям или историческим событиям; видеоролики, демонстрирующие уникальность учреждения культуры; коллаборации с блогерами и инфлюенсерами для расширения охвата аудитории.

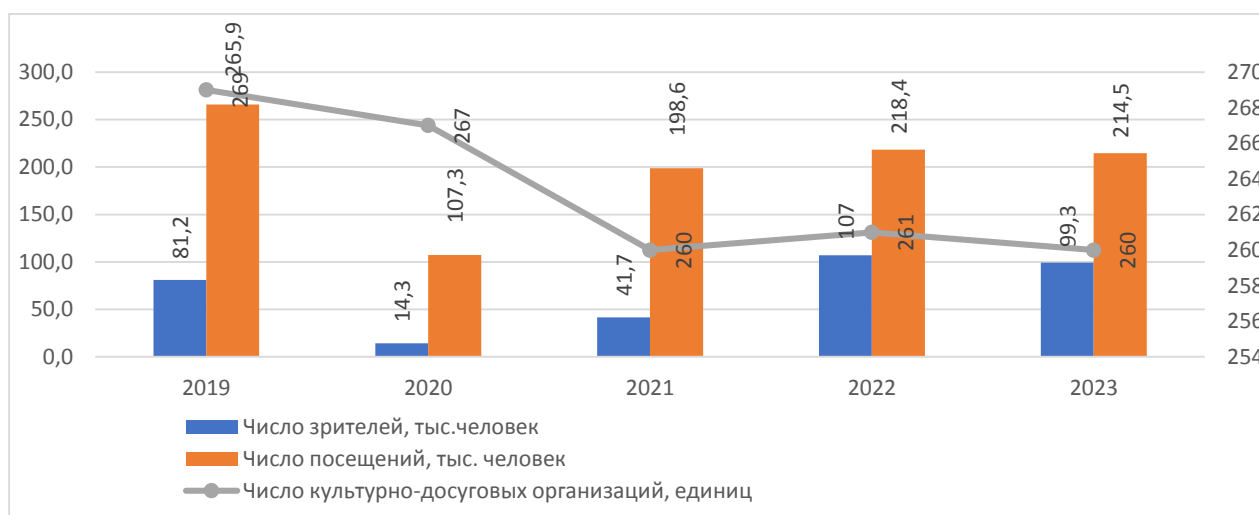


Рисунок -1. Деятельности учреждений культуры

Диаграмма демонстрирует динамику деятельности учреждений культуры с 2019 по 2023 год. Сильное падение посещаемости в 2020 году – заметное снижение числа зрителей (до 14,3 тыс.) и посетителей (до 107,3 тыс.), связано с пандемией COVID-19 и ограничениями.

Постепенное восстановление после 2020 года – начиная с 2021 года, показатели начали расти, хотя уровень 2019 года ещё не был достигнут к 2023 году. Число культурно-досуговых организаций остаётся стабильным – незначительные колебания (от 260 до 269 единиц) указывают, что количество таких учреждений почти не изменилось, несмотря на кризисы.

В 2023 году восстановление продолжается, но число зрителей и посещений всё ещё ниже уровня 2019 года. Таким образом, диаграмма иллюстрирует влияние пандемии на сферу культуры и постепенное восстановление после неё.

Социальные сети сыграли значительную роль в восстановлении культурной деятельности после спада, вызванного пандемией. Стали важным инструментом восстановления культурной деятельности, позволив достичь более широкой аудитории, внедрить новые форматы и адаптироваться к современным условиям. В результате их использования посещаемость культурных мероприятий постепенно восстановилась, даже если пока не достигла уровня 2019 года.

Несмотря на потенциал социальных сетей, существуют проблемы, такие как конкуренция за внимание пользователей, необходимость регулярного создания качественного контента и профессионального ведения аккаунтов. Разрабатывать стратегию присутствия в социальных сетях с учетом целевой аудитории. Регулярно обновлять контент, ориентируясь на современные тренды. Использовать рекламу в социальных сетях для привлечения новой аудитории. Внедрять инструменты анализа для оптимизации и повышения работы. Эти механизмы и подходы позволяют учреждениям культуры адаптироваться к современным условиям и успешно взаимодействовать с аудиторией в цифровом пространстве.

В современных условиях социальные сети стали важнейшим инструментом для учреждений культуры, обеспечивая широкий охват аудитории, доступ к новым целевым группам и возможность выстраивать интерактивное взаимодействие. Однако их успешное использование требует продуманного подхода, профессионального управления контентом и учета современных цифровых тенденций.

Социальные сети способствуют повышению посещаемости мероприятий и укреплению имиджа учреждения:

- Эффективность работы в социальных сетях зависит от регулярности обновления контента, его качества и способности вовлекать аудиторию. Отсутствие профессионального подхода может снизить результативность продвижения.

- Разработка стратегии присутствия. Учреждениям культуры следует разработать долгосрочную стратегию работы в социальных сетях, определив ключевые цели, целевую аудиторию и платформы для продвижения:

- Создание качественного контента. Необходимо уделять внимание разработке уникального, креативного и визуально привлекательного контента, который будет интересен аудитории. Использование современных форматов (видео, сторис, live-трансляции) станет важным фактором успеха.

- Обучение сотрудников. Для эффективной работы необходимо привлекать специалистов или организовывать обучение сотрудников основам SMM, работе с аналитическими инструментами и созданию контента.

- Внедрение систем аналитики. Использование метрик (охват, вовлеченность, переходы по ссылкам) позволит учреждениям оценивать эффективность работы в социальных сетях и вносить необходимые корректировки.

- Активное взаимодействие с аудиторией. Установление обратной связи, проведение конкурсов, опросов и других активностей, ориентированных на вовлечение подписчиков, способствует формированию лояльности.

- Коллаборации и партнерства. Сотрудничество с популярными блогерами, местными сообществами и другими учреждениями культуры поможет привлечь новую аудиторию и укрепить позицию в медиапространстве.

- Продвижение с использованием рекламы. Использование таргетированной рекламы в социальных сетях позволит эффективно привлекать аудиторию на мероприятия и увеличивать охват публикаций.

Данные рекомендации помогут учреждениям культуры эффективно использовать социальные сети для привлечения аудитории, улучшения имиджа и достижения стратегических целей в условиях современных вызовов.

1. <https://stat.gov.kz/ru/industries/socialstatistics/statculture/publications/6115/> (20.02.2025 г)
2. Концепция культурной политики Республики Казахстан на 2023 – 2029 годы, <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000250> (19.02.2025 г)