

ru/journal/articles/130524/. ЭБС «IPRbooks». (дата обращения: 15.03.2023).

2. Федеральный закон "«О молодежной политике в Российской Федерации»" от 30.12.2020 № 489 // Официальный интернет-портал правовой информации. - 2020 г. - № 5. - Ст. 15 (дата обращения: 15.03.2023).

3. Деревянченко А.А., Ананьева А.А. Проблемы формирования экологической культуры студенческой молодежи современной России // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2019. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-ekologicheskoy-kultury-studencheskoy-molodezhi-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 19.03.2023).

4. Проблема формирования экологической культуры населения [Электронный ресурс] // studbooks.net URL: https://studbooks.net/1239000/ekologiya/tsel_zadachi_formirovaniya_ekologicheskoy_kultury (дата обращения: 19.03.2023).

УДК 316.776.32.

Кочеткова Александра Евгеньевна

Сташкина Дарья Вадимовна

*студенты кафедры Культурологии и дизайна УГИ
Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург
Научный руководитель: Бочкарёва Е. С.*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ КУЛЬТУРНЫХ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Кочеткова А. Е., Сташкина Д. В.

Аннотация. Сегодня развитие культуры происходит очень стремительно и динамично. С помощью медиа пространств и социальных сетей можно легко распространять информацию о тех или иных событиях. Учреждения культуры используют социальные сети как площадку для привлечения целевой аудитории, где можно отследить заинтересованность людей из разных возрастных групп в определенном виде культурных и образовательных мероприятий. Благодаря этому каждая организация-исполнитель имеет возможность получить обратную связь от участников мероприятия. В информационном обществе социальные сети демонстрируют свою надежность в качестве канала продвижения, а также источником полезной информации для своих пользователей.

Ключевые слова: культурные события, образовательные мероприятия, социальные сети, продвижение

Kochetkova A. E.

Stashkina D. V.

Scientific supervisor:

Bochkareva E. S.

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg

SOCIAL NETWORKS AS A TOOL FOR POPULARIZATION OF CULTURAL AND EDUCATIONAL PROJECTS

Abstract: Today the development of culture is very rapid and dynamic. Media spaces and social networks can easily disseminate information about various events. Cultural institutions use social networks as a platform to attract a target

audience and to track the interest of people from different age groups in a certain type of cultural and educational activities. In this way, each implementing organization has the opportunity to receive feedback from the participants of the event. In the information society, social networks demonstrate their reliability as a channel of promotion as well as a source of useful information for their users.

Keywords: Cultural events, educational activities, social networks, promotion

Интернет играет важную роль в развитии современной культуры: он является мощной информационной площадкой, на которой в режиме реального времени можно найти все необходимые сведения, в том числе и о грядущих событиях, происходящих в городской среде. И развитие этой площадки продолжается, происходит совершенствование системы. С каждым годом популярность социальных сетей возрастает среди всех категорий населения, вне зависимости от возраста и социального положения. Соответственно, культурные и образовательные события становятся известны и доступны через социальные сети всё большему кругу людей.

Освещение в социальных сетях культурно-образовательных мероприятий и площадок позволяет привлечь к участию в событиях новых потребителей, ориентированных на конкретные темы и направления. Еще одно ключевое преимущество социальных сетей, как канала распространения информации о культурно-образовательных и просветительских ивентах, заключается в том, что эти Интернет-ресурсы являются не только транслятором информации, но и ее аккумулятором: они позволяют получить обратную связь от участников мероприятий, отследить уровень проведения и качества события,

Кочеткова А. Е., Сташкина Д. В.

получить информацию, которая позволит совершенствоваться, учитывая пожелания и критику представителей целевой аудитории. Чаще всего обратная связь реализуется посредством метода анкетирования или с помощью анализа опубликованных в сетях отзывов. В перспективе это поможет повысить уровень организации мероприятий или изменить информационные и справочные данные по определённой теме.

Ежегодно растёт посещаемость различных выставок, культурных событий, образовательных площадок и разных общественных мероприятий по всему миру. Особенно это актуально для крупных городов, в том числе российских. Например, исследование, которое провели специалисты Высшей Школы Экономики среди городов России на определение культурного капитала, показало, что Екатеринбург вошел в десятку самых культурных городов, опередив Санкт-Петербург.

В наше время, когда современный человек перегружен информацией и внешними стимулами, важным инструментом привлечения его внимания, и формирования отношения является впечатление. Именно поэтому в наше время так востребованы мероприятия, события, которые позволяют вовлечь участника в эмоции, впечатления, и тем самым расположить его к себе, сформировать привязанность, лояльность к компании, продукту. Этот принцип верен и для образовательной среды: в процессе обучения, освоения новых навыков большую роль играет впечатление, положительные эмоции, вовлеченность аудитории.

Современные цифровые технологии позволяют сделать процесс обучения насыщенным, эффективным и популярным. Часто эффективным методом решения образовательных задач являются культурные ивенты. Одними

из наиболее востребованных видов мероприятий, наряду с концертами, выставочными проектами, семинарами и конференциями, являются образовательные проекты в культуре.

Существует целый ряд федеральных образовательных проектов, цель которых – познакомить молодежь с духовными, нравственными и культурными ценностями народов России, с российской историей, получить дополнительную информацию по предметам, изучаемым в школьной программе. Так в 2021 г. в рамках национального проекта "Культура" федерального проекта "Творческие люди" было реализовано 72 программы в 30 регионах РФ. А 2022 г. был посвящен культурному наследию народов России с целью распространения народного творчества и сохранения культурных традиций, исторических и культурных памятников. Если обратиться к негосударственной инициативе внедрения образовательных просветительских проектов, то нужно упомянуть «Арзамас». В его основе лежат курсы или «гуманитарные сериалы» на разные темы. Еще один проект, основанный в 2012 г., "Открытая библиотека", которая сегодня проводит фестивали, дискуссии, серии диалогов и другие мероприятия, участие в которых принимают лучшие русскоязычные спикеры. В том же году был основан проект "Открытая лекция" Катерины Гордеевой, цель которого – доступность широкой публике знаний, памяти и культурного опыта тех, без кого наша история была бы совершенно иной.

Еще одним способом привлечь внимание к образовательному контенту являются премии. Например, «Просветитель», основанная в 2008 г., которая реализует большую библиотечную программу. Ежегодно в 125 библиотек регионов России, кроме Москвы и Санкт-Пе-

тербурга, отправляются книги лауреатов и финалистов Премии. Кроме того, в течение года проводятся лекции с финалистами и лауреатами Премии, а с 2011 г. – онлайн трансляции с участием шорт-листеров и читателей региональных библиотек. Значимой является и премия "Гражданская инициатива". В ее задачи входит поиск новых лиц современного гражданского общества России, неизвестных героев нашего времени, которые уже проявили себя в своем городе, районе, области, республике. Есть и более масштабные просветительские, образовательные проекты и события, например, Форум молодых писателей России, стран СНГ и зарубежья, который проводится с 2001 г. в Подмосковье. Его цель – открытие новых имен в литературе и продвижение их произведений к читателю; консолидация молодых литераторов, создание условий для их общения.

Основная проблема проведения культурно-образовательных мероприятий – неосведомленность целевой аудитории. Многие потенциальные участники просто не знают, что проводится что-то интересное. И решить эту проблему помогают социальные сети. Сегодня наиболее популярными являются ВКонтакте и Telegram.

«ВКонтакте – универсальное средство для общения и поиска друзей и одноклассников, которым ежедневно пользуются десятки миллионов человек» [4]. «Telegram – кроссплатформенная система мгновенного обмена сообщениями с функциями обмена текстовыми, голосовыми и видео сообщениями, стикерами и фотографиями, файлами многих форматов» [5]. В прогрессивном информационном обществе многие люди разных возрастов присоединяются к социальным сетям не только для того, чтобы пообщаться, но и почитать актуальные новости или полезные статьи. Такие платформы трансформиру-

ют обычную систему мессенджеров во что-то большее, преобразуя новый источник информации в интернете.

Например, с весны 2022 г. почти все культурные учреждения г. Екатеринбурга перешли в «Телеграмм» и «ВКонтакте» и теперь активно распространяют, и продвигают местные мероприятия на этих платформах. Музей истории Екатеринбурга в «Телеграмме» публикует не только анонсы своих мероприятий, но и интересные исторические заметки. А Свердловский областной краеведческий музей устраивает интерактив в своём Телеграмм канале, где тесно взаимодействует с аудиторией и показывает интересные факты из истории Свердловской области и Екатеринбурга. Каждый день выкладываются новые публикации со свежими афишами, как бы намекая, чем заняться в выходные или свободный вечер. Краеведческому музею очень умело удается завлечь аудиторию благодаря познавательным интерактивам и опросам. Художественный музей изобразительных искусств делится со своими читателями обзором на предстоящие мероприятия, а также отчетами о прошедших творческих и образовательных событиях. Театр юного зрителя делает удобную еженедельную подборку своих текущих спектаклей в группе «ВКонтакте», показывает актуальные афиши и видео архивных постановок. Как раз-таки такой формат может стать вовлекающим для новых посетителей, в особенности юных ребят. Особой популярностью в Екатеринбурге пользуется Свердловский театр музыкальной комедии, который также активно ведет группу практически каждый день, выкладывая афиши и фотоотчет с выступлений. Такой тип контента привлекает читателя и располагает его к себе. Приоткрывая информационное за кулисы, читатель может погрузиться в креативный и познавательный мир Екатеринбурга.

Итак, с помощью информирования в социальных сетях можно отслеживать актуальные события. То есть культурная среда становится доступней для широкой аудитории, повышается спрос и посещаемость образовательных и культурных мероприятий. Эффективным инструментом увеличения охвата аудитории является подключение уведомлений от Телеграмм и ВКонтакте: в этом случае пользователь ничего не пропустит, и всегда будет в курсе актуальных новостей.

Помимо привлечения новой аудитории, можно выстроить систему оценивания культурно-образовательных мероприятий: отслеживать мнения участников с помощью отзывов и опросов посетителей в социальных сетях. Или проводить открытые, либо анонимные опросы на странице сообществ во ВКонтакте, а в Телеграмм – посредством публикации нового поста, который может собрать реакции или комментарии с оценкой проведенного мероприятия.

Сегодня активное развитие мессенджеров и социальных сетей способствует изменению традиционных сфер коммуникаций. Интернет стал главной площадкой без барьерного общения людей, которые могут находиться на расстоянии многих тысяч километров друг от друга. Раньше главным препятствием для общения были расстояние и время. Социальные сети стали наиболее универсальным и удобным инструментом общения и самыми популярными сервисами, удерживающими внимание большей части активной интернет-аудитории. Для образовательного учреждения подобные сервисы – это мощный инструмент организации взаимодействия людей. Социальные сети стирают границу между пользователем и культурными событиями и создают благоприятную среду для сотрудничества и продвижения мероприятий.

Библиографический список

1. Бум на культурные телеграмм-каналы: кто их ведет и для чего Объединение [Электронный ресурс] // Объединение. URL: <https://obdn.ru/articles/bum-na-kulturnye-telegram-kanaly-kto-ih-vedet-i-dlya-chego>
2. Иванов А.Д. Чат-бот в Telegram и ВКонтакте как новый канал распространения новостей [Электронный ресурс] // Cyberleninka. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chat-bot-v-telegram-i-vkontakte-kak-novyy-kanal-rasprostraneniya-novostey>
3. Социальные сети как основа современной культуры [Электронный ресурс] // Проекты. URL: <http://iteach.vspu.ru/07-2019/19581/>
4. Добро пожаловать | ВКонтакте [Электронный ресурс] // VK. URL: <https://vk.com/index.php>
5. Telegram [Электронный ресурс] // Wikipedia. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Telegram>
6. Культурный «Телеграм» [Электронный ресурс] // Культура Екатеринбург РФ. URL: https://культура.екатеринбург.рф/common_content/item/city_post/1796

УДК 504.06

Медведевских Елизавета Сергеевна

*студентка кафедры Культурологии и дизайна УГИ
Уральский федеральный университет им. первого
Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург*

e-mail: medvedevskih.liza@yandex.ru

*Научный руководитель: Булатова Анастасия
Васильевна*

Медведевских Е. С.