



КАЧАНОВА ЕЛЕНА ЮРЬЕВНА,
СУВОРОВА АЛИНА СЕРГЕЕВНА

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ СОВРЕМЕННОГО ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО СЕЛА КАК ПРИОРИТЕТНАЯ ЗАДАЧА МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ: ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье анализируются состояние и проблемы развития культурной среды сельских поселений на примере Бурейского муниципального округа Амурской области. Приводятся результаты исследования, позволяющего актуализировать ключевые проблемы, а также сформулировать общие рекомендации по совершенствованию организации досуга местных жителей на основе методов маркетинга.

Ключевые слова: село, культура, организация досуга сельских жителей, маркетинг в сфере культуры.

Keywords: village, culture, organisation of leisure activities for rural residents, marketing in the cultural sphere.

Во всём мире степень развитости социально-культурной среды рассматривается как критерий развития экономики территорий. Если социально-культурная среда в населённом пункте для его жителей насыщена и разнообразна, если создана необходимая инфраструктура и комфортные условия для организации свободного времени, досуга и личностного роста различных категорий населения, то и территория воспринимается более привлекательной для жизни, и здесь формируются все необходимые факторы для закрепления местного населения и притока новых жителей.

Эти вопросы имеют особую актуальность для всех территорий Дальнего Востока. По данным Росстата, население Дальневосточного федерального округа (ДФО) за последние годы сократилось на четверть и продолжает сокращаться, несмотря на значительные экономические показатели развития, обилие программ и льгот, направленных на привлечение людей на Дальний Восток.

Так, по данным открытых источников, численность населения региона на 1 января 2024 года снизилась на 30,8 тысячи человек — до 7,87 миллиона жителей, в сравнении с показателем на аналогичную дату прошлого года.

Основными причинами этого процесса называются следующие: высокая стоимость жизни; суровые климатические условия; неразвитая инфраструктура, в том числе ограниченный доступ к качественному образованию, культурным мероприятиям и возможностям для саморазвития, отсутствие перспектив карьерного роста [3].

Эти тенденции характерны для всех территорий, исключением называют лишь три субъекта: Республику Саха (Якутия), Камчатский край и Чукотский автономный округ, где наметился незначительный рост населения, но вопросы развития культурной среды также остаются в проблемном поле.

Указанная тенденция в условиях масштабных общественных изменений приводит к неустойчивому социальному

состоянию, особенно в сельской местности, где качество жизни значительно ниже, чем в городах, сокращается число учреждений культуры и характерен более скудный общий социокультурный уровень.

Социально-культурная среда формируется в процессе осуществления социально-культурной деятельности. Это понятие требует уточнения и обращения к работам исследователей.

Для характеристики сущности этой деятельности мы воспользовались определениями, представленными в работах С. В. Богдан, И. В. Воробьёвой, К. И. Вайсера, Ю. А. Стрельцова и В. И. Хоменко.

Так, С. В. Богдан рассматривает социально-культурную деятельность как работу субъектов, осуществляемую в свободное время в условия открытого, поликультурного пространства на основе самостоятельного выбора культурно-смыслового содержания, форм и векторов развития данной деятельности [7, с. 7].

И. В. Воробьёва дополняет понятие социально-культурной деятельности, подчёркивая, что это комплекс мероприятий по созданию и распространению культурных ценностей, формированию у людей определённого мировоззрения, удовлетворению культурных потребностей, развитию творческих способностей и созданию комфортной социальной среды [8, с. 28].

К. И. Вайсера и В. И. Хоменко подчёркивают, что благодаря этой деятельности осуществляется процесс приобщения человека к культуре, активное включение в него самого человека, создание условий для того, чтобы культура стала основой социального взаимодействия [2, с. 71].

По мнению Ю. А. Стрельцова, социально-культурная деятельность базируется на повседневном общении людей, вносит важный и практически незаменимый вклад в процесс индивидуальной жизнедеятельности каждого человека [9, с. 115].

Таким образом, социально-культурная деятельность в результате своего развития формирует социально-культурную среду территории как значимое пространство жизнедеятельности людей, проживающих на одной территории, в которой осуществляется процесс формирования личности, её развитие и саморазвитие во взаимодействии с другими людьми, природными, предметными факторами, культурными ценностями данной территории.

В то же время социально-культурная среда — это сложная структура общественных, материальных и духовных условий, в которых осуществляется социализация и самореализация личности, происходит объединение людей, выявление их природных способностей и талантов. Эта среда нуждается в организации социально-культурной деятельности и предполагает создание комфортных условий,

Динамика численности населения регионов ДФО с 01.01.2023 по 01.01.2024, тыс. чел.

	Снижение	Увеличение	Численность населения
ДФО	30,8		7,873
ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	12,5		1,807
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	8,0		984,3
ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	4,8		1,281
АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	4,6		751,5
РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ	1,3		971,8
САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,2		458
ЕВРЕЙСКАЯ АО	1,6		146,6
МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,996		133,3
РЕСПУБЛИКА САХА (ЯКУТИЯ)		6,4	1,004
КАМЧАТСКИЙ КРАЙ		0,421	289,1
ЧУКОТСКИЙ АО		0,176	48,19



необходимых для социального и культурного взаимодействия граждан, проживающих в одной местности, включает наличие необходимого пространства, помещений, оборудования, компетентных специалистов и применение ими широкого спектра различных видов социально значимых мероприятий по созданию, изучению, сохранению и передаче культурных ценностей. Как часть социальной среды, она обеспечивает функционирование культуры с позиций нормативно-ценностной системы общества, а также реализацию её просветительной, творческой, художественной, коммуникативной, информационной и иных функций.

Понятие «социально-культурная среда» охватывает совокупность субъектов — работников культуры, средств массовой коммуникации, образования, непосредственно участвующих в выработке и трансляции ценностей и моделей поведения для различных слоёв населения. Она включает традиционные культурные институты (дома и дворцы культуры, музеи, библиотеки) и так называемые неформальные культурные инициативы (землячества, советы, общественные организации и пр.), различные формы творческого досуга жителей территории.

Социально-культурную среду любых поселений дополняют архитектура зданий и общественных пространств, местные традиции, жизнь и деятельность местных деятелей культуры, реализуемые на территории проекты, то есть весь комплекс творческой энергии, которая генерируется и потребляется на одной, конкретно взятой территории.

Качество социально-культурной среды территории во многом зависит от деятельности учреждений культуры, особенно в условиях сельской местности. Именно активность и профессионализм сотрудников учреждений культуры, их вовлечённость в развитие культурных традиций своего поселения являются главными факторами развития культурной среды.

Основная цель организации социально-культурной деятельности в сельской местности заключается в том, чтобы предоставить жителям возможность насытить свою жизнь интересными и полезными занятиями, улучшить качество жизни и укрепить социальные связи в сообществе. Эта цель характерна для сферы культуры любой территории нашей страны любого её субъекта, в том числе и нашего Дальнего Востока, каждого его уголка и поселения.

Целью данной статьи является рассмотрение особенностей формирования культурной среды в условиях сельских территорий Дальнего Востока на примере Бурейского муниципального округа Амурской области, способов её развития на основе применения методов маркетинга.

Маркетинг в сфере культуры как теория и технология управления современным учреждением культуры нацелен на развитие этих учреждений как социально значимых ор-

ганизаций территории, повышение их привлекательности для различных категорий населения. Использование маркетинговых технологий в сфере культуры организациями, осуществляющими социокультурную деятельность, позволяет привести в соответствие деятельность по предложению культурных услуг с потребностями жителей и задачами культурной политики государства, получить максимальный социальный эффект для общества в целом и отдельных групп населения. Статья написана по материалам исследования, выполненного студенткой очной формы обучения (уровень бакалавриата) Хабаровского государственного института культуры Алиной Суворовой (год набора — 2024), обучающейся по направлению подготовки «Социально-культурная деятельность», профиль подготовки — «Менеджмент социально-культурной деятельности», в рамках курсовой работы по дисциплине «Маркетинг социально-культурной деятельности». Материалы данного исследования позволяют представить не только сложившуюся ситуацию в указанном регионе Приамурья, но и показать возможности нашего института по подготовке управленческих кадров для сферы культуры Дальнего Востока.

Для оценки социально-культурной среды, характерной для названной территории, и определения организационно-управленческих условий, направленных на её развитие, студенткой А. С. Суворовой было выполнено маркетинговое исследование.

Маркетинговое исследование применяется для сбора и анализа информации, необходимой и достаточной для сокращения степени неопределённости управленческих решений. Данная работа проводилась на основе комплекса исследовательских методов, таких как: содержательный анализ опубликованных источников по теме исследования, ситуационный анализ, статистический анализ и контент-анализ отчётно-плановой документации учреждения, наблюдение, опрос посетителей учреждений культуры на основе анкетирования.

В результате исследования были изучены тенденции развития сельских учреждений культуры в Российской Федерации в соответствии с требованиями стратегии развития сферы культуры государства на период до 2030 года, теоретические и методические требования к деятельности учреждений культуры, согласно маркетинговой методологии, изучен опыт деятельности сельских учреждений России, рассмотрена локальная ситуация в условиях Бурейского муниципального округа и разработаны рекомендации.

Базой локального исследования стало МБУК «Централизованная клубная система Бурейского муниципального округа» Амурской области.

Внешние условия и внутренние возможности учреждения изучались на основе ситуационного анализа. Для этого

привлекались следующие источники: сайты администрации Бурейского муниципального округа, образовательных организаций и учреждений культуры Бурейского муниципального округа, публикации о районе в открытых источниках, документация учреждений культуры.

Представим основные результаты исследования.

Бурейский муниципальный округ расположен на юго-востоке Амурской области. Он граничит на северо-востоке с Хабаровским краем и занимает площадь 7,1 тысячи квадратных километров. К нему относится восьмикилометровый участок левого берега реки Амур выше устья реки Буреи, где проходит российско-китайская государственная граница.

В настоящее время в Бурейском районе существует 18 сельских населённых пунктов и три посёлка городского типа — Новобурейский, Талакан, Бурей, административный центр района — посёлок Новобурейский.

Расстояние от районного центра до Благовещенска составляет 202 километра. Сообщение с населёнными пунктами осуществляется как автобусами, так и по Транссибирской магистрали. По территории округа проложена важная транспортная магистраль — автодорога Чита — Хабаровск, сооружён мост через реку Бурей.

Численность постоянного населения муниципального округа по состоянию на 01.01.2024 составляет 16 566 человек, третья часть населения (6578 человек) проживает в административном центре — посёлке городского типа Новобурейский. В 18 сельских поселениях района проживает 3630 человек, что значительно меньше, чем в трёх посёлках городского типа, где в целом проживает 12 936 человек.

В 2023 году среднегодовая численность Бурейского муниципального округа составляла 16 753 человека. На крупных и средних предприятиях среднесписочная численность работников в 2023 году составила 3847 человек, что ниже уровня 2022 года на 4,02 процента. Названные факты подтверждают характерную для всего ДФО тенденцию снижения численности населения, свидетельствуют об оттоке жителей, несмотря на промышленное развитие территории.

В Бурейском муниципальном округе осуществляет свою деятельность несколько крупных промышленных предприятий. Бурейская ГЭС — крупнейшая гидроэлектростанция на Дальнем Востоке России, расположенная на реке Бурей, возле посёлка городского типа Талакан. Водохранилище ГЭС расположено на территории двух субъектов Российской Федерации — Амурской области и Хабаровского края и является верхней ступенью Бурейского каскада ГЭС. Мощность электростанции составляет 2010 МВт, со среднегодовой выработкой 7,1 млрд кВт/ч.

Другим важнейшим учреждением района является Нижне-Бурейская ГЭС — это вторая ступень Бурейского гидроэнергетического комплекса, крупнейшего объекта

электроэнергетики на Дальнем Востоке. Станция неразрывно связана с расположенной выше Бурейской ГЭС. Нижне-Бурейская ГЭС является её контррегулятором — она выравнивает неравномерные в течение суток сбросы воды Бурейской ГЭС, позволяя ей работать без ограничений.

Заготовкой и переработкой древесины на территории района занимаются ГАУ Амурской области «Бурейский лесхоз», ООО «Мастер-лес», ООО «ЛПК Лесэнерго», ИП Бугров, ИП Зубарев. В 2023 году произведено деловой древесины 3,283 тысячи плотных кубических метров, пиломатериалов — 589,0 кубического метра.

Особое место в структуре промышленных предприятий района занимает ООО «ВКМ Бурей», которое реализует инвестиционный проект «Организация вагоноколёсной мастерской и ремонта инновационных вагонов увеличенной грузоподъёмности и прочего подвижного состава» [1].

Необходимым элементом инфраструктуры Бурейского муниципального округа являются предприятия торговли. По данным нашего исследования, на 01.01.2024 в районе было расположено 224 предприятия розничной торговли, в том числе 80 предприятий продовольственных товаров, 110 не-продовольственных товаров, 34 смешанного типа товаров.

Весомый вклад в насыщение рынка округа сельскохозяйственной продукцией вносят личные подворья населения. В личных хозяйствах производится около 3,5 тысячи тонн молока, более 500 тонн мяса, около 5 тысяч тонн картофеля, более 800 тонн овощей.

Для населения района представляет свои услуги сеть предприятий общественного питания, объединяющая 49 объектов, в том числе 8 кафе, 4 бара, 21 столовая (3 рабочих, 3 столовых закрытого типа, из них 15 школьных), 6 закусочных, 5 предприятий быстрого обслуживания, 2 буфета, 3 магазина кулинарии.

Образовательные учреждения района имеют крепкие традиции воспитания подрастающего поколения и развития ценностных ориентаций молодёжи. В районе осуществляют образовательную деятельность 11 общеобразовательных школ. В посёлке Новобурейском их три: две общеобразовательные и одна коррекционная. Системная работа школ предусматривает создание комфортных условий для развития индивидуальных особенностей детей и их потребностей к самореализации в соответствии с талантами и желаниями каждого.

Примечательно, что только в МОБУ «Новобурейская средняя общеобразовательная школа № 3» существует 11 клубных объединений. Эти детские творческие объединения активно участвуют в формировании культурной среды для юных жителей района. Их деятельность многогранна и осуществляется по важным направлениям. Приоритетными же являются следующие: гражданско-патриотическое («Юнармия — мы в движении», «Большая перемена»),

художественно-эстетическое («Альтернатива», ритм-группа «Озорные дети», вокальная группа «Талантики»), интеллектуально-познавательное («Лига вожатых») и спортивно-оздоровительное («Давай дружить, дорога!», «Юный спасатель», «Я умею плавать», «Безопасное детство», «Шахматная азбука») [6].

В формировании культурной среды района активно участвуют учреждения дополнительного образования, среди них — МАУ ДОД ЦВР. Это место, где дети могут найти себе хобби по душе. В этом учреждении открыто 39 детских клубных формирований. Основными направлениями деятельности являются художественно-эстетическое (30,7%), интеллектуально-познавательное (30,7%) спортивно-оздоровительное (23%), компьютерно-техническое (12,8%) и гражданско-патриотическое (2,8%) воспитание детей и юношества [4].

Сфера культуры района представлена библиотечно-информационными и культурно-досуговыми учреждениями.

В районе осуществляет свою деятельность Окружная Бурейская библиотечная система с центральной библиотекой в посёлке Новобурейском. Это модельная библиотека нового поколения, в ней для детей и взрослого населения созданы все условия для развития и комфортного проведения свободного времени. Центральная библиотека тесно сотрудничает со школами и проводит мероприятия в инновационном классе «Точка роста» в МОБУ «Новобурейская средняя общеобразовательная школа № 3» [6].

Среди учреждений культуры центральное место принадлежит МБУК «Централизованная клубная система Бурейского муниципального округа» [5]. В настоящее время это учреждение является для населения округа территорией общения и досуга, способствующей раскрытию творческих способностей, воспитанию и просвещению подрастающего поколения. Учреждение объединяет 11 культурно-досуговых структурных подразделений, в них создана 91 единица клубов и объединений по интересам, в которых занимается 1423 человека.

Дом культуры посёлка городского типа Новобурейский — главное структурное подразделение этого учреждения, имеет богатую историю (ведёт свою историю с 1958 года).

Развитие самодеятельного художественного творчества — основное направление деятельности учреждения. Оно представлено различными жанрами: хоровым, фольклорным, музыкальным, изобразительным, хореографическим, театральным, декоративно-прикладным видами искусств.

Художественная самодеятельность играет большую роль в деле эстетического воспитания населения, без номеров художественной самодеятельности не обходится ни одно мероприятие. Этим обусловлено то, что специалисты

Дома культуры различными способами пытаются не только сохранить состав участников коллективов художественного творчества, но и привлечь новых. В сравнении с 2022 годом количество клубных формирований увеличилось и возросло число их участников на 393 человека. Достижением является и то, что четыре творческих любительских коллектива подтвердили почётное звание «народный» и «образцовый».

Для обеспечения доступности культурно-досугового обслуживания жителей района учреждение использует разнообразные мобильные формы. С 20 октября 2014 года функционирует структурное подразделение — передвижной центр культуры «Автоклуб». Для него в 2022 году благодаря участию учреждения в национальном проекте «Культура» приобретён специализированный автотранспорт.

Укрепление материально-технической базы рассматривается важнейшим направлением деятельности учреждения. Основными его задачами являются: оснащение современным техническим оборудованием и обеспеченность комфортными помещениями для развития самодеятельного художественного творчества и проведения зрелищных концертных мероприятий.

На сегодняшний день для населения Бурейского муниципального округа в 11 структурных подразделениях учреждения оборудовано 11 зрительных залов на 1310 посадочных мест.

Однако качество помещений многих домов культуры района нуждается в ремонте и переоборудовании, так как материально-технические условия не отвечают минимальным стандартам, разработанным для учреждений культуры Амурской области и округа, и не позволяют предоставлять жителям качественные услуги культуры для всех слоёв населения.

В настоящее время из 11 структурных подразделений учреждения два дома культуры требуют капитального ремонта (п. Новобурейский, п. Буря), ещё два учреждения находятся в приспособленных и аварийных помещениях (в с. Виноградовке — двухкомнатная квартира и в с. Долдыкан — бывший магазин).

Несмотря на проводимую в районе работу для решения данных проблем (в 2023 г. частично выполнены ремонтные работы в п. Талакан: отремонтированы два кабинета, заменены окна, двери, полы, постелен линолеум; в п. Буря произведены работы по ремонту отмостки и укреплению наружной стены), кардинально проблема не решается, требуются строительство новых комфортных зданий, оснащение помещений новым оборудованием.

Анализ материально-технической базы выявил необходимость проведения капитального ремонта, приобретения компьютерной техники, звукоусилительной и звукозаписывающей аппаратуры, светотехнического оборудования,

видеоаппаратуры, музыкальных инструментов, сценических костюмов. Кадровые ресурсы учреждения также нуждаются в развитии.

Персонал учреждений культуры — это категория работников, которым, в силу занимаемой должности, способностей, профессиональных знаний и умений, опыта и компетентности, поручено осуществлять деятельность учреждений культуры и руководство ею. От компетентности сотрудников зависит качество предоставляемых культурных услуг. Всего в Централизованной клубной системе Бурейского муниципального округа по состоянию на 01.01.2024 работает 34 специалиста. Большинство из них являются выпускниками Благовещенского педагогического колледжа и Амурского областного колледжа культуры.

В исследовании представлен контент-анализ планово-отчётной документации Централизованной клубной системы Бурейского муниципального округа за 2023 год. Он позволил составить представление о наиболее распространённых формах проведения мероприятий (видах услуг), направлениях деятельности, а также определить особенности проводимых мероприятий по организации досуга населения района.

При анализе форм проведения мероприятий было установлено, что в структуре культурного предложения наиболее распространены игровые формы организации досуга: викторины, эстафеты, квесты. Они составляют 20% от общего числа представленных форм (видов услуг). В основном игровые программы предназначены для детей от 3 до 14 лет. Различные игры очень нравятся детям. Они не только весело и интересно проводят свой досуг, но и узнают новую информацию. Например, как себя правильно вести на дороге или на реке. В ходе игры дети приобретают навыки общения друг с другом, работе в команде. Так, во время игры «Дружба — это не работа» у ребят формируются нравственные качества: умение дружить, ценить дружбу, а также культура общения. В игровой форме участники клубов знакомятся с различными видами спорта, миром природы и животных, творчеством детских писателей и т. д. В ходе участия в игровой программе «Растения-врачи» ребята совершили настоящее путешествие в мир флоры, рассказывали о своих любимых растениях, читали стихи и загадывали друг другу загадки. Играя, узнавали о жизни растений и их свойствах, местах обитания. Отгадывая загадки о целебных растениях, участники приобрели навыки работы с книгой.

Специалистами домов культуры были организованы насыщенные разнообразными элементами театрализованные игровые программы. Детские утренники были настолько задорные, что даже взрослые не могли удержаться и присоединялись к играм и забавам. Тематика игровых

программ часто связана с календарём событий, народными гуляниями и традициями.

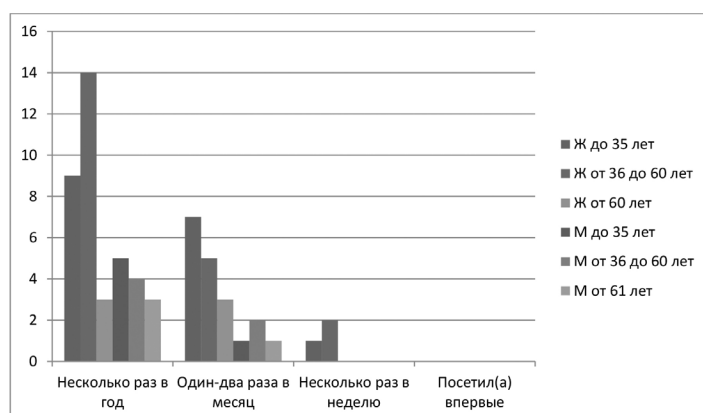
Исследование показало, что для учреждений культуры района вошло в традицию проведение различных тематических акций (10%). Большинство из них посвящено сохранению исторической памяти о событиях Великой Отечественной войны и актуальным социальным проблемам. Примером является акция «Набат войны нам вновь стучит в сердца», когда по всей России зажигаются свечи в ночной тишине в память о всех тех, кто погиб во время Великой Отечественной войны. Это новый формат вовлечения молодёжи в патриотическую деятельность. Доля мероприятий, направленных на формирование патриотического сознания молодёжи, занимает 13,7% из общего числа предоставленных населению культурных услуг.

В результате исследования установлено, что значительная доля услуг учреждения (43,7%) нацелена на организацию свободного времени и творческое развитие (22,5%) молодёжи района. Мероприятия Дома культуры направлены на развитие её творческого потенциала. Так, народный театр современной хореографии «Радость» ежегодно принимает участие в Международном конкурсе детского и юношеского творчества «Хрустальная капелька». Они являются лауреатами региональных дальневосточных конкурсов по современной хореографии «ДальДизель» и «ДальДизель. Дети», а также областного хореографического фестиваля современного танца «Фиеста-2023», областного хореографического конкурса «Юность Амура».

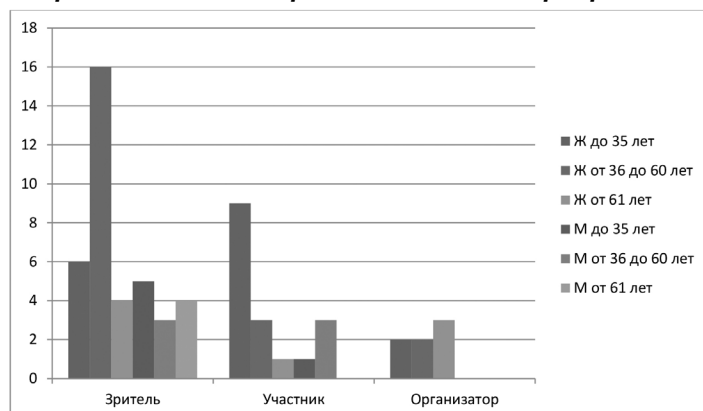
Для оценки удовлетворённости населения качеством предоставляемых культурных услуг был проведён опрос 60 жителей района различных возрастных групп. В результате было установлено, что большинство жителей Новобурейского (68,3%) посещает Дом культуры несколько раз в год, в основном для участия в мероприятиях, посвящённых календарным праздникам (Масленица, День защитника Отечества, 8 Марта и т. д.).

Молодёжная аудитория посещает учреждение часто: один-два раза в месяц. Практически все школьники заняты в каких-либо клубах по интересам или любительских объединениях, которые требуют от них регулярного участия в жизни учреждения культуры, частых творческих выступлений на мероприятиях.

Очевидно, что большинство жителей района рассматривает Дом культуры как место для проведения своего досуга. Больше половины респондентов (63,3%) хотят быть зрителями мероприятий. Но также есть желающие взять на себя роль активного участника творческих событий. Это школьники — члены клубных формирований, у которых есть фантазия, амбиции и желание раскрыть свой творческий потенциал.

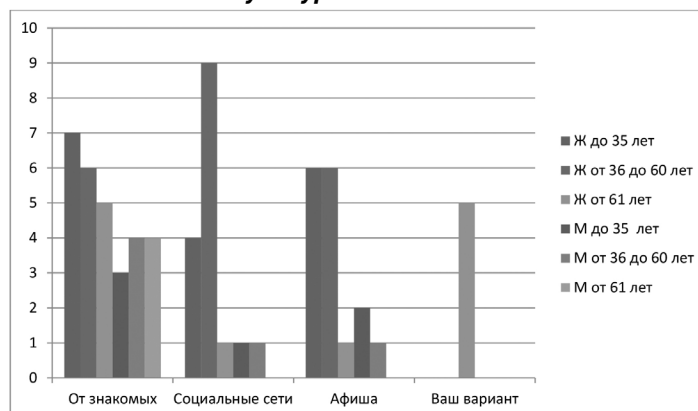
Регулярность посещения Дома культуры

Участие жителей округа в мероприятиях, их вовлечённость в культурную жизнь учреждения во многом зависят от системы маркетинговых коммуникаций Дома культуры. От того, насколько эффективны те каналы и формы продвижения услуг и мероприятий, к которым прибегает для распространения информации о деятельности Дома культуры, зависит востребованность учреждения и эффективность его услуг. В результате исследования установлено, что Дом культуры использует различные формы и каналы продвижения информации своей деятельности.

Предпочтительные роли посещения мероприятий

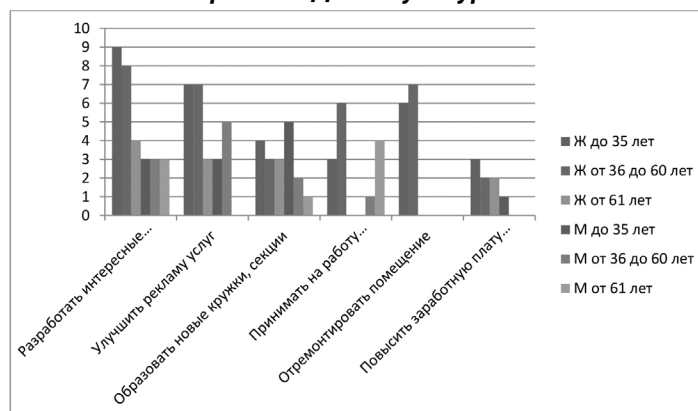
Однако основным источником информации о культурных событиях учреждения культуры для жителей являются сообщения от знакомых, так называемое сарафанное радио (46,6%). Второе место у социальных сетей и афиши в учреждении (26,6%). Это говорит о том, что у Дома культуры нет качественной стратегии продвижения своих услуг. Потенциальные зрители узнают о каких-либо мероприятиях в разговоре с коллегами, друзьями или близкими, что не позволяет им располагать достаточной информацией о деятельности учреждения.

Половина (50%) респондентов отмечают, что увеличение количества новых интересных досуговых мероприятий — наилучший способ совершенствовать работу Дома культуры. Однако мероприятия Дома культуры — это зрелищные празд-

Приоритетные источники информации о культурных событиях

ничные события на тематику календарных праздников (Новый год, Международный женский день, День защитника Отечества и пр.) с одной и той же сценарно-режиссёрской основой.

Жителям посёлка хочется участвовать в новых формах организации мероприятий, более современных и интересных, которые всё ещё не представлены в деятельности учреждения. Также значительная часть респондентов (41,6%) указали на необходимость совершенствования рекламы мероприятий учреждения.

Предпочтительные способы совершенствования работы Дома культуры

В результате исследования были выявлены как положительные, так и отрицательные характеристики деятельности централизованной клубной системы Бурейского муниципального округа.

Одним из проблемных вопросов посетители учреждения называют недостаточную работу учреждения по продвижению своих услуг: сайт и социальные сети клубной системы слабо развиты, нет каталога клубных формирований, а афиши мероприятий имеют не выигрышное визуальное оформление.

К основным проблемам организации социокультурной деятельности в условиях рассмотренной территории можно отнести следующие:

1) недостаточную материально-техническую базу учреждений культуры, не позволяющую создать комфортные

условия для социально-культурного обслуживания всех категорий населения. Эта проблема не может быть решена без привлечения финансовой помощи государства для развития социально-культурной среды, активного развития проектного формата, привлечения средств государства, поддержки некоммерческих фондов и бизнес-структур на основе развития различных форм фандрайзинга;

2) недостаточное применение современных методов управления социально-культурной деятельностью, в том числе программно-целевого планирования, проектного управления, развития ассортиментных стратегий и маркетинговых коммуникаций. Эта проблема может быть связана с необходимостью повышения кадрового потенциала учреждения, привлечением новых сотрудников с профильным высшим образованием.

Для того чтобы решить указанные проблемы, учреждению необходимо использовать современные методы и подходы к организации социокультурной среды территории, создать необходимые условия для развития новых видов культурных услуг, повысить качество социально-культурного обслуживания населения, активно использовать маркетинговые коммуникации.

Возможно, благодаря этим усилиям социально-культурные мероприятия получают большую поддержку населения и своё развитие, что позволит сделать эту территорию более привлекательной для населения, повысить культурную составляющую качества жизни в сельской местности.

Особое внимание следует уделить развитию маркетинговых коммуникаций.

К маркетинговым коммуникациям учреждения культуры относится комплекс мер по продвижению всех его культурных продуктов — услуг и информационной продукции, а также деятельность по популяризации самого учреждения культуры.

В комплекс маркетинговых коммуникаций входят общественные связи учреждения, реклама, разработка стратегии нейминга (присвоение учреждениям культуры запоминающихся названий) и ребрендинга; создание привлекательных культурных пространств (оформление локаций, зон, витрин учреждения); технология поиска средств, повышающих активность населения в использовании услуг учреждения (раздача бесплатных пригласительных билетов, купонов, пресс-релизов и другие коммуникационные и продвиженческие виды деятельности).

К инструментам маркетинговых коммуникаций относятся и установление связей с общественностью, работа со спонсорами, меценатами, развитие социального партнёрства с различными учреждениями территории, использование приёмов медиамаркетинга. Считается, что при организации мероприятий следует учесть некоторые правила, в том числе следующие:

1. Все элементы, составляющие структуру сценарных решений мероприятия, должны быть обоснованы и гармоничны, соответствовать теме, целевой аудитории, быть хорошо продуманы и выстроены.

2. Любые рекламные средства по продвижению мероприятия должны не «оттолкнуть» аудиторию, а нацеливать потенциальных посетителей на его посещение и ещё до начала мероприятия сформировать в сознании населения нужные аргументы в пользу его посещения.

3. Важнейшими составляющими рекламного обращения являются его форма и размер, цветовые и шрифтовые акценты, иллюстрации или рисунки, дающие потенциально возможному участнику установку на посещение, так как 80% всей информации усваивается зрительно.

4. Любое мероприятие требует его отражения на сайте учреждения как до его осуществления (анонсирование события), так и после его проведения (для иллюстрации его итогов и достижений). Важно помнить, что сайт учреждения — это элемент его медиаструктуры. В неё могут входить разные элементы: сайт, виртуальные сообщества, блоги, страницы в социальных сетях. Сайт же является главным элементом медиаструктуры учреждения, его интернет-представительством, которое могут посещать не только пользователи, но и потенциальные партнёры организации, возможные спонсоры мероприятий, люди, которые не зарегистрированы в социальных сетях и хотят также получить нужную им информацию.

Продвижение мероприятия в социальных сетях требует особого внимания и является эффективным каналом рекламы. Значительная часть всех пользователей Интернета зарегистрирована в тех или иных социальных сетях. Поэтому этот канал продвижения становится всё более актуальным по причине роста популярности социальных сетей. Для его развития используются различные инструменты медиамаркетинга (френдинг — в самом простом понимании этого слова — «добавление в друзья» другого пользователя социальной сети, который имеет собственный аккаунт на этом сервисе; инвайтинг — массовое приглашение аудитории в группы / встречи / приложения во «ВКонтакте») и другие инструменты.

Развитие и внедрение новых форм маркетинговых коммуникаций обязательно скажется на посещаемости учреждения культуры, отразится на заинтересованности местного сообщества в творческой жизни Дома культуры.

Дом культуры как главное подразделение Централизованной клубной системы Бурейского муниципального округа — яркое и активное учреждение культуры района, имеющее свои традиции и достижения. Совершенствование его работы на основе развития системности предлагаемых

услуг, целевой ориентации на определённую категорию населения, повышения качества услуг, соответствующего современным стандартам, модернизации помещений и внедрения современной техники и технологий, — всё это только повысит его имидж и качество работы.

Успешная деятельность учреждений культуры по формированию культурой среды — неотъемлемая черта успешно развивающегося общества, фактор, свидетельствующий о привлекательности и стабильности жизни населения на конкретной территории.

Список использованных источников

1. Администрация Бурейского муниципального округа : офиц. сайт. — URL: <https://buradm.amurobl.ru/> (дата обращения: 23.05.2024). — Текст, изображение : электронные.
2. Вайсеров, К. И. Основы социально-культурной деятельности : учебное пособие, для студентов университета, обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», профиль «Управление социально-культурным развитием мегаполиса», квалификация — бакалавр / К. И. Вайсеров, В. И. Хоменко ; Гос. автоном. образоват. учреждение высш. образования, Моск. гор. ун-т упр. Правительства Москвы. — Москва : Моск. гор. ун-т упр. Правительства Москвы, 2016. — 112 с.
3. Лё Ха. Регион теряет население: причины оттока людей с Дальнего Востока / Лё Ха. — Текст : электронный // ЯндексДзен : [блог-платформа]. — URL: <https://dzen.ru/a/ZjyHjOMczhLK2kZX> (дата обращения: 20.04.2025).
4. Муниципальное автономное учреждение дополнительного образования детей центр внешкольной работы : [офиц. сайт]. — URL: <https://vk.com/public211194360> (дата обращения: 20.05.2024). — Текст, изображение : электронные.
5. Муниципальное бюджетное учреждение Централизованная клубная система Бурейского муниципального округа. Клубы по интересам : [офиц. сайт]. — URL: <https://dk-br.ru/> (дата обращения: 23.05.2024). — Текст, изображение : электронные.
6. Муниципальное образовательное бюджетное учреждение Новобурейская средняя общеобразовательная школа № 3 : [официальный сайт]. — URL: <https://bursosh3.obramur.ru/> (дата обращения: 20.05.2024). — Текст, изображение : электронные.
7. Социально-культурная деятельность как феномен педагогики : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / [сост. С. В. Богдан]. — Челябинск : ЧГАКИ, 2013. — 235 с.
8. Социально-культурная деятельность : учеб.-метод. комплекс / [сост. И. В. Воробьёва]. — Минск : ГИУСТ БГУ, 2009. — 106 с.
9. Стрельцов, Ю. А. Педагогика досуга : учеб. пособие для вузов культуры и искусств / Ю. А. Стрельцов, Е. Ю. Стрельцова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : МГУКИ, 2010. — 307 с.

Материал поступил в редакцию 28.04.2025.

Сведения об авторах:

Качанова Елена Юрьевна, заведующий кафедрой библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения Хабаровского государственного института культуры, доктор педагогических наук, профессор (Хабаровск).

Контактные данные: 680045, Хабаровск, ул. Профессора Даниловского, д. 30, кв. 63; тел.: (4212) 72-50-72, 8-914-776-55-96;

Суворова Алина Сергеевна, студентка 2 курса направления подготовки «Социально-культурная деятельность», профиль подготовки «Менеджмент социально-культурной деятельности» Хабаровского государственного института культуры (Хабаровск).