

«УТВЕРЖДАЮ»

Министр культуры

Республики Башкортостан



А.И.Шафикова

2021 года

**Методические рекомендации по проведению
онлайн-мероприятий и методике учета потребителей (участников)
этих услуг на бесплатной основе в условиях угрозы распространения
новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV)**

1. Общие положения

Настоящие рекомендации разработаны с целью оказания методической помощи культурно-досуговым учреждениям Республики Башкортостан (далее - КДУ) по проведению онлайн-мероприятий и по единообразному учету потребителей (участников, зрителей, посетителей) услуг в социальных сетях, на сайтах КДУ.

Рекомендации, представленные в документе по учету потребителей услуг, действуют с 1 ноября 2021 года до особого распоряжения.

2. Основные понятия

В связи со сложной эпидемиологической ситуацией, культурно-досуговые учреждения в своей работе стали больше использовать формат онлайн-мероприятий.

Существуют разные идеи взаимодействия с аудиторией и форматы мероприятий в социальных сетях и на сайтах учреждений культуры и искусства: вебинары, онлайн-мастер-классы, челленджи, онлайн-акции, онлайн-флешмобы, онлайн-конкурсы, онлайн-концерты, виртуальные выставки и т.д.

Онлайн-флешмоб (англ. flash mob (flash - вспышка, мгновение, миг; mob - толпа, сборище) - мгновенная толпа) - заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей выполняет заранее оговорённые однотипные действия (сценарий), проведение онлайн-флешмоба осуществляется через сеть Интернет.

Интернет-флешмобы делают для случайных зрителей, вызывая у них чувства удивления, интереса, восторга и желание присоединиться. В основном в интернет-флешмобе принимают участие с целью «самовыражения» и ощущения сопричастности к общему действию.

Челлендж (англ. challenge - челлендж обычно переводится как «вызов» в контексте словосочетания «бросить вызов») - жанр интернет-роликов, в которых блогер (человек, которые делится контентом) выполняет задание на видеокамеру и размещает его в сети, а затем предлагает повторить это задание своим подписчикам или неограниченному кругу пользователей.

Виртуальная выставка - это публичная демонстрация в сети Интернет с помощью средств веб-технологий виртуальных образов, специально подобранных и систематизированных (фотовыставки, выставки творческих работ, тематические выставки и т.д.). Виртуальная выставка может стать как временной, так и постоянной.

Онлайн - мастер-класс - оригинальный метод обучения и конкретное занятие по совершенствованию практического мастерства, проводимое специалистом в определённой области творческой деятельности (музыки, литературы, актёрского мастерства, ремесла и т.д.) через сеть Интернет. Лучше всего, когда на сайте учреждения культуры или в социальных сетях выложена готовая смонтированная запись мастер-класса и доступная к просмотру в любое время. Не надо терять связь с участниками мастер-классов, необходимо активно и своевременно отвечать на вопросы в комментариях. Главное условие - высокое качество записи.

Вебинар, онлайн-семинар, разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет с возможностью обратной связи в режиме реального времени.

Онлайн-трансляции - передача происходящего (репортаж, мероприятие) в прямом эфире через Интернет. В прямой эфир можно давать интервью с сотрудниками и экспертами вашего учреждения, проводить лекции и мастер-классы. Попробуйте делать прямые эфиры внутри социальных сетей, чтобы дополнительно привлечь ту аудиторию, которая случайно увидела ваш эфир. Не следует путать трансляцию с выложенным в сеть видео – у любой трансляции есть конкретное время начала и конца, когда можно подключиться и посмотреть то, что вы подготовили, например, 28 апреля с 19:00 до 20:30.

Онлайн-викторины - викторины на сайтах и страницах социальных сетей предлагаются в форме тестов, где пользователь выбирает правильный ответ из предложенного списка ответов. Необходима обратная связь или возможность просмотра правильных ответов.

Онлайн-конкурсы - конкурс, действие которого проходит в онлайн-режиме: представление рисунков, фотографий, видеороликов в соответствии с заданными условиями

Подкасты – это аудиопередачи из одного или нескольких выпусков. Большинство подкастов доступны бесплатно, их можно слушать на компьютере или смартфоне. Иногда подкасты ошибочно приравнивают к радиопередачам. В отличие от радио, которое работает онлайн, подкасты всегда идут в записи. Автор может анонсировать время выхода нового эпизода. Пользователь сам решает, в какой момент и каким образом послушать выпуск.

3. Платформы для проведения онлайн-мероприятий

Любая деятельность учреждения культуры, которую вы обычно осуществляете, может быть перенесена в интернет-пространство (Instagram, VK, сайты, мессенджеры (WhatsApp, Telegram)).

Главная трудность в организации онлайн-мероприятий - создать максимальный эффект присутствия, живого общения участников с выступающими и между собой. На этот случай используются средства удаленного присутствия, которые есть на площадке (Zoom, Skype, мессенджеры).

Zoom - сервис для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения. Организовать встречу может любой, создавший учетную запись. Бесплатная учетная запись позволяет проводить видеоконференцию длительностью 40 минут.

Skype – бесплатное программное обеспечение, обеспечивающее текстовую, голосовую и видеосвязь через Интернет между компьютерами. Программа также позволяет совершать конференц-звонки, видеозвонки (до 50 абонентов, включая инициатора), а также обеспечивает передачу текстовых сообщений (чат) и передачу файлов.

Discord - бесплатный мессенджер с поддержкой VoIP и видеоконференций, изначально ориентированный на пользователей компьютерных игр. Максимальное количество людей в видеобеседе составляет 10 человек, сейчас временно максимальное количество людей в видеобеседе может быть не более 50 человек.

4. Порядок организации и проведения онлайн-мероприятий

В подготовке онлайн-мероприятий много особенностей, которые необходимо учитывать при создании (качественные видеозаписи, интересный контент, соответствие запросам аудитории и т.д.).

Для проведения онлайн-мероприятий необходимо тщательно спланировать его организацию и подготовку:

1. Подготовительный этап

- Определение темы, постановка целей, уточнение аудитории.
- Составление плана работы, определение хода и содержания мероприятия.
- Анализ и подбор литературы.
- Определение формата онлайн-мероприятия (вебинар, онлайн-мастер-класс, челлендж, онлайн-акция, онлайн-флешмоб, онлайн-конкурс, онлайн-концерт, виртуальная выставка и т.д.).
- Разработка сценария (онлайн-концерт), положения (онлайн-конкурс, онлайн-акция, онлайн-марафон), программы (вебинар).
- Определение участников (актеров, ведущих, жюри и т.д.).

- Подготовка и распределение заданий, объяснение условий, правил или распределение ролей.

- Решение организационных вопросов

2. Коррекционный этап

- Подготовка и проверка оборудования и технических средств.

- Выбор интернет-платформы.

- Репетиция, корректировка сценария, съемки, качественный монтаж.

- Определение времени трансляций и публикаций мероприятий.

- Приглашение зрителей, гостей (афиша, анонс, программа передач).

- Создание тематических рубрик, уникальных хештегов, чтобы пользователям было удобно искать публикации, а организатору онлайн-мероприятия координировать работу.

3. Основной этап

- Оформление площадки, установка оборудования, технических средств (если это онлайн-трансляция).

- Проведение онлайн-мероприятия (запись мероприятия, чтобы участники, которые не смогли присоединиться вовремя в онлайн, смогли посмотреть событие позже).

- Анализ проведенного мероприятия (самоанализ), возможное обсуждение с коллегами.

- Подготовка необходимой документации (акт или паспорт о проведении мероприятия, список участников, протокол жюри (онлайн-конкурс), скриншот веб-страницы, информационный отчет).

На сегодняшний день реализация государственной программы по устранению цифрового неравенства в Республике Башкортостан не завершена, поэтому если основной потенциальный зритель проживает в сельской местности, необходимо заранее провести съемки, монтаж и выложить в сеть готовое мероприятие, обязательно проконтролировав объем файла.

При подготовке и проведении онлайн-мероприятий важно учесть соответствие тематики и формы предстоящего мероприятия.

При организации и проведении онлайн-мероприятий необходимо учитывать ряд моментов:

- важно учесть соответствие тематики и формы предстоящего мероприятия;

- в положении онлайн-акций, онлайн-флешмобов, онлайн-челленджей, онлайн-конкурсов, виртуальных выставок и других подобных мероприятий обязательно должен быть прописан период проведения онлайн-мероприятия;

- если основной потенциальный зритель проживает в сельской местности, необходимо заранее провести съемки, монтаж и выложить в сеть готовое мероприятие, обязательно проконтролировав объем файла;

- выкладывание в сеть работ из собственного архива учреждения культуры не является онлайн-мероприятием. Это поддержка связи со своей целевой аудиторией. Исключение составляют ситуации, когда архивные записи используются для подготовки нового мероприятия;

- учитываются оригинальные мероприятия, организованные и проводимые в формате онлайн самостоятельно, без заимствования из других источников;

- не является мероприятием предоставление материалов или творческих номеров для организации онлайн-мероприятия (в том числе всероссийского и областного значения);

- не является мероприятием изготовление и демонстрация видеоролика (видеоклипа), так как это непродолжительная по времени (не более 3 минут) художественно составленная последовательность кадров, используемая чаще всего для рекламы какого-либо мероприятия или творческого номера.

На сегодняшний день реализация государственной программы по устранению цифрового неравенства в Республике Башкортостан не завершена, поэтому если основной потенциальный зритель проживает в сельской местности, необходимо заранее провести съемки, монтаж и выложить в сеть готовое мероприятие, обязательно проконтролировав объем файла.

5. Методика учёта потребителей услуг (участников, зрителей, посетителей) онлайн-мероприятий

Основной задачей работы в Интернет-пространстве является взаимодействие с потребителями услуг культурно-досуговых учреждений.

В связи с невозможностью осуществлять выдачу потребителям онлайн-услуг бланков строгой отчетности, методика учета потребителей услуг (участников, зрителей, посетителей) онлайн-мероприятий будет зависеть от формата мероприятия.

Учет **участников** онлайн-акций, онлайн-флешмобов, онлайн-челленджей, онлайн-конкурсов, виртуальных выставок и подобных мероприятий можно осуществлять 2 способами (на выбор учреждения):

- учет потребителей, принявших активное участие в подготовке и проведении мероприятия;

- учет общего зарегистрировавшегося количества потребителей и лиц, участвующих в организации и проведении мероприятия, при условии, если онлайн-мероприятие создано, как конкретное мероприятие в социальных сетях.

Учет **зрителей** онлайн-акций, онлайн-флешмобов, онлайн-челленджей, онлайн-конкурсов, виртуальных выставок и подобных мероприятий считается по состоянию на последний день месяца, в котором проходило мероприятие:

- онлайн-концертов - учитывается количество «лайков», комментариев, интерактивных действий (вопросов, показов, участию подписчиков в режиме реального времени (если мероприятие проходит в прямом эфире);

- вебинаров, онлайн-семинаров - по потребителям, принявшим активное участие и «просмотрам» при наличии прямой трансляции;

- онлайн-мастер-классов - при проведении прямой трансляции учитываем число непосредственных участников, если выложена видеозапись - число «лайков», комментариев, интерактивных действий.

Можно использовать закрытые группы или аккаунты, чтобы работать на определенный круг пользователей. Рекомендуем предусматривать при размещении мероприятий варианты взаимодействия с посетителями аккаунта, чтобы увеличить зрительскую аудиторию.

Учет **посетителей** онлайн-мероприятий осуществляется по состоянию на последний день месяца, в котором проходило мероприятие, путем учета участников и зрителей онлайн-мероприятия.

При условии размещения мероприятия на нескольких платформах одновременно следует учитывать его один раз по максимальному количеству потребителей услуг (участников, зрителей, посетителей).

Культурно-досуговые учреждения, оказывающие услуги в форме онлайн-мероприятий, вносят информацию о проведенных мероприятиях в журнал учёта работы и прикладывают в отчетную документацию скриншот с информацией, подтверждающей учёт потребителей услуг (участников, зрителей, посетителей) онлайн-мероприятия.

На все культурные онлайн-мероприятия оформляется акт об организации и проведении мероприятия. Акт онлайн-мероприятия разрабатывается учреждениями культуры самостоятельно.

Учреждения культуры, оказывающие услуги на бесплатной основе в форме онлайн-мероприятий методического и информационно-консультационного характера (вебинары, онлайн-мастер-классы, онлайн-совещания и т. д.), оформляют акт методического (информационно-консультационного) мероприятия.

Эф. Свиз *Л.Б.*