

### **Секция 3. Социально-культурные технологии в цифровом пространстве современного социума**

#### ***Модератор:***

**Симонова Ирина Феликсовна**, кандидат педагогических наук, декан факультета социально-культурных технологий, доцент кафедры социально-культурной деятельности Санкт-Петербургского государственного института культуры

**Шарковская Наталия Владимировна**

доктор педагогических наук, профессор кафедры социально-культурной деятельности МГИК  
7948493@ mail.ru

#### **ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ В КОНТЕКСТЕ ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Нынешний этап развития общества определяется интенсивностью всеобщих социально-экономических, информационных процессов, наличием поливариантных объективных возможностей активного приобщения личности к миру культуры и искусства, а в целом глобализацией. В этой связи значимость приобретает как уровень духовного развития и саморазвития каждого индивида - члена общества, так и уровень становления его сущностных сил и возможностей в виде направлений формирования профессиональных компетентностей, что достигается на основе применения социально-культурных технологий.

На современном рынке труда в социально-культурной сфере значительно возрастет потребность как в традиционных (менеджер, арт-менеджер, технолог, продюсер), так и в инновационных (менеджер онлайн-проектов, продюсер цифрового контента, персональный бренд-менеджер, куратор коллективного творчества, тренер творческих игропрактик, тренд-вотчер / форсайтер) профессиях. Их объединяющим началом выступает стремление специалистов к воплощению ключевой духовной ценности – уважения к личности участника социально-культурных программ, проектов, принятия во внимание его любительских интересов, социально досуговых ожиданий, а также индивидуальных особенностей и творческих способностей.

В условиях глобализации специалист сферы культуры – это, прежде всего:

– личность, способная формировать авторскую профессиональную позицию - устойчивую систему отношений к вопросам оценки качества организации культурной жизнедеятельности населения как ведущего критерия реализации культурной политики государства, эффективности управления учреждениями культуры, координации в них общественных инициатив;

– личность, обладающая желанием соизмерять не только свои социальные, профессиональные установки, но и духовные потребности, когнитивные интересы представителей разных социально-культурных общностей и формирований в учреждениях культуры; квалифицированно применять инновационные методы осуществления социально-культурной деятельности, а также регулировать ресурсы своего рабочего времени;

– личность, восприимчивая к обнаружению доминирующих проблем в содержании разных по степени сложности оперативных ситуативных задач, прежде всего тактических,

стратегических как основной единицы педагогического процесса учреждений культуры; поиску плана решения конкретной задачи, предполагающего моделирование того или иного вида социально-культурного взаимодействия: сотрудничества, кооперации.

Конкретность характеристик составных частей указанных профессиональных компетентностей раскрывается через частные умения специалиста, прежде всего, умения творчески мыслить и управлять организацией педагогического процесса учреждений культуры, что, в свою очередь, предполагает наличие, а главное, реализацию как аналитических, прогностических, проективных, так и организаторских, коммуникативных умений и навыков.

Специалист социально-культурной сферы компетентен в овладении социально-культурными технологиями, если:

а) ведущими факторами динамики структуры технологий выступит видовая дифференциация функций: «горизонтальная» ось, представленная познавательной, культуросозидательной функциями, «вертикальная» ось, отображенная в функциях регуляции социокультурных взаимоотношений;

б) построение модели определенной технологии будет происходить в соответствии с ведущими принципами социально-культурной деятельности: правилами учета культурного многообразия взаимодействующих субъектов; ориентации на ценностные отношения и организацию культуротворчества в социальных группах и культурных общностях и т. д.;

в) технологии предстанут как совокупность гарантирующих успех внешних (социальных) и внутренних (педагогических) предметных действий, нацеленных на последовательное осуществление вышеуказанных принципов.

Теоретико-методологический аспект продуктивного использования социально-культурных технологий в гуманистически ориентированной практике учреждений культуры представлен: совокупностью концептуальных положений о сущности теории социально-культурной деятельности и практико-ориентированной значимости неограниченного применения технологий с учетом максимальной конкретизации их ведущих целей; общемировоззренческим осмыслением специфики социально-культурных технологий, выраженным в системе научных взглядов, оценок и образных представлений специалистов об их продуктивном осуществлении; классификацией социально-культурных технологий по существенным признакам, в том числе по делению объема исследуемого понятия на его подмножества, а также по определению содержания понятия; методическим инструментарием в виде набора конкретных процедур, обеспечивающих достоверность функционирования традиционных и инновационных видов социально-культурных технологий в учреждениях культуры.

Характерная для глобализационных процессов ситуация социальных изменений стимулирует специалиста к проявлению профессиональной компетентности, принятию самостоятельных решений, связанных с выбором образа восприятия организации профессиональной жизнедеятельности в сфере культуры. Она требует личного и профессионального самоопределения, умения решать социальные и профессионально-педагогические проблемы с учетом компетентностного подхода. С другой стороны, педагогическая система учреждений культуры, базирующаяся на традициях гуманистического воспитания, адаптирована к реализации современных требований, предъявляемых к социально-культурным технологиям. Наиболее употребительными среди них являются: отношение к профессиональной социально-культурной деятельности как движущей силе общекультурного развития личности специалиста: менеджера, технолога, аниматора, продюсера; активация процесса межличностного взаимодействия как составной части формы профессионального общения специалиста с аудиторией конкретного учреждения культуры. Сущность данных системных требований к применению социально-культурных

технологий выражается на нескольких уровнях: теоретическом, прикладном, то есть от замысла к практике, а также эмпирическом.

**Миронов Дмитрий Феликсович**

**кандидат технических наук, профессор кафедры информационных технологий и  
кафедры компьютерного дизайна СПбГИК**

**dfmironov@mail.ru**

## **О НОВЫХ ФОРМАХ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЁРСТВА НА ПРИМЕРЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ МУЗЕЙНЫХ ПРОЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ВНЕШНИХ ОГРАНИЧЕНИЙ**

Основной фактор, влияющий на быстрое изменение условий осуществления социокультурной деятельности в настоящее время – резко усилившиеся в связи с пандемией коронавируса противоречия между спросом на доступ к объектам и событиям культурной сферы и возможностью их удовлетворения. Фактически мы имеем дело с коллапсом традиционных форм экспозиционной деятельности, культурно-просветительского туризма, театрально-постановочной деятельности, массовых социокультурных мероприятий. Дефицит непосредственного доступа к культурным ценностям, ранее угнетавший социокультурную деятельность на периферии, сегодня распространился и на культурные центры, принимая характер тяжёлого кризиса.

Одним из перспективных направлений борьбы с этими явлениями является переход с традиционных персонифицированных способов доступа к культурным ценностям на телекоммуникационные, позволяющие исключить непосредственный персональный контакт потребителей культурных ценностей с их носителями и друг с другом. Однако этот переход не может быть успешным без радикальных изменений в организации социокультурной деятельности и переосмысления роли как официального взаимодействия, так и социального партнёрства между государственными органами управления культурой, коммерческими и некоммерческими организациями в сфере социокультурной деятельности, образовательными учреждениями, готовящими кадры для этих организаций, и субъектами, располагающими в той или иной форме доступом к культурным ценностям.

Сущность этих изменений требует тщательного изучения и анализа на примере опыта как удачных, так и неудачных современных проектов социокультурного характера с использованием телекоммуникационных технологий доступа и инфраструктуры информационных сетей, обеспечивающей как общедоступность каналов, так и сервисы, с помощью которых конечные пользователи получают доступ к информационным ресурсам с контентом культурного характера.

Главная проблема очевидна: в нынешних условиях не срабатывают ни технологии прямого административного управления социокультурными процессами в обществе, ни механизмы рыночного регулирования этих процессов, первые – из-за отсутствия в распоряжении управляющих структур информационной телекоммуникационной инфраструктуры, вторые – из-за того, что ориентация на максимальную прибыль не обеспечивает решения основных стратегических задач культурной политики государства и ведёт к резкому падению культурного уровня общества.

В связи с изложенным выше, пристального внимания заслуживают частные социокультурные проекты, в которых замысел, реализация и доведение результатов до потребителей являются инициативой отдельных людей, осуществляющих эти проекты за свой счёт ради общественного блага.

Рассмотрим всего лишь два из них. Первый – проект «Хранитель в Эрмитаже» журналиста Ксении Басилашвили совместно с Государственным Эрмитажем. Найден интереснейший формат, позволяющий получить доступ к частям коллекции знаменитого музея, обычно закрытым для посетителей, и к информации «из первых рук» – от хранителей. Проект реализован средствами канала Ютьюб, и получил широкую популярность. Вместе с тем, к реализации проекта имеются существенные претензии, которых можно было бы избежать при более профессиональном подходе к менеджменту проекта.

Второй проект – выставка частной коллекции карт и иконографического материала из коллекции А. В. Финикова «Географика Новгорода» в музее художественной культуры Новгородской земли. Проект реализован средствами сетевого сервиса Инстаграм и выгодно отличается тем, что тщательно спланированная работа над ним началась задолго до открытия в начале сентября 2021 года. За счёт коллекционера был не только разработан и реализованы обширнейший информационный ресурс на основе материалов коллекции, но и произведены ремонт и переоборудование выставочных помещений в Десятинном монастыре Великого Новгорода, изданы подробный каталог и сувенирная продукция, в том числе – копии старинных карт.

Представляется, что подобные проекты – начало возрождения лучших традиций российского меценатства, и должны не только получать всевозможную поддержку организаторов социокультурной деятельности, но и общественное признание, как значительные вклады в новое социокультурное партнёрство.

**Симонова Ирина Феликсовна**

**кандидат педагогических наук, декан факультета социально-культурных технологий, доцент кафедры социально-культурной деятельности СПбГИК**

**[i.f.simonova@gmail.com](mailto:i.f.simonova@gmail.com)**

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНО–КУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ**

В общем понимании технология социально–культурного проектирования – это система иерархически построенных знаний, способов и средств, используемых в процессе разработки проекта, применение которых ведет к заданным результатам, гарантирует создание продукта (услуги) с требуемым качеством.

Технология социально–культурного проектирования реализуется в пространстве двух альтернатив: изменение (развитие) или сохранение, где необходимо получить соответствующие социальные, социально–экономические и другие эффекты. Основная цель технологии проектирования заключается в повышении результативности, т.е. в достижении более весомых эффектов.

В зависимости от степени компьютерной поддержки процесса проектирования технологии принято разделять на традиционные и современные.

Традиционные технологии разработки проектов основаны зарекомендовавших себя приемах, методах и предполагают ограниченное использование инструментальных средств универсальной компьютерной поддержки.

Современные технологии производства социально–культурных проектов характеризуются системностью и применением актуальной методологии и инструментария на всех этапах проектирования.

Следует заметить, что революция в способах производства проектов произошла давно и уже сменилось целое поколение технологий. Появились новые компьютерные технологии проектирования, расчетов, 3D-моделирование, которые по-прежнему не находят широкого

освещения и применения как в процессе обучения студентов – будущих менеджеров социально-культурной деятельности, так и в проектной деятельности учреждений культуры.

Для большинства учреждений культуры, в том числе, практически для всех муниципальных учреждений, компьютерные технологии проектирования, сохраняют статус военной тайны. Даже самые простые и далеко не новые пакеты MS Project, Primavera, российская разработка Spider Project и другие, не находят применение несмотря на то, что имеют весьма полезные функции.

Использование компьютерных технологий позволяет выстраивать более компактные технологические цепочки, что обеспечивает значительную экономию времени, затрачиваемого на разработку проекта, а также снижение себестоимости работ. Использование современной методологии и инструментария позволяет экономить примерно 20–30% времени и 15–20% средств, затрачиваемых на проектирование.

Компьютерные технологии дают возможность организовать виртуальные совещания, в автоматическом режиме систематизировать предложения участников и принимать решения. Они обеспечивают структурное планирование, включая разработку календарных, финансовых, бизнес-планов, графиков работ и т.д.

Компьютерные технологии дают возможность работать с ГИС-приложениями («Географическая информационная система»), создавать пространственные объекты, выполнять проектный пространственный анализ, осуществлять двухмерную, трехмерную визуализацию и т.д.

Компьютерные технологии проектирования дают возможность строить 3D модели, которые содержат концептуальную, процедурную информацию и позволяют не только отвечать на вопрос «что», но и на вопрос «как». Достаточно простые в освоении, бесплатные программные продукты для работы с 3D моделями, содержат в себе средства моделирования, анимации, рендеринга, постобработки и монтажа видео со звуком и т.д.

В целом, можно говорить о том, что современные компьютерные технологии, позволяют значительно оптимизировать процесс разработки проекта, обеспечивают высокую производительность и заметно облегчают процесс проектирования, на всех этапах. Они выступают связующим звеном, объединяющим творчество и инновации через рабочие процессы проектирования.

Активное, широкое использование новейшей методологии и инструментария в социально-культурном проектировании следует воспринимать как наиболее перспективную стратегию, как конструктивный ответ на целый ряд требований, связанных с обновлением, актуализацией традиционных ценностей и институтов, развитием потенциала традиционной культуры, развитием территорий, сохранением основ социокультурного бытия конкретного общества.

**Лескова Галина Андреевна**

**кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой туризма и социально-культурного сервиса СПбГИК**

[leskova\\_galina@mail.ru](mailto:leskova_galina@mail.ru)

**Лесков Александр Святославович**

**кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса СПбГИК**

[spbguki@inbox.ru](mailto:spbguki@inbox.ru)

## ФРЕЙМИНГ КАК СРЕДСТВО ИНТЕРПРЕТАЦИИ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА В ЭКСКУРСИОННОМ ТУРИЗМЕ

Сегодня, в эпоху конкуренции за многоопытного и взыскательного экскурсанта, одной из проблем, связанных с качеством экскурсий, наряду с использованием разнообразных техник и технологий проведения экскурсии (аудиогиды, иммерсивные технологии и т. п.), является проблема ее контента – информационно значимого, содержательного наполнения экскурсии как информационного ресурса – как продукта, как товара, как ресурса экономики.

У сегодняшнего экскурсанта изменилась топка – сама форма мыслей и представлений об объектах экскурсионного показа и всего культурного пространства посещаемого региона. Это требует особого внимания к интерпретации культурной среды и, соответственно, обращения к герменевтическим основам экскурсии как особого вида вербального общения в среде и «по поводу» этой среды.

Современный экскурсант как искушенный потребитель разнообразных интернет-текстов способен на слух понять, к какому виду контента относится произносимый экскурсоводом текст.

По своему содержанию этот контент может рассматриваться как информационный и познавательный, развлекательный и продающий, может быть не только текстовым, но и интерактивным - с привлечением инфографики, видео- и аудиоконтента.

По способу осязания может быть цифровым (виртуальным) или осязаемым физически. Контент может выполнять функции сервисные или рекламные, репутационные – рассчитанные на создание репутации территории и т. д.

При этом экскурсоводу надо «угадать», какой контент будет востребован у конкретного потребителя – индивидуального или группового: новостной, рассчитанный на экскурсантов-презентистов или традиционный – с преобладанием исторического материала. Различаются потребители, а, стало быть, и проектируемые экскурсии по степени уникальности: ожидающие авторский текст с долей импровизации, сделанный «под заказ», «под настроение» с сюрпризными вставками – экспромтами или текст стандартизированный – без учета исполнения «в предлагаемых обстоятельствах».

Большую роль при этом играют используемые экскурсоводом источники и методы их цитирования – авторский текст, текст-копирайт, текст-рейтинг (вопросы плагиата и авторского права здесь не рассматриваются).

В силу перечисленных обстоятельств современный контент, востребованный на рынке экскурсионных услуг, должен быть не только фактологически и исторически достоверным, современный экскурсионный текст должен быть гибким и динамичным. Большое значение имеет его герменевтическая составляющая.

Проблемой является отставание отраслевой системы подготовки и переподготовки кадров от динамичных трендов в формировании вкусов и потребностей экскурсантов, консервативность в методах, формах и видах проектируемого продукта. За опытом нужно обратиться к авторам тревел-текстов, появляющихся в последние десятилетия.

Понятием, которое следует взять на вооружение экскурсоведению, является фрейм (англ. frame – кадр, рамка, каркас), как концепт, как структура представления знаний, без которой невозможно создание определенного образа описываемого культурного пространства в его целостности. Фрейминг как инструмент воздействия на аудиторию считается отличительной особенностью текстов путешествий – трэвел-медиа-текстов.

Термин «фрейм» был введён Марвином Минским для обозначения структуры знаний для восприятия пространственных сцен как минимально возможное описание сущности какого-либо объекта, явления, события, ситуации, процесса.

У каждого писателя или журналиста, как и у каждого читателя и у каждого экскурсанта, имеются свои – авторские – точки сборки городского образа. Поясним примером: точками сборки образа Венеции у одного автора служат венецианские кафе, если автор ставит целью представить этот город через его гастрономические удовольствия, у другого – это места эстетического наслаждения – музеи Венеции.

Фрейминг как технология проектирования экскурсии может оказать помощь:

- в выборе из множества имеющихся городских объектов именно тех, которые являются необходимыми и достаточными для создания целостного образа города (гештальт), с презентацией его типических и острохарактерных особенностей;
- в отборе из облачного хранилища данных (англ. cloud storage) информации о данном городе с соответствующей интерпретацией отдельных объектов. Облако в данном контексте понимается как уникальная технология хранения больших данных, позволяющая экскурсоводу упростить процедуру отбора предпочтительных экскурсионных тем.

Благодаря технологии фрейминга любая городская или трассовая экскурсия может рассматриваться как знаниево-тематическая модель, которая в отличие от аттрактивной рекреационной модели с её установкой на отдых и развлечение, как обучающая система, предполагающая свое содержание и тему, раскрываемые через фрейм и составляющие его слоты. Термин «слот» был заимствован из исследований по искусственному интеллекту, решавших задачи структурирования больших данных, характеризующих любой объект.

На схеме представлены семь слотов - терминальных узлов, входящих во фрейм «ГОРОД» и обозначающих возможные темы экскурсионного текста:



Нашу главную задачу мы видим в том, чтобы познакомить экскурсионное сообщество с фреймингом как инновационной технологией в сфере экскурсионного туризма цифровой эпохи, в том, чтобы оказать помощь экскурсоводам в их деятельности по диверсификации экскурсионного продукта, отразив лучшие кейсы и креативные идеи, находящие спрос у сегодняшнего клиента-экскурсанта.

**Львова Елена Николаевна**

**кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности  
СПбГИК**

[lvlen@mail.ru](mailto:lvlen@mail.ru)

## **ВИРТУАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ КАК ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЙ В ПОДГОТОВКЕ И САМОРЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛОВ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

Наличие возможности почти мгновенной связи с одновременным использованием визуального и аудиального канала, текстового и невербального сообщения качественно изменило коммуникационные процессы, которые могут быть рассмотрены как духовно-практическая деятельность, имеющая своей функцией внедрение в массовое сознание определенной системы ценностей, необходимой с точки зрения социальных субъектов. Вместе с тем, функция объединения участников коммуникационного процесса может быть признана важнейшей в условиях виртуализации коммуникаций. Реализация этой функции предполагает, с одной стороны, повышение качества применения технического инструментария и – с другой – творческую деятельность по выработке духовных значений.

В. П. Конечкая выделяет три группы теорий, ориентированных на преобладание той или иной ведущей функции современной массовой коммуникации: функция политического контроля; функция опосредованного духовного контроля; культурологическая функция. Функциональный подход позволяет конкретизировать и задачи образовательного процесса по подготовке профессионалов социально-культурной сферы, и задачи массовой коммуникации, где ключевым является поддержание связи внутри групп и между ними.

Обеспечение профессиональных функций специалиста социально-культурной сферы в цифровом пространстве современного социума немисливо без понимания того, что коммуникационный процесс – это не просто передача информации, но и общение – то есть обмен информацией, обогащение её содержания и выработка новых значений, что и позволяет – согласно рассуждениям Г. Лассвелла – воздействие на общество и познание его через обратную связь. В условиях преобладания виртуальных коммуникаций полем практики специалистов становится организация сетевого взаимодействия субъектов социально-культурной деятельности. При этом утилитарные направления общественных запросов становятся едва ли не приоритетными для провоцируемой виртуализацией платформенной экономики, под влиянием которой в том числе оказывается и социально-культурная сфера. Платформенная экономика – это онлайн-сервисы аналогичные Airbnb, Amazon, Alibaba, Uber, Yandex, которые позволяют пользователям заказывать типовые услуги без или с минимальным числом посредников. Такого типа экономика, будучи основанной на высоких технологиях, создает рабочие места с минимумом квалификации, заработка и социальных гарантий. Следовательно, пласт такого типа целевой аудитории социально-культурных проектов растет.

Опросы 5-летней давности, проводимые среди студентов в ходе семинарских и практических занятий, показывали 100%-ю заинтересованность в тех проектах, где ключевым элементом является использование компьютерных технологий, наличие которых и воспринималось как инновационность культурного продукта. В настоящее время степень проникновения компьютерных технологий в повседневность настолько интенсивна, что сегодняшние студенты уже не расценивают столь однозначно бесконечную модернизацию информационно-коммуникационных средств как инновацию, поскольку это стало просто средой обитания. Сегодня образование является не столько судьбоносным решением в связи с профессией, сколько скорее становится важным для культурного уровня, для эрудиции, для



развития критического мышления. Сегодня формируется система пожизненного переобучения, где будут преобладать интенсивные, практически ориентированные курсы. Понимание себя и выстраивание собственной стратегии саморазвития — это то, что должно быть важнейшей частью воспитания и образования, включая развитие способностей к общению с различными людьми, стремление к получению новых знаний для того, чтобы оставаться «на плаву» в меняющемся профессиональном море.

Успешность реализации такой стратегии предполагает знание информационных технологий и их возможностей, глубокое понимание информационного контекста, создание систем мотивации для обмена знаниями между участниками образовательного процесса, в том числе в системе взаимодействия студентов со студентами. А это, в свою очередь, требует разработки специальных учебных заданий, отличающихся от стандартных семинарских докладов и предполагающих плодотворное извлечение информации и опыта из такого рода взаимодействия по принципу peer-to-peer — сверстники сверстникам.

Информация, которую каждый год нужно освоить выпускнику ВУЗа, растет по экспоненте, а большая часть полученной в период учебы информации устаревает и, если выпускник не будет доучиваться, то вряд ли его можно будет считать качественным специалистом. По данным экспертов Gartner Group, в нашем мире знания удваивались каждые 150 лет в XIX в., каждые 25 лет в конце XX в., каждые пять лет в настоящее время, каждый год к 2010 г. и каждые 72 дня к 2020 г. По другим утверждениям сегодня информационное поле обновляется практически еженедельно. В числе источников - печатные издания, текстовые и электронные сообщения, телефонные звонки, теле- и радиотрансляции, аудио – и видеозаписи, web-страницы и другие информационные ресурсы. В настоящее время на каждого жителя земли приходится 800 Мб информации, что соответствует, по оценке экспертов, объему стопки книг высотой 900 метров. Общая проблема — переизбыток информации, которая никак не структурирована и не превращена в знания. При этом увеличение объема информации не означает автоматического увеличения знаний. Ни в одной специальности сейчас нет человека, который бы обладал всей полнотой знаний в своей сфере, поскольку невозможно прочесть все книги, к примеру, по педагогике, биологии или вычислительной технике. Следовательно, увидеть и понять проблему комплексно при узкоспециализированном подходе невозможно. В большинстве случаев и у ученых взгляд на мир фрагментарен. В этой связи актуальным становится использование современных компьютерных технологий для извлечения смыслов из текстов на основе так называемой информационной пирамиды, где «ступеньками» являются: данные – информация – знание – мудрость.

Вершиной этой последовательности становится оценка понимания информации, правильное применение знаний и навыков, учитывая реалии и ограничения. Однако есть еще и скрытые знания - Implicit (Tacit) knowledge — персональное знание, неразрывно связанное с индивидуальным опытом. Его можно передать путем прямого контакта («с глазу на глаз») и при помощи специальных процедур извлечения знаний, эффективность которых зависит от мастерства преподавателя и от степени вовлеченности студента в образовательный процесс. Как показывает опыт дистанционного образования в 2020г., именно такое скрытое практическое знание является крайне значимым и весьма мало реализуемым в условиях формализованных виртуальных групповых коммуникаций. Отсюда – актуализация особого ракурса рассмотрения возникающих проблем и их решений в подготовке и самореализации профессионалов социокультурной сферы.

**Кавера Виктория Анатольевна**  
кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности  
СПбГИК  
kavera@list.ru

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ МЕНЕДЖЕРА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Согласно Стратегии социально-экономического развития России до 2024 года и с перспективой до 2035 года, в нашей стране определен курс на построение цифровой экономики, где особую роль играет диджитал трансформация образования.

Распространение цифровых технологий ведет не только к качественным изменениям в сфере производства и на глобальных рынках. Эти перемены захватывают и сферу образования. Природные ресурсы и дешевый труд становятся второстепенными факторами социально-экономического развития в условиях перехода от массового производства стандартизированной продукции к производству общедоступной индивидуализированной продукции. Его основа — автоматизация и роботизация (интеллектуализация) всех видов производственных процессов. Этот переход получил название новой индустриальной, или технологической (цифровой), революции. Она невозможна без перехода от массового образования для всех к качественному образованию и всестороннему развитию личности каждого. Технологическая революция не только ставит перед образованием новые задачи, но и предоставляет цифровые технологии, помогающие их решению. Диджитализация, которая первоначально подразумевала использование цифровых технологий только для оптимизации бизнес-процессов, прочно укореняется и в сфере нематериального производства. Сегодня необходимость использования цифровых технологий в сфере культуры и досуга уже никто не оспаривает. Таким образом, возрастает естественный спрос на менеджеров, умеющих работать с интерактивными технологиями и принимающих решения, основываясь на межсистемном анализе.

Этим чаяниям в полной мере отвечает национальный проект «Культура». В центре проекта — расширение доступности культурных благ и возможностей участия в создании культурных ценностей для жителей не только крупных городов, но и отдаленных населенных пунктов.

В ноябре 2019 года в рамках Санкт-Петербургского международного культурного форума министр культуры РФ Владимир Мединский прочитал лекцию «Цифра и культурный сектор: о влиянии новых технологий на деятельность культурных учреждений». В своем докладе В. Р. Мединский отметил, что интернет – это не добро и не зло, это средство производства. Как и любой инструмент, цифровые технологии обретают смысл только в руках того, кто ими пользуется. Многие учреждения культуры сегодня активно работают в социальных сетях. Однако интернет не заменил эти учреждения, а наоборот способствовал их популяризации.

Ситуация с распространением новой коронавирусной инфекции Covid-19 во многом закрыла перед нами реальный мир, но неожиданным образом открыла виртуальный мир с его безграничными возможностями. За последние полгода вырос спрос на виртуальные концертные залы, музейные экспозиции и многое другое. Министерство культуры серьезно заинтересовано к 2024 году создать единое концертное и музейное пространство, которое бы охватило 500 малых городов России.

Портал «Культура.РФ» ежедневно проводит трансляции спектаклей, концертов, лекций, которые любой человек может посмотреть, не выходя из дома. Кроме того, он является основной информационной площадкой проведения всероссийских акций:

Библионочь, Ночь кино, Ночь музеев, Ночь искусств. Кроме того, активно продвигается приложение «Артефакт», которое призвано сделать доступными для посетителей мультимедийные музейные экспозиции.

В связи со всем вышесказанным, использование цифровых технологий в профессиональной подготовке менеджеров социально-культурной деятельности подразумевает применение в образовательном процессе интерактивных программ и программного обеспечения (информационных продуктов), помогающих будущему работнику социально-культурной сферы развить навыки взаимодействия с интернет-приложениями и другими цифровыми ресурсами.

Овладение специальными компьютерными программами в процессе обучения помогает будущему менеджеру социально-культурной деятельности проектировать в дальнейшем не только информационную систему учреждения культуры, но и определять внутрисистемные связи, классифицировать межгрупповые зависимости в режиме онлайн, а также модернизировать коммуникационные средства, совершенствуя таким образом и сам процесс передачи информации.

Одной из ключевых задач в профессиональной подготовке будущего менеджера социально-культурной деятельности является необходимость обучения созданию информационной системы управления культурно-досуговым учреждением. И для этого в образовательный процесс необходимо активно внедрять современные компьютерные программы, или цифровые продукты, способные научить создавать собственные модели управления культурно-досуговым учреждением, помогающие сформировать навыки создания информационной системы и построения электронной органиграммы. Сегодня без построения органиграмм невозможно в полной мере изучить функционирование организационной структуры даже самого небольшого предприятия. Умение работать с электронными органиграммами позволяет развивать у будущих специалистов социально-культурной сферы управленческие навыки в условиях дистанционного формата работы.

Не менее остро стоит вопрос о доступности таких цифровых продуктов, которые бы в полной мере отвечали бы современным требованиям и могли бы быть внедрены на базе институтов культуры. И здесь, к сожалению, необходимо признать, что особенно остро стоит вопрос о доступности таких предложений.

Вот уже несколько лет Российская медиакомпания «Актион-МЦФЭР» активно продвигает образовательные продукты для 12 профессий, среди которых есть и предложения для культурработников. На сайте ООО «Актион-диджитал» можно найти не только подписки на электронные справочники и журналы для руководителей культурно-досуговых учреждений, но пройти обучение по программам повышения квалификации в области бухучета и налогообложения в сфере культуры, кадровой политики на базе Школы менеджера культуры. ООО «Актион-диджитал» также активно продвигает электронную «Справочную систему Культура», которая призвана оказывать консультативную помощь работникам культурно-досуговых учреждений. Но все эти предложения доступны только на коммерческой основе и внедрить их каким-либо образом в практику образовательного процесса пока не представляется возможным. Поэтому так важно в ближайшее время найти альтернативу подобным коммерческим продуктам в виде доступных компьютерных образовательных программ, разработанных прямо на базе образовательного учреждения.

Анализ уже сложившейся теории и практики подготовки менеджеров социально-культурной деятельности позволяет сделать выводы о том, что система управления в менеджменте социально-культурной сферы уже давно базируется на цифровых технологиях, которые необходимо активно внедрять в учебный процесс вузов культуры. Данные технологии интегрируются в социокультурный менеджмент, устанавливая новый способ взаимодействия

между традиционными научными подходами в обучении и инновациями, что является естественным отражением новой парадигмы развития современной социокультурной среды.

**Бернадская Ксения Владимировна**  
**преподаватель кафедры социально-культурной деятельности СПбГИК**  
**9571507@mail.ru**

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА СПЕЦИАЛИСТА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

Современный этап в информационной среде характеризуется сразу несколькими структурными сдвигами. Мы имеем определенно смещенные культурные иерархии, наблюдаем размывание культурно-исторического, ценностного содержания. В таких условиях культура приобретает колоссальную значимость, становясь фактором общественного и экономического прогресса. Такое положение является доминирующим при определении роли специалиста социально-культурной сферы. Именно он становится проводником к инструментам, методам и знаниям о том, как сохранять и развивать культурный потенциал, как достичь принципиально нового уровня культуры личности, общества и общности. Выполнение такой важной роли диктует требования к специалисту, который теперь должен обладать не только широким спектром профессиональных качеств, но и совокупностью приобретенных знаний, навыков. В числе таких навыков есть и деятельность по формированию образа специалиста социокультурной сферы. Для такой деятельности существует множество инструментов, но наибольший интерес сегодня связан с социальными сетями.

Социальные сети рассматриваются как один из видов коммуникации онлайн, в процессе которой индивидуум плавно и гибко меняет свою роль, являясь то представителем аудитории, то выступая в качестве автора. При этом многие исследователи сходятся во мнении, что социальные сети, кроме прочего, стали еще и отличной площадкой для развития национальной культуры, средоточием которых и являются специалисты социально-культурной сферы, в том числе, культурно-досуговых учреждений, музеев, театров, библиотек, учебных заведений.

Создавать и развивать образ специалиста социокультурной сферы необходимо по всем каналам восприятия: визуальному, вербальному и событийному. Воздействовать на все каналы восприятия, безусловно, помогают социальные сети. Кроме того, формирование образа специалиста культуры через инструмент социальных сетей стало куда более доступным и понятным инструментом, чем целый комплекс методик, применявшихся ранее. Однако необходимо помнить, что социальные сети не могут полноценно заменить прочие инструменты. Социальные сети должны использоваться лишь как один из возможных инструментов формирования образа. Так, теперь существует реальная возможность ориентировать воспринимающего искусство и культуру на персонифицированный, не обезличенный массовыми воздействиями контакт с доносимым объектом культурной деятельности.

В условиях сегодняшней реальности, обусловленной распространением новой коронавирусной инфекции COVID-19, навыки применения социальных сетей для формирования образа специалиста социально-культурной сферы, стало еще более важным фактором. Только через этот инструмент многие деятели культуры смогли сохранить возможность диалога с аудиторией. И это очень важный фактор, так как в условиях существующих ограничений, важно сохранять общее спокойствие, передать людям мысль о

том, что катаклизмы не вечны, а асоциальное поведение лишь усугубит выход из кризиса. Именно поэтому такое распространение получило использование социальных сетей сотрудниками учреждений культуры: экскурсоводы проводили в прямом эфире туры по музеям и выставкам, певцы и актеры записывали и выкладывали в социальные сети большое количество видеороликов с результатами их творческой деятельности, библиотекари и преподаватели помогали аудитории найти развлечения и культурный досуг в онлайн, обсуждали произведения искусства и образовательные программы.

Социальные сети имеют отличные технические возможности для того, чтобы образ специалиста социально-культурной сферы не только формировался на начальных этапах деятельности, но и развивался, трансформировался в процессе увеличения опыта. Этот инструмент является одним из многих для поддержания межличностной и межкультурной коммуникации, которая является одним из наиболее ресурсозатратных направлений работы специалиста социально-культурной сферы.

**Синицын Егор Евгеньевич**

**аспирант кафедры социально-культурной деятельности СПбГИК**

[phtsutterby\\_86@mail.ru](mailto:phtsutterby_86@mail.ru)

**Научный руководитель:**

**Востряков Лев Евгеньевич, доктор политических наук, профессор кафедры социально-культурной деятельности СПбГИК**

[lev-vostriakov@yandex.ru](mailto:lev-vostriakov@yandex.ru)

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ**

Для современного общества характерен процесс цифровизации всех форм социальных взаимодействий. В этом контексте возрастает необходимость трансформации привычных моделей работы учреждений культуры, поскольку их целевая аудитория активно пользуется цифровыми технологиями. Представленная работа направлена на изучение проблем, сопутствующих процессу цифровой эволюции взаимодействий учреждений культуры с их аудиторией.

Проблема моего исследования обусловлена объективно существующим противоречием между необходимостью совершенствования взаимодействия учреждения культуры с целевой аудиторией в условиях современной цифровой среды, с одной стороны, и недостаточным использованием потенциала современных практик социально-культурной деятельности при решении этой важной социальной задачи, с другой. На наш взгляд, учреждения культуры в нашей стране пока еще существенно отстают, как с позиций используемых управленческих технологий, так относительно предоставляемых аудитории услуг. Во многом именно поэтому учреждения культуры находятся только в начале пути своей цифровой эволюции. При этом спектр возможностей по модернизации и оптимизации работы учреждений культуры с их целевой аудиторией в контексте современной цифровой среды просматривается достаточно отчетливо.

Прежде всего, остановимся на потребностях целевой аудитории. Основные функции учреждений культуры как субъектов социально-культурной деятельности – коммуникативная, информационно-просветительская, культуротворческая – предполагают активное взаимодействие с детской и молодежной аудиторией. В последнее время наблюдается устойчивый рост в потреблении культурных услуг среди младшей и средней возрастной аудитории школьников, среди студентов – следовательно, учреждениям культуры необходимо смещать фокус на удовлетворение очевидных потребностей этих групп аудитории. В

контексте современной цифровой среды к таким потребностям относятся, например, высокий уровень технической оснащённости учреждения, активное и корректное использование цифровых технологий, упрощение процесса культурных взаимодействий и т.д.

Одним из самых простых и не требующих весомых финансовых затрат способом цифровизации учреждения культуры является использование технологий дополненной реальности. Например, в музее к этикетажу экспонатов добавляется QR-код, который легко считывается смартфоном самого клиента – от музея здесь требуются только стабильный wi-fi и достаточное количество контента, скрывающегося за qr-кодом. Этот контент может быть реализован в текстовом, аудио- или видео-формате. Таким образом, клиент может получить существенно больше информации, в таком формате стоит реализовывать современные аудио-гиды. Но так же стоит и соблюдать баланс, потому что дополненная реальность в музее не должна дублировать функции экскурсовода и, таким образом, заменять его. Ещё одно направление, в котором может идти современный музей – это создание виртуальных экспозиций. На цифровой площадке можно создавать полноценные, либо демо-версии существующих выставок, сопровождая их различным интерактивными функциями, что, в свою очередь, привлечёт клиентов уже на физические аналоги экспозиций.

Нужно отметить, что интерактив досуга – это одно из основных требований, предъявляемых современной школьной и молодёжной аудиторией. Обычное созерцание уже не способно привлечь и удержать внимание такой публики. Следовательно, учреждения культуры должны модернизировать предоставляемый ими спектр услуг. В современных условиях даже формат разнообразных игр и квестов уже кажется публике «устаревшим», если в нём не применяются цифровые технологии. Очевидно, что далеко не каждое учреждение культуры может позволить себя для данных целей оборудовать целый компьютерный класс или, как Эрмитаж, целую секцию со шлемами виртуальной реальности. Тем не менее, определённые затраты на создание и регулярное обновление «технического парка» абсолютно необходимы в свете изменившегося контекста современности.

События, связанные с глобальной пандемией и массовой изоляцией, ярко высветили и ещё одно направление, где учреждения культуры существенно отстают от современных требований – это работа с аудиторией в социальных сетях. Проблема первичного и повторного привлечения аудитории стоит перед учреждениями культуры всегда, и сегодня именно через социальные сети можно найти наибольшее количество способов её решения. Опять же, просто вести новостную ленту и выкладывать афишу уже недостаточно: необходимо регулярно производить контент. Пользователи социальных сетей должны видеть не только то, что условный музей существует, но и то, что он может предложить для реализации их потребностей. Вдобавок к этому, в социальных сетях учреждения культуры могут создавать и развивать своё уникальное «комьюнити», что, в свою очередь, может дать возможность реализации новых способов взаимодействия с аудиторией.

**Викторова Маргарита Сергеевна**

**магистрант кафедры социально-культурной деятельности СПбГИК, директор МБУК «Первомайский», г. Мурманск  
margarita.viktorova@yandex.ru**

**Научный руководитель:**

**Востряков Лев Евгеньевич, доктор политических наук, профессор кафедры социально-культурной деятельности СПбГИК**

**lev-vostriakov@yandex.ru**

## ПОИСК НОВЫХ ФОРМАТОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АУДИТОРИЕЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Распространение по миру новой коронавирусной инфекции (COVID-19), начавшееся в конце 2019 г. было охарактеризовано Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) как «пандемия». Последовавшие за этим действия органов государственной власти, предпринятые и предпринимаемые по всему миру можно охарактеризовать как беспрецедентные и затронувшие без преувеличения все сферы человеческой жизни.

Установившаяся в середине марта 2020 года неблагоприятная санитарно-эпидемиологическая обстановка и последовавшие за этим ограничительные меры потребовали принципиально новых подходов к организации культурно-досуговой деятельности. Учреждения сферы культуры оказались в ситуации вынужденного поиска новых форматов взаимодействия с аудиторией, осложненного введёнными режимами самоизоляции и дистанционного исполнения должностных обязанностей. Организация досуговой деятельности населения в клубных формированиях начала проводиться с применением информационно-коммуникационных технологий в зависимости от уровня владения такими технологиями её участников. Например, встречи коллективов проходили посредством сервисов видеоконференций и видеосвязи (ZOOM, Skype и др.). Организация взаимодействия с массовым зрителем потребовала создания и распространения принципиально нового для учреждения продукта.

Рассмотрим некоторые, на наш взгляд, удачно найденные форматы такого взаимодействия на примере муниципального бюджетного учреждения культуры «Дом культуры «Первомайский» г. Мурманска»:

– Домашний джем (30 марта – 27 апреля 2020 г.)

«Челлендж» по сути, а фактически – первая форма взаимодействия с массовым зрителем в условиях пандемии. Участникам предлагалось исполнить импровизированную сольную партию под заданную гармонию на любом музыкальном инструменте, затем опубликовать в сети Интернет до 15 апреля. Затем до 27 апреля проводилось голосование среди зрителей. Победителям голосования были вручены ценные призы от партнера мероприятия. Важно отметить, что среди 26 участников были представители не только России, но также Латвии, Украины, Мальты и Канады.

– #красная\_гвоздика (27 апреля – 22 июня 2020 г.)

Литературный флешмоб, посвященный 75-й годовщине Победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг., предусматривавший массовое прочтение литературных художественных произведений, посвященных памяти участников войны, ежедневное размещение материалов в официальной группе учреждения. Участниками флешмоба стали 187 человек, которыми было представлено 165 работ.

– #добрыепесни (с 3 апреля 2020 г. – н.в., #песниПобеды с 17 апреля по 9 мая 2020 г.)

Проект направлен на реализацию творческого потенциала коллективов и отдельных исполнителей, а также авторов. За время реализации проекта, некоторые публикации стали для учреждения «самыми просматриваемыми». Среди них – песня «Наше Заполярье» местных авторов (слова А. Косаревского, музыка А. Морева) – набрала более 60 тыс. просмотров в социальной сети «В контакте».

– III-й многожанровый фестиваль «Перекрёсток культур» (с 1 сентября по 14 октября 2020 г.)

Дом культуры «Первомайский» традиционно проводит Многожанровый фестиваль «Перекресток культур», мероприятия которого предоставляют желающим возможность соприкоснуться с разными национальными культурами, традициями и творчеством. Фестиваль впервые проходил в течение полутора месяцев в рамках Европейских дней

наследия. Дистанционный формат позволил избежать издержек, связанных с перемещением к месту проведения. Участниками стали представители (как отдельные, так и коллективы) 8 регионов России. Среди основных достижений – публикация плейлиста поморских песен в исполнении Териберского поморского хора - старейшего фольклорного коллектива Мурманской области, которому в 2020-м году исполнилось 85 лет.

– #разныевкусы (декабрь 2020 г.)

Культурно-просветительский проект, смысл которого заключается в приготовлении в режиме «прямой трансляции» сотрудниками учреждения и приглашенными гостями рецепта какого-либо блюда национальной кухни с обсуждением аспектов соответствующей национальной культуры. Хорошо известно, что для знакомства с культурой какой-либо страны посредством мультимедийных технологий совсем не обязательно посещать это государство. Дом культуры «Первомайский» организовал проведение 10 трансляций, на которых были представлены национальные кухни Скандинавии, Израиля, стран Кавказа, и, конечно, нескольких регионов России. При этом с ведущими можно было взаимодействовать в прямом эфире.

Влог-мюзикл «Куда пропали белые медведи...?» (декабрь 2020 г. – январь 2021 г.)

Первый в своём роде влог-мюзикл «Куда пропали белые медведи...?» по мотивам пьесы мурманчан (автор В. Рябова, музыка А. Морева), основанный на региональном компоненте. При поддержке ряда организаций города, включая Мурманский Океанариум, творческая работа выступила альтернативой традиционным новогодним представлениям, отмененным в связи с действующими ограничениями. Кроме того, мероприятие позволило участникам любительской театральной студии Дома культуры «Первомайский» реализовать свой творческий потенциал.

Уже сейчас можно с уверенностью сказать, что потенциал использования информационно-коммуникационных технологий в сфере культуры до пандемии был зачастую недооценён участниками такой деятельности. Конечно, имея различные возможности, ведущие государственные учреждения культуры и учреждения культуры, действующие в меньших масштабах, находятся в «разных плоскостях» социально-культурной деятельности. Однако, принципиальные различия в содержании деятельности таких учреждений не обуславливают принципиальных различий в форме самой деятельности. Физическая дистанция между человеком и учреждениями культуры при соответствующих усилиях со стороны организаций перестаёт быть основным фактором взаимодействия.

Опыт работы муниципального бюджетного учреждения культуры «Дом культуры «Первомайский» г. Мурманска в условиях пандемии показывает возможность успешного поиска новых форматов взаимодействия с аудиторией. Возможности современных информационно-коммуникационных технологий при правильном их применении позволяют задать положительную динамику в сфере культурно-досуговой деятельности. Современные инструменты информационно-коммуникационных технологий в сфере культуры позволяют получать информацию, адекватная интерпретация которой также может оказать положительное влияние на рассматриваемую деятельность.

Многую представлена предварительная попытка осмысления полученного в условиях пандемии опыта, который, очевидно, требует более широкого и детального рассмотрения.



**Хивсокова Дарья Александровна**  
**магистрант кафедры социально-культурной деятельности СПбГИК**  
[Toby.h@mail.ru](mailto:Toby.h@mail.ru)

**Научный руководитель:**

**Львова Елена Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры**  
**социально-культурной деятельности СПбГИК**  
[lvlen@mail.ru](mailto:lvlen@mail.ru)

## **СЕТЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА УЧРЕЖДЕНИЙ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

Основой деятельности, роста и развития организаций социокультурной сферы в современном глобализированном обществе является не рыночная конкуренция, а взаимовыгодное сотрудничество, направленное на достижение общих целей с использованием общего капитала и ресурсов. Сотрудничество, партнёрство, совместные проекты – всё это является актами взаимодействия учреждений, разными по времени, охвату учреждений, формату работы. Если мы хотим добиться долговременных положительных результатов во взаимном эффективном сотрудничестве, то нам необходима разработка оптимальной структуры коммуникаций, обмена ресурсами и кадрами, а также программа их действий. Это возможно реализовать в условиях так называемого сетевого взаимодействия.

В широком смысле сетевое взаимодействие может рассматриваться как целенаправленно выстроенная модель предметного сотрудничества различных учреждений и организаций. Существуют различные формы взаимодействия, которые делятся: по распределению ресурсов (централизованные, децентрализованные); по форме управления (равноправное, неравноправное); по статусу (неформальное, формальное) и т.д. На данный момент в законодательстве Российской Федерации нет конкретного стандарта и формата разработки и организации взаимодействия учреждений, так что легитимное сотрудничество зачастую неформально или основывается на локальных актах и договорах между конкретными учреждениями. В социально-культурной сфере подобные формы работы используются не столь активно и в основном представляют собой проектные формы партнёрства. Однако именно организация сетевого взаимодействия и долговременные программы сотрудничества позволяют решить следующие задачи:

- увеличить объём охватываемой аудитории, привлечь новых посетителей и участников деятельности;
- расширить материально-техническую базу и объём используемых ресурсов;
- повысить квалификацию работников и специалистов учреждения, в частности, в области маркетинга, PR- технологий, построения коммуникаций;
- реализовывать новые методы работы и использовать актуальные социокультурные технологии для более дифференцированного и комплексного взаимодействия с аудиторией;
- обеспечить обмен опытом работы между учреждениями.

В социокультурной сфере, конечно, существуют различные сети взаимодействия, и одной из самых распространённых и активно развивающихся является музейная сеть. Существующая на данный момент музейная сеть представляет собой систему, позволяющую учреждениям обмениваться артефактами, вести архивную работу, обмениваться ресурсами, кадрами, опытом специалистов. Основанная на сотрудничестве и постоянном обмене в условиях здоровой конкуренции, эта система является примером эффективного партнёрства. Однако, в современных реалиях для плодотворной деятельности недостаточно

взаимодействия с учреждениями одного типа. Партнёрство между разнопрофильными организациями, с разным набором ресурсов и опыта не только позволяет расширить охват деятельности учреждения, но и перенять опыт и новые технологии из других сфер социально-культурной деятельности, что также влияет на эффективность в достижении общих целей и выполнение миссии учреждения. В этом процессе наибольшую значимость приобретает менеджмент коммуникаций, где информационно-коммуникационные технологии выступают в качестве инструмента создания среды реализации совместных проектов, привлекательных для разных групп партнеров.