

Секция «Принятие решений: коммуникационные стратегии и социальные практики»

Новые функции учреждений культуры и их коммуникации с целевыми аудиториями

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Кокорина Анна Дмитриевна

Студент (магистр)

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

E-mail: kokorina7395@gmail.com

В современном мире большую роль играет культурно-досуговая деятельность, которая отражает уровень развития как всего социума, так и отдельных его сфер. Основной функцией учреждений культуры в условиях модернизации общества является организация досуга в соответствии с новыми требованиями, благодаря которой человек способен развить и восполнить свои ресурсы, а также проявить личностные качества в различных сферах - профессиональной, культурной, гражданской [1]. Основная задача деятельности учреждений культуры заключается в сохранении и приумножении культурных и духовных ценностей общества.

В эпоху внедрения информационных и коммуникационных технологий требуется модернизация деятельности учреждений культуры, в соответствии со спросом граждан. В связи с этим, появляется ряд новых назначений. Учреждения культуры воздействуют на общество посредством выполнения следующих функций: познавательной, в результате которой выявляется целостная картина понимания мира; коммуникативной, при помощи которой, осуществляется межличностное, массовое и непрямое общение, а также внедрение в национальную культуру; информационной, которая способствует передачи социального опыта, осуществляет обмен навыками, знаниями и умениями; социализации, обеспечивающей создание структуры межличностных отношений, а также социализацию общества; регулятивно-нормативной, которая представляет собой систему отрегулированных показателей и требований ко всем сферам деятельности людей: быт, труд, межличностные взаимосвязи, регулирует повседневное поведение человека во всех сферах общественной жизни; образовательной, посредством которой развивается интеллектуальный потенциал человека [1].

Следует отметить, что без изучения потребностей населения в социо-культурной среде учреждения культуры не смогут в полной мере реализовать свои функции [4]. Вследствие этого необходимо активное взаимодействие PR-служб учреждений культуры с потенциальными и уже существующими потребителями; регулярное обновление знаний основных характеристик аудитории и ее потребностей. В рамках конкретизации деятельности публичных библиотек в условиях активного внедрения цифровых технологий мы провели социологическое исследование «Имидж публичных библиотек в условиях перехода к информационному обществу» (2018г.; выборка - 700 жителей областного центра). Согласно этому исследованию было выявлено, какие цели преследуют люди от 18 до 65 лет, посещая публичную библиотеку (рисунок). Посредством этого исследования были получены сведения о том, что жители видят в библиотеках центры сохранения культурного наследия, но также оказания новых услуг на цифровой основе.

Наиболее востребованными функциями библиотек оказались образовательная, кумулятивная и информационно-координирующая, при помощи которых осуществляется социокультурная модернизация региона [3]. Однако, как показывают новые исследования в регионе, жители плохо осведомлены о современных услугах учреждений культуры: цифровых консультациях поиска литературы, курсах быстрого чтения, клубах иностранного

языка, удаленных консультациях в самообразовании. PR-службы должны активнее вести диалог с целевыми аудиториями через разные инструменты реальных и виртуальных коммуникаций.

Было выявлено, что на цель посещения библиотеки в значительной степени оказывает влияние экономический статус. Таким образом, те, чей экономический статус является ниже нормы ходят в библиотеку в основном для учебы, а также для улучшения своих профессиональных качеств и повышения компьютерной грамотности. Две трети опрошенных полагают, что библиотека может играть большую роль в совершенствовании населения в информационно-цифровой сфере. Важно освещение деятельности учреждений культуры через различные каналы коммуникации. При помощи отображения основных событий, мероприятий в социальных сетях - «ВКонтакте», «Twitter», «Instagram» - потребители узнают, что нового предлагают учреждениях культуры.

Итак, для реализации функций учреждений культуры необходимо постоянное сотрудничество с целевыми группами, проведение опросов и фокус-групповых обсуждений, которые позволят не только обеспечить выполнение основных функций учреждений культуры на более эффективном уровне, но также принимать более взвешенные и продуманные решения о формах работы с разными сегментами населения. Благодаря проведенным исследованиям и рекомендациям PR-специалистов, в централизованной библиотечной системе региона была разработана целевая программа «Информационная культура личности и способы ее реализации».

Источники и литература

- 1) Абакарова Е.Б., Ахмедова, Ж.А., Мурадова З.Р. Актуальность управления продвижением деятельности культурно-досуговых учреждений // Социальные технологии и процессы, Вестник Дагестанского университета. 2019. №6. С. 154-158
- 2) Слепова О.М. Роль публичных библиотек в преодолении информационно-цифрового неравенства населения // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2018. С. 81-93
- 3) Слепова О.М., Шиняева О.В. Деятельность публичных библиотек в контексте социальной адаптации населения // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. 2018. №4 (48). С. 108-118
- 4) Фишер Л.В. Перспективы развития домов культуры в современной городской среде // Развитие территорий. 2019. №1 (15). С. 49-52