

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ  
РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ  
АДМИНИСТРАЦИЯ ЦИМЛЯНСКОГО РАЙОНА  
**ОТДЕЛ КУЛЬТУРЫ**  
г.Цимлянск, ул.Ленина, 24 тел.2-13-65

**ПРИКАЗ № 138**

31.12.2020

г. Цимлянск

Об утверждении Методических рекомендаций по организации и проведению онлайн-мероприятий и методике учета потребителей (участников) этих услуг в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)

В целях учета потребителей (участников) онлайн-мероприятий в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19),

**ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Утвердить «Методические рекомендации по организации и проведению онлайн-мероприятий в культурно-досуговых учреждениях Цимлянского района и методике учета потребителей (участников) этих услуг в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» согласно приложению №1.

2. Утвердить «Методические рекомендации по организации и проведению онлайн-мероприятий в муниципальном бюджетном учреждении культуры Цимлянского района «Центральная межпоселенческая библиотека» и методике учета потребителей (участников) этих услуг в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» согласно приложению №2.

3. Директорам МБУК ЦР «ЦДК», МБУК ЦР «ЦМБ» учитывать в работе утвержденные методические рекомендации.

4. Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.

Заведующий отделом культуры  
Администрации Цимлянского района

Л.М. Степанова

**Методические рекомендации  
по организации и проведению онлайн-мероприятий в культурно-досуговых  
учреждениях Цимлянского района и методике учета потребителей (участников)  
этих услуг в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции  
(COVID-19)**

**1. Общие положения**

Настоящие Рекомендации разработаны с целью оказания методической помощи по проведению онлайн-мероприятий и по единообразному учету потребителей (участников, зрителей, посетителей) услуг размещенных в социальных сетях, на сайтах МБУК ЦР «ЦДК» в условиях неблагоприятной санитарно – эпидемиологической обстановки, а так же для оценки эффективности развития нового направления работы.

**2. Основные понятия**

2.1. В рамках исполнения муниципального задания в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) рекомендовать использовать следующие форматы онлайн-мероприятий:

2.1.1. **Театрализованное представление** - самая емкая и многогранная форма массового искусства, включающая в себя поэзию, музыку, театр, декорационное искусство, хореографию и т.д., и требующая трудоемкой подготовки. Спектакль, театрализованный праздник или литературно-музыкальная композиция, подготовленные творческим коллективом, транслируемая онлайн или «выложенная» в сеть Интернет на одну из платформ в форме видеозаписи;

2.1.2. **Онлайн мастер-класс** (урок, лекция, беседа и т.д.) – оригинальный метод обучения и конкретное занятие по совершенствованию практического мастерства, проводимое специалистом в определенной области творческой деятельности (музыка, литература, актерское мастерство, хореография, ремесло, ИЗО, ДПИ и др.) через сеть Интернет. Также возможен вариант размещения смонтированной записи мастер-класса, выложенный на сайте учреждения или в социальных сетях, позволяющий в любое время осуществить его просмотр получателем услуг и обеспечивающий двустороннюю связь с участниками в формате комментариев;

2.1.3. **Онлайн-акция** – комплексное мероприятие, привлекающее к участию людей (пользователей), направленное на продвижение социально-значимых целей, осуществляемое в интернет-пространстве;

2.1.4. **Онлайн-концерт** – публичное исполнение музыкальных произведений, эстрадных и т.п. номеров по определенной, заранее составленной программе. Может быть тематическим, театрализованным, праздничным и т.д. Осуществляется с помощью трансляции или в формате видеозаписи.

2.1.5. **Онлайн-флэшмоб** - заранее спланированная акция, в которой группа людей выполняет однотипные действия (сценарий), может проводиться в социальных сетях для случайных зрителей;

2.1.6. **Онлайн-конкурс** – состязательное мероприятие, соревнование на мастерство и технику исполнительства в различных видах и жанрах искусства, профессионального мастерства и т.д. Культурно-досуговые учреждения могут, как организовывать онлайн-конкурсы среди посетителей своих социальных сетей и сайтов, так и «выводить» в формат онлайн (по фото-, видеоматериалам) массовые конкурсы, смотры и фестивали, ставшие традиционными для конкретных учреждений и ранее проводимые «вживую»;

2.1.7. **Онлайн-игра** – массовое мероприятие, насыщенное игровыми элементами, соревновательностью, посвященное какой-либо теме. Например, историческая, экологическая, деловая, ролевая, интеллектуальная, развлекательная, квест, игра-загадка, игра-фантазия и т.д. Эта форма позволяет выкладывать записи тематических игр или создавать квесты в социальных сетях и на сайтах учреждений;

2.1.8. **Онлайн-встреча** – заранее условленные собрания двух и более людей в виртуальном пространстве. Мероприятие, устраиваемое с целью знакомства с кем-нибудь, беседы, обсуждения и прочее. Может проходить в форме интервью. Встреча, как информационно-просветительское мероприятие, является источником необычных новостей, информации, жизненного опыта, отличается уникальностью, достоверностью, окрашена яркой индивидуальностью гостя, а также реализует в том числе и воспитательную функцию;

2.1.9. **Виртуальная экскурсия** – показ заранее подобранных объектов в режиме онлайн. Может быть в виде видеоролика, прямого эфира;

2.1.10. **Виртуальная выставка** – это публичная демонстрация в сети специально подобранных и систематизированных материальных объектов с помощью веб-технологий (фотовыставки, выставки творческих работ, тематические выставки и др.);

2.1.11. **Челлендж** – мероприятие в формате видеоролика, в котором участники выполняют задание на видеокамеру и размещают его в сети, а затем предлагают повторить это задание своим подписчикам или неограниченному кругу пользователей. Это может быть фотография с обязательным упоминанием хэштега по теме челленджа;

2.1.12. **Интерактивная викторина** (онлайн-викторина, опрос, анкетирование и т.д.) – викторины на сайтах и страницах социальных сетей в форме визуально оформленных и проиллюстрированных текстов, где пользователь выбирает правильный вариант из предложенного списка ответов или отвечает на вопросы. Необходима обратная связь или возможность просмотра результатов и статистика;

2.1.13. **Сторителлинг** – это донесение получательной информации через историю (притчу, анекдот, сказки и т.п.). Сами эти рассказы могут быть как о знаменательных событиях, о выдуманных (мультипликационных, кино- и книжных) героях, так и о реальных персонажах. Эффективно доносит различную информацию и увеличивает мотивацию людей на определенные поступки для достижения каких-либо результатов. Могут сопровождаться фото и видеоматериалами;

2.1.14. **Видеокалейдоскоп**- познавательная тематическая подборка видео и фотоматериала, приуроченная к знаменательному событию, имеющая определенную цель, целостная по содержанию. Видеоролик должен быть задуман и смонтирован силами сотрудников учреждения;

### **3. Порядок организации и проведения дистанционного мероприятия**

3.1. С целью проведения онлайн-мероприятия необходимо тщательно планировать его организацию и подготовку, учесть соответствие тематики и формы предстоящего мероприятия.

#### 3.1.1. Подготовительный этап:

- определение темы, постановка цели и задачи мероприятия, уточнение аудитории;
- составление плана работы, определение хода и содержания мероприятия;
- определение формата онлайн-мероприятия;
- разработка сценария (онлайн-концерт, театрализованное представление и т.д.), положения (онлайн-конкурс, акция, марафон и т.д.), программы (вебинар, другие информационно-просветительские мероприятия);
- определение участников (ведущие, жюри, актеры, волонтеры)

#### 3.1.2. Коррекционный этап:

- подготовка и проверка оборудования и технических средств;
- выбор интернет-платформы;
- репетиции, съемки, монтаж;
- определение времени трансляции и публикации мероприятия;
- оповещение, приглашений зрителей, гостей (афиша, анонс, реклама в социальных сетях и т.д.);
- создание тематических рубрик, уникальных хэштегов для удобства поиска публикаций.

#### 3.1.3. Основной этап:

- оформление площадки, установка оборудования, технических средств (если это онлайн трансляция);
- проведение онлайн-мероприятия (запись мероприятия, чтобы участники, которые не смогли присоединиться в режиме онлайн, смогли посмотреть событие позже);
- анализ проведенного мероприятия, возможное обсуждение с коллегами, участниками и аудиторией (возможно, в формате комментарием под публикацией мероприятия);
- подготовка необходимой документации (акт или паспорт о проведении мероприятия, сохранение ссылок, скриншоты публикации (веб-страницы), для онлайн-конкурсов – список участников, протоколы жюри (онлайн-конкурс), информационный отчет о проведенном мероприятии по требованию.

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.

3.2. Размещение в сети Интернет работ из архива учреждения культуры, афиши, анонсы, а также перепосты (репосты) **не являются онлайн-мероприятиями**. Это форма поддержки связи со своей целевой аудиторией.

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.

#### **4. Платформы для проведения и размещения онлайн-мероприятий**

4.1. Доступными платформами для проведения дистанционных мероприятий, а также для размещения видео и медиа формата мероприятий использовать следующие интернет-платформы и социальные сети:

- для создания максимального эффекта присутствия, общения с участниками онлайн-мероприятия удобно использовать такие средства, как ZOOM, Skype и мессенджеры, поддерживающие формат видеоконференции;

- для размещения смонтированного видео мероприятия, других медиаматериалов используются официальный сайт учреждения, официальный канал учреждения на Youtube, социальные сети (Instagram, VKontakte, Facebook);

4.2. Не рекомендуется использовать социальную сеть «Одноклассники» ввиду некорректного отображения учета просмотров и «лайков»;

4.3. Все используемые в сети Интернет сайты, социальные страницы и группы **должны быть официальными страницами (группами, каналами) учреждения.**

#### **5. Методика учета посещений (потребителей/участников) онлайн-мероприятий.**

5.1. 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 посещений (участников, потребителей услуги):

1) Онлайн-акций, онлайн-флэшмобов, онлайн-челленджей, онлайн-конкурсов и виртуальных выставок предлагается два варианта (на выбор учреждения культуры):

- учет потребителей, принявших участие с учетом количества просмотров;

- учет общего зарегистрировавшегося количества потребителей, при условии, если под конкретное онлайн-мероприятие была создана отдельная группа, страница в социальных сетях или в сети Интернет;

2) онлайн-концертов, театрализованных представлений, онлайн-спектаклей – по просмотрам на момент отчетного периода **(не более 3-х дней)**;

3) вебинаров – по потребителям, принявшим активное участие;

4) онлайн-мастер-классов (и иных учебных, информационно-просветительских мероприятий) – при прямой трансляции учитывается число непосредственных участников, если выложена видеозапись – по количеству просмотров.

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

5.3. Для учета мероприятий, проведенных в сети Интернет, рекомендуем завести отдельный Журнал учета культурно-массовых мероприятий, проведенных в сети Интернет. В структуру Журнала включить следующие разделы:

- Название мероприятия.
- Вид мероприятия (культурно-досуговое, информационно-просветительское).
- Форма (фестиваль, концерт, выставка, семинар и др.).
- Направленность мероприятия (эстетическое, патриотическое, развлекательное, профилактическое и др.).
- Адресность мероприятия (по возможности) – для детей, для молодежи, для взрослых, для пожилых, для людей с ОВЗ и т.д.
- Дата (число, месяц, год), время проведения, продолжительность (не менее 45 минут).
- Онлайн-площадка, на которой проведено мероприятие.
- Количество посещений (просмотров).
- Количество участников мероприятия (артисты, конкурсанты, слушатели и др.)
- Фамилия, имя, отчество ответственного за проведение мероприятия, подпись.
- Другие сведения о мероприятии.

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

Также для ведения внутренней отчетности о мероприятиях, проведенных в сети Интернет, рекомендуем составлять паспорт (отчет) каждого мероприятия в соответствии с формой, установленной в учреждении, и в которую могут быть добавлены необходимые сведения из вышеприведенной структуры Журнала учета культурно-массовых мероприятий, проведенных в сети Интернет. К паспорту (отчету) должны быть приложены снимки экрана (скриншоты), подтверждающие как факт проведения данного мероприятия, так и сведения о его посещениях.

Отчеты о посещаемости учебно-методических онлайн-мероприятий могут подтверждаться регистрационными списками участников, сформированными либо средствами онлайн-платформы, на которой проводится мероприятие, либо регистрационными формами, специально создаваемыми на сайте учреждения.

В целях совершенствования системы отчетности о деятельности учреждения рекомендуем принять локальный нормативный акт, регламентирующий порядок учета мероприятий, проводимых в сети Интернет, с утверждением форм паспорта (отчета)

мероприятия и Журнала учета культурно-массовых мероприятий, проведенных в сети Интернет.

## **6. Учет онлайн-работы клубных формирований**

Для учета онлайн-работы клубных формирований также рекомендуется завести отдельный Журнал учета, используя ту форму Журнала учета работы клубного формирования, которая установлена в учреждении.

По аналогии с мероприятиями, онлайн-занятия в клубных формированиях могут проходить как в режиме реального времени, так и форме трансляций видеоуроков и мастер-классов в записи.

**Онлайн-занятия** в режиме реального времени, как правило, проходят на площадке Zoom (или аналогичной), возможности которой позволяют отследить не только количественный состав участников занятия, но и их поименный состав. Снимок экрана (скриншот) может являться документальным подтверждением проведенного занятия, списка его участников и основанием для внесения необходимых данных в Журнал учета работы клубного формирования.

**Трансляции видеоуроков и мастер-классов в записи** также могут быть приняты к учету как онлайн-работа клубных формирований при условии, что они проводятся с использованием Интернет-ресурсов, позволяющих фиксировать поименный состав участников, таких, например, как группы в мессенджерах или социальных сетях. Данные о таких занятиях и их участниках также могут быть внесены в Журнал учета работы клубного формирования.

В раздел «Участие в мероприятиях» Журнала учета работы клубного формирования могут быть включены онлайн-мероприятия, в которых приняли участие участники данного клубного формирования. В раздел «Творческие достижения клубного формирования» может быть внесена информация о полученных на данных онлайн-мероприятиях наградах.

**Методические рекомендации  
по организации и проведению онлайн-мероприятий в муниципальном  
бюджетном учреждении культуры Цимлянского района «Центральная  
межпоселенческая библиотека» и методике учета потребителей (участников) этих  
услуг в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции  
(COVID-19)**

**1. Общие положения**

Настоящие Рекомендации разработаны с целью оказания методической помощи сотрудникам МБУК ЦР «ЦМБ» по проведению онлайн-мероприятий и по единообразному учету потребителей (участников, зрителей, посетителей) услуг, размещенных на официальном сайте МБУК ЦР «ЦМБ» в условиях неблагоприятной санитарно – эпидемиологической обстановки, а так же для оценки эффективности развития нового направления работы.

**2. Основные понятия**

2.1. В рамках исполнения муниципального задания в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) рекомендуем использовать следующие форматы онлайн-мероприятий:

2.1.1. **Буктрейлер** (короткие видеоролики не более 3 минут) — это вариант рассказа в произвольной художественной форме о какой-либо книге. Цель таких роликов — реклама книг и пропаганда чтения, привлечение внимания к книгам при помощи визуальных средств, характерных для трейлеров к кинофильмам.

2.1.2. **Обзоры литературы** – это беседа или лекция на определенную тему с привлечением иллюстративного материала, в качестве которого выступают книги.

2.1.3. **Виртуальная выставка** – это публичная демонстрация в сети Интернет с помощью средств веб-технологий виртуальных образов специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, а также общедоступных электронных ресурсов, рекомендуемых удаленным пользователям библиотеки для обозрения, ознакомления и использования.

2.1.4. **Литературное путешествие или литературный дилижанс** - игра, которая проводится по краеведческой, географической, исторической, научно-популярной и художественной литературе. Обязательный элемент путешествия — карта или схема маршрута с обязательными остановками – станциями, опушками, островами, тропинками, домиками.

2.1.5. **Слайдшоу** — набор слайдов и спецэффектов, текстовое содержимое презентации, заметки докладчика хранящиеся в одном файле. На слайдах отображается только основная мысль доклада (рассказа). Основной текст закадрово озвученный.

2.1.6. **Видеорассказ** - это познавательный видеофильм на определённую тему, сопровождающийся закадровым текстом.

2.1.7. **Онлайн-акция** – комплексное мероприятие, привлекающее к участию людей (пользователей), направленное на продвижение социально-значимых целей, осуществляемое в интернет-пространстве;



2.1.8. **Интерактивная викторина** (онлайн-викторина, опрос, анкетирование и т.д.) – викторины на сайтах и страницах социальных сетей в форме визуально оформленных и проиллюстрированных текстов, где пользователь выбирает правильный вариант из предложенного списка ответов или отвечает на вопросы. Необходима обратная связь или возможность просмотра результатов и статистика;

2.1.9. **Видеокалейдоскоп**- познавательная тематическая подборка видео и фотоматериала, приуроченная к знаменательному событию, имеющая определенную цель, целостная по содержанию. Видеоролик должен быть задуман и смонтирован силами сотрудников учреждения;

### **3. Порядок организации и проведения дистанционного мероприятия**

3.1. С целью проведения онлайн-мероприятия необходимо тщательно планировать его организацию и подготовку, учесть соответствие тематики и формы предстоящего мероприятия.

3.1.1. Подготовительный этап:

- определение темы, постановка целей, определение возрастной категории;
- составление плана работы, хода и содержания мероприятия;
- Анализ и подбор литературы.
- определение формата онлайн-мероприятия (вебинар, видеорассказ, виртуальное путешествие и т.д.);
- разработка сценария, положения (онлайн- конкурс, онлайн-акция, онлайн-марафон), программы (вебинар).

3.1.2. Коррекционный этап:

- репетиция и корректировка сценария;
- определение времени трансляций и публикаций мероприятий.

3.1.3. Основной этап:

- оформление площадки, на которой будет записываться онлайн-мероприятие;
- проведение онлайн-мероприятия (запись мероприятия);
- размещение в сети Интернет;
- подготовка необходимой документации (паспорт мероприятия и информационный отчет).

В положении онлайн-акций, онлайн-флешмобов, онлайн-челленджей, онлайн-конкурсов обязательно должен быть прописан период проведения онлайн-мероприятия.

3.2. Размещение в сети Интернет работ из архива учреждения культуры, афиши, анонсы, а также репосты (репосты) **не являются онлайн-мероприятиями**. Это форма поддержки связи со своей целевой аудиторией.

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.

### **4. Платформы для проведения и размещения онлайн-мероприятий**

4.1. Доступными платформами для проведения дистанционных мероприятий, а также для размещения видео и медиа формата мероприятий использовать следующие интернет-платформы и социальные сети:

- для проведения онлайн-семинаров удобно использовать такие средства, как ZOOM, Skype и мессенджеры, поддерживающие формат видеоконференции;
- для размещения смонтированного видео мероприятия, других медиаматериалов используются официальный сайт библиотеки;

4.2. Все используемые в сети Интернет сайты, социальные страницы и группы **должны быть официальными страницами (группами, каналами) учреждения.**

## **5. Методика учета посещений (потребителей/участников) онлайн-мероприятий.**

5.1. 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 посещений (участников, потребителей услуги):

2) Онлайн-акций, онлайн-флэшмобов, онлайн-челленджей, онлайн-конкурсов и виртуальных выставок предлагается два варианта (на выбор учреждения культуры):

- учет потребителей, принявших участие с учетом количества просмотров;
- учет общего зарегистрировавшегося количества потребителей, при условии, если под конкретное онлайн-мероприятие была создана отдельная группа, страница в социальных сетях или в сети Интернет;

2) онлайн-семинаров – по потребителям, принявшим активное участие;

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

5.3. Для учета мероприятий, проведенных в сети Интернет, рекомендуем завести отдельный Журнал учета мероприятий, проведенных в сети Интернет. В структуру Журнала включить следующие разделы:

- Название мероприятия.
- Направление (литературное наследие, патриотическое воспитание и др).
- Форма (литературный диалог, обзор литературы, виртуальная выставка, семинар и др.).
- Дата (число, месяц, год), продолжительность (не более 15 минут).
- Онлайн-площадка, на которой проведено мероприятие.
- Количество посещений (просмотров) за 1 день, за 3 дня и за 15 дней.
- Количество участников мероприятия (участники видео-мероприятия; участники клубов/кружков)
- ФИО ответственного за проведение мероприятия.
- Другие сведения о мероприятии.

Виртуальные посещения разрешено брать в учет **исключительно с официальных счетчиков сайтов, веб-страниц.**

Методические и информационно-консультационные мероприятия в формате онлайн (вебинары, онлайн-совещания и т. д.) подтверждаются фотоматериалами, скриншотами.

5.4. Для ведения внутренней отчетности о мероприятиях, проведенных в сети Интернет, необходимо составлять паспорт и отчет каждого мероприятия в соответствии с формой, в которую могут быть добавлены необходимые сведения из вышеприведенной структуры Журнала учета культурно-массовых мероприятий, проведенных в сети Интернет. К паспорту и отчету должны быть приложены снимки экрана (скриншоты), подтверждающие как факт проведения данного мероприятия, так и сведения о его посещениях.

Отчеты о посещаемости учебно-методических онлайн-мероприятий могут подтверждаться регистрационными списками участников, сформированными либо средствами онлайн-платформы, на которой проводится мероприятие, либо регистрационными формами, специально создаваемыми на сайте учреждения.