

Муниципальное казённое учреждение культуры
«Киикский культурно-досуговый центр»
ИНН 5438315500, КПП 543801001, ОКПО 75857592

ПОЛОЖЕНИЕ

об организации и проведении онлайн-мероприятий по единообразному учету потребителей (участников) услуг на бесплатной основе в социальных сетях и на сайтах учреждений культуры и искусства

1. Основные понятия

Форматы онлайн-мероприятий в социальных сетях и на сайтах учреждений культуры и искусства: вебинары, онлайн-мастер-классы, Челлендж, 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 флешмоба осуществляется через сеть Интернет.

Челлендж (англ. Challenge – Челлендж переводится как «вызов») (в контексте словосочетания «бросить вызов») – жанр интернет-роликов, в которых блогер выполняет задание на видеокамеру и размещает его в сети Интернет, предлагая повторить задание своим подписчикам, друзьям, неограниченному кругу пользователей.

Виртуальная выставка – 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.).

Онлайн мастер-класс – смонтированная видеозапись занятия, проводимого специалистом в определённой области творческой деятельности (музыки, литературы, актёрского мастерства, по традиционным художественным ремеслам и т.д.) доступная к просмотру в любое время через сеть Интернет.

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

Онлайн-трансляция – передача происходящего (репортаж, мероприятие) в прямом эфире через Интернет.

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

2. Платформы для проведения дистанционных мероприятий

На случай создания максимального эффекта присутствия, живого общения участников с выступающими и между собой 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.

3. Порядок организации и проведения онлайн-мероприятия

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

Выкладывание в сеть Интернет видеозаписей из собственного архива учреждения культуры **не является онлайн-мероприятием**. Это поддержка связи со своей целевой аудиторией.

В положениях онлайн-акций, онлайн-флешмобов, челленджей, онлайн-конкурсов, виртуальных выставок и других онлайн-мероприятий обязательно должен быть прописан временной период проведения каждого онлайн-мероприятия.

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

4. Методика учета посещений, потребителей (участников) онлайн-мероприятий

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

Учет потребителей (участников):

- онлайн-акций, онлайн-флешмобов, челленджей, онлайн-конкурсов и виртуальных выставок существует 2 варианта (на выбор организации культуры):
 - 1) учет потребителей, принявших активное участие;
 - 2) учет общего зарегистрировавшегося количества потребителей, при условии, если онлайн-мероприятие создано как конкретное мероприятие в социальных сетях;
- онлайн-концертов – «по лайкам» (учитывается количество «лайков» за 5 дней);
- вебинаров – по потребителям, принявшим активное участие;
- онлайн мастер-классов (при проведении прямой трансляции учитываем число непосредственных участников, если выложена видеозапись – число «лайков»).

5. Оформление документов о проведении онлайн-мероприятия

На все культурные онлайн-мероприятия оформляется акт об организации и проведении мероприятия. Акт онлайн-мероприятия разрабатывается учреждениями культуры самостоятельно на основе типовой формы (*Приложение 1, 2*).

Учреждения культуры, оказывающие государственные 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.