

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ПРОГРАММЫ ИНТЕНСИВА

Мальсагова Фатима Магамедовна

руководитель медиаблока министерства культуры Тульской области

«Медиашкола: как привлечь аудиторию к мероприятиям Домов культуры»

3 недели – 3 очных интенсива по основам ведения социальных сетей

1 день интенсива – 15 апреля

Точка старта: где мы сейчас и как сделать, чтобы о нас узнали

- Разбор полётов: что у нас уже есть и где точки роста
- С чего начинается продвижение: первичный анализ соцсетей
- Как о вас узнают: каналы продвижения ваших соцсетей

Спикер: Фатима Мальсагова, руководитель медиаблока министерства культуры Тульской области

«Медиашкола: как привлечь аудиторию к мероприятиям Домов культуры»

3 недели – 3 очных интенсива по основам ведения социальных сетей

1 день интенсива – 15 апреля

Как работают соцсети: аудитория, форматы и вовлечение

- Какая соцсеть — для каких задач: где искать свою аудиторию
- Контент, который вовлекает: форматы общения и рубрики для сообщества
- Упаковка страницы в ВК

Спикер: Валентина Мальцева, руководитель пресс-службы министерства культуры Тульской области

«МедиаШкола: как привлечь аудиторию к мероприятиям Домов культуры»

3 недели – 3 очных интенсива по основам ведения социальных сетей

1 день интенсива – 15 апреля

Основы написания текста

- **Живой язык — как писать, чтобы было не скучно.**

Почему важно сокращать, избегать канцелярита и думать о вовлечении

- **Пост должен цеплять, а не пролистываться.**

Изучаем структуру эффективного текста. Как разделять текст на абзацы, что вынести в заголовок и чем закончить

Спикер: Павел Тупикин, руководитель пресс-службы ГУК ТО «ОЦРК»

«Медиашкола: как привлечь аудиторию к мероприятиям Домов культуры»

3 недели – 3 очных интенсива по основам ведения социальных сетей



2 день интенсива

Видео, которое смотрят: как снимать живой и цепляющий контент

- **От рилса до интервью: какие форматы видео работают и как их снимать**

Особенности съемки концертов, мастер-классов, интервью и другого контента

- **Кадр, который держит внимание: основы композиции и монтажного мышления**

Как выстраивать кадр, снимать разнообразно и собирать материал для динамичного видео

- **Снимаем на практике: отработка навыков в реальных условиях**

Практическая работа с видеоформатами, композицией и съемкой разных типов контента

- **Основы монтажа с помощью доступных сервисов**

Фото, которое замечают: как снимать живой и выразительный контент

- **Какие фото нужны для соцсетей и событий**

Анонсы, репортаж, атмосфера, люди, детали, процесс

- **Основы хорошего кадра**

Композиция, свет, ракурс, планы, работа с фоном и акцентами

- **Съемка в разных форматах**

Особенности съемки мероприятий, мастер-классов, концертов, выставок, портретов и деталей

- **Как собрать цельный фоторепортаж**

Какие кадры нужны, чтобы передать историю события

- **Базовая обработка и подготовка к публикации**

Кадрирование, свет, цвет, единый стиль, адаптация под соцсети

- **Практика и разбор кадров**

Отработка навыков съемки и анализ типичных ошибок

«Медиашкола: как привлечь аудиторию к мероприятиям Домов культуры»

3 недели – 3 очных интенсива по основам ведения социальных сетей



2 день интенсива

Дизайн и нейросети: как делать качественный визуал быстро и без больших ресурсов

- **Почему визуал решает**

Как первое впечатление влияет на интерес аудитории и почему даже простой дизайн может выглядеть профессионально;

- **База дизайна, которая нужна каждому**

Композиция, цвет, шрифты, акценты, читаемость, работа с фоном и визуальная иерархия — без сложной теории, только то, что реально помогает в работе;

- **Дизайн с телефона: что можно сделать в бесплатном приложении**

Основы работы в Picsart, Figma: как собрать афишу, карточку, сторис, обложку или анонс, имея под рукой только телефон;

- **Как оформить соцсети в едином стиле**

Простые приемы, которые помогают сделать страницу аккуратной, узнаваемой и визуально цельной даже без дизайнера/

- **Нейросети как помощник в создании контента**

Как с их помощью искать идеи, генерировать изображения, фоны, иллюстрации и заготовки для постов и афиш;

- **Как правильно ставить задачу нейросети**

Базовые принципы хорошего запроса: что писать, чтобы получить более точный, красивый и полезный результат;

- **Что важно учитывать при работе с нейросетями**

Ограничения, качество, стиль, правдоподобие, авторские риски и случаи, когда результат обязательно нужно проверять и дорабатывать вручную;

- **Практика: делаем визуал для реальной задачи**

Создание простого дизайна и генерация контента под анонс, событие или публикацию в соцсетях.

«Медиашкола: как привлечь аудиторию к мероприятиям Домов культуры»

3 недели – 3 очных интенсива по основам ведения социальных сетей

3 день интенсива



Правовая основа ведения информационных ресурсов

- **Авторские права**

С какими ограничениями вы столкнетесь при подборе фотографий и видео для своих соцсетей. Почему эти требования необходимо соблюдать? И где искать свободные фото, видео и музыку.

- **Фотографии детей**

Как использовать фотографии детей из интернета для своих публикаций. Когда можно, а когда нельзя.

- **Рассказать ≠ прорекламирровать**

Когда ваша информация становится рекламой. Ключевые критерии информационной рекламы.

Точка старта: где мы сейчас и как сделать, чтобы о нас узнали

Мальсагова Фатима Магамедовна

руководитель медиаблока министерства культуры Тульской области

Анализ аудитории: что важно увидеть за цифрами

- **Не все подписчики — ваша реальная аудитория**

Важнее понимать, кто действительно читает, реагирует и приходит на мероприятия

- **Сегментируйте не только по возрасту, но и по образу жизни**

Родители, молодёжь, активные пенсионеры, участники кружков, жители соседних населённых пунктов

- **Сравнивайте онлайн-аудиторию с офлайн-посетителями**

Если в зале одни люди, а в соцсетях другие — канал коммуникации работает не в полную силу

- **Ищите “белые пятна” в охвате**

Какие группы жителей почти не представлены среди подписчиков, но потенциально могут быть вашей аудиторией?

- **Смотрите не только охваты, но и источники переходов**

Откуда люди приходят: с репостов, из пабликов, по QR-кодам, из поиска, от партнёров

- **География важна не меньше возраста**

Для ДК особенно ценно понимать, кто живёт рядом, кто готов приезжать и откуда уже приезжают люди

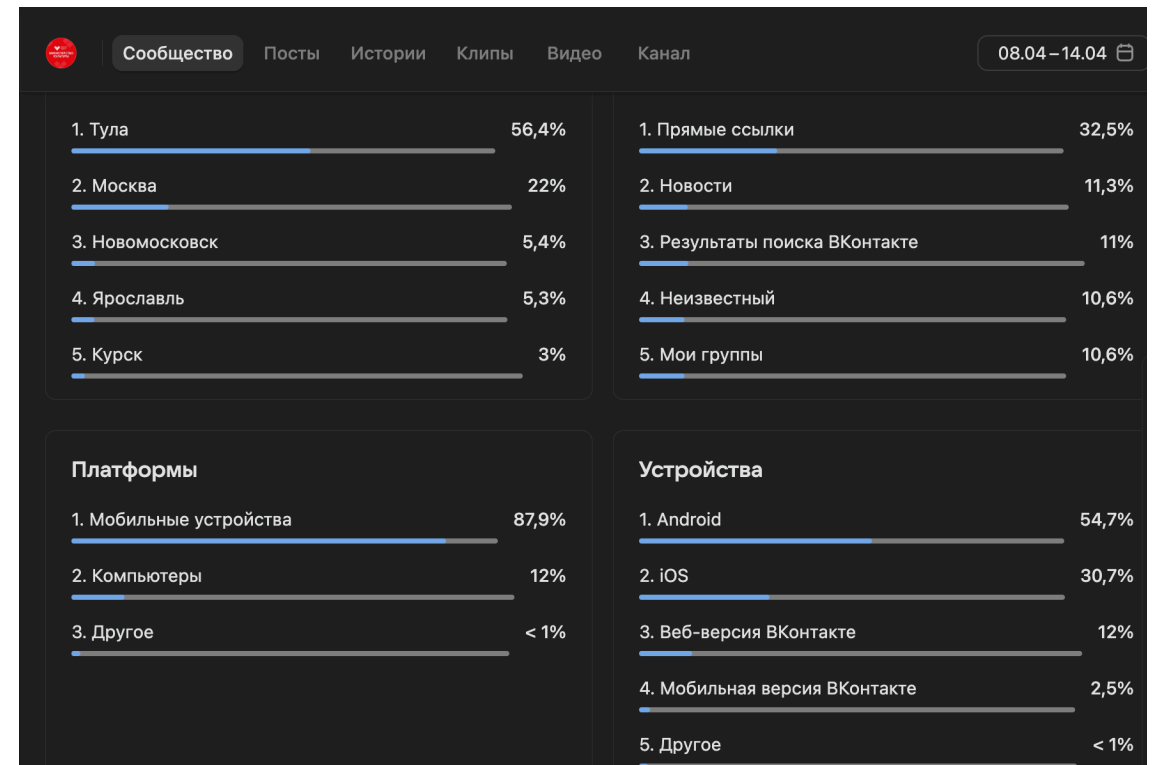
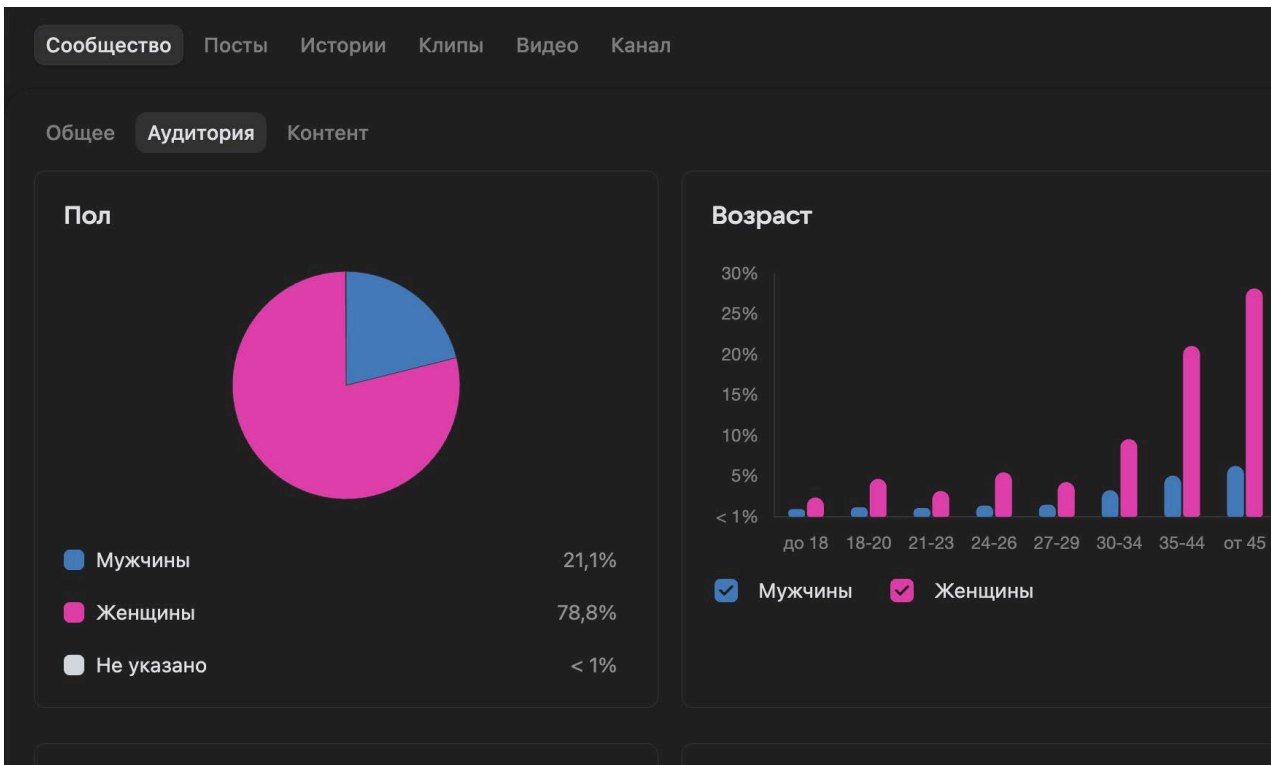
- **Активное время аудитории помогает не только публикации, но и продвижению**

Это ориентир для размещения анонсов, репостов и партнёрских публикаций

- **Анализ — это регулярная работа, а не разовая подготовка**

Аудитория меняется, и карта каналов продвижения тоже должна меняться вместе с ней

Анализ аудитории: что важно увидеть за цифрами



Социальный портрет территории: что важно учитывать кроме демографии

- **Не все жители одинаково доступны для коммуникации**

Важно понимать, кто реально включён в культурную жизнь, а кто выпадает из неё

- **Ключевой фактор — не только численность, но и мобильность**

Есть ли транспорт, готовы ли люди ехать вечером, в выходные, с детьми, зимой

- **Смотрите на “радиус притяжения” учреждения**

Какие населённые пункты готовы приезжать к вам регулярно, а какие — только на крупные события

- **Учитывайте ритм жизни территории**

Сезонные работы, сменный график, учебный год, дачный период, религиозные и местные праздники

- **Анализируйте повседневные маршруты жителей**

Где люди бывают регулярно: школа, магазин, ФАП, администрация, остановка, рынок, Дом культуры

- **Важно знать не только интересы, но и барьеры участия**

Время, дорога, стоимость, отсутствие компании, нехватка информации, неудобное расписание

- **Соседние населённые пункты — это не “дополнение”, а возможный ресурс роста**

Особенно если у вас сильная программа, удобная логистика или дефицит культурных предложений вокруг

- **Территория — это не фон, а основа выбора каналов продвижения**

Одни каналы работают там, где высокая цифровая активность, другие — там, где сильнее офлайн и сарафанное радио

«Можно сделать прекрасный концерт, выставку, мастер-класс или праздник. Но если о нём никто не узнал вовремя, если человек не понял, зачем ему идти, если не увидел это в удобном для себя канале — зал может остаться полупустым. Не потому что мероприятие плохое, а потому что информация не дошла»

Что важно узнать на фокус-группе

- Как аудитория описывает ваш ДК своими словами
- Что вызывает интерес, а что — равнодушие
- Какие барьеры мешают посещению
- Где люди реально узнают о событиях
- Кому они доверяют как источнику информации
- Как выглядит их путь от анонса до визита
- Какие каналы кажутся удобными и привычными
- Что стоит изменить в коммуникации, а не только в контенте

«Статистика показывает поведение, а фокус-группа объясняет его причины»

Продвижение ДК — это борьба за внимание

- не все решает бюджет
- локальные каналы часто сильнее рекламы
- доверие важнее охвата
- партнёры усиливают узнаваемость
- коллаборации повышают лояльность
- регулярность формирует привычку приходить

«Дом культуры конкурирует прежде всего за внимание, время и привычку человека быть вовлечённым»

- Каждая афиша должна не только информировать, но и приводить человека в ваши соцсети
- Задача печатных материалов — не закончить контакт, а продлить его в онлайн
- Локальные медиа дают не только охват, но и доверие — если ведут аудиторию в ваши собственные каналы

пришёл в ДК

увидел QR-код

перешёл в
соцсети

подписался

начал следить
за событиями

стал
постоянной
аудиторией

Продвижение по возрастам

- до 18 — школа, колледж, чаты, родители
- 25+ — маршруты повседневной жизни
- Лучший канал — тот, где аудитория бывает регулярно
- После подписки включается сарафанное радио

Дополнительно

- Проверять каналы через фокус-группу
- Вести человека не только к мероприятию, но и в подписку
- Усиливать охват через сарафанное радио
- Соблюдать требования по персональным данным при рассылках

«Для каждой возрастной группы нужно искать не просто канал, а привычную точку внимания»

«Подписка даёт охват, а интересный контент запускает сарафанное радио»

Разбор сообществ в ВК

Search bar: Поиск

15 notifications

Profile picture: Microphone icon

МКУК " Рылёвский КДЦ "
319 подписчиков

Подписаться

Ещё ▾

Подписаться | Открыть приложение | Пожертвовать

Муниципальное казённое учреждение культуры " Рылёвский культурно-досуговый центр " муниципальног... Ещё

+7 (48736) 5-36-45

Karandeeva.dashuta@mail.ru

Подробная информация

- МКУК " Рылёвский КДЦ "
- #СидимДома
- Муниципальное казённое учреждение культуры " Рылёвский культурно-досуговый центр " муниципального образования Восточно-Одоевского Одоевского района .

+7 (48736) 5-36-45

@ club168930690

Karandeeva.dashuta@mail.ru

Закрито · Откроется в 9:00

с. Рылёво ,ул. Центральная,дом 28-а , Одоев

Контакты 1

- DELETED

Разбор сообществ в ВК

Воскресенский СФК
615 подписчиков

Подписаться

Ещё

Адреса Фото Видео

Новый парк

дом культуры

Ул. Дружбы, 30, Воскресенское

Закрето · Откроется в 9:00

Это официальная страничка Воскресенского сельского филиала культуры МАУК "Дубенский ЦКИКиБО"

+7 (48732) 3-41-96

<https://vk.com/voskresensksfk>

Закрето · Откроется в 9:00

Ул. Дружбы, 30, Воскресенское

Подробная информация

Подписчики 615

!!! Уважаемые посетители!

С 1 января 2025 года Министерство культуры Российской Федерации запускает мониторинг целевого показателя «Уровень удовлетворенности граждан работами государственных и муниципальных организаций культуры, искусства и народного творчества», который включен в перечень показателей национальной цели развития Российской Федерации «Реализация потенциала каждого человека, развитие его талантов, воспитание патриотичной и социально ответственной личности», а также в национальный проект «Семья».

Приглашаем вас принять участие в оценке удовлетворенности граждан работами государственных и муниципальных организаций культуры, искусства и народного творчества. Исследование проводится с помощью анонимной анкеты.

Анкета заполняется просто. Внимательно прочитайте вопросы анкеты и выберите тот вариант ответа, который является наиболее подходящим для вас.

Обратите внимание – на некоторые вопросы вы можете давать несколько вариантов ответа или отвечать в свободной форме.

Просим вас оценить работу нашей организации, пройдя по ссылке: forms.mkrf.ru/e/2579/xTP...

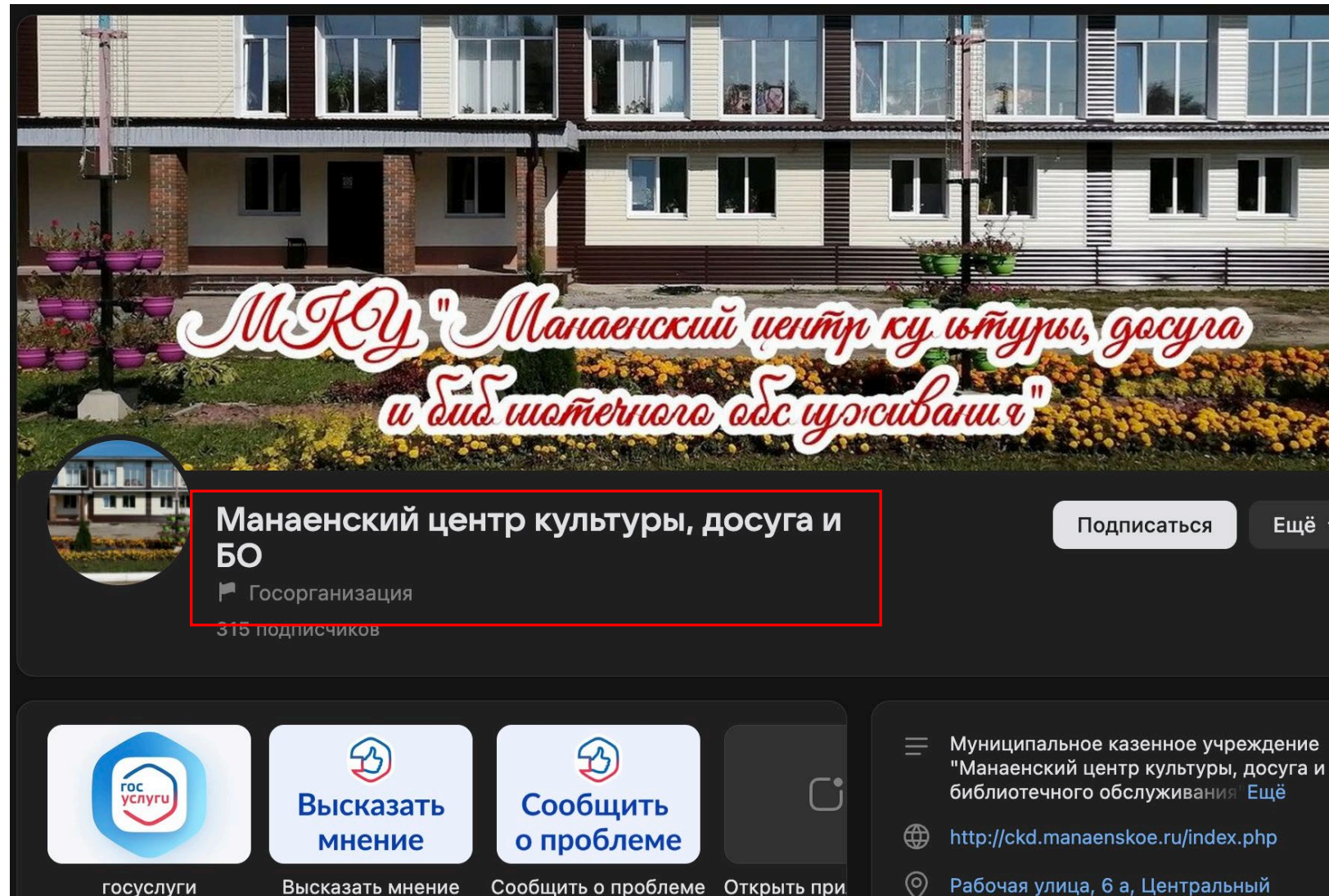
Ваше мнение очень важно не только для нас, но и для Министерства культуры Российской Федерации. Оно поможет получить независимую и честную оценку удовлетворительности граждан России работой государственных и муниципальных организаций культуры, искусства и народного творчества.

Оценили 14 человек

Лайк 3

21 янв 2025

Разбор сообществ в ВК



МКУ "Манаенский центр культуры, досуга и библиотечного обслуживания"


Манаенский центр культуры, досуга и БО
Госорганизация
315 подписчиков

Подписаться Ещё ▾

гос услуги Высказать мнение Сообщить о проблеме Открыть при

Муниципальное казенное учреждение "Манаенский центр культуры, досуга и библиотечного обслуживания" [Ещё](#)
<http://ckd.manaenskoe.ru/index.php>
Рабочая улица, 6 а, Центральный

Разбор сообществ в ВК



ЦЕНТРАЛЬНОВСКИЙ ПДК
165 подписчиков

Подписаться

Ещё

Видео Чаты Адреса

Мы против курения!
А вы?
Сегодня обратимся к теме.
В дыму планета – почему?
Да потому, что сигарета
Виной всему, конец всему!

2:33

Закр^{то} · Откроется в 9:00
г. Суворов, ул. Пионерская, д.10, Суворов
Подробная информация

Подписчики 165


48 ЗАПИСЕЙ

ЦЕНТРАЛЬНОВСКИЙ ПДК

Культурный фронт 71

КФ71

#ЗаРоссию!ЗаПрезидента!
#СвоихНеБросаем
#КультФронт71



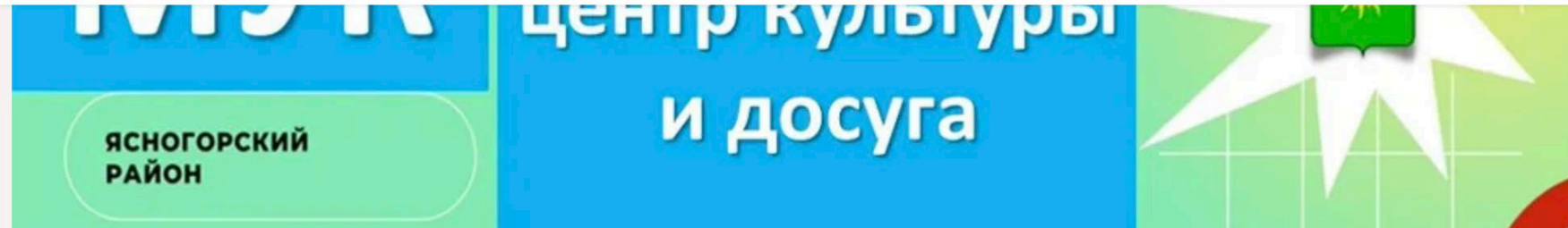
2:46

В рамках региональной акции "Культурный фронт 71" исполнение:
вокальный ансамбль «Мелодия»
«Златая Русь»
#ЗаРоссию
#ЗаПрезидента.. Показать ещё

14

28 окт 2022

ЦЕНТРАЛЬНОВСКИЙ ПДК



МУК Иваньковский ЦК и Д
Дом культуры

Подписаться



Лента Темы 323 Фото 2 003 Видео 14 Участники 114 Ещё ▾

О группе

Дом культуры – это всегда центр общественной и культурной жизни людей в селе, место их общения, развития творческих способностей земляков.

Наш Иваньковский ЦК и Д является центром культурной жизни и общения, как для взрослых, так и для детей. Здесь организуют досуг для сельчан, ...

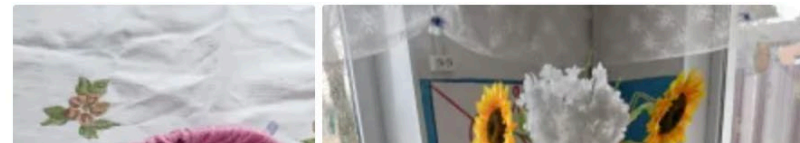
Всё Увлечения



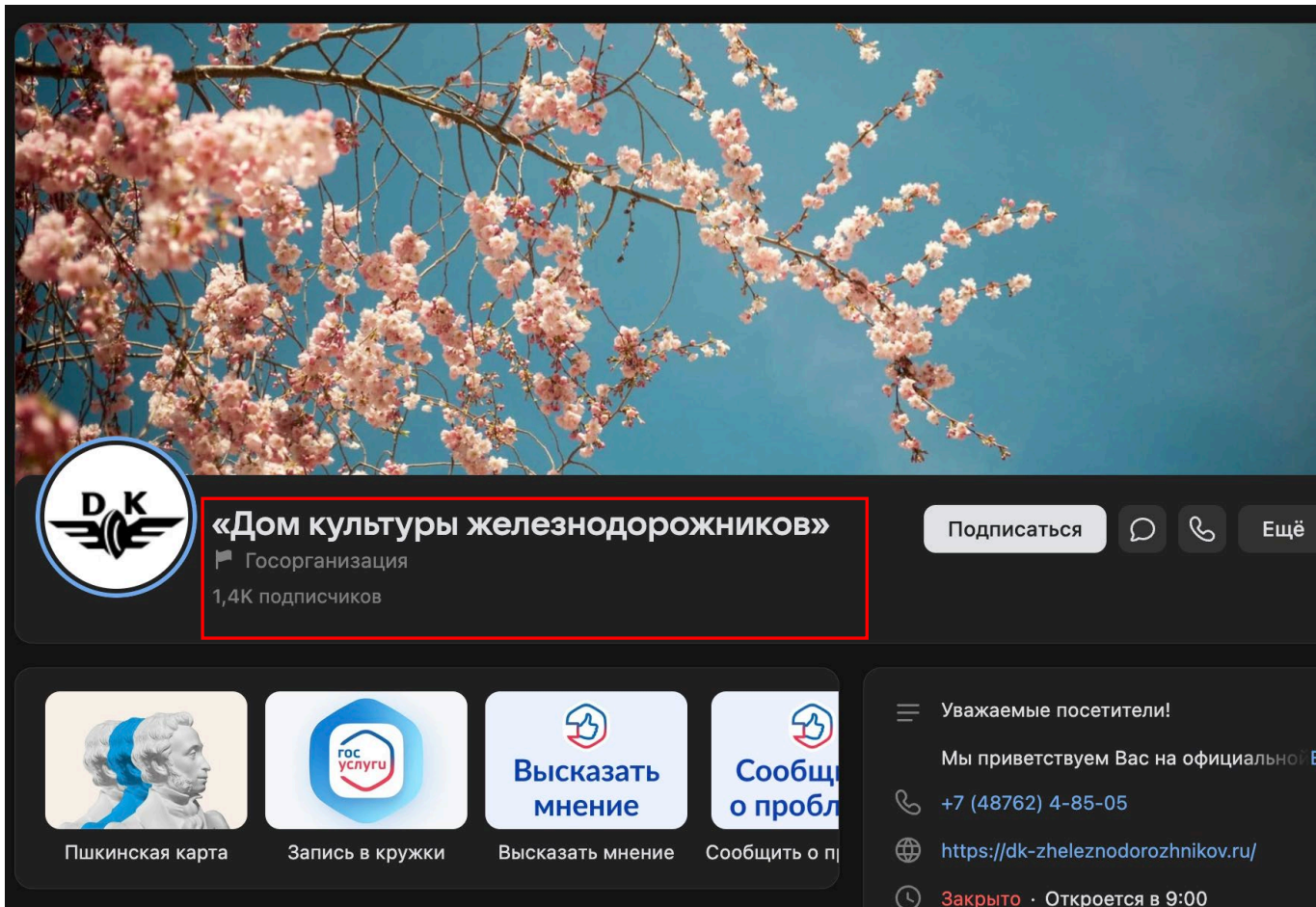
МУК Иваньковский ЦК и Д

11 апр

В честь светлого праздника Пасхи в Григорьевском СДК прошла выставка пасхальных поделок "Пасхальный перезвон". ...



Разбор сообществ в VK



The image shows a screenshot of the VK profile page for «Дом культуры железнодорожников». The profile picture is a circular logo with the letters «ДК» and a stylized train. The cover photo is a close-up of pink cherry blossoms against a blue sky. The profile name is «Дом культуры железнодорожников», with a red box around it. Below the name, it says «Госорганизация» and «1,4K подписчиков». There are buttons for «Подписаться», «Сообщения», «Звонок», and «Ещё». Below the profile information, there are four service icons: «Пшкинская карта», «Запись в кружки», «Высказать мнение», and «Сообщить о проблеме». On the right side, there is a menu icon and the text «Уважаемые посетители!», followed by a welcome message and contact information: phone number +7 (48762) 4-85-05, website <https://dk-zheleznodorozhnikov.ru/>, and status «Закрето · Откроеся в 9:00».

Подробная информация

«Дом культуры железнодорожников»

Уважаемые посетители!

Мы приветствуем Вас на официальной странице Муниципального бюджетного учреждения культуры «Дом культуры железнодорожников» и рады ознакомить вас с нашей деятельностью, где каждый найдет для себя занятие по душе.

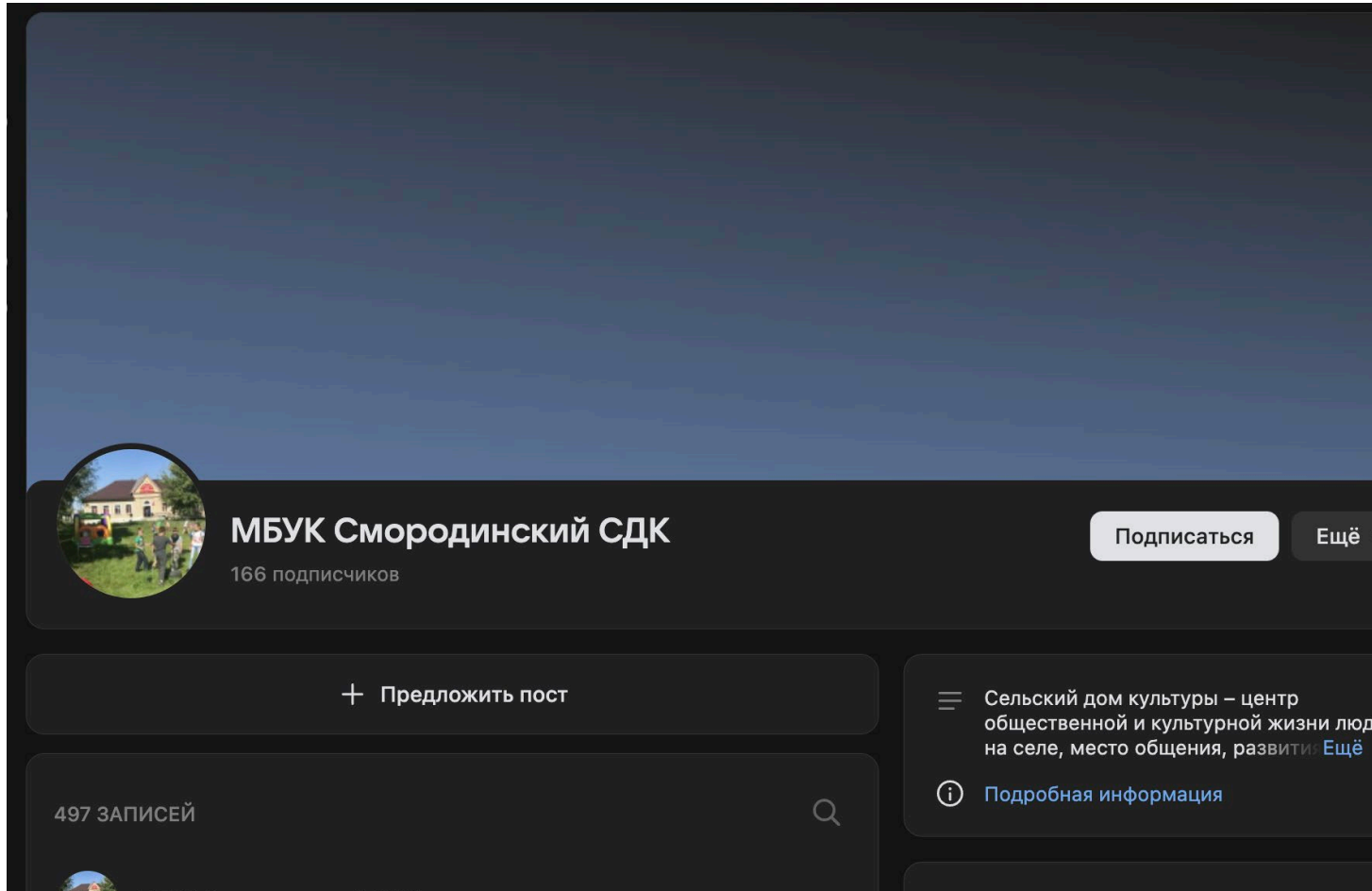
Интересно будет не только детям, но и взрослым, ведь принять самому участие в развлекательных программах, почувствовать себя в роли актера, певца, фотографа, художника- это действительно счастье! Всеу этому вы можете научиться в нашем учреждении культуры.

Занятия в спортивно- оздоровительных кружках благотворно влияют на внешний вид и душевное равновесие.

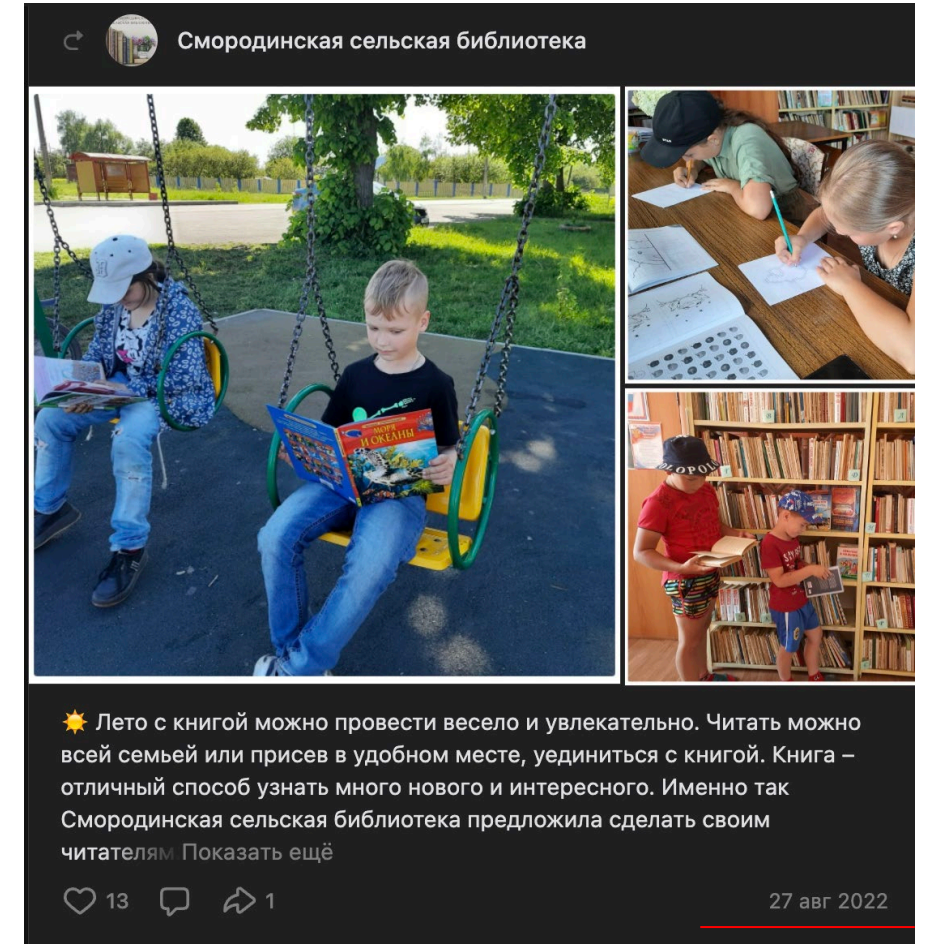
Подробно можно узнать на нашем официальном сайте в разделах «Коллективы» и «Кружковая деятельность».

С уважением, директор МБУК «ДК железнодорожников»

Разбор сообществ в ВК



Profile page for MBUK Smorodinsky SDK. The profile picture shows a building. The name is "МБУК Смородинский СДК" with 166 subscribers. There are buttons for "Подписаться" and "Ещё". Below the profile is a post creation area with a "+ Предложить пост" button. At the bottom left, it says "497 ЗАПИСЕЙ". On the right, there is a menu icon and text: "Сельский дом культуры – центр общественной и культурной жизни людей на селе, место общения, развития. Ещё". Below that is an information icon and "Подробная информация".




Post from Smorodinsky rural library. The post header shows the library's profile picture and name "Смородинская сельская библиотека". The main image shows two children sitting on a swing set outdoors, reading books. To the right, there are two smaller images: the top one shows two people sitting at a table reading, and the bottom one shows two children in a library aisle looking at books. The text of the post says: "☀️ Лето с книгой можно провести весело и увлекательно. Читать можно всей семьей или присев в удобном месте, уединиться с книгой. Книга – отличный способ узнать много нового и интересного. Именно так Смородинская сельская библиотека предложила сделать своим читателям Показать ещё". At the bottom, there are icons for likes (13), comments, and shares (1). The date is "27 авг 2022".

Разбор сообществ в ВК

 Центр культуры и досуга Шахтерский





В филиале "Ильинка" организована фото выставка «Созвездие великих имен», посвящённая писателям, поэтам и деятелям искусств разных народов России. Сотрудник филиала рассказал о богатой истории и культурном многообразии нашей страны, показав, как вклад выдающихся личностей из разных уголков России способствовал её становлению. Показать ещё

9   12 ч назад


 Центр культуры и досуга Шахтерский




 КультФронт71:
ЦКиД участвует в региональной акции "Культурный фронт 71" и принимает участие в онлайн - концерте "Тульский характер". Для вас поёт Алина Довгаль.
#СвоихНеБросаем #КультФронт71 #ЦКиД

7   10 ч назад

Сначала старые ▾

 Наталья Сальникова
Браво 🏆🏆🏆🏆🏆
14 апр в 21:55 Ответить Поделиться

 Написать комментарий...    

Спасибо за внимание!

Остаемся на связи



Фатима Мальсагова

