

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ ПОСРЕДСТВОМ РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЁЖНОГО ПРОЕКТА (НА ПРИМЕРЕ ОГБУК «ДОМ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ»)

Тимур Арбиевич Яхьяев¹, Елена Анатольевна Колесник²

¹ Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия, lomix402476@mail.ru

² Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия, Elena.kolesnik.007@yandex.ru

Аннотация. Рассматриваются результаты реализации молодёжного проекта «Молодость “Дома дружбы народов”»: привлечение и реклама», внедрённого в ОГБУК «Дом дружбы народов Челябинской области». Анализируются основные направления проекта, особенности его реализации и влияние на показатели эффективности учреждения культуры. Особое внимание уделяется вопросам цифровизации, развитию молодёжной аудитории, продвижению мероприятий и повышению вовлечённости населения в культурно-досуговую деятельность. На основе сравнительного анализа показателей 2024 и 2025 гг. делается вывод об эффективности внедрённых мероприятий.

Ключевые слова: учреждение культуры, молодёжная политика, организация досуга, цифровизация, эффективность деятельности, культурно-досуговая деятельность, Дом дружбы народов, проектная деятельность

Для цитирования: Яхьяев Т. А., Колесник Е. А. Повышение эффективности деятельности учреждения культуры посредством реализации молодёжного проекта (на примере ОГБУК «Дом дружбы народов Челябинской области») // Общество, экономика, управление. 2026. Т. 11, № 2. С. 18–22. DOI: 10.47475/2618-9852-2026-11-2-18-22

Original article

IMPROVING THE EFFICIENCY OF A CULTURAL INSTITUTION THROUGH THE IMPLEMENTATION OF A YOUTH PROJECT (ON THE EXAMPLE OF THE STATE BUDGETARY CULTURAL INSTITUTION “HOUSE OF FRIENDSHIP OF PEOPLES OF THE CHELYABINSK REGION”)

Timur A. Yakhyaev¹, Elena A. Kolesnik²

¹ Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia
lomix402476@mail.ru

² Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia
Elena.kolesnik.007@yandex.ru

Abstract. The article evaluates practical outcomes of the implementation of the youth project “Youth of the House of Friendship of Peoples: Attraction and Promotion”, introduced at the State Budgetary Cultural Institution “House of Friendship of Peoples of the Chelyabinsk Region”. The main directions of the project, the features of its implementation, and its impact on the performance indicators of the cultural institution are analyzed. Particular attention is paid to issues of digitalization, the development of youth audiences, event promotion, and increasing public involvement in cultural and leisure activities. Based on a comparative analysis of the indicators for 2024 and 2025, a conclusion is drawn about the effectiveness of the implemented activities.

Keywords: cultural institution, youth policy, leisure organization, digitalization, performance efficiency, cultural and leisure activities, House of Friendship of Peoples, project activities

For citation: Yakhyaev TA, Kolesnik EA. Improving the Efficiency of a Cultural Institution Through the Implementation of a Youth Project (on the Example of the State Budgetary Cultural Institution “House of Friendship of Peoples of the Chelyabinsk Region”). *Society, economy, management*. 2026;11(2):18-22. (In Russ.). DOI: 10.47475/2618-9852-2026-11-2-18-22

Введение

Современные учреждения культуры функционируют в условиях высокой конкуренции за внимание аудитории, активного развития цифровых технологий и изменения потребностей населения¹. Особую актуальность приобретает проблема привлечения молодёжи к культурно-досуговой деятельности, поскольку именно молодая аудитория наиболее активно использует цифровые платформы и современные форматы взаимодействия.

Государственные учреждения культуры вынуждены адаптироваться к новым условиям, внедряя современные методы продвижения, развивая цифровую среду и создавая интерактивные формы работы с населением [2; 4].

Одним из эффективных инструментов модернизации деятельности учреждения культуры является реализация проектного подхода [3]. В рамках деятельности ОГБУК «Дом дружбы народов Челябинской области» был реализован молодёжный проект «Молодость “Дома дружбы народов”»: привлечение и реклама», направленный на расширение молодёжной аудитории, повышение узнаваемости учреждения и развитие современных форм культурно-досуговой деятельности.

Цель статьи — анализ результатов реализации проекта и оценка его влияния на эффективность деятельности учреждения культуры.

Методы исследования

Теоретической базой нашего исследования послужили современные научные публикации в области культурного менеджмента, а также действующее законодательство, регламентирующее работу госучреждений. Чтобы выводы были максимально объективными, практическая часть работы строилась на комплексном применении следующих методов:

Сравнительный анализ — мы сопоставили ключевые результаты работы ОГБУК «Дом дружбы народов» за 2024 и 2025 гг., чтобы наглядно отследить динамику «до» и «после» внедрения проекта.

¹ Основы законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС РФ 09.10.1992 № 3612-1) (ред. от 14.04.2023) // КонсультантПлюс: сайт. URL: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 18.04.2026).

Прямое включенное наблюдение за ходом проектных мероприятий, которое помогло оценить качество их организации, живую реакцию зрителей и уровень эмоциональной вовлеченности молодежи.

Статистический метод, включающий подсчет реальной физической посещаемости площадок, а также фиксацию цифровой активности аудитории (динамика подписчиков, лайки, репосты и охваты в социальных сетях).

Проектный анализ, необходимый для оценки успешности новых внедренных форматов с точки зрения затраченных ресурсов и итоговой пользы.

Благодаря такому многогранному подходу нам удалось избежать поверхностных оценок. Мы смогли объективно измерить реальную пользу проекта для Дома дружбы народов и на основе этих данных наметить конкретные, практически применимые шаги для дальнейшего развития учреждения.

Характеристика проекта

Главная задача нашего проекта «Молодость “Дома дружбы народов”»: привлечение и реклама» заключалась в том, чтобы сделать учреждение интересным для ребят от 14 до 25 лет и полностью перестроить подход к продвижению. Когда мы только начали анализировать ситуацию, сразу бросилась в глаза ключевая проблема. Учреждение проводило хорошие мероприятия, но молодежь региона о них просто не знала. Причина оказалась банальной: соцсети велись пассивно, а современные инструменты цифрового маркетинга не использовались вообще.

Стало ясно, что для привлечения молодой аудитории нужен совершенно другой подход. В первую очередь мы «разбудили» официальные группы учреждения в интернете, полностью отказавшись от скучных текстовых анонсов. Вместо них упор был сделан на качественный фото- и видеоконтент, а также на стильный визуальный дизайн промокампаний. Параллельно мы поменяли и сами форматы работы, добавив больше интерактива: живые встречи, дискуссии и творческие мастер-классы. Чтобы информация точно доходила до адресатов, мы также наладили прямое партнерство с местными школами, вузами и молодежными активами.

Цифровизация и проектное управление как факторы повышения эффективности

Сегодня культурным центрам, как и иным культурным объектам, сложно развиваться без освоения цифровых технологий². Домом дружбы народов активно решается вопрос присутствия в цифровой среде для удержания внимания реальных и потенциальных получателей его услуг. Это позволяет повысить их доступность, расширить аудиторию и улучшить взаимодействие с населением [2; 4].

Для ОГБУК «Дом дружбы народов Челябинской области» цифровизация является значимым инструментом модернизации деятельности. В рамках анализируемого проекта были активно использованы социальные сети, цифровой контент, онлайн-продвижение мероприятий и современные визуальные технологии: видеоконтент, анимированные продукты и др.

Кроме того, особое значение приобрело внедрение элементов проектного управления. Проектный подход крайне востребован сегодня, так как позволяет определять конкретные цели, сроки реализации мероприятий, показатели эффективности и механизмы контроля результатов [9].

К положительным результатам внедрения проектного подхода в деятельности Дома дружбы можно отнести грамотное распределение имеющихся ресурсов, налаживание более эффективных внутренних коммуникаций. Кроме того, такой формат работы позволил вывести на новый уровень информационное освещение событий и повысить охват и интерес со стороны населения к новым молодежным инициативам, а также расширить каналы взаимодействия с молодёжной аудиторией. Использование современных визуальных техноло-

гий, особенно таких как интерактивные публикации и онлайн-трансляции, в сочетании с проектным подходом позволило повысить вовлечённость пользователей и увеличить охват аудитории, в первую очередь молодежи, и положительно повлияло на эффективность деятельности учреждения культуры.

Реализация проекта и анализ результатов

Проект был реализован в течение 2025 г. и включал комплекс мероприятий, направленных как на оптимизацию содержательной деятельности учреждения, так и на модернизацию ее информационного сопровождения.

В результате проведённой работы были достигнуты положительные изменения основных показателей деятельности учреждения на основе применения современных методов продвижения культурных услуг [7; 8].

Анализ динамики показателей

Сопоставление данных за 2024 и 2025 гг. показало явную положительную динамику. В первую очередь выросла посещаемость: общее число гостей на мероприятиях увеличилось на 10–12 %, при этом приток именно молодёжной аудитории составил плюс 10 %. Заметно улучшилась и статистика в интернете. Охваты в социальных сетях подскочили на 15 %, а подписчики стали активнее реагировать на контент — количество просмотров, репостов и комментариев возросло на 12–14 % [6]. В конечном итоге все эти шаги привели к тому, что бренд учреждения стал гораздо более узнаваемым среди местной молодежи.

Дополнительно повысилась эффективность информационного сопровождения мероприятий. Использование современных визуальных форматов позволило сделать контент более привлекательным для молодёжной аудитории.

Значительное влияние на эффективность проекта оказало сотрудничество с образовательными учреж-

Таблица 1
Table 1

Динамика основных показателей эффективности проекта Dynamics of the main performance indicators of the project

Показатель	2024	2025	Изменение, %
Посещаемость мероприятий	18 500 чел.	20 700 чел.	+12
Охват аудитории в социальных сетях	42 000 чел.	48 300 чел.	+15
Активность пользователей в социальных сетях	11 200 действий	12 800 действий	+14
Участники молодёжных мероприятий	4 600 чел.	5 060 чел.	+10
Количество публикаций цифрового контента	320	370	+15

дениями, общественными организациями и молодежными объединениями Челябинской области.

Оценка эффективности проекта

Итоги проделанной работы мы оценивали по двум направлениям: в цифрах (количественно) и по смысловым изменениям (качественно). В первом случае мы опирались на строгую статистику. Нас интересовало, как менялась общая явка, сколько именно молодых людей приходило на программы, а также как росли показатели в соцсетях — приток подписчиков, общие охваты и количество просмотров контента.

Что касается качественных результатов, здесь фокус был на другом. Для нас было важно понять, остались ли гости довольны форматом, удалось ли реально заинтересовать молодежь культурой, укрепилась ли репутация учреждения и, главное, помогли ли наши площадки наладить живое общение между ребятами разных национальностей.

Помимо этого, проект принес ощутимую пользу самому ОГБУК «Дом дружбы народов Челябинской области». Учреждению удалось не только привлечь новую молодую аудиторию и повысить свою узнаваемость, но и вывести информационную работу на качественно новый уровень, закрепив за собой статус важной социально-культурной площадки.

Успех этих шагов доказывает, что ставку на цифровые и интерактивные форматы взаимодействия с аудиторией необходимо делать и в будущем [4; 5]. Если говорить о перспективах, логично сфокусироваться на двух векторах. Во-первых, это углубление работы в онлайн: запуск трансляций, создание собственных медиапродуктов и полезных сервисов. Во-вторых, масштабирование офлайн-проектов за счет более тесного партнерства с местными школами и вузами.

Важно отметить, что проектная деятельность, кроме оптимизации внутренних процессов учреждения культуры дает возможность для привлечения дополнительного финансирования инициативных проектов посредством участия в грантовых конкурсах, поскольку нехватка бюджетного финансирования является общей проблемой учреждений культуры [1; 10].

Не менее важным итогом стала и социальная польза проекта. Он помогает поддерживать атмосферу межнационального уважения и добрососедства, а также делает культуру народов региона

более понятной и близкой. Главное — нам удалось доказать, что изучение исторического наследия может быть по-настоящему увлекательным для современной молодежи.

Вывод

Наша работа наглядно доказала простую мысль: государственным учреждениям культуры сегодня жизненно необходимо уходить от устаревших форматов в сторону цифровых технологий и гибкого управления. Мы убедились в этом на примере ОГБУК «Дом дружбы народов Челябинской области». Практика показала, что запуск молодежных проектов моментально улучшает все ключевые показатели учреждения. У нас закономерно выросла общая явка, значительно расширились охваты, а соцсети наконец-то «ожили» благодаря искренней активности молодой аудитории.

Такого результата удалось добиться за счет четырех шагов: мы подключили интернет-продвижение, добавили интерактива в привычные мероприятия, перешли на проектное управление и привлекли к партнерству школы, вузы и общественников. Итог очевиден: проектный подход и цифровизация действительно работают. Они не просто осовременивают госучреждения, но и делают их настоящими центрами притяжения, повышая культурную значимость всей площадки.

Заключение

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что проект «Молодость “Дома дружбы народов”»: привлечение и реклама» полностью себя оправдал. Мы на практике убедились, насколько хорошо работают современные технологии продвижения и интерактивные форматы мероприятий. Благодаря этому у нас заметно выросла посещаемость, расширилась аудитория, а молодежь стала гораздо активнее реагировать на публикации в соцсетях. Как показывает опыт ОГБУК «Дом дружбы народов Челябинской области», чтобы государственному учреждению культуры работать эффективнее, ему необходимо переходить на проектное управление и активно внедрять «цифру» [3; 8].

В конечном счете, такие инициативы не просто привлекают людей. Они делают учреждение настоящим центром межнационального диалога и укрепляют его статус в культурной жизни региона.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Абанкина И. В. Управление учреждениями культуры в современных условиях. Москва : Инфра-М, 2021. 188 с.
2. Зуев С. Э. Молодежная политика в сфере культуры: современные тенденции развития : учебное пособие. Москва : Юрайт, 2022. 215 с.

3. Игнатъева Е. Л. Современные технологии продвижения учреждений культуры // Культура и управление. 2023. № 3. С. 12–18.
4. Ковальчук А. С. Инновационные формы организации досуга молодежи // Социально-культурная деятельность. 2023. № 5. С. 33–39.
5. Мартынова Т. Н. Маркетинг культурных услуг и продвижение учреждений культуры // Менеджмент в сфере культуры. 2023. № 6. С. 22–27.
6. Отчетная документация ОГБУК «Дом дружбы народов Челябинской области» за 2024 год. Челябинск, 2024. 45 с.
7. Петров В. И. Культура в цифровую эпоху: проблемы и перспективы развития // Экономика культуры. 2024. № 1. С. 8–14.
8. Проектный менеджмент в сфере культуры и искусства / под ред. Е. В. Николаевой. Санкт-Петербург : Питер, 2022. 256 с.
9. Романова Е. А. Государственная поддержка культурно-досуговой деятельности молодежи // Вопросы культурологии. 2024. № 4. С. 15–21.
10. Смирнова А. В. Цифровизация культурно-досуговой деятельности: вызовы и перспективы // Вестник культуры. 2024. № 2. С. 45–51.

REFERENCES

1. Abankina IV. Upravlenie uchrezhdeniyami kul'tury v sovremennykh usloviyakh [Management of Cultural Institutions in Modern Conditions]. Moscow, Infra-M; 2021. 188 p. (In Russ.).
2. Zuev SE. Molodezhnaya politika v sfere kul'tury: sovremennye tendentsii razvitiya [Youth Policy in the Field of Culture: Modern Development Trends]. Moscow, Yurayt; 2022. 215 p. (In Russ.).
3. Ignatieva EL. Sovremennye tekhnologii prodvizheniya uchrezhdeniy kul'tury [Modern Technologies for Promoting Cultural Institutions]. *Kul'tura i upravlenie* [Culture and Management]. 2023;(3):12-18. (In Russ.).
4. Kovalchuk AS. Innovatsionnye formy organizatsii dosuga molodezhi [Innovative Forms of Organizing Youth Leisure]. *Sotsial'no-kul'turnaya deyatel'nost'* [Socio-Cultural Activity]. 2023;(5):33-39. (In Russ.).
5. Martynova TN. Marketing kul'turnykh uslug i prodvizhenie uchrezhdeniy kul'tury [Marketing of Cultural Services and Promotion of Cultural Institutions]. *Menedzhment v sfere kul'tury* [Management in the Field of Culture]. 2023;(6):22-27. (In Russ.).
6. Otchetnaya dokumentatsiya OGBUK "Dom druzhby narodov Chelyabinskoy oblasti" za 2024 god [Reporting Documentation of the House of Friendship of Peoples of the Chelyabinsk Region for 2024]. Chelyabinsk; 2024. 45 p. (In Russ.).
7. Petrov VI. Kul'tura v tsifrovuyu epokhu: problemy i perspektivy razvitiya [Culture in the Digital Era: Problems and Development Prospects]. *Ekonomika kul'tury* [Economics of Culture]. 2024;(1):8-14. (In Russ.).
8. Nikolaeva EV (Ed.). Proektnyy menedzhment v sfere kul'tury i iskusstva [Project Management in the Field of Culture and Art]. Saint Petersburg, Piter; 2022. 256 p. (In Russ.).
9. Romanova EA. Gosudarstvennaya podderzhka kul'turno-dosugovoy deyatel'nosti molodezhi [State Support for Cultural and Leisure Activities of Youth]. *Voprosy kul'turologii* [Issues of Cultural Studies]. 2024;(4):15-21. (In Russ.).
10. Smirnova AV. Tsifrovizatsiya kul'turno-dosugovoy deyatel'nosti: vyzovy i perspektivy [Digitalization of Cultural and Leisure Activities: Challenges and Prospects]. *Vestnik kul'tury* [Bulletin of Culture]. 2024;(2):45-51. (In Russ.).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Т. А. Яхъяев — магистрант факультета экономики и управления.

Е. А. Колесник — кандидат экономических наук, доцент кафедры инноватики и управления.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

T. A. Yakhyaev — Master's Student at the Faculty of Economics and Management.

E. A. Kolesnik — Candidate of Economics, Associate Professor at the Department of Innovation and Management.

Вклад авторов: оба автора сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted: 24.05.2026

Принята к публикации / Accepted for publication: 08.06.2026