

# ОПЫТ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИЙ КУЛЬТУРЫ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19. КЕЙС САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



## АННОТАЦИЯ

В рамках проекта «EDUCRO: Создание специализированных культурных продуктов и услуг на приграничной территории» было проведено исследование аудиторий проектов в сфере культуры в результате внедрения гибридных форматов мероприятий. Цель настоящего исследования – рассмотрение особенностей работы организаций культуры в период пандемии в Санкт-Петербурге и исследование специфики работы таких организаций.

Исследование было проведено с использованием качественной методологии (полуструктурированных интервью) ( $n = 12$ ). Исследование проводилось среди культурных организаций Санкт-Петербурга. Все организации были разделены преимущественно на три типа: библиотеки, музеи и театры. Интервью были взяты лично, либо посредством программ *Skype* и *Zoom* и видеозвонков в социальной сети «ВКонтакте». Основным выводом исследования выступает вывод о том, что в период пандемии произошел резкий скачок в развитии цифровых и онлайн-форматов работы с аудиторией и столь же резкое сокращение живого присутствия/контакта, международного обмена. К плюсам цифровизации в учреждениях культуры следует отнести их доступность для аудитории (особенно той части, которая ранее не имела доступа для живого посещения); расширение аудитории в онлайн-формате (и надежды на то, что часть придет потом в офлайн); развитие новых форматов работы (квесты, трансляции из закрытых хранилищ и т. п.). К минусам цифровизации относятся: невозможность вести работу без непосредственного контакта со зрителем (в первую очередь касается театров), а также «суррогатность» в потреблении продуктов культурных организаций (любоваться на видео, а не вживую, не прочувствовать), недостаток живого общения с коллегами.

Немаловажной чертой пандемии COVID-19 выступает бурный всплеск цифровизации во всех отраслях. Это создало исследовательский интерес к изучению того, как процесс цифровизации (в данном случае – кризисной цифровизации) во время COVID-19 создал «новую нормальность», связанную с переходом к новым цифровым технологиям и их развитием, что, безусловно, не обошло и работу учреждений культуры. Во время пандемии организации культуры изменили свои привычные форматы и графики работы, трансформировали привычные способы взаимодействия с аудиторией, создали новые запросы на профессиональные возможности сотрудников.

Культура играет особую роль в жизни общества, и с наступлением

пандемии возникло множество дебатов в зарубежных исследованиях относительно того, насколько цифровизация и развитие «новой нормальности» способны сохранить прежние форматы в учреждениях культуры, прежнюю уникальность контента и его подачи [1; 2]. Основной здесь выступает дискуссия о степени подготовленности учреждений культуры к работе в новых условиях, об особенностях их деятельности в этот период [3]. Изменившиеся условия продлили вынужденную зависимость многих организаций культуры от цифровизации. Приобретенный опыт работы организаций культуры в период пандемии, несмотря на активное возвращение в офлайн-формат, по-прежнему является важным: многим ор-

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Галкин Константин Александрович**  
Социологический институт РАН – филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (190005, Россия, Санкт-Петербург, ул. 7-я Красноармейская, 25/14)  
@ [kgalkin1989@mail.ru](mailto:kgalkin1989@mail.ru)

## КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Организации культуры, пандемия COVID-19, работа организаций культуры в пандемию, цифровизация в организациях культуры, новые форматы в организациях культуры.

## ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Галкин К.А. Опыт работы организаций культуры в период пандемии COVID-19. Кейс Санкт-Петербурга // Управление культурой. 2022. № 4. С. 49–55.

ганизациям он позволил развить новые форматы, способствовал введению новых форм контента. Например, в рамках традиционно проводимой «Библионочи» гости, пришедшие на мероприятие онлайн, могли посетить до 100 различных библиотек, что невозможно было сделать в рамках офлайн-формата.

Эмпирические исследования влияния пандемии на работу музеев и библиотек были проведены в Великобритании и США [4].

В русскоязычных трудах представлены преимущественно статистический анализ работы учреждений сферы культуры в допандемийный период и рассуждения об эффектах пандемии в целом [5]. Ключевым трендом отечественных исследований, посвященных влиянию



лекций. Трансформировалась роль музеев, содержание многих функций в их работе. При этом значимой становится именно социальная функция, социальная роль в работе музеев, которая во время пандемии вышла на первый план. В данной ситуации, как отмечали информанты, важное значение для работы и развития музеев начинает играть творческий подход к организации музейных мероприятий, а также перевод музейных композиций и работы самого музея на онлайн-формат, возникновение новых форматов:

*«В дистанционном формате мы занимались не тем, чем обычно занимались, не работой с посетителями живую, т. е. мы перешли на другие форматы совершенно, онлайн-экскурсии, просветительская работа через соцсети, через сайт, в таком вот это все было виде»* (зам. директора по научно-просветительской работе музея).

Одним из приоритетов для работы музеев в период пандемии выступало развитие форматов, связанных с расширением цифровизации деятельности музея. Так, в период пандемии шла активная работа по оцифровке коллекций. Однако, несмотря на принятие новой «цифровой» реальности, некоторые принципиальные вещи, по мнению информантов, удаленно делать либо трудно, либо невозможно. Например, демонстрировать целиком всю коллекцию и/или передавать особую атмосферу музея, которая не доступна для восприятия онлайн.

Важное значение здесь имеют группы в социальных сетях, позволяющие сотрудникам музеев поделиться необходимой информацией, рассказать о своей деятельности или выложить свои публикации, инфографику.

В отличие от библиотек, онлайн-коммуникация многих музеев не была столь активной в период пандемии, и, следовательно, необходимыми мерами были: расширение онлайн-активностей, создание новых форматов.

*«Мой взгляд заключается в том, что самая генеральная проблема, на фоне которой меркнут все остальные, заключается в том, что мы теряем посетителей жи-*

*вых и, как следствие, мы теряем возможность заработка, теряем возможность наш труд, наши услуги как-то монетизировать. Да, наша миссия продолжается, мы продолжаем работать с аудиторией, мы продолжаем популяризировать науку, но, к сожалению, мы не можем на этом заработать. На самом деле, если говорить об онлайн-форматах, то так и не удалось эту проблему преодолеть»* (зам. директора по научно-просветительской работе музея).

Условия самоизоляции в период пандемии были своеобразным толчком для развития коммуникации и взаимодействия, а также для развития проектирования и создания новых форматов мероприятий. При этом новые онлайн-форматы, которые проводились в музеях, были рассчитаны в основном на отсутствие прибыли, и, как следствие, эти мероприятия были низкобюджетными. Ключевую роль в данной ситуации играла онлайн-активность и цифровизация деятельности музеев, развитие сотрудничества с посетителями онлайн. При этом наблюдались сложности с ограничением работы с посетителями музеев и уменьшение охвата музеев.

Для посетителей библиотек в период пандемии COVID-19 были смягчены условия, появились дополнительные возможности работать с электронными каталогами.

*«Очень хорошо, что у нас была мобильная библиотека Литрес, и это наверно пик развития, когда наши читатели воспользовались этой услугой, и мы 24/7 утверждали выдачу литературы, которая была необходима нашим читате-*

*лям. А соцсети мы начали осваивать, как проводить различные викторины, мастер-классы, наверно самая большая проблема была в том, что фондов рядом не было, потому что каждый из нас сидел у себя дома, девочки готовили и статьи, и обзоры, таких различных мероприятий было организовано, и полностью выстраивали систему взаимодействия между всеми сотрудниками, был назначен ответственный, который собирал всю информацию, систематизировал и передавал в методический отдел, который, соответственно, все выкладывал»* (директор библиотеки).

Другим немаловажным ресурсом, который повлиял на изменение потребительских практик при работе библиотек, выступало расширение активности, в том числе деятельность в социальных сетях. Во время пандемии большинство библиотек предоставляли не только актуальную информацию о деятельности учреждения и работе в социальных сетях, но и информацию, связанную с деятельностью самой библиотеки и различных её отделов, в том числе научных отделов, а также отделов, отвечающих за культурные мероприятия. Многие мероприятия, такие как квесты, записи культурных событий, семинаров и тренингов, были перенесены в онлайн-формат и сопровождались соответствующим роликами или подборками книг, которые также существовали в онлайн-формате.

*«Мероприятия тоже перешли в онлайн, это акции, флешмобы, это все было в социальных сетях, книговыдача тоже прекратилась совсем, потому что библиотека бы-*



Рис. 2. Экран виртуального тура одного из крупных музеев Петербурга

ла полностью закрыта, эта функция прекратилась. Но зато стали пользоваться огромным спросом электронные библиотеки, например, Литрес» (заместитель по науке библиотеки).

При этом в рамках подобной работы ведением групп в социальных сетях и наполнением их контентом занимались лишь некоторые сотрудники, те, которые обладали соответствующими знаниями и навыками, которые были важны при работе с онлайн-контентом, например, такими навыками, как ведение аккаунтов или SMM.

Однако при таком формате работы библиотек одной из проблем, которая отмечалась информантами в интервью, были изменения, которые были связаны с утратой прежней открытости библиотечных пространств и переходом библиотек на дистанционную работу. Сотрудники в интервью отмечали, что среди наиболее негативных последствий для читателей в период пандемии COVID-19 были изменения в сторону потребления познавательного контента:

*«Самые популярные лекции были посвящены коронавирусу и ответам на интересующие вопросы, но были еще циклы, посвященные эволюции, циклы лекций»* (заведующая отделением библиотеки).

В нескольких библиотеках были организованы рассказы о книгах, о том, какие книги наиболее читаемые, о книжных новинках. Появился формат подкастов, который также набирал популярность в период пандемии. Однако, как отмечали сотрудники библиотеки, в этот период была утрачена важная функция в деятельности библиотек, а именно максимальная открытость, которая задаёт саму перспективу работы библиотеки, обеспечивает коммуникацию с читателями и вносит в работу библиотеки определённые смыслы. Подобная функция реализуется через формат «живого» общения с посетителями.

*«Все равно библиотека – это общение, и лишаться этого общения, пусть и из-за пандемии, это преступно, потому что функция самой библиотеки, это одна из функций, вот»* (зав. отделением библиотеки).



Рис. 3. Пример оформления книжных подборок и рассказа о книгах крупной петербургской библиотеки

Другой немаловажной трансформацией работы с посетителями в библиотеках в период пандемии было использование читателями электронных каталогов и других электронных ресурсов, которые позволяли получить информацию о книгах и фондах, находящихся в учреждении.

Использование новых цифровых технологий и развитие онлайн-сервисов позволило библиотекам расширить диапазон работы и проанализировать слабые стороны в работе онлайн-сервисов в период пандемии. В дальнейшем респонденты отмечали, что наиболее комфортным режимом работы была работа с читателями в гибридном и совмещенном форматах, когда вместе с офлайн-мероприятиями, которые несут символизм и особенность работы библиотеки, заключаются в коммуникации, проводятся гибридные и офлайн-мероприятия с элементами онлайн-активности, которым также уделяется внимание. Подобные гибридные форматы расценивались информантами как довольно успешные. Важно, что при таких форматах работы у сотрудников библиотек на первый план выступают знания, навыки и умение работать онлайн, искать необходимую информацию.

В целом следует отметить ряд новых стандартов, которые возникли у библиотек в период пандемии: наличие неплохой IT-инфраструктуры; развитие групп в социальных сетях. Активность в социальных сетях в целом зависит от специфики конкретной библиотеки и, в част-

ности, от особенностей, которые связаны с местонахождением и аудиторией, позволяющей библиотекам развиваться:

*«На примере массовых мероприятий – это квесты и фестивали в парке, эти форматы как раз очень удачно попали на семейную и детскую категорию посетителей. Неудачными форматами можно назвать некоторые из онлайн-мероприятий, так как нам, библиотекам, сложно конкурировать конкретно с какими-то образовательными или развлекательными каналами, у нас, например, есть подкасты, которые интересно слушать, и мы первые из библиотек запустили у себя на площадке в ВК подкасты, и продолжаем это делать»* (заместитель по науке библиотеки).

Также следует отметить смену аудитории библиотек. Аудитория меняется, в том числе и для тех мероприятий, которые были изначально подготовлены и ориентированы исключительно на пожилых людей. В первую очередь, увеличивается поток людей, ранее не интересовавшихся библиотеками и чтением, а также молодых людей. Подобные мероприятия либо трансформируются, изменяются, либо происходит их замена другими мероприятиями.

Наиболее значимые изменения в период пандемии COVID-19 произошли в работе театров. Основной проблемой для театров в этот период выступила утрата пространства, «потеря сцены», когда весь репертуар мгновенно перестал существовать. Лишь некоторые про-

изведения, если позволяла техника, ушли в онлайн-формат. Перед литературными и художественными руководителями театров встал вопрос о создании адаптивных версий спектаклей, были попытки адаптировать спектакли, создавать новые форматы спектаклей, которые позволили бы завлечь зрителей и были бы востребованы:

*«В целом, театр пережил пандемию достаточно тяжело, но этот опыт был для нас позитивным. Потому что в первую волну, когда все сидели на карантине, мы были вынуждены осваивать какие-то интернет возможности общения с аудиторией, это для театра работа принципиально новая, потому что театр – это когда артист выходит на сцену и живую общается с залом, поэтому никто не был готов к такой работе, поэтому все сначала кинулись делать записи, видеозаписи стихов, монологов, очень быстро стало понятно, что этот формат не работает, это не интересно, не про театр, постепенно режиссеры начали находить какой-то адекватный театральный эквивалент для этого времени, т. е. это какие-то специальные для онлайн-прочтения созданные театральные версии» (заведующая литературно-художественной частью театра).*

Следует отметить два направления работы театров, которые различались в зависимости от типа культурных учреждений. Первое направление можно охарактеризовать как поиск новых форматов, которые связаны с участием зрителей.

*«У нас есть театральная студия для детей, есть образовательная программа для взрослых, которая называется «Солнце внутри», она связана с арт-терапией, технологией и театром, у нас есть интенсивы, которые мы проводим для бизнес-партнеров, у нас есть интенсивы для просто людей, которые хотят заниматься театром, есть пятидневные, есть трехдневные, есть такие программы, поэтому тут есть выбор помимо театра.*

*А, собственно, далее, летом и осенью, единственное, у коллег у наших был проект, ну, например, у моих коллег в Томске тоже негосу-*

*дарственный театр, и они придумали такой формат онлайн-спектакля, такой спектакль на одного зрителя, это даже не зритель, не спектакль, перформанс, не знаю, как назвать, такой по Сталкеру, даже по фильму «Сталкер» Тарковского, как бы придумали такую историю, как бы историю, как будто звонит человек, который хочет пройти путь по сталкеру, звонит по какому-то телефону и в этом телефоне, который актер или режиссер проводит с этим человеком, а участника этого проекта проводят по его каким-то внутренним перипетиям, процессам каким-то его проводят, и с человеком по идее что-то должно случиться» (художественный руководитель театра).*

Второе направление работы – более традиционный формат, работа с прежними спектаклями, но создание их альтернативных версий, к примеру, создание адаптивных версий спектаклей, которые удобно показывать и транслировать по видеосвязи.

Таким образом, рассмотрев несколько примеров из интервью, мы видим, что функции театра, как и предполагаемые художественными руководителями практики в театрах, полностью изменились. Степень трансформации зависит от места расположения театра, аудитории театра и от того, на кого в первую очередь ориентировано культурное учреждение (дети или взрослые). При этом активно развивались новые службы театров, такие как SMM-служба, происходило расширение PR-службы театра и дополнение её маркетингом в социальных сетях, работой и раскруткой групп. При этом как у больших, так и у камерных театров изменился формат работы с материалом, формат его подачи и раскрутки. Так, во время пандемии руководители театров сделали основную ставку преимущественно на PR спектаклей, на раскрутку представлений и различных форматов. Также развивалась работа театров в различных форматах: монтаж видео, работа дизайнера, звукорежиссёра. Нередко все эти функции также выполняла сама PR-служба театров или отдельные специалисты, которые специ-

ально были наняты на работу для создания качественного контента.

Таким образом, для театров наиболее важным изменением в потребительских стратегиях были изменения, связанные с трансформацией практик и самого контента. Потребитель, а именно «безучастный зритель», был невидим, и, следовательно, реакции такого зрителя незаметны. Для того чтобы почувствовать и понять реакцию «безучастного зрителя», были необходимы новые форматы, и наиболее интересным форматом в данном случае был формат перехода к участию в спектаклях и вовлечению зрителей в действие. Также большое значение имели самостоятельные спектакли, которые в период пандемии зрители могли играть сами, тем самым развивая своё участие и свое присутствие в спектаклях. И всё это позволяло видеть реакцию представителей театра.

В период пандемии большинство организаций культуры характеризует в первую очередь переход к тотальной (часто кризисной) цифровизации, что связано с жесткими ограничениями, заданными самой ситуацией. Ключевыми сложностями в данном контексте являются: слабость материально-технической базы в организациях культуры; нехватка специалистов для производства необходимого контента и привлечения аудитории в онлайн-форматы. Отдельно следует отметить и трудности монетизации в рамках онлайн-формата. Как правило, мероприятия, проводившиеся онлайн, не давали возможности для монетизации деятельности, следовательно, в учреждениях культуры возникали проблемы с тем, чтобы коммерциализировать и монетизировать эти новые форматы.

Исследование показало, что к положительным эффектам цифровизации для библиотек и некоторых музеев можно отнести:

- доступность для аудитории (особенно той части, которая ранее не имела доступа для живого посещения);
- как следствие – расширение аудитории в онлайн-формате (и надежды на то, что часть придет потом в офлайн);

- развитие новых форматов работы (квесты, трансляции из закрытых хранилищ и т. д.);

- оцифровка коллекций и выставок;
- создание более удобных платформ и возможностей для дистанционных научных изысканий;

- удобство в организации рабочего процесса организации (всплеск использования мессенджеров, программ для онлайн встреч/конференций и т. д.);

- маркетинг и развитие SMM для всех организаций, возможность рассказать о своем учреждении и расширить аудиторию, в том числе и за пределами города;

- развитие нового формата коммуникативного диалога, где важным становится «борьба за контент», представленный в социальных се-

тях, и за внимание пользователя социальных сетей и интернета.

К минусам цифровизации и работы в онлайн-форматах были отнесены следующие:

- невозможность вести работу без непосредственного контакта со зрителем (в первую очередь касается театров);

- как следствие – «суррогатность» в потреблении продуктов культурных организаций (любоваться на видео, а не живую, не прочувствовать);

- недостаток живого общения с коллегами;

- исключение некоторых групп, которым недоступен цифровой формат (например, пожилых, не умеющих обращаться с гаджетами и не имеющих доступа в интернет);

- «спам-эффект» из-за различ-

ных рассылок и анонсов от организаций – в результате многие события остаются мало замеченными.

Большое значение для адаптации к цифровизации в период пандемии имеет готовность организаций расширять производство онлайн-контента, что предусматривает создание условий для этого и развитие производства онлайн-форматов. Немаловажным здесь выступает прежний опыт цифровизации форматов, который присутствовал у большинства библиотек и некоторых музеев. Таким образом, большую роль играет автономность в использовании различными организациями цифровых технологий, а также независимость этих организаций от традиционных форматов работы.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

- [1] Lagman J. D. N., Vergara R. J. D., Sarmiento P. J. D. Culture as a Contributory Factor in Combatting the COVID-19 Pandemic // *Journal of Public Health*. 2021. Vol. 43. No. 2. P. 289-290.
- [2] Koksal E., Dost B., Terzi Ö., Ustun Y. B., Özdin S., Bilgin S. Evaluation of Depression and Anxiety Levels and Related Factors Among Operating Theater Workers During the Novel Coronavirus (COVID-19) Pandemic // *Journal of PeriAnesthesia Nursing*. 2020. Vol. 35. No. 5. P. 472-477.
- [3] Pavlova D. Digital Preservation of Cultural Heritage and Opportunities Created by the Pandemic Crisis for Bringing New Life to Historical and Cultural Artefacts // *Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage*. 2020. Vol. 10. P. 225-230.
- [4] Samaroudi M., Echavarria K. R., Perry L. Heritage in Lockdown: Digital Provision of Memory Institutions in the UK and Us of America During the COVID-19 Pandemic // *Museum Management and Curatorship*. 2020. Vol. 35. No. 4. P. 337-361. URL: <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1810483> (дата обращения: 09.12.2022).
- [5] Ипатова С. С. Сфера культуры в условиях пандемии: проблемы и возможности // *Научные записки молодых исследователей*. 2021. Т. 9. № 1. С. 31-40. URL: <http://www.fa.ru/org/div/edition/scinotes/journals/2021%20%E2%84%961.pdf> (дата обращения: 27.10.2022).
- [6] Шлыкова О. В. Цифровое потребление культурного контента в условиях «новой нормы» дистанцированного мира // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2020. № 5. С. 160-169.
- [7] Абрамов Р. Н., Груздев И. А., Захарова У. С., Терентьев Е. А. Преподаватели российских вузов в условиях пандемийной цифровизации: между автономией и контролем // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2021. № 3. С. 134-154. URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.3.1985>. (дата обращения: 09.12.2022).
- [8] Ylijoki O. H., Ursin J. The Construction of Academic Identity in the Changes of Finnish Higher Education // *Studies in Higher Education*. 2013. Vol. 38. No. 8. P. 1135-1149. URL: <https://doi.org/10.1080/03075079.2013.833036> (дата обращения: 09.12.2022).
- [9] Collins H. J., Glover H., Myers F. Behind the Digital Curtain: A Study of Academic Identities, Liminalities and Labour Market Adaptations for the "Uberisation" of HE // *Teaching in Higher Education*. 2020. Vol. 27. No. 2. P. 201-216.
- [10] Абрамов Р. Н. Менеджериализм и академическая профессия. Конфликт и взаимодействие // *Социологические исследования*. 2011. № 7. С. 37-47.

# EXPERIENCE OF CULTURAL ORGANIZATIONS DURING THE COVID-19 PANDEMIC. CASE OF ST. PETERSBURG

## ABSTRACT

Within the framework of the project “EDUCRO: Creation of specialized cultural products and services in the border area”, a study was conducted of the audiences of projects in the field of culture as a result of the introduction of hybrid formats of events. The purpose of this study is to consider the specifics of the work of cultural organizations during the pandemic in St. Petersburg and to study the specifics of the work of such organizations.

The study was conducted using a qualitative methodology (semi-structured interviews) (n=12). The study was conducted among cultural organizations in St. Petersburg. All organizations were divided mainly into three types: libraries, museums and theaters. The interviews were taken in person, or through Skype and Zoom programs and video calls on the VKontakte social network. The main conclusion of the study is the conclusion that during the pandemic there was a sharp jump in the development of digital and online formats for working with the audience and an equally sharp reduction in live presence/contact, international exchange. The advantages of digitalization in cultural institutions include their accessibility to the audience (especially the part that previously did not have access to live visit); expanding the audience in an online format (and hopes that some will come offline later); development of new work formats (quests, broadcasts from closed storages, etc.). The disadvantages of digitalization include: the inability to work without direct contact with the audience (primarily theaters), as well as the “surrogacy” in the consumption of products of cultural organizations (to admire the video, not live, not to feel), the lack of live communication with colleagues.

## REFERENCES:

- [1] Lagman J. D. N., Vergara R. J. D., Sarmiento P. J. D. Culture as a Contributory Factor in Combatting the COVID-19 Pandemic // *Journal of Public Health*. 2021. Vol. 43. No. 2. P. 289-290.
- [2] Koksal E., Dost B., Terzi Ö., Ustun Y. B., Özdin S., Bilgin S. Evaluation of Depression and Anxiety Levels and Related Factors Among Operating Theater Workers During the Novel Coronavirus (COVID-19) Pandemic // *Journal of PeriAnesthesia Nursing*. 2020. Vol. 35. No. 5. P. 472-477.
- [3] Pavlova D. Digital Preservation of Cultural Heritage and Opportunities Created by the Pandemic Crisis for Bringing New Life to Historical and Cultural Artefacts // *Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage*. 2020. Vol. 10. P. 225-230.
- [4] Samaroudi M., Echavarria K. R., Perry L. Heritage in Lockdown: Digital Provision of Memory Institutions in the UK and US of America During the COVID-19 Pandemic // *Museum Management and Curatorship*. 2020. Vol. 35. No. 4. P. 337-361. URL: <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1810483> (дата обращения: 09.12.2022).
- [5] Ipatova S. S. Sphere of culture in a pandemic: problems and opportunities // *Scientific notes of young researchers*. 2021. V. 9. No. 1. S. 31-40. URL: <http://www.fa.ru/org/div/edition/scinotes/journals/2021%20%E2%84%961.pdf> (accessed 27.10.2022).
- [6] Shlykova O. V. Digital consumption of cultural content in the conditions of the “new norm” of a distant world // *Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*. 2020. No. 5. P. 160-169.
- [7] Abramov R. N., Gruzdev I. A., Zakharova U. S., Terentiev E. A. Teachers of Russian universities in the context of pandemic digitalization: between autonomy and control // *Public opinion monitoring: economic and social changes*. 2021. No. 3. S. 134-154. URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.3.1985>. (Date of access: 09.12.2022).
- [8] Ylijoki O. H., Ursin J. The Construction of Academic Identity in the Changes of Finnish Higher Education // *Studies in Higher Education*. 2013. Vol. 38. No. 8. P. 1135-1149. URL: <https://doi.org/10.1080/03075079.2013.833036> (дата обращения: 09.12.2022).
- [9] Collins H. J., Glover H., Myers F. Behind the Digital Curtain: A Study of Academic Identities, Liminalities and Labour Market Adaptations for the “Uberisation” of HE // *Teaching in Higher Education*. 2020. Vol. 27. No. 2. P. 201-216.
- [10] Abramov R. N. Managementism and the academic profession. Conflict and interaction // *Sociological research*. 2011. No. 7. S. 37-47.

## AUTHOR'S INFORMATION

**Konstantin A. Galkin**  
Sociological Institute of the Russian Academy of Sciences – a branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (25/14, 7th Krasnoarmeyskaya St., St. Petersburg, 190005, Russia)  
@ [kgalkin1989@mail.ru](mailto:kgalkin1989@mail.ru)

## KEYWORDS

Cultural organizations, pandemic COVID-19, work of cultural organizations in a pandemic, digitalization in cultural organizations, new formats in cultural organizations.

## FOR CITATION

Galkin K.A. (2022). Experience of cultural organizations during the COVID-19 pandemic. Case of St. Petersburg. *Managing culture*. No. 4. Pp. 49–55.