

РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

Научная статья

УДК 316.77; 366.636

[https://doi.org/10.56654/ROPI-2023-2\(7\)-156-167](https://doi.org/10.56654/ROPI-2023-2(7)-156-167)

Социологические науки



Роль новых медиа в формировании имиджа проектов в сфере культуры и искусства на примере информационно-коммуникационного сопровождения Арт-кластера «Таврида-Арт»

Дарья Геннадиевна Кузьменко

Институт государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Российская Федерация
dkuzmenko-17@edu.ranepa.ru

Аннотация. В статье исследуется роль новых медиа в информационно-коммуникационном сопровождении проектов в сфере культуры и искусства. Автор рассматривает ее многоаспектно, анализируя как общие тенденции развития института информационного сопровождения, так и определяя преимущества и недостатки сопровождения конкретными медиаформами на примере проекта «Таврида-Арт». В статье определены наиболее перспективные направления развития института информационно-коммуникационного сопровождения проектов, такие как регулярные пресс-конференции, публикации пресс-релизов на официальном сайте, в аккаунтах в социальных сетях, ведение контент-планов социальных сетей, работа с комментариями и охватами. Представлены ключевые особенности работы с разными группами аудитории на примере проекта «Таврида-Арт». К таким особенностям относятся: активная работа с хэштегами, ведение страниц в социальных сетях и мессенджерах, контроль уровня вовлеченности подписчиков. Автором охарактеризована роль новых медиаресурсов, предложены общие принципы коммуникационной стратегии проекта.

Ключевые слова: новые медиа, «Таврида-Арт», информационно-коммуникационное сопровождение, проектный менеджмент

Для цитирования: Кузьменко Д.Г. Роль новых медиа в формировании имиджа проектов в сфере культуры и искусства на примере информационно-коммуникационного сопровождения Арт-кластера «Таврида-Арт». Россия: общество, политика, история. 2023. №2 (7). С. 156-167.

© Кузьменко Д.Г.

© «Россия: общество, политика, история», 2023

TERRITORIAL DEVELOPMENT

Original article
[https://doi.org/10.56654/ROPI-2023-2\(7\)-XX-XX](https://doi.org/10.56654/ROPI-2023-2(7)-XX-XX)

Sociological sciences



The Role of New Media in Shaping the Image of Projects in the Field of Culture and Art on the Example of Information and Communication Support of the Art Cluster «Tavrida-Art»

Daria G. Kuzmenko

Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russian Federation
dkuzmenko-17@edu.ranepa.ru

Abstract. The article examines the role of new media in the process of information and communication support in the field of culture and art. The author considers it in many aspects, analyzing both the general trends in the development of the institute of information support, and determining the advantages and disadvantages of support with specific media forms using the example of the Tavrida-Art project. The article identifies the most promising directions for the development of the Institute of information and communication support for projects. The key features of working with different audience groups are presented in the example of the Tavrida-Art project, the role of new media resources is characterized, and the general principles of the project's communication strategy are developed.

Keywords: new media, «Tavrida-Art», information and communication support, project management

For citation: Kuzmenko, D.G. The Role of New Media in Shaping the Image of Projects in the Field of Culture and Art on the Example of Information and Communication Support of the Art Cluster «Tavrida-Art». Russia: Society, Politics, History. 2023. No.2 (7). pp. 156-167.

Введение

Региональные и содержательные проблемы реализации государственной политики в сфере культуры с каждым годом приобретает все большую актуальность. В ходе глобализационных процессов унификация паттернов поведения и стилей жизни в различных страновых культурах приобретает характер угрозы идентичности отдельных национальных общностей, а интенсивная миграция приводит к сдвигам в сознании этнических групп, представители которых перемещаются в принципиально иную культурную среду. Малые народы многих стран мира, в том числе и России, подвержены риску утраты своей национальной, культурной, языковой идентичности. Именно поэтому значимыми и острыми остаются вопросы сохранения исторического и культурного наследия и включения в национальную культуру принципиально новых видов «креативной деятельности» для поддержания культурного богатства и разнообразия.

Перед Российской Федерацией, которая является многонациональным государством и на территории которой проживают представители нескольких сотен национальностей и всех крупнейших конфессий, стоят комплексные задачи по разработке и реализации мер культурной политики. В первую очередь, необходимо обеспечить сохранение языка, истории и культуры коренных малочисленных народов России, с чем связано, например, решение о проведении в 2022 году Года культурного наследия народов России¹.

Особым направлением реализации культурной политики стало использование инструментов цифровизации, общемировой тренд на использование которой оказал влияние на формирование digital-повестки в политике в России: в 2023 году в рамках портала «Культура.рф» запланированы к открытию 73 виртуальных зала, будут проведены более 100 онлайн-мероприятий, продолжается оцифровка киноматериалов и книжных памятников. Национальный проект «Культура» является на сегодняшний день одним из наиболее успешных проектов с точки зрения уровня кассового исполнения: по итогам 2022 года он был выполнен на 99,95%².

В 2018 году в процессе принятия целевых показателей Национального проекта была поставлена крайне амбициозная задача – в 5 раз увеличить число обращений граждан к цифровым ресурсам в сфере культуры (с 16 млн в год до 80 млн в

1 О проведении в Российской Федерации Года культурного наследия народов России: указ Президента Российской Федерации от 30.12.2021 № 745. Официальный интернет-портал правовой информации: сайт. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202112310115> (дата обращения: 20.05.2023).

2 Татьяна Голикова: В 2022 году нацпроект «Культура» реализован на 99,95%. Правительство Российской Федерации: официальный сайт. URL: <http://government.ru/news/47720/> (дата обращения: 20.05.2023).

год)³. Представляется, что достижение этого показателя сопряжено с успешной реализацией мероприятий по информационно-коммуникационному сопровождению проектов в сфере культуры, исследованию которых и посвящена настоящая статья.

Материалы и методы исследования

Для изучения информационно-коммуникативного сопровождения проектов в сфере культуры и искусства был применен междисциплинарный подход в рамках научного направления «коммуникология», разработанного профессором Ф.И. Шарковым (5), что предполагает использование методологических наработок таких научных дисциплин, как политология, культурология, социология, история, экономика, право. Это определяет набор основных методологических приемов изучения заявленной проблемы. Исследование проводилось с учетом принципов объективности и системности изучения предмета, целостности и плюрализма, единства теории и практики. В процессе исследования был использован структурно-системный подход. В его рамках применялись общенаучные методы – анализ, синтез, сравнение, обобщение, индукция, дедукция, типологизация, а также такие методы научного исследования как деятельностный, институциональный, исторический, структурно-сопоставительный.

Материалы исследования составили документы, проекты арт-кластера «Таврида» и материалы в СМИ, отражающие его реализацию.

Результаты исследования

Дефиницию информационно-коммуникативному сопровождению (далее – ИКС) проектов дают различные авторы и исследователи в области управления, маркетинга, PR, информационных технологий, социологии, психологии и других наук. Так, например, В.А. Быков определяет ИКС как совокупность мероприятий, направленных на создание и распространение информации о проекте с целью формирования позитивного образа и установления доверительных отношений с заинтересованными сторонами (1). Е.А. Раменская в статье «Информационно-коммуникативное сопровождение проектов в сфере культуры» определяет ИКС как процесс планирования, создания, распространения и оценки информации о проекте, направленный на достижение максимальной эффективности взаимодействия проекта с окружающим миром. Е.Ю. Шлыкова, Е.И. Тузова дают следующую дефиницию: информационное обеспечение проектов – это система

3 Паспорт национального проекта «Культура» (утвержден президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам). Правительство Российской Федерации: официальный сайт. URL: <http://static.government.ru/media/files/KwygvgPq1PWAajAmsABFTSPUvVEJHrO.pdf> (дата обращения: 20.05.2023).

мер и методов, направленных на обеспечение доступа к необходимой информации, ее своевременное и достоверное получение, передачу и обработку, а также на создание условий для эффективной коммуникации между участниками проекта. О.С. Захарчук, А.С. Тарасова считают, что информационно-коммуникативное сопровождение мероприятий – это процесс организации и обеспечения достоверной и своевременной передачи информации между всеми участниками мероприятия, а также создания и поддержания эффективных коммуникаций между ними для успешной реализации мероприятия (2). С.Н. Перегудова, А.Г. Сафонова: информационно-коммуникативное сопровождение проектов – это процесс обеспечения достоверной и своевременной передачи информации участникам проекта и заинтересованным сторонам, а также формирования и поддержки эффективных коммуникаций между всеми участниками проекта для достижения поставленных целей (3). Таким образом, все вышеперечисленные авторы выделяют ИКТ как систему мер, методов планирования, организации и обеспечения мероприятий с целью выстраивания доверительных отношений со стейкхолдерами⁴ для достижения максимальной эффективности взаимодействия проекта со средой.

Рассмотрим реализацию мер по развитию основных каналов взаимодействия проекта «Таврида-Арт» со средой – информационным пространством. Арт-кластер «Таврида» активно использует популярные социальные платформы, такие как VK, Telegram, YouTube и другие, для распространения информации о своих активностях. Здесь публикуются новости, фотографии и видео с мероприятий, а также осуществляется обратная связь с аудиторией через комментарии и другие способы реагирования.

1. Официальная страница Арт-кластера «Таврида» в социальной сети «ВКонтакте». Это наиболее активный аккаунт проекта, который характеризуется регулярными публикациями, большим объемом работы с аудиторией, наибольшим числом подписчиков (по состоянию на 20 мая 2023 года, число участников группы «ВКонтакте» превысило 120 тыс. человек). Отдельно стоит выделить работу с официальными хэштегами проекта:

#ТавридаЛюбовь;

#ТавридаПартнеры – информация о партнерах проекта;

#ТавридаРегистрация – про открытые регистрации в проекты;

#ТавридаОбразование – про образовательные заезды и развитие;

#АкадемияМеганом – про единственную в России академию творческих индустрий «Меганом»;

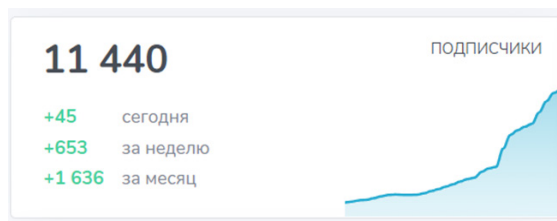
⁴ Под стейкхолдерами понимаются группы или отдельные лица, которые имеют интересы, права или ожидания относительно деятельности организации или проекта. Они могут влиять на деятельность организации и на ее результаты, а также быть затронуты ее решениями и результатами. Среди стейкхолдеров могут быть клиенты, поставщики, конкуренты, инвесторы, сотрудники, правительственные органы, общественные организации и другие группы. Работа с учетом интересов стейкхолдеров является важным аспектом управления организацией или проектом.

#ТавридаФестиваль – про фестиваль молодого искусства «Таврида.АРТ»;
#ТавридаГранты – про то, как реализовать свой проект;
#ТавридаАкселератор – про то, как получить деньги на свой проект;
#ТавридаКастинг – про кастинги и возможности, которые они дают;
#ТавридаАРТПарк – про арт-парк;
#ТавридаУспешныйУспех – про достижения резидентов;
#ТавридаФрешмены – про творчество музыкантов;
#ТавридаРезиденции – про арт-резиденции;
#ТавридаАмбассадоры – про амбассадоров и их деятельность;
#ТавридаПоказывает – материалы с мероприятий.

Система хэштегов является крайне удобным инструментом для пользователей, которые не знакомы со структурой проекта или не могут быстро найти нужную им информацию. Помимо этого, видна работа с целевой аудиторией проекта – молодежью, которая в первую очередь пользуется хэштегами.

2. Телеграм-канал «ТАВРИДА.АРТ». На канале, по состоянию на 20 мая 2023 года, насчитывается более 11 тысяч подписчиков (Рисунок 1).

Рисунок 1. Число подписчиков Telegram-канала «Таврида.Арт»⁵
Figure 1. The number of subscribers of the Telegram channel «Tavrida.Art»

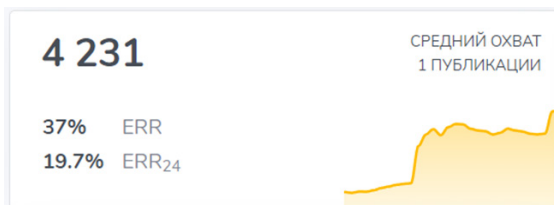


Канал был создан 6 апреля 2020 года. С одной стороны, набор такого скромного количества подписчиков за три года существования не может считаться большим успехом с точки зрения продвижения. С другой стороны, проект не является массовым и скорее привлекает людей из определенных социальных групп – молодых художников, любителей творчества и сотрудников креативных индустрий. С этой точки зрения значение весьма приемлемое. Гораздо важнее в данном контексте обозначить показатель вовлеченности аудитории – ERR (Engagement rate by Reach) — в переводе с английского «Уровень вовлеченности по охвату». Данный

⁵ Источник: Статистика Telegram-канала «Tavrida.Art». TGstat: официальный сайт. URL: https://tgstat.ru/channel/@tavrida_art/stat

показатель дает нам понимание о том, какой процент подписчиков просматривает публикации в рассматриваемом канале (Рисунок 2). Именно «просматривает», весь текст публикации может быть и не прочитан подписчиком.

Рисунок 2. Уровень вовлеченности подписчиков Telegram-канала⁶
Figure 2. The level of involvement of Telegram channel subscribers



В среднем публикации телеграм-канала просматривают 37% его подписчиков, почти 20% из них делают это в первые 24 часа с момента публикации. Эти показатели находятся в пределах нормы, что позволяет сделать вывод о том, что число подписчиков, их активность не создаются искусственно, например, посредством технологий увеличения подписчиков за счет аккаунтов несуществующих в реальности пользователей.

Таким образом, анализ информационного сопровождения Арт-кластера «Таврида» в социальных сетях позволил прийти к следующим выводам:

- крупнейшей площадкой продвижения инициатив и проектов, реализуемых в рамках арт-кластера, является официальная группа проекта в социальной сети «ВКонтакте». Группа активно ведется и набирает подписчиков, записи выкладываются в ежедневном режиме, комментарии не остаются без внимания;
- другим инструментом является Telegram-канал «ТАВРИДА.АРТ». Созданный 3 года назад, TG-канал более чем в десять раз уступает группе «ВКонтакте» по числу участников, однако показатели вовлеченности находятся на уровне, позволяющем говорить о естественном характере роста аудитории в мессенджере Telegram;
- проведение регулярных пресс-конференций, публикации пресс-релизов на официальном сайте, в аккаунтах в социальных сетях также способствуют узнаваемости и росту популярности проекта;
- темпы прироста аудитории в социальных сетях существенно увеличились за последние месяцы, что может быть обусловлено началом нового сезона отборов на летние проекты Арт-кластера, а также активизацией онлайн-мероприятий и иных инициатив.

⁶ Источник: Статистика Telegram-канала «Tavrida.Art». TGstat: официальный сайт. URL: https://tgstat.ru/channel/@tavrida_art/stat

Обсуждение результатов

Потенциал и перспективы развития информационно-коммуникативного сопровождения реализации проектов в сфере культуры и искусства напрямую связаны с трендами, существующими сегодня в сфере массовых коммуникаций. Экспертное обсуждение этих трендов, ключевых аспектов становления новой цифровой реальности имело место в рамках VII Международной научно-практической конференции «Россия и мир: диалоги – 2023. Цели и ценности», главная площадка которой была открыта 16 мая 2023 года в Москве⁷. Одним из ключевых мероприятий Конференции стал медиадialog «Россия в мировом информационном пространстве», участие в котором приняли журналисты, представители крупных общественных проектов, таких как «Лидеры России», молодежных организаций и академического сообщества. Наиболее релевантной теме данной статьи стала панельная дискуссия «Новые медиа. Роль цифрового информационного пространства в международном диалоге». В ходе панельной дискуссии было установлено, что социальные медиа в России, в целом, находятся в состоянии активного роста. По состоянию на апрель 2023 года, число сообщений социальных медиа в месяц превысило 1,5 млрд, годовой прирост составил 36%⁸. Динамика изменения охвата крупнейших социальных сетей России отражена в Таблице 1.

Таблица 1. Динамика изменения среднесуточного охвата крупнейших социальных сетей/социальных медиа, млн чел (апрель 2023)⁹

Table 1. Dynamics of changes in the average daily coverage of the largest social networks/social media, million people (April 2023)

Социальная сеть	ВКонтакте	Youtube	Telegram	Tiktok	Яндекс. Дзен
Среднесуточный охват	52,9	50,9	50,6	32,2	31,9
Динамика к марту 2023	-0,7%	+0,5%	-0,7%	+0,0%	-2,0%
Динамика к апрелю 2022	+6%	+7%	+22%	+2%	+329%

7 Россия и мир: диалоги – 2023. Цели и ценности. Сайт конференции. URL: <https://russiaworld-dialogue.ru/>

8 Конференция «Россия и мир: диалоги – 2023. Цели и ценности»: официальный сайт. URL: <https://russiaworld-dialogue.ru/> (дата обращения: 20.05.2023).

9 Система мониторинга и анализа социальных СМИ и соцсетей Brand Analytics: официальный сайт. URL: <https://br-analytics.ru/about/> (дата обращения: 20.05.2023).

Тренды и перспективы работы в сфере информационного сопровождения проектов в сфере культуры и искусства должны быть рассчитаны, исходя из текущих реалий роста аудитории крупнейших социальных сетей. По нашему прогнозу, по итогам 2023 года, Telegram станет социальным медиа с наибольшим среднесуточным охватом среди всех конкурентов. Такое предположение может быть сделано на основе сегодняшних численных показателей вкупе с наибольшими среди первой тройки социальных сетей процентным приростом. В случае с Арт-кластером «Таврида» Telegram не является самой развитой платформой, в связи с чем необходимо интенсифицировать усилия по развитию именно этого направления. В то же время, нельзя не заметить потрясающие показатели роста аудитории Яндекс.Дзена: за прошедший год охваты платформы выросли более чем в четыре раза. Аккаунт Арт-кластера на самой быстрорастущей из крупных платформ не ведет активной работы, число подписчиков не превышает 100. Одновременно с этим можно полагать, что Tiktok постепенно теряет тот уровень популярности и узнаваемости, который характеризовал его еще несколько лет назад. Об этом свидетельствуют самые низкие из первой пятерки социальных медиа темпы прироста охватов за год. В качестве предположения причин подобного падения следует выдвинуть тезис о том, что развивать аккаунт проекта в Tiktok сегодня не так перспективно и эффективно, как в Telegram или Яндекс.Дзен.

Выводы

Сегодня необходимость присутствия в глобальном информационном пространстве высока как никогда. Многочисленные проекты в сфере культуры и искусства, реализуемые полностью или частично за счет средств государственной поддержки, должны грамотно освещаться в СМИ и продвигаться в социальных сетях. В то же время констатируем отсутствие единого системного подхода к достижению этих целей, ввиду чего каждый проект необходимо рассматривать в частном порядке.

Данная статья представляет собой попытку систематизировать теоретические аспекты информационно-коммуникативного сопровождения культурных проектов, а также экстраполировать эти принципы при анализе продвижения в медиа Арт-кластера «Таврида.Арт».

Арт-кластер «Таврида.Арт» имеет высокий уровень представленности в информационном пространстве в целом и в социальных сетях в частности. В то же время, проведенный анализ трендов изменения трафика отдельных социальных сетей выявил недостаточную представленность проекта в таких соцмедиа и мессенджерах как Telegram (самый быстрорастущий из трех крупнейших по

трафику социальных сетей в России) и Яндекс.Дзен (из первой пятерки социальных сетей показал наибольший рост, за год увеличив свой трафик более чем в четыре раза). Представляется, что для обеспечения стабильного и устойчивого роста аудитории руководству проекта необходимо обеспечить более качественный уровень продвижения на указанных площадках. Это не умаляет значения и важности присутствия на других крупных ресурсах, таких как «Вконтакте», Youtube, «Одноклассники» и др., а также необходимости проведения регулярного мониторинга новых медиа, набирающих популярность у молодой аудитории.

Список источников

1. Быков В.А. (2010), Организация маркетинговой деятельности. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 70 с.
2. Захарчук О.С., Тарасова А.С. (2019), Информационно-коммуникативное сопровождение мероприятий. М.: Юрайт. С. 26-28.
3. Метлина В.В. (2016), Творческие кластеры в России. Искусствоведение и дизайн в современном мире: традиции и перспективы. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых. с. 262–268.
4. Перегудова С.Н., Сафонова А.Г. (2021), Информационно-коммуникативное сопровождение инновационных проектов: учебно-методический комплекс. Новосибирск: Издательство НГТУ. С. 19-20.
5. Раменская Е.А. (2019), Информационно-коммуникативное сопровождение проектов в сфере культуры. М.: Российская академия естествознания. С. 51-54.
6. Шарков Ф.И. (2017), Генезис зарубежной и отечественной коммуникологии: темы и парадигмы. Коммуникология: электронный научный журнал. №2. С. 139-158.
7. Рожкова Н.А., Полубояров М.Г. (2021), Информационно-коммуникативное сопровождение мероприятий в сфере культуры и искусства. М.: Инфра-М. 50 с.

References

1. Bykov, V.A. (2010), Organization of marketing activities. Moscow: UNITY-DANA. 70 p. (In Russian)
2. Zakharchuk, O.S., Tarasova, A.S. (2019), Information and communication support of events. Moscow: Yurayt. pp. 26-28. (In Russian)

3. Metlina, V.V. (2016), Creative clusters in Russia. Art Criticism and design in the Modern world: traditions and perspectives. Collection of materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference of Young Scientists. pp. 262-268. (In Russian)
4. Peregudova, S.N., Safonova, A.G. (2021), Information and communication support of innovative projects: educational and methodological complex. Novosibirsk: NSTU Publishing House. pp. 19-20. (In Russian)
5. Ramenskaya, E.A. (2019), Information and communication support of projects in the field of culture. Moscow: Russian Academy of Natural Sciences. pp. 51-54. (In Russian)
6. 6. Sharkov, F.I. (2017), Genesis of foreign and domestic communicology: themes and paradigms. Communicology: electronic scientific journal. No. 2. pp. 139-158. (In Russian)
7. Rozhkova, N.A., Poluboyarov, M.G. (2021), Information and communication support of events in the field of culture and art. M.: Infra-M. 50 p. (In Russian)

Информация об авторе

КУЗЬМЕНКО Дарья Геннадиевна, студент магистратуры Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: dkuzmenko-17@edu.ranepa.ru

Раскрытие информации о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Информация о статье

Поступила в редакцию: 21.05.2023. Одобрена после рецензирования: 30.06.2023. Принята к публикации: 15.07.2023. Опубликовано: 31.07.2023.

Информация о рецензировании

«Россия: общество, политика, история» благодарит анонимного рецензента (рецензентов) за вклад в рецензирование данной работы.

About the author

Daria G. KUZMENKO, Master's degree student, Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russian Federation. E-mail: dkuzmenko-17@edu.ranepa.ru.

Conflicts of Interest Disclosure

The author declares no conflicts of interest.

Article info

Submitted: 21.05.2023. Approved after peer review: 30.06.2023. Accepted for publication: 15.07.2023. Published: 31.07.2023.

Peer review info

«Russia: Society, Politics, History» thanks the anonymous reviewer(s) for their contribution to the peer review of this work.