Валерия Дмитриевна Абрамова

*Московский педагогический государственный университет*

abramovalera2002@mail.ru

**Роль SMM-технологий в продвижении культурных проектов**

**(на примерах Минпросвещения и Минкультуры России)**

В данной статье исследуется роль SMM-технологий в продвижении культурных проектов Минпросвещения и Минкультуры России. Автор отмечает успешное развитие и реализацию проектов культурной направленности (выставок, фестивалей, концертов и других мероприятий) на примере деятельности государственных органов власти с использованием новых медиатехнологий.

*Ключевые слова*: SMM-технологии, новые медиа, культурные проекты, Минпросвещения России, Минкультуры России.

Развитие медиатехнологий трансформировало как журналистику, так и тесно связанную с ней PR-индустрию. Сегодня в деятельности специалистов, направленной на продвижение бренда или проекта, новейшие способы интернет-коммуникаций играют если не главную, то значительную роль. Социальные сети стали главным инструментом при создании контента, его публикации, PR, вовлечении аудитории и просмотрах. Они уверенно проникают во все сферы нашего общества, включая органы власти. В последние годы специальное внимание уделяется госпабликам, а ведущие ведомства страны начали осознавать важность использования новых медиа для продвижения своих инициатив. По статистике IT-компании «Диалог», на 2022 г. в России 130000 федеральных ведомств и подведомственных учреждений имеют подтвержденные официальные страницы в социальных сетях, а 51% пользователей все чаще посещают паблики органов власти и госучреждений.

По поручению Правительства с 1 декабря 2022 г. все государственные органы начали активно пользоваться соцсетями. Органы местного самоуправления, подведомственные организации и суды обязаны создать и вести свои официальные аккаунты на площадках «ВКонтакте» и «Одноклассники» [2].

Минпросвещения и Минкультуры России являются ведущими ведомствами по количеству проектов и мероприятий культурной направленности. На своих страницах в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и в Telegram Messenger органы власти ведут отдельные рубрики, посвященные вопросам культуры. Они применяют самые последние SMM-технологии, среди которых: инфографика, анимационные, документальные и игровые видеоролики в разных форматах подачи (квадрат, горизонт, вертикаль, карусель, live-видео, boomerang, time-lapse и др.), интернет-реклама (контекстная, баннерная и таргетированная), прямые эфиры и марафоны. Благодаря SMM-технологиям о культурной деятельности ведомств становится известно большому количество граждан, которые могут получать информацию в облегченном формате, что позволяет быстрее усвоить увиденный и полученный материал.

Но «‟новые медиа” не ограничиваются только лишь технологическими возможностями. Это часть медиакультуры в самом широком ее понимании, когда в медийном поле формируются новые представления о культурной норме и способах ее интерпретации» [3: 291]. Так, среди проектов, которые реализует Минкультуры России, можно выделить: НацПроект «Культура», интерактивные рубрики в социальных сетях #КультурныеМаршруты и #КультурныеЗаконы, Всероссийский конкурс СМИ «Культура слова», а также рубрику #ШедеврывРегионы, с помощью которой жители из разных субъектов могут ознакомиться с новыми работами из собраний музеев, а также предстоящими выставками в городах.

Среди проектов Минпросвещения России можно обозначить следующие: конкурс «Лучший учитель родного языка и родной литературы», рубрики в социальной сети «ВКонтакте» #МолодыеТаланты и #ПамятнаяДата, а также Всероссийский конкурс «ПРО Образование». Отметим, что успешная реализация каждого культурного проекта была бы невозможна без применения медиатехнологий, которые позволяют быстро, доступно и наглядно получать и узнавать новую информацию любому человеку. К примеру, через инфографику в социальных сетях, на онлайн-лекции, просмотрев интерактивно-развлекательный видеоролик или рекламу в соцсетях. Важно отметить, что «среди существующих процессов в мире и в России все более важным фактором в развитии человечества становится именно культура» [1].

Таким образом, SMM-технологии в продвижении культурных проектов в государственных органах власти имеют большое значение. Они позволяют привлекать аудиторию и растить ее, взаимодействовать с ней и учитывать ее мнения. Кроме того, социальные сети и медиатехнологии предоставляют органам власти новые возможности для рекламы и развития культурных проектов.

*Литература*

1. Астафьева О. Н. Культурная политика: теоретическое понятие и управленческая деятельность: лекции. М.: РАГС, 2010.
2. Правительство определило соцсети, где органы власти будут обязаны вести официальные аккаунты // Правительство России. 2022. 5 сент. URL: http://government.ru/dep\_news/46448/.
3. Славина В. А., Солдаткина Я. В. Медиакультура как феномен информационной эпохи // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Литературоведение, журналистика. 2021. Т. 26, № 2. С. 286–293.