

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.143.65>

ИСТОРИЧЕСКАЯ РЕКОНСТРУКЦИЯ БАЛА КАК КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ

Научная статья

Маслеева В.В.^{1,*}

¹ Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (enriel-252[at]yandex.ru)

Аннотация

Термин «стратегическая коммуникация» появился в военно-политической сфере. В настоящее время СК определяется некой схемой коммуникативного поведения, последовательностью коммуникативных действий для достижения поставленных целей. В данном исследовании автор рассматривает историческую реконструкцию бала как коммуникативную стратегию. Цель работы заключается в разработке коммуникационной стратегии собственного масштабного проекта «Бальные истории прошлого», которая состоит из шести этапов, разработанных в процессе развития проекта. В выводах были сформулированы рекомендации, которые позволят каждому субъекту коммуникации максимально приблизиться к достижению поставленной стратегической цели.

Ключевые слова: историческая реконструкция, исторический бал, коммуникативная стратегия, стратегическая коммуникация, коммуникации.

HISTORICAL RECONSTRUCTION OF THE BALL AS A COMMUNICATIVE STRATEGY

Research article

Masleeva V.V.^{1,*}

¹ St. Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russian Federation

* Corresponding author (enriel-252[at]yandex.ru)

Abstract

The term "strategic communication" appeared in the military-political sphere. Nowadays, SC is defined by a certain scheme of communicative behaviour, a sequence of communicative actions to achieve the set objectives. In this study, the author examines the historical reconstruction of the ball as a communicative strategy. The purpose of the work is to develop a communication strategy of own large-scale project "Ball Stories of the Past", which consists of six stages developed in the process of project progression. In the conclusions, recommendations were formulated that will allow each subject of communication to come as close as possible to achieving the set strategic goal.

Keywords: historical reconstruction, historical ball, communicative strategy, strategic communication, communications.

Введение

Актуальность и новизна данного исследования определяются включением исторической реконструкции бала (далее - ИРБ) в систему event-мероприятий, предполагающим возможность и необходимость рассмотрения ИРБ как коммуникативной стратегии. Термин «стратегическая коммуникация» возник в военно-политической сфере. Данное словосочетание использовалось в документах Государственного департамента и Министерства обороны США. С 90-х гг. XX в. об этом явлении неуклонно расширяется [3, С. 348]. Среди отечественных исследований, посвященных стратегической коммуникации, необходимо выделить работы Д.П. Гавры, Е. В. Клюева, Е. Н. Пашенцева, Е. А. Виноградовой, А. А. Воронов и Л. В. Глухих, В. И. Максимова и Н. В. Казаринова и др.

С опорой на актуальные научные концепции мы предлагаем следующее описание содержания данного понятия: стратегические коммуникации – это совокупность информационных потоков, организуемых по определенному алгоритму, предполагающему обеспечение требуемого устойчивого поведения адресата в соответствии с ключевыми целями субъекта коммуникации. По сути, СК – это своеобразная схема коммуникативного поведения, определяющая последовательность коммуникативных действий для достижения хорошо осознанной инициаторами коммуникативного процесса цели. Понятно, что стратегическая коммуникация оказывает широкое влияние на формирование практической деятельности субъекта коммуникации, на продвигаемые ценности, отбор коммуникативных стратегий, а также на корпоративную культуру.

Цель данного исследования – разработка коммуникационной стратегии масштабного проекта «Бальные истории прошлого», реализованного в 2016 году. Инициативная группа определила следующие целевые установки проекта: актуализация интереса к культурным объектам всемирного наследия, расположенным в Северной столице; восстановление исторического диапазона культурных компетенций городских жителей; возрождение формирующих эстетику городского пространства культурных традиций города; влияние на аксиологический компонент в структуре личности молодых горожан [5, С. 65].

Этапы исследования

Было выделено несколько основных этапов в подготовке ИРБ как event-мероприятия. Первый этап – аналитический. Здесь происходил анализ конкурентной среды по уровню конкуренции: выявлялись ключевые, потенциальные и косвенные конкуренты для грамотного определения преимуществ проекта [5, С. 68]. В 2020 году ключевыми конкурентами считались следующие организации – Петербургское Дворянское Собрание, ЦПКиО им С.

М. Кирова, Международный историко-культурный благотворительный проект «Балы. Четыре сезона», потенциальными выступали проект «С корабля на бал», Исторические танцы на Обводном Студия Старинного Танца им. А. С. Пушкина, школа балльных танцев в Академии Штигилица, а к косвенным относились – Ассоциация содействия духовно-нравственному просвещению «Покров», РГПУ им. А. И. Герцена. Уточненные исследования 2023 г. продемонстрировали динамику, при которой многие потенциальные и косвенные конкуренты ушли с рынка или перешли в разряд потенциальных. Например, международный историко-культурный благотворительный проект «Балы. Четыре сезона» сместил вектор деятельности на организацию маломасштабных вечеринок.

Второй этап был посвящен определению целей и задач ИРБ. На данном этапе использовалась методика определения целей SMART, которую впервые описал Джордж Доран в 1981 году в статье «There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives» [10]. Согласно данной методике, цели должны быть конкретны (specific), измеримы (measurable), достижимы (achievable), релевантными (relevant) и ограниченными по времени (time bound). На 2024 год командой проекта «Бальные истории прошлого» были сформулированы цели: создать у целевой аудитории ассоциацию, что «Если исторический бал, то проект «Бальные истории прошлого»; повышение узнаваемости проекта в количественном измерении к середине 2024 года (увеличение числа подписчиков в группе в социальной сети «ВКонтакте»); привлечение 150 новых лидов на сайт до 9 мая; привлечение новых групп целевой аудитории к концу 2024 года (например, организовывать детские балы); увеличение продаж билетов на балы на 30% к декабрю 2024 г.

Третий этап был посвящен выстраиванию позиционирования проекта и определению целевой аудитории. Позиционирование проекта «Бальные истории прошлого» - организация доступных балов по историческим канонам во дворцах и особняках Петербурга. Целевая аудитория была определена следующим образом: женщины и мужчины (35–75 лет), не состоящие в браке; женщины и мужчины (25–65 лет), состоящие в браке; сформировавшиеся танцевальные пары. Специальный сегмент аудитории профессионально ориентирован: сотрудники туристических организаций, сотрудники музейной сферы, представители органов государственной власти.

География аудитории: страны: Россия – 95.51% людей, посетивших балы, Германия – 0.72%, Франция – 0.45%, города: Санкт-Петербург – 81.48%, Москва – 3.43%, Великий Новгород – 1.03%.

На следующем этапе были определены каналы коммуникации по матрице PESO. В 2009 году данная модель использовалась коммуникационным агентством «Arment Dietrich», но не имела своего названия. В 2013 году в книге «Traction: Get a Grip on Your Business» Джинно Викман обозначил ее как матрицу PESO [11]. В соответствии с матрицей каналы коммуникации проекта разделены следующим образом:

Paid (платные каналы): таргетированная реклама и спонсированные посты в разных группах социальной сети «ВКонтакте», касающиеся истории («История России» [13] «История: Россия и мир» [14]), танцев («Танцы. Хореография» [15]), исторических балов («Историческое общество «Бал в русской усадьбе» [16]) и Санкт-Петербурга («Интересный Питер» [17]), «Питер: интересные места и события» [17] и др.).

Earned (бесплатные коммуникации): команда проекта начала работу со СМИ Санкт-Петербурга и иными информационными ресурсами. В настоящий момент проект поучаствовал в большом балном фестивале «Балкон» в Vokzal1853, об этом было написано на портале ресурса «ТМУ» [9].

Shared (социальные коммуникации): коллаборация с другими балными проектами Санкт-Петербурга в социальной сети «ВКонтакте» («Исторический танец» [19], «Школа танцев «Андеор» [20]), блог-платформы (канал про социальные танцы и события вокруг них «474» опубликовал видео с бала, организованного во дворце Елисеевых (Талион Империял Отель)), отзывы, размещенные на собственных страницах гостей бала (отзыв от Анны Передоговой от 29 ноя 2021).

Owned (собственные коммуникации): проект «Бальные истории прошлого» базируются в группе «ВКонтакте» [21].

На пятом этапе происходит определение тайминга – расчёта полного времени с момента согласования зала до исторический бал до получения обратной связи от гостей мероприятия. Например, тайминг бала «Истории мистической осени» Особняке П. А. Зубова строился следующим образом: 1 по 25 июня 2021 г. – поиск площадки для проведения бала; 1 июля 2021 г. – официальное объявление даты бала (30 сентября) и старта продаж билетов; 2 июля по 1 августа – размещение информации на выбранных каналах коммуникации (социальные сети, блоги, СМИ); август-сентябрь – личная коммуникация с будущими и прошлыми гостями балов; 30 сентября – проведение бала; 1–31 октября – сбор и обработка обратной связи от гостей бала.

Шестой этап – обработка обратной связи, сбор отзывов и их оценка, а также проведение опросов для анализа новых сегментов аудитории. Ориентируясь на речевой жанр «интернет-отзыв туриста» [4], нами был определен речевой жанр «интернет-отзыв гостя балов», который представляет собой тип высказывания, содержащий оценку бала как event-мероприятия. Цель такого высказывания - обмен информацией между участниками и зрителями балов в разных типах дискурса: танцевальном (по содержанию отзыва и участникам коммуникации), интернет-дискурсе (по каналу коммуникации) и оценочном (по коммуникативной интенции). По объекту оценивания можно выделить три типа отзывов (о танцевальной программе бала, о месте проведения и дополнительных услугах в виде фуршета) с фиксированными (интернет-опросы или выставление балла на сайте) и изменяемыми параметрами.

Заключение

Проанализировав полученные отзывы, мы сформулировали рекомендации, которые позволят субъекту коммуникации при соблюдении всех обозначенных выше принципов организации ИРБ максимально приблизиться к достижению стратегической цели. Во-первых, необходимо расширить инструменты, используемые для установления контакта с массовой аудиторией. Речь идет не только о целевом сегменте, когда отношение к бренду уже лояльно, но и о новых потребителях. Во-вторых, необходимо ежегодно проводить дополнительные исследования очень подвижной конкурентной среды. В-третьих, не менее необходимо искать возможности для создания коллаборации с блогерами и лидерами мнений. В-четвертых, в расширении и постоянном обновлении нуждается формат обратной связи.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Виноградова Е.А. К вопросу о работе с «новыми медиа» в стратегической коммуникации / Е.А. Виноградова // Государственное управление. Электронный вестник. — 2013 — URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/41_2013vinogradova.htm (дата обращения: 18.06.2023)
2. Воронов А.А. Практический маркетинг / А.А. Воронов, Л.В. Глухих // Стратегические коммуникации в системе управления промышленностью России. — 2007. — 8(126). — с. 7-13.
3. Гавра Д.П.. Стратегическая коммуникация / Д.П. Гавра, Е.В. Быкова // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь; под ред. Дускаевой Л.Р. — Москва: Флинта, 2018. — с. 348.
4. Говорунова Л.Ю. Речевой жанр «интернет-отзыв туриста» в русской и итальянской лингвокультурах : дис. ...канд. : 10.02.20 : защищена 2014-11-20 : утв. 2014-09-19 / Л.Ю. Говорунова — Волгоград: 2014.— 221 с.
5. Маслеева В.В. Модульный текст как средство продвижения исторической реконструкции / В.В. Маслеева // Человек. Культура. Образование. — 2022. — 4. — с. 64-78.
6. Минцберг Г Школы стратегий: Стратег. сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Г Минцберг, Б Альстрэнд, Д Лэмпел — Санкт-Петербург: Питер, 2000. — 367 с.
7. Пашенцев Е.Н Государственное управление. Электронный вестник / Е.Н Пашенцев // Стратегическая коммуникация Китая в Латинской Америке и ее интерпретация в США . — 2013. — №36. — URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/36_2013pashentsev.htm (дата обращения: 18.06.2022)
8. Щетинина Е. Д. Развитие теории и практики деловых коммуникаций в современных условиях / Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино // Белгородский экономический вестник. — 2013. — 4(72). — с. 35-38.
9. Большой балный фестиваль «Балкон» в Vokzal1853 // TIMY:сайт. — 2024 — URL: <https://timy.ru/sankt-peterburg/reviews/bolshoj-balnyj-festival-balkon-v-vokzal1853?ysclid=ls7kv37nnsk39743443> (дата обращения: 01.02.2024)
10. Argenti P.A. The strategic communication imperative / P.A. Argenti, R.A. Howell, K.A. Beck // MIT Sloan Management Review. — 2005. — 2. — p. 83-89.
11. Doran G.T. There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives / G.T. Doran. — 1981 — URL: <https://opendoorcoaching.com.au/wp-content/uploads/2023/03/Doran-G.T.-1981-Theres-a-SMART-Way-to-Write-Managements-Goals-and-Objectives-.pdf> (accessed: 29.01.2024)
12. Macnamara J. 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas / J. Macnamara // Public Relations Review. — 2016. — 3. — p. 377-385.
13. История России // Вконтакте. — 2024 — URL: <https://vk.com/histmoment> (дата обращения: 04.02.2024)
14. История: Россия и мир // Вконтакте. — 2024 — URL: <https://vk.com/ruhist> (дата обращения: 04.02.2024)
15. Танцы • Хореография // Вконтакте. — 2024 — URL: <https://vk.com/dancejournal> (дата обращения: 27.03.2024)
16. Историческое общество "Бал в русской усадьбе" // Вконтакте. — 2023 — URL: <https://vk.com/ballestate> (дата обращения: 04.02.2023)
17. Интересный Питер // Вконтакте. — 2022 — URL: <https://vk.com/piterevents> (дата обращения: 05.02.2022)
18. Питер: интересные места и события // Вконтакте. — 2024 — URL: <https://vk.com/piterscanner> (дата обращения: 27.01.2024)
19. Исторический танец // Вконтакте. — 2022 — URL: <https://vk.com/olddances> (дата обращения: 27.02.2022)
20. Школа танцев «Андеор» // Вконтакте. — 2024 — URL: <https://vk.com/andeordance> (дата обращения: 27.03.2024)
21. Балльные истории прошлого // Вконтакте. — 2023 — URL: https://vk.com/history_factsspb (дата обращения: 27.01.2024)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Vinogradova E.A. K voprosu o rabote s «novymi media» v strategicheskoy kommunikatsii [On the issue of working with "new media" in strategic communication] / E.A. Vinogradova // Public administration. Electronic Bulletin. — 2013 — URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/41_2013vinogradova.htm (accessed: 18.06.2023) [in Russian]
2. Voronov A.A. Prakticheskij marketing [Practical marketing] / A.A. Voronov, L.V. Gluhih // Strategic communications in the Russian industrial management system. — 2007. — 8(126). — p. 7-13. [in Russian]
3. Gavra D.P.. Strategicheskaja kommunikatsija [Strategic communication] / D.P. Gavra, E.V. Bykova // Media Linguistics in terms and concepts: dictionary; edited by Duskaevoj L.R. — Moskva: Flinta, 2018. — p. 348. [in Russian]
4. Govorunova L.Ju. Rechevoj zhanr «internet-otzyv turista» v russkoj i ital'janskoj lingvokul'turah [The speech genre "Internet tourist review" in Russian and Italian linguistic cultures] : dis....of PhD in Social and Human Sciences : 10.02.20 : defense of the thesis 2014-11-20 : approved 2014-09-19 / L.Ju. Govorunova — Volgograd: 2014.— 221 p. [in Russian]
5. Masleeva V.V. Modul'nyj tekst kak sredstvo prodvizhenija istoricheskoy rekonstruktsii [Modular text as a means of promoting historical reconstruction] / V.V. Masleeva // Human. Culture. Education. — 2022. — 4. — p. 64-78. [in Russian]

6. Mintsberg G Shkoly strategij: Strateg. safari: ekskursija po debrjam strategij menedzhmenta [Strategy Schools: Strategy Safari: a tour of the wilds of management strategies] / G Mintsberg, B Al'stend, D Lempel — Sankt-Peterburg: Piter, 2000. — 367 p. [in Russian]
7. Pashentsev E.N Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyj vestnik [Public administration. Electronic Bulletin] / E.N Pashentsev // China's Strategic Communication in Latin America and its interpretation in the United States. — 2013. — №36. — URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/36_2013pashentsev.htm (accessed: 18.06.2022) [in Russian]
8. Schetinina E. D. Razvitie teorii i praktiki delovyh kommunikatsij v sovremennyh uslovijah [Development of the theory and practice of business communications in modern conditions] / E. D. Schetinina, N. V. Dubino // Belgorod Economic Bulletin. — 2013. — 4(72). — p. 35-38. [in Russian]
9. Bol'shoj bal'nyj festival' «Balkon» v Vokzal1853 [Grand Ballroom festival "Balcony" in Vokzal1853] // TIMY:website. — 2024 — URL: <https://timy.ru/sankt-peterburg/reviews/bolshoj-balnyj-festival-balkon-v-vokzal1853?ysclid=ls7kv37nnsk39743443> (accessed: 01.02.2024) [in Russian]
10. Argenti P.A. The strategic communication imperative / P.A. Argenti, R.A. Howell, K.A. Beck // MIT Sloan Management Review. — 2005. — 2. — p. 83-89.
11. Doran G.T. There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives / G.T. Doran. — 1981 — URL: <https://opendoorcoaching.com.au/wp-content/uploads/2023/03/Doran-G.T.-1981-Theres-a-SMART-Way-to-Write-Managements-Goals-and-Objectives-.pdf> (accessed: 29.01.2024)
12. Macnamara J. 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas / J. Macnamara // Public Relations Review. — 2016. — 3. — p. 377-385.
13. Istorija Rossii [The history of Russia] // Vkontakte. — 2024 — URL: <https://vk.com/histmoment> (accessed: 04.02.2024) [in Russian]
14. Istorija: Rossija i mir [History: Russia and the world] // Vkontakte. — 2024 — URL: <https://vk.com/ruhist> (accessed: 04.02.2024) [in Russian]
15. Tantsy • Horeografija [Dances • Choreography] // Vkontakte. — 2024 — URL: <https://vk.com/dancejournal> (accessed: 27.03.2024) [in Russian]
16. Istoricheskoe obschestvo "Bal v russkoj usad'be" [Historical Society "Ball in the Russian manor"] // Vkontakte. — 2023 — URL: <https://vk.com/balstate> (accessed: 04.02.2023) [in Russian]
17. Interesnyj Piter [Interesting Peter] // Vkontakte. — 2022 — URL: <https://vk.com/piterevents> (accessed: 05.02.2022) [in Russian]
18. Piter: interesnye mesta i sobytija [Peter: interesting places and events] // Vkontakte. — 2024 — URL: <https://vk.com/piterscanner> (accessed: 27.01.2024) [in Russian]
19. Istoricheskij tanets [Historical dance] // Vkontakte. — 2022 — URL: <https://vk.com/olddances> (accessed: 27.02.2022) [in Russian]
20. Shkola tantsev «Andeor» [Andeor Dance School] // Vkontakte. — 2024 — URL: <https://vk.com/andeordance> (accessed: 27.03.2024) [in Russian]
21. Bal'nye istorii proshlogo [Ballroom stories of the past] // Vkontakte. — 2023 — URL: https://vk.com/history_factsspb (accessed: 27.01.2024) [in Russian]