



УДК 070.421.2

**THE FUNCTIONS OF THE PRESS SERVICE OF THE THEATER IN THE  
CONDITIONS OF TRANSFORMATION****ФУНКЦИИ ПРЕСС-СЛУЖБЫ ТЕАТРА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ**

Туякавкина К.А. / Тюкавкина К.А.

*Student / Студент**Russian State Social University, Moscow, Vilgelma Pika, 4/1, 129226**Российский Государственный Социальный Университет,**Москва, Вильгельма Пика, 4/1, 129226*

**Аннотация.** В статье рассматривается трансформация пресс-служб учреждений культуры в период пандемии, и определяются специфические особенности функций пресс-службы театра. Анализ влияния цифровизации на пресс-службы театров, трансформацию их функций и направление деятельности в период пандемии 2020 года. Появление новых функций: PR проектов и освоение новых инструментов для работы у сотрудников PR отделов.

**Ключевые слова:** пресс-служба, театр, пандемия, функции пресс-службы, трансформация функций пресс-службы

Информационное пространство, как и любое другое, с течением времени изменяется. 2020 год предоставил всем новые возможности для развития и творчества, и большинство организаций сделали большой шаг вперед. Актуальность статьи заключается в том, что в настоящий момент, во время пандемии, большинство организаций вынуждены кардинально расширить, изменить направление своей деятельности. В том числе это связано и с деятельностью пресс-служб. Данная статья посвящена направлениям трансформации пресс-служб учреждений культуры в период пандемии.

Авторы определяют общие и специфические функции пресс-службы по-разному: так, например, Ильченко Н. и Кривоносов А.Д. выделяют такие основные функции пресс-службы, как информационная, аналитическая, и организационная; Кочеткова А.В. и Тарасов А.С. идентифицируют следующие основные функции и задачи пресс-службы:

- связанные с взаимодействием со СМИ (анализ публикаций в СМИ, посвященных деятельности Организации, проведение информационных кампаний в СМИ);
- связанные с информированием (населения, органов государственной власти, местного самоуправления, организаций и их объединений о политике и результатах практической деятельности Организации);
- связанные с формированием имиджа организации и первых лиц,
- обеспечение необходимым информационным, коммуникативным и аналитическим сопровождением деятельности Организации;
- развитие и информационное наполнение сайта Организации;
- разработка эффективных инструментов оценки существующего информационного поля;
- подготовка тезисов, речевых выступлений первых лиц Департамента.

А.Ю. Русаков в своем учебном пособии «Связи с общественностью в



органах государственной власти» выделяет: информационно-аналитическую функцию, информационно-коммуникативную функцию, консультативно-методическую функцию, организационно-правовую.

На наш взгляд, можно выделить следующие специфические особенности функций пресс-службы театра:

- PR спектаклей театра (также, эту функцию можно разделить на три этапа: до премьеры, непосредственно сама премьера и поддержание интереса зрителей после премьеры);
- PR организации (бренда),
- PR персон (худ.рук, актеры, режиссеры),
- взаимодействие со зрителями посредством экскурсий/лекций/встреч;
- разработка стратегии и контент-плана согласно репертуару театра;
- взаимодействие с информационными партнерами;
- работа с критиками;
- работа со СМИ,
- мониторинг трендов и тенденций конкурентов в области театрального искусства,
- работа с сайтом учреждения,
- увеличение количества площадок (страниц в социальных сетях и СМИ) для размещения рекламы, направленной на разную целевую аудиторию.

На наш взгляд, общие функции – это формирование имиджа организации, мониторинг и взаимодействие со СМИ, интервью, работа с сайтом учреждения и страницами в социальных сетях.

Рассмотрим трансформацию этих функций на примере пресс-служб театров в России в период пандемии и самоизоляции весной 2020 года. Безусловно, трансформация началась не в это время, а намного раньше. Функции пресс-службы в последние годы претерпели изменения. В связи с изменениями во внешней среде, которая влияет на работу, многие сотрудники, стали работать в смежном направлении, появилось несколько видов деятельности и вакансий, связанных с работой в социальных сетях.

В мае - июле 2020 года в России, по данным Интерфакса, интернетом пользовались 78% населения старше 12 лет. Таким образом, большая доля внимания населения переключилась на онлайн-пространство, все следили не только за новостями о вирусе, но и за культурной жизнью. Это стало своеобразным испытанием для всех участников процесса: для зрителей – что выбрать, для создателей «контента» - в его создании. Для учреждений культуры началась серьезная борьба за зрителя. Сотрудники пресс-служб были на передовой и начали активно разрабатывать новые формы взаимодействия со зрителем. Учреждения закрыты, но связь со зрителем нельзя обрывать. Сохранить лояльность зрителей будет в разы сложнее, если во время не привлечь его внимание к себе.

Сфера культуры и искусства сделала шаг в онлайн давно, но особенно сильный скачек развития в этом направлении произошел именно с началом пандемии, когда возможность сходить в театр, на выставку, концерт или посмотреть фильм в кинотеатре исчезла. Если еще год назад люди делились на



тех, кто был против цифровизации в культуре, то новая реальность убедила многих из них в необходимости этого, так как использовать традиционные каналы было невозможно.

Проанализируем, как цифровизация повлияла на пресс-службы театров, трансформацию их функций и направление деятельности в разных регионах России. Количество программ/рубрик передач/обращений/прямых эфиров, которые были созданы в Интернете за месяцы изоляции (и после) невозможно посчитать. В данной ситуации рассмотрим работу пресс-служб на примере крупнейших и типичных представителей этой сферы: в центральных регионах страны - в Москве, Санкт-Петербурге, и в более отдаленных (Красноярск).

Первыми рассмотрим деятельность Московского Губернского театра (Москва) и Большого драматического театра (Санкт-Петербург). Несмотря на колоссальную разницу в возрасте театров (БДТ – 102 года, МГТ – 7 лет), можно выделить следующие общие признаки: государственные театры с классическим репертуаром («Три сестры», «Дядя Ваня», «Гроза», «Мария Стюарт», «Вишневый сад» и тд.), находящиеся в крупнейших городах России (количество театров в этих городах – более 100). В перечисленных учреждениях прославленная труппа, объединяющая артистов разных поколений, спектакли участвуют в крупных российских фестивалях.

Московский Губернский театр под руководством народного артиста России Сергея Безрукова одним из первых перешел в онлайн-формат работы: 17 марта был запущен проект #БесконтактныйТеатр, ежедневно напоминающий зрителям о спектаклях, которые НЕ были сыграны в этот день. Ролик анонса проекта мгновенно стал популярным, и зрители ежедневно ждали новые выпуски, созданные в новых обстоятельствах (но напоминающие им о спектаклях текущего репертуара). Этот проект был разработан пресс-службой театра. Меньше, чем через месяц театр вышел на новый уровень и значительно увеличил объемы работы – был дан старт проекту МГТ ТВ (оно продолжает существовать и после завершения режима самоизоляции). В программе вещания МГТ ТВ было 12 программ: Карантинное чтение, Байки из карантина, СтихоМания, Детское время, Поговорим в прямом эфире, MGT Music, MGT NEWS, MGT GUIDE (конкистадор), Губернские дома, Свободный формат, МГТ мастерские, Песни у костра.

Ежедневно, согласно заранее анонсированной программе, выходили новые выпуски. Результат не заставил себя ждать: в условиях конкуренции количество подписчиков в социальных сетях в сумме увеличилось на 15 тысяч. Многие зрители следили за онлайн-показами спектаклей на YouTube-канале театра. Этот опыт позволил привлечь новую аудиторию, ранее не знакомую с театром. Общее количество просмотров по двум проектам: МГТ ТВ и #БесконтактныйТеатр в социальных сетях составило более 2,5 млн., а общее количество выпусков онлайн-проектов в период работы в условиях ограничений - 130 роликов. Также состоялось 19 трансляций спектаклей, сумма просмотров - почти 90 тысяч. Проект продолжает развиваться после снятия ограничений, появляются новые программы, и продолжают развиваться предыдущие.



Большой драматический театр имени Г.А. Товстоногова. Весной (13 апреля) в БДТ был открыт портал *БДТdigital*, куда переместилась творческая жизнь театра на время пандемии. Команда театра создала такие программы, как #сегодня, #сетевойтеатр, #радиотеатр, #физикилирики, #социальныйтеатр, #выживальщики, #стрим. Программы выходили ежедневно согласно расписанию. Зрители могли задать вопрос легендарным актерам и пообщаться с ними в прямом эфире, увидеть премьеру Minecraft-спектакля «Вишневый сад», архивные записи знаменитых постановок театра и фотовыставки. Так, в рубрике «Радиотеатр» Алиса Фрейдлих прочла цикл рассказов современного автора Марианны Гончаровой, общее название цикла — «Записки из молескина». Проект, также, продолжает существовать и в настоящий момент.

На примере двух театров можно отметить схожие направления деятельности: составление онлайн-вещания (МГТ-ТВ и портал *БДТdigital*), включающие в себя, в том числе, схожие проекты: прямые эфиры, чтение рассказов и стихотворений.

Далее рассмотрим, как в период пандемии себя проявил региональный театр, один из ведущих театров Красноярска – Красноярский драматический театр им.А.С.Пушкина. В Красноярске – 5 государственных театров (в среднем, в городах с такой же численностью от 5 до 7 театров, труппа не столь известна за пределами региона – что характерно большинству региональных театров, при этом театр регулярно участвует в крупнейших российских фестивалях и ежегодный номинант на высшие театральные премии страны). В период пандемии театр Пушкина запустил #СкучающийФлешмоб по инициативе пресс-службы театра. Старт был дан 20 марта. Театр разместил в социальных фотоснимки актера театра Алексея Попова, который держат в руках картонные таблички с надписями: "Никто не спорит с гардеробщицей", "Никто не фотает люстры", "Никто не просит плечики". Мгновенно к флешмобу подключились музеи, библиотеки, культурные центры разных регионов, в том числе из Москвы, а затем и из-за рубежа. В настоящий момент флешмоб охватил более 300 культурных учреждений из разных уголков России, а также Украины, Белоруссии, Латвии и др. присоединились к акции и фотографировались с табличками «Никто не...». Рассматриваемый пример был создан при минимальных финансовых и трудовых затратах, а прямые эфиры и количество онлайн-активностей было меньше (чем у столичных театров), но это не сказалось на итогах работы пресс-службы, и главная цель (информирование зрителей, повышение узнаваемости) была достигнута. Интернет-пространство было заполнено всевозможными активностями театров и дирекция премии «Звезда театрал» учредила спецноминацию "Лучший АртОтвет пандемии".

Таким образом, рассмотрев на примере нескольких типичных представителей театров России, видим, что функции пресс-службы изменились, степень трансформации зависит от местоположения театра и объема выполненной работы в период пандемии. Например, новые масштабы (а для каких-то организаций она появилась впервые) приобрела такая функция как PR проектов театра. Проанализированные нами выше проекты, созданные в этот сложный период, также нуждались в продвижении (вместо спектаклей).



Содержание и цели деятельности не изменились, освоены новые инструменты для работы у сотрудников PR. Изучая успехи театров в сети Интернет, мы понимаем, что за этим успехом стоит работа большой команды, не только творческой – актеров, режиссеров, и, безусловно, пресс-службы, руководства. Именно команда PR-отдела, как правило, занималась разработкой и продвижением проектов в сети Интернет. Монтаж видео, работа дизайнеров, написание сценария, съемка и тд., - все эти процессы также организовывала пресс-служба, а какие-то этапы, например, монтаж видео, в отдельных театрах, делали сотрудники пресс-службы. В этом также стоит отметить трансформацию функций (но не свойственную каждому театру). В данной ситуации информационная и аналитическая функции пресс-службы были адаптированы под новые условия, и стоит отметить, что, несмотря на новую ситуацию, многие сотрудники учреждений продемонстрировали профессионализм и даже в столь сложных условиях смогли обеспечить своему учреждению поддержку интереса зрителей.

#### Литература:

1. Ильченко С. Н., Кривоносов А. Д., Современная пресс-служба: Учеб. пособие. — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2005, —105 с.
2. Кочеткова А., Тарасов А. Современная пресс-служба. М.: Эксмо, 2009, — 269с
3. Международная информационная группа «Интерфакс», «В условиях пандемии интернетом стали пользоваться 78% россиян», 2021, доступно по адресу: <https://www.interfax.ru/russia/727863>
4. Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти: учебное пособие для вузов, 2006, СПб: Изд-во Михайлова В.А.,
5. Официальный сайт Московского Губернского театра, доступно по адресу: [m-g-t.ru](http://m-g-t.ru)
6. Официальный сайт Большого драматического театра, доступно по адресу: [bdt.spb.ru](http://bdt.spb.ru)
7. Проект БДТdigital, доступно по адресу: <https://www.bdtdigital.ru/>
8. Официальный сайт Красноярского драматического театра, доступно по адресу: [sibdrama.ru](http://sibdrama.ru)

#### References

1. Ilchenko S. N., Krivonosov A.D., (2005), Modern press service: Textbook. – [Sovremennaya press-služba] St. Petersburg: St. Petersburg State University, 105 p.
2. Kochetkova A., Tarasov A. Modern press service[Sovremennaya press-služba]. Moscow: Eksmo, (2009). 269c
3. International Information Group "Interfax", (2021), «In the context of the pandemic, 78% of Russians began to use the Internet», [V usloviyah pandemii internerom stali polzovatsya 78% rossian] available at: <https://www.interfax.ru/russia/727863>
4. Rusakov A. Yu. Public relations in state authorities: a textbook for universities (2006) [svyazi s obchetstvennostiyu v organah gosudarstvennoy vlasti: uchebnoe posobie] St. Petersburg: Mikhailova V. A. Publishing House
5. The official website of the Moscow Provincial Theater, available at: [m-g-t.ru](http://m-g-t.ru)
6. The official website of the Bolshoi Drama Theater, available at: [bdt.spb.ru](http://bdt.spb.ru)



7. BT digital project, available at: <https://www.btdtdigital.ru/>

8. The official website of the Krasnoyarsk Drama Theater, available at: [sibdrama.ru](http://sibdrama.ru)

**Abstract.** *The article examines the transformation of the press services of cultural institutions during the pandemic, and defines the specific features of the functions of the press service of the theater. Analysis of the impact of digitalization on the press services of theaters, the transformation of their functions and the direction of activity during the 2020 pandemic. The emergence of new functions: PR projects and the development of new tools for working with employees of PR departments.*

**Key words:** *the press service of the theater, the pandemic, the functions of the press service, the transformation functions of the press service*

*Научный руководитель: Элияшева М.И. ст. преподаватель каф.  
Международной и управленческой экономики  
Института экономики, государственного управления и финансов СФУ*

Статья отправлена: 18.02.2021 г.

© Тюкавкина К.А.