

документов в государственных органах, органах местного самоуправления и организациях : приказ Росархива от 31.07.2023 № 77 // Федер. архивное агентство : офиц. сайт. URL: <https://archives.gov.ru/documents/rules/pravila-2023.shtml> (дата обращения: 16.03.2025).

УДК 930.25:004.738.5(470.23)

А. А. Феденева
Уральский федеральный университет
(г. Екатеринбург)

**АРХИВ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ФУНКЦИЙ И ФОРМ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОБЩЕСТВОМ (НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО
АРХИВА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Цифровизация меняет не только способы хранения и доступа к информации, но и трансформирует формы коммуникации между архивными учреждениями и обществом. Пример Государственного архива Свердловской области демонстрирует активное присутствие архива в медиапространстве, прежде всего в социальных сетях. В статье проанализирована деятельность архива в сети ВКонтакте за период с июля 2024 по март 2025 гг.: раскрыты тематические блоки контента, количественные показатели публикаций и вовлеченности аудитории, наиболее эффективные темы. Показано, что комплексный подход к созданию профессионально выверенного, визуально насыщенного контента обеспечивает высокий уровень интереса и обратной связи аудитории, расширяя социальную роль архива как участника общественного диалога.

Ключевые слова: цифровизация, архивное дело, контент-стратегия, социальные сети, медиастратегия

С августа 2024 г. все государственные архивы Свердловской области начали системную работу в цифровой среде, используя социальные сети как канал для информирования граждан о своей деятельности и продвижения историко-документального наследия. Этот процесс потребовал не только организационных изменений, но и освоения новых профессиональных навыков, расширивших функциональные границы архивной деятельности.

Одним из вызовов стало переосмысление компетенций сотрудников. В Государственном архиве Свердловской области была сформирована редакционная коллегия, включившая восемь сотрудников, занятых в различных сферах архивной работы: реставрации, создании научно-справочного аппарата, использовании архивных документов. Участие в создании контента принимают все заинтересованные сотрудники архива. Такой подход обеспечил создание тематически насыщенного и профессионально выверенного контента.

Переход в медиапространство потребовал от сотрудников архива освоения новых компетенций – видеосъемки, графического дизайна, редактирования и копирайтинга. Благодаря этому архив смог реализовать разнообразие форматы контента, сочетающие информативность, визуальную выразительность и вовлеченность.

Сообщения архива охватывают широкий спектр тем: историю города и региона, биографии известных личностей, кулинарное наследие, повседневную жизнь прошлых эпох, внутренние процессы архивной работы, а также интервью с исследователями.

Подобный подход позволяет не только представить архив как хранилище исторической памяти, но и сформировать у аудитории интерес к первоисточникам, к процессам работы с ними и к результатам исторических исследований. Архив активно экспериментирует с формами подачи материала – от кратких информационных заметок до развернутых исследовательских очерков, от изображений до видеосюжетов. Ниже приведен анализ публикаций архива во ВКонтакте за период с 22 июля 2024 г. по 18 марта 2025 г., позволяющий оценить эффективность этой медиастратегии.

За указанный период Архив опубликовал 232 поста, которые суммарно набрали 276 128 просмотров, 13 728 отметок «нравится», 974 репоста и 457 комментариев. Средний уровень вовлеченности (ER post) составил 6,52 %, что является высоким показателем [Какой ER ...].

Коэффициент распространения (виральности) контента также высок – 118,78 % (VR post). Он демонстрирует, что совокупный охват постов превысил численность подписчиков сообщества. Публикации варьировались по объему: от кратких анонсов до развернутых текстов объемом до ~2 500 знаков. Средняя длина поста составила около 733 знака, медианное значение – 558 знаков, что демонстрирует стремление к балансу между лаконичностью и содержательной глубиной. В 75 % случаев длина текста не превышала 1 тыс. знаков, что оптимально для восприятия информации в соцсетях.

Медиаформлирование играет значимую роль в контент-стратегии архива. 99,6 % публикаций сопровождаются визуальными материалами – изображениями, видео или превью ссылок.

Анализ содержательного аспекта показал, что публикации архива группируются в несколько тематических рубрик (серий) – регулярно выходящих циклов материалов. Каждый такой цикл посвящен определенной теме и имеет свой формат подачи. Ниже приводятся основные рубрики, заложенные контент-стратегией.

«Заметки на полях» [Заметки на полях ...] – рассказы о внутренней работе архива (учет, реставрация, хранение документов, работа

специалистов). Как правило, реализованы в формате коротких видеосюжетов с комментариями сотрудников архива. Серия запущена в августе 2024 г. и оказалась самой продолжительной: за анализируемый период вышло 22 выпуска «Заметок», что делает ее наиболее частотной рубрикой.

«Слово об архиве» [Слово об архиве ...] – интервью с исследователями, использующими архивные материалы в научной и проектной деятельности. Формат подразумевает видеозапись беседы с приглашенным гостем (историком, краеведом и т. п.). В период до марта 2025 г. опубликовано три интервью в рамках этой серии (по одной публикации ежемесячно с января 2025 г.).

«Человек-документ» [Приваловские миллионы ...] (название неофициальное) – документальные истории о явлениях, событиях и личностях, раскрытые через документы, хранящиеся в архиве. За анализируемый период вышло 14 выпусков.

«Письма с фронта» [Письма с фронта ...] – серия, представляющая письма уральцев с фронтов Великой Отечественной войны. За рассматриваемый период обнаружены две публикации в этой рубрике (в том числе специальный выпуск «Письма с фронта. Женщины на войне» к Международному женскому дню).

Эти авторские форматы стали инструментом одновременно просвещения и эмоционального вовлечения аудитории, расширяя представление об архиве как об активном участнике культурной и научной жизни региона.

В частности, «Заметки на полях» создают эффект присутствия читателя «за кулисами» архивной работы, а «Слово об архиве» персонализирует деятельность архива через призму живых впечатлений исследователей.

Наряду с видеоконтентом, значительную роль играют текстово-графические рубрики. Наиболее популярными из них стали следующие.

«Что ели наши бабушки» [Что ели наши бабушки ...] – ежемесячный цикл материалов об истории региональной кухни. Опубликовано три поста с фрагментами из публикации, посвященной народным уральским блюдам. Эти посты сопровождались отсканированными страницами и иллюстрациями.

«Наше, Свердловское» [Наше, Свердловское ...] – очерки о блюдах, производимых в Свердловске. За изученный период вышло пять материалов в этой серии. Публикация нацелена на ностальгический отклик у аудитории.

«Книжная полка» [Книжная полка ...] – обзоры интересных изданий из библиотеки архива или обзоры опубликованных сборников ар-

живных документов. Вышло три поста, каждый содержит фотографию книги и рассказ о ней.

Региональные истории. Архив запускал отдельные тематические серии или единичные посты, посвященные региональной истории. Так, цикл «Благоустройство дореволюционного Ирбита» [Благоустройство дореволюционного Ирбита ...] (3 поста) рассказал о городском развитии Ирбита в начале XX в., сопровождая рассказ уникальными фотографиями дореволюционных улиц. Интерес к этой теме оказался высоким – серия про Ирбит показала один из лучших охватов среди всех рубрик.

Кроме того, архив регулярно публикует анонсы мероприятий (выставок, акций, дней открытых дверей, онлайн-лекций). Они информировали о предстоящих событиях и побуждали подписчиков принять участие, перейти по ссылке для регистрации или поделиться новостью.

Также регулярно архив публикует результаты по работе в сфере реставрации и цифровизации фондов, в частности, содержащие генеалогическую информацию.

Как показывают статистические данные, практически все тематические циклы архива привлекают существенный интерес аудитории, однако эффективность их измеряется разными метриками. Так, самый высокий средний отклик на один пост зафиксирован у серии «Слово об архиве» – в среднем ~106 реакций на публикацию. Высокий уровень вовлеченности (более 90 взаимодействий) также у историко-биографической рубрики «Наше, Свердловское» и внутренней архивной серии «Заметки на полях». Это свидетельствует о том, что и формат видеоинтервью с экспертами, и живые рассказы о прошлом родного края, и закулисные репортажи из архивной жизни почти одинаково резонируют с аудиторией.

Следует отметить различие между охватом и вовлеченностью по рубрикам. Например, посты серии «Благоустройство дореволюционного Ирбита» имеют наибольший средний охват – почти 2 тыс. просмотров на публикацию, превосходя другие рубрики. Это говорит о том, что контент по истории конкретного города сумел дойти до широкой аудитории (вероятно, благодаря репостам в городских сообществах или интересу СМИ). Однако по числу активных реакций эти же посты (в среднем 79) уступают лидерам: многие просматривали материалы об Ирбите, но сравнительно меньше пользователей ставили «лайк» или комментировали. Обратная ситуация с рубрикой «Слово об архиве» – при среднем охвате ~1 555 просмотров эти видеоинтервью получают максимальное число реакций (106). Видимо, содержательные беседы с исследователями особенно задевают заинтересованных подписчиков, побуждая их ставить отметки «нравится» и делиться.

Таким образом, контент в группе ВКонтакте структурирован по тематическим блокам, каждый из которых имеет свою аудиторию и цели. Некоторые рубрики (например, «Заметки на полях») являются постоянной «визитной карточкой» архива в сети, тогда как другие представляют собой кратковременные акции или серии постов, решающие разовые задачи (объявления, сообщения о мероприятиях, разовые памятные даты). Тем не менее, все они вместе формируют образ архива как разнопланового, динамично развивающегося института.

Анализ эффективности рубрик показывает, что наибольший отклик обеспечивают лично ориентированные и закулисные форматы. Лидерами являются: видеопосты с экспертами (106 взаимодействий на пост) и краеведческие истории о жителях и событиях области (102). Немного отстают внутренние архивные заметки (91) и объявления (89). Это подтверждает, что аудитории близка как тема истории родного края, так и содержание работы самого архива. Напротив, относительно формальные или внешние проекты вызывают меньше прямых реакций, например, обзор книг (всего 67 на пост). Тем не менее, даже они выполняют свою функцию продвижения: в случае книжных обзоров – узнавали о новых изданиях. Серии про прошлый быт («Что ели бабушки», 87 реакций) и публикации дореволюционных уголовных дел («Дела минувших дней», 70 реакций) занимают средние позиции, демонстрируя стабильный интерес к историко-документальным материалам. В целом разнообразие рубрик позволило охватить разные сегменты целевой аудитории – от специалистов и краеведов до широкой публики, интересующейся локальной историей и семейной памятью.

При оценке «коэффициента распространения» (виральности) контента стоит отдельно рассмотреть метрику репостов. Пользователи чаще всего делятся теми постами, которые представляют общественную значимость или призыв к участию. Так, анонсы генеалогических онлайн-консультаций и объявления разошлись по сообществам особенно активно – в среднем каждый такой пост репостнули 10–12 раз, что значительно выше среднего уровня (≈ 4 репоста на пост по всем публикациям). Высокое число репостов (16) получил, например, интервью-пост о неизвестных страницах истории архива (рубрика «Слово об архиве», 23.01.2025). Это говорит о том, что контент, содержащий актуальную информацию об работе архива, новые факты из истории города или региона, мнения экспертов (в формате интервью), призыв к участию пользователи склонны распространять на свои страницы и в группы. Что касается комментариев, то их число относительно невелико (в среднем два комментария на пост), однако отдельные темы стимулировали дискуссию: кулинарные рецепты прошлого и исторические фотографии вызывали вопросы и воспоминания у подписчиков

(до 13 комментариев в посте от 06.08.2024 о старинных рецептах [Из кулинарных рецептов...]).

Таким образом, наиболее эффективными по вовлечению аудитории стали контент-форматы, сочетающие информативность и личностный элемент (истории людей, интервью, советы) либо предполагавшие интерактивность (опросы, приглашения к сотрудничеству).

Одним из направлений, в котором развивается работа архива, является продвижение, без которого даже ценный контент рискует остаться незамеченным широкой аудиторией. Единственный доступный метод для архивов при отсутствии финансирования на оплату рекламы – это использование репостов в партнерские сообщества. Этот метод зарекомендовал себя весьма эффективно; так, до сих пор самым просматриваемым постом сообщества (7,2 тыс. просмотров) является публикация, посвященная электронной выставке архива «Газетные объявления конца XIX – начала XX века» [Новая электронная выставка ...]. Пост был активно распространен в результате заключения сотрудничества с различными сообществами, в их числе «Газетная пыль» (79 тыс. подписчиков).

В целом медиаприсутствие архива перестает быть исключительно информационной функцией – оно становится полноценным направлением научной, образовательной и культурной деятельности. Пример Государственного архива Свердловской области демонстрирует, как трансформация форм взаимодействия позволяет учреждению выйти за рамки специализированного профессионального сообщества и стать активным участником общественного диалога.

Благоустройство дореволюционного Ирбита (2024. 1 авг.) // URL: https://vk.com/wall-226548365_39 (дата обращения: 30.03.2025).

Заметки на полях (2024. 5 нояб.) // URL: https://vk.com/wall-226548365_520 (дата обращения: 30.03.2025).

Из кулинарных рецептов помещиков Голубцовых // URL: https://vk.com/wall-226548365_57 (дата обращения: 30.03.2025).

Какой ER считается хорошим? Все, что нужно знать // URL: <https://trendhero.io/ru/blog/good-er/> (дата обращения: 30.03.2025)/

Книжная полка (2024. 28 нояб.) // URL: https://vk.com/wall-226548365_587 (дата обращения: 30.03.2025).

Наше, Свердловское (2025. 4 нояб.) // URL: https://vk.com/wall-226548365_514 (дата обращения: 30.03.2025).

Новая электронная выставка: «Газетные объявления конца XIX – начала XX века» // URL: https://vk.com/wall-226548365_367 (дата обращения: 30.03.2025).

Письма с фронта (2025. 10 февр.) // URL: https://vk.com/wall-226548365_782 (дата обращения: 30.03.2025).

Приваловские миллионы Д. Н. Мамина-Сибиряка. Рукопись (2024. 2 авг.) // URL: https://vk.com/clips/gaso_ural?z=clip-226548365_456239019 (дата обращения: 30.03.2025). Слово об архиве (2025. 23 янв.) // URL: https://vk.com/wall-226548365_743 (дата обращения: 30.03.2025).

Что ели наши бабушки (2025. 1 мар.) // URL: https://vk.com/wall-226548365_841 (дата обращения: 30.03.2025).

УДК 930.251+004.93

А. Е. Филиппова
Уральский федеральный университет
(г. Екатеринбург)

ОПЫТ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ АРХИВОВ РОССИИ В СОЗДАНИИ ЭЛЕКТРОННЫХ ВЫСТАВОК

Статья освещает тему использования цифровых технологий в сфере использования архивных документов. Кратко рассказывается о работе архивов РГАНТД, ГАСО, РГАЛИ, ГАРТ по созданию электронных выставок.

Ключевые слова: электронная выставка, архив, электронная публикация, архивная выставка, архивный документ, РГАНТД, ГАСО, РГАЛИ, ГАРТ.

Цифровые технологии активно вошли в деятельность архивов. Одно из направлений архивной деятельности, которое активно использует новые технологии – использование архивных документов. Поле для их использования становится шире благодаря развитию информационных технологий.

Применение архивами цифровых технологий началось еще в 1990-е гг., когда персональные компьютеры стали неотъемлемой частью жизни архивов. Однако в 1990-е и в начале 2000-х гг. существовал ряд проблем, которые влияли на цифровую трансформацию архивов: персональные компьютеры с выходом в сеть Интернет были не у всех сотрудников, сотрудники архивов только учились работать с компьютерами, не было профессиональных сканеров и др. Спрос со стороны пользователей также был невысок.

С развитием цифровых технологий востребованность в использовании архивных документов росла. На примере создания электронных выставок, публикуемых государственными и федеральными архивами на своих сайтах, можно проследить развитие данного направления работы архивов за последние 25 лет.

В 2012 г. Росархив выпустил Рекомендации по созданию Интернет-выставок архивных документов [Рекомендации...]. Однако