
Макарова А. К. Электронные архивы: отечественный и зарубежный опыт : моногр. М.: ФЛИНТА. 2017.

Проект Рекомендации по комплектованию, учету и организации хранения электронных архивных документов в архивах организаций // Федер. архивное агентство : офиц. сайт. URL: <https://archives.gov.ru/documents/projects/recomendation-archive-organization-electronny-document.shtml> (дата обращения: 02.03.2025).

Раскин Д. И., Соколов А. Р. Архивоведение : учеб. для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт. 2023 // Юрайт : образоват. платформа. URL: <https://urait.ru/bcode/510961> (дата обращения: 02.03.2025).

УДК 930.251+004.77

В. А. Целых¹

*Уфимский университет науки и технологий
(г. Уфа)*

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ АРХИВНЫХ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: РОССИЙСКИЙ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

В статье анализируются цифровые стратегии продвижения архивных услуг в социальных сетях на российском и международном уровнях, с акцентом на практики и предложения по улучшению.

Ключевые слова: архив, продвижение, социальные сети, digital-стратегия, архивные услуги, региональные практики, визуальный контент.

Цифровая коммуникация давно перестала быть привилегией бизнеса или медиаплатформ. В фокусе внимания постепенно оказываются и те учреждения, которые традиционно ассоциировались с бумажной тишиной и регламентированной закрытостью. Архив – один из таких институтов. До недавнего времени об архивах вспоминали либо в контексте юридических запросов, либо в кулуарных беседах научного сообщества. Сейчас же архивы, особенно региональные, все активнее пробуют себя в роли публичных рассказчиков, выбирая социальные сети как площадку не просто для уведомлений, а для живого диалога. Этот переход неслучайный. Он связан с попытками архивных организаций встроиться в цифровую инфраструктуру культурного пространства, а также с потребностью в легитимации своего значения в глазах новых поколений.

На примере Национального архива Республики Башкортостан можно проследить, как постепенно выстраивается эта трансформация.

¹ Научный руководитель: М. Н. Сулейманова, канд. ист. наук, доцент УУНиТ.

Архив насчитывает более миллиона единиц хранения, охватывает документы с XVIII в. и до сегодняшнего дня, а его фонд включает не только текстовые, но и значительные аудиовизуальные материалы. Архив представлен в социальной сети «ВКонтакте», где публикует редкие фотографии, приглашения на выставки и юбилейные события. Однако анализ контента и структуры показывает, что это скорее первые шаги, чем целостная стратегия. Проблема здесь не в отсутствии интереса, а в нехватке технологической подготовки и методических ориентиров.

Стратегии, которые применяются российскими архивами и близкими к ним учреждениями, варьируются от стандартных информационных сообщений до более смелых форматов. Исследование А. Е. Рыхторовой показало, что библиотечные учреждения, на которые можно ориентироваться как на «цифровых собратьев» архивов, эффективно используют геймифицированные опросы, визуальные рубрики, интерактивные ленты и публикации с «человеческим лицом» [Рыхторова]. Эти подходы позволяют не только увеличивать охваты, но и создавать эффект сопричастности – подписчики не просто читают, а участвуют, комментируют, возвращаются. Подобные элементы могут быть перенесены в архивную практику: подборки «факт дня», голосования за самые загадочные документы, посты в стиле «архивный детектив». Это не уводит от научной достоверности, а, наоборот, делает ее доступной, особенно в условиях, когда внимание пользователя измеряется секундами.

С другой стороны, продвижение не может быть самоцелью. Оно должно встраиваться в институциональную миссию. Например, как отмечает Е. С. Куликова, цифровой маркетинг становится не просто инструментом, а частью имиджевой политики организаций [Куликова]. Для архивов это особенно чувствительно: речь идет о доверии к документу, источнику, истории. Именно поэтому нельзя допускать поверхностной подачи, превращения страниц в развлекательные ленты без контекста. Архив должен быть интересным, но не утратить научной строгости. Хороший пример – практика структурированного сторителлинга с обязательным указанием источника документа, исторического фона и последствий описываемого события. При этом можно использовать визуальные образы, графику, цитаты – как это делают многие университетские аккаунты, добившиеся высокой вовлеченности.

Международный опыт показывает, что архивы могут быть не просто хранителями, но активными коммуникаторами коллективной памяти. В статьях О. В. Иванченко, Н. Е. Поповой и А. Р. Карповой представлены кейсы использования блогеров, студентов и локальных

сообществ как медиаторов между архивом и публикой [Иванченко; Попова, Карпова]. Например, в архивах США и Канады проходят «архивные марафоны» – мероприятия, где пользователи помогают оцифровывать документы, а в ответ получают доступ к эксклюзивным материалам. Такой формат работает сразу на нескольких уровнях: усиливает лояльность, повышает доступность и одновременно формирует новое восприятие архива как открытой структуры. При этом, в отличие от российской модели, за рубежом коммуникация редко замыкается на официальные лица. Там доверяют делегированию голоса сообществу, чего в российских условиях пока недостает.

Важную нишу занимают комьюнити-блогеры, работа которых подробно исследована Р. А. Багдасаровой и В. А. Силенко [Багдасарова, Силенко]. Блогер в архивной среде – это не просто промоутер. Это связующее звено, которое переводит сложный, формализованный язык в доступный и увлекательный нарратив. В условиях России таким блогером может стать, к примеру, краевед, историк или даже журналист, работающий на стыке науки и культуры. Такие коллаборации пока единичны, но именно в них заключается потенциал, способный изменить восприятие архива у молодежной аудитории.

Цифровая реклама в соцсетях в случае архивов имеет ряд особенностей, и обойти стороной законодательный контекст невозможно. Д. Р. Яновская акцентирует внимание на новых требованиях по маркировке интернет-рекламы, что напрямую влияет на таргетированные кампании [Яновская]. Это означает, что даже архивное учреждение, если оно запускает платный пост, обязано указывать соответствующую маркировку. Для сотрудников, не знакомых с медиаюридическими нормами, это становится препятствием. В этой связи необходима разработка типовых методичек или вебинаров от профильных министерств.

Архивы регионального уровня, в том числе Национальный архив Республики Башкортостан, могут стать точкой роста для всей системы. Предпосылки есть: наличие фонда, уникальных документов, компетентных специалистов. То, чего пока не хватает – это системный подход. Необходимо разработать долгосрочную digital-стратегию: с контент-планом, визуальным кодом, партнерской сетью и системой оценки эффективности. Примерную структуру можно заимствовать из университетского сектора, где четко разграничены виды контента: познавательный, вовлекающий, новостной. Кроме того, важно обеспечить подготовку специалистов: SMM-архивист – это не просто модное словосочетание, а уже назревшая потребность. Его задача – выстраивать диалог между профессиональным знанием и интересом публики, между архивной истиной и алгоритмами социальных сетей.

Если архивы не выйдут в цифру, цифра забудет про архивы. И не потому, что архивы потеряют значимость, а потому что их просто не будут видеть. А в XXI веке невидимость – это синоним исчезновения. Стратегии продвижения – не дань моде, а способ зафиксировать, что документальная память жива, востребована и у нее есть лицо, понятное каждому.

Багдасарова Р. А., Силенко В. А. Комьюнити-блогерство: архетипы и бренды // Гуманит. науки. Вестн. Фин. ун-та. 2022. Т. 12. № 1. С. 161–166. EDN GNEJBZ.

Иванченко О. В. К вопросу о развитии маркетинга социальных медиа в сфере издательских услуг // Отходы и ресурсы. 2022. Т. 9. № 3. DOI 10.15862/03ECOR322. EDN RIOXVC.

Куликова Е. С. Методика формирования имиджа организации с помощью цифрового маркетинга на примере читального зала вуза // Перспективы науки. 2020. № 7 (130). С. 163–165. EDN NNNRGV.

Попова Н. Е., Карпова А. Р. Роль социальных сетей в продвижении услуг организаций культуры // Междунар. журн. экон. и образования. 2020. Т. 6. № 2. С. 49–63. EDN KSSCCM.

Рыхторова А. Е. Применение маркетинговых технологий для повышения активности подписчиков библиотечных социальных сетей // Библиосфера. 2021. № 3. С. 25–34. DOI 10.20913/1815-3186-2021-3-25-34. EDN UKRTJM.

Яновская Д. Р. Современные особенности трансформации интернет-рекламы в социальных сетях // International Journal of Professional Science. 2024. № 2–1. С. 108–113. EDN ABGVKD.

УДК 930.25

Я. Э. Шакирова¹
Уральский государственный
педагогический университет
(г. Екатеринбург)

Муниципальные архивы: наследие и опыт

В статье рассматривается роль муниципальных архивов в стране, характеризуется их деятельность на примере одного из архивных учреждений города Екатеринбурга, а также определяются наиболее распространенные проблемы, с которыми в настоящее время сталкиваются муниципальные архивы.

Ключевые слова: муниципальные архивы, архивный отдел, муниципальное учреждение, органы государственной власти, органы местного самоуправления, муниципальная собственность, архивная служба.

Муниципальные архивы в России играют ключевую роль для широкого круга исследователей, от историков до краеведов, предоставляя

¹ Научный руководитель: М. Б. Ларионова, канд. ист. наук, доцент УрГПУ.