

## Модульные тексты как средство продвижения исторической реконструкции бала

Научный руководитель – Цветова Наталья Сергеевна

*Маслеева Виктория Валерьевна*

*Аспирант*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра речевой коммуникации,

Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: Enriel-252@yandex.ru*

Событийный маркетинг для России - явление относительно новое, однако в российской BTL - индустрии оно набирает большую популярность. Event-мероприятия в настоящее время приобретают все большую значимость как коммерчески явления и средство предпринимательской коммуникации [3]. Одной из набирающих популярность форм event-событий становится историческая реконструкция. По данным EventsInRussia.com (проект, созданный при поддержке Министерством культуры РФ и Федеральным агентством по туризму), в 2022 году в России пройдет более 50 событий, связанных с исторической реконструкцией [5].

Историческая реконструкция — это воссоздание материальной или духовной культуры определённой исторической эпохи или воспроизведение исторического события. В России реконструкции возникло на рубеже 1970-х - 1980-х годов — во времена позднего СССР — и довольно быстро получило распространение при поддержке аудитории, увлеченной историей и искусством.

Наиболее ярким примером исторической реконструкции, который мог бы раскрыть всю суть данного явления, признано такое событие как исторический бал, хотя его не принято выделять как специальную разновидность реконструкции.

Одним из наиболее популярных и эффективных средств продвижения исторических балов в России можно считать модульные тексты, появление которых обусловлено необходимостью привлечения внимания к данному событию. Модульные тексты - это такие тексты, в которых информативный речевой материал организован конкретным образом в рамках и плоскости модуля. В сфере рекламы модульными текстами можно считать афиши, постеры и плакаты, открытки и т.д [2].

Для продвижения бала чаще всего активно используются афиши и пригласительные билеты. Особое внимание заслуживают бальные афиши, которые в свое время стали настоящим произведением искусства, потому что каждая афиша была уникальной, создавалась для каждого бала отдельно, несмотря на огромное количество мероприятий такого типа. Афиши для балов создавались с XIX века, сохранилось множество афиш Петербурга-Петрограда с 1895 по 1923 годы. Естественно, со временем текст афиши претерпевал серьезные изменения [3].

Например, можно увидеть, что афиша бала-маскарада 26 ноября 1896 года разделена на две большие части, равные по значению: изобразительную и текстовую. Используемые изображения помогают понять, какой дресс-код ожидают организаторы бала, а текстовая часть раскрывает информацию о формате мероприятия, месте и дате проведения. Однако, отсутствует информация о конкретном времени, о допустимом возрастном ограничении, о программе бала. Можно сделать предположение, что данное мероприятие было рассчитано на узкую и хорошо осведомленную аудиторию. Шрифт, используемый в афише с

ажурными элементами, а текст написан на двух языках - русском и французском. Такая афиша типична для конца позапрошлого века.

С течением времени текст афиш меняется под давлением тенденции минимализации. Однако сейчас визуальный компонент вновь вышел на первый план, а благодаря новым технологиям создание афиши — процесс менее трудоемкий и более стремительный. Они создаются по общим для театрального или киноискусства стереотипам, с сохранением только нескольких уникальных смысловых компонентов: обязательно указание на соблюдение определенного дресс-кода, на время начала бала и место проведения. Афиши размещаются в сетевом пространстве (в социальных сетях), откуда распространяются с помощью таргетинга и репостов.

Бальные билеты создаются не каждой организацией или танцевальной студией, проводящей балы, но оригинальный билет может стать эффективным средством продвижения такого нетипичного мероприятия, может запускать «сарафанное радио». Необходимо отметить, что качественная визуальная картинка и фактура материала билетов - это важные составляющие для успешного привлечения аудитории не только ключевой, но и периферийной.

Подводя итоги, стоит отметить, что модульные тексты широко используются для продвижения балов на современном event-рынке, как и при продвижении бальной культуры в прошлые века. Их временная специфика связана с усилением значения визуального компонента.

### Источники и литература

- 1) Быкова Е. В. Модульный текст в семиотическом аспекте // Записки Горного института. 2011. №. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modulnyy-tekst-v-semioticheskom-aspekte> (дата обращения: 02.03.2022).
- 2) Шаповалов В. Ф. Историческая реконструкция и её познавательная роль: автореф. дис. на соиск. учен. ст. кандидата философских наук Москва, 1982. – С. 10.
- 3) Хальцбаур У. Event-менеджмент. Профессиональная организация успешных мероприятий/У. Хальцбаур – М.: Эксмо, 2010. – С. 10
- 4) Сосновская Анна Михайловна, Маслеева Виктория Валерьевна Экономика впечатлений: реконструкция исторических практик культурного наследия Санкт-Петербурга // Управленческое консультирование. 2018. №4 (112). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-vpechatleniy-rekonstruktsiya-istoricheskikh-praktik-kulturnogo-naslediya-sankt-peterburga> (дата обращения: 02.03.2022)
- 5) EventsInRussia.com. Реконструкции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eventsinrussia.com/tag/реконструкции>. (Дата обращения: 02.03.2022)