

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Сотрудничество банка ВТБ с учреждениями в сфере культуры: на примере проекта "Команда ВТБ: Арт.Спорт.Хайп"

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Ковылина Мария Юрьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: kovylina_masha@mail.ru

В настоящее время коммуникация между банками и учреждениями в сфере культуры играет важнейшую роль [9]. 25 июня 2020 года банк ВТБ запустил творческий проект под названием «Команда ВТБ: Арт. Спорт. Хайп», в котором известные артисты, блогеры и деятели искусств рассказывают о культурных, спортивных и социальных проектах, воплощенных при поддержке ВТБ. «Проект „Команда ВТБ: Арт. Спорт. Хайп“ — это разговор с молодежью о важном и монументальном на простом языке, без пафоса и ограничений. Мир для молодежи сегодня безграничен. Им есть из чего выбирать и формировать круг своих интересов. Мы можем их вовлечь в наши проекты и заинтересовать искусством или занятиями спортом. Это возможно сделать, только если говорить с молодежью на одном языке, используя привычные форматы, привлекая к диалогу близких им по духу героев. Именно с этой целью и создан наш проект», - рассказала Наталья Кочнева, начальник управления корпоративной социальной ответственности, старший вице-президент банка ВТБ [8].

Исследование данного проекта очень актуально, поскольку на реальном примере рассматривает особенности сотрудничества банка с учреждениями в сфере культуры. С одной стороны, раскрытие данной темы показывает эффективно реализуемый проект в условиях пандемии, а с другой, представляет аналитический материал для организаций банковского профиля, которые хотят продвигать свои спонсорские проекты в сфере культуры. Проект „Команда ВТБ: Арт. Спорт. Хайп“ также подтверждает мнение Максима Липко, директора по развитию JagaJam, что пандемия положительно сказалась на развитии социальных сетей банков и культурных центров [10].

Участники проекта являются авторами видеороликов на YouTube-канале ВТБ, где они представляют свой личный взгляд на социальные проекты, поддерживаемые банком. Объектом исследования являются видеоролики «Команда ВТБ. Арт Сториз. Мот/Русский музей»[11] и «Команда ВТБ. Арт Сториз. Тимати/Борис Эйфман»[12] размещенные на YouTube-канале банка, а также их продвижение на официальном сайте и в Инстаграм-аккаунте ВТБ.

Видео из Русского музея с художником Федором Павловым-Андреевичем и музыкантом Мотом стало первым в рамках проекта. Герои прошлись по закрытой на тот момент для посетителей выставке и сняли свои ролики-впечатления. Проект «Художники и коллекционеры — Русскому музею. Дары. Избранное», показанный в видеоролике, был подготовлен к 125-летию со дня основания музея при поддержке ВТБ. Данный ролик и связанные с ним публикации являются одними из самых популярных на YouTube-канале и в социальных сетях ВТБ. На данном примере мы можем наблюдать, как социальные сети создали платформу для развития и создания двусторонней связи между клиентами банка и посетителями музеев [13].

В рамках второго рассматриваемого ролика хип-хоп исполнитель Тимати отправился в Санкт-Петербург, в гости к легендарному хореографу, экспериментатору балетного

искусства Борису Эйфману. Диалог двух людей, которые умеют мыслить нестандартно, вылился в необычный балетно-музыкальный видеопроект. Сегодня хип-хоп — популярнейшее увлечение молодежи в России [6]. Данный ролик соединил в себе классическое и современное направления искусства, сумев привлечь как молодежную аудиторию, так и людей старшего поколения.

Целью исследования является проанализировать сотрудничество банка ВТБ с культурными учреждениями на примере проекта «Команда ВТБ: Арт.Спорт.Хайп» для более эффективного сотрудничества учреждений культуры с банками. Для решения этой цели были поставлены следующие задачи:

- изучить способы сотрудничества банка ВТБ с учреждениями в сфере культуры;
- выявить методы продвижения банками своих спонсорских проектов;
- проанализировать проект ВТБ Арт.Спорт.Хайп;
- проследить особенности SMM-продвижения проекта;
- сделать выводы об эффективности сотрудничества банка ВТБ с культурными учреждениями, в частности с Русским музеем и театром Бориса Эйфмана.

Таким образом, общее изучение спонсорских проектов ВТБ и методов их продвижения позволяет нам сделать выводы о положении банка ВТБ в сфере культуры. Конкретный анализ проекта «Команда ВТБ: Арт. Спорт. Хайп », специфики его реализации, целей и особенностей SMM-продвижения демонстрирует пример сотрудничества банка с культурными учреждениями (музеями, театрами и т.п.) в период пандемии, который может быть полезен для организаций банковского профиля.

Источники и литература

- 1) Абаев А. Л., Вельская Г. Г., Жилиев А. Г., Погодина Р. И. Реклама социальных проектов, М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2019.
- 2) Велисава Т. Севрук, Банковский маркетинг, издательство «Дело Лтд», 1994.
- 3) Дмитриева В.А, Михалюк О.С., Харитоновна Т.Ю. Психология музейной коммуникации: теоретические и практические аспекты изучения // Вестник Академии права и управления, 2015. No. 3 (40). С. 191.
- 4) Кэннеди Д. «Жесткий Smm». М.: Альпина Паблишер, 2018.
- 5) Ларина А.В. Особенности рекламного продвижения культурного продукта в системе маркетинга социально-культурной сферы // APRIORI. СЕРИЯ: ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ, 2015.
- 6) Морина Л.П. Танец в системе массовой культуры // Серия “Symposium”, Российская массовая культура конца XX века. , Выпуск 15 / Материалы круглого стола 4 декабря 2001 г. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С.119.
- 7) Тульчинский Г.Л., Шекина Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие, М.: Планета музыки, 2019.
- 8) Банк ВТБ запустил творческий проект «Команда ВТБ: Арт. Спорт. Хайп»: <http://www.vtb.ru/o-banke/press-centr/novosti-i-press-relizy/2020/06/2020-06-25-bank-vtb-zapustil-tvorcheskiy-proekt-komanda-vtb-art-sport-khayp-art-istorii-o-sporte-kul/>
- 9) Искусство кредита: банки готовы сотрудничать со сферой культуры: <https://rg.ru/2018/06/05/banki-gotovy-sotrudnichat-so-sferoj-kultury.html>
- 10) Как российские музеи ведут себя в соцсетях: <https://adindex.ru/publication/analytics/search/2020/10/28/286368.phtml>

- 11) Команда ВТБ. Арт Сториз. Мот/Русский музей: <https://www.youtube.com/watch?v=COyYYotMjqc>
- 12) Команда ВТБ. Арт Сториз. Тимати/Борис Эйфман: <https://www.youtube.com/watch?v=oW3r8WBQuO8>
- 13) Museums in social media: <https://mwf2014.museumsandtheweb.com/paper/museums-in-social-media/>