

Камалова Эльвина Рустемовна

Магистрант

Институт языка ФГАОУ ВО «Казанский
(Приволжский) федеральный университет»

Талипова Диляра Азатовна

магистрант

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
федеральный университет»

г. Казань, Республика Татарстан

ВЛИЯНИЕ ЭПОХИ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРОДВИЖЕНИЕ МУЗЕЕВ: ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ (НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО МУЗЕЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ ИСКУССТВ РТ)

Аннотация: в статье рассматривается влияние эпохи цифровизации на продвижение музеев. Учитывая то, что сегодня сложно привлечь человека к посещению музея, были рассмотрены новые способы продвижения музеев в целом. Также было выявлено, какие именно методы продвижения применяются на практике на примере Государственного музея изобразительных искусств Республики Татарстан. Исходя из полученных данных были выявлены положительные и отрицательные аспекты влияния цифровизации на продвижение музеев.

Ключевые слова: музей, цифровизация, продвижение музеев, Государственный музей изобразительных искусств Республики Татарстан.

Сегодня жизнь любого человека неотрывно связана с Интернетом и техническими устройствами. С приходом эпохи цифровизации стала меняться не только повседневная жизнь человека, но и организации стали приспосабливаться к новым условиям. Появилась необходимость заявлять о себе и продвигать свои услуги посредством новых технологий. Это не могло обойти стороной и учреждения культуры, в частности, музеи.

На сегодняшний день очень сложно не просто привлечь внимание человека к музею, а именно вызвать желание его посетить. С появлением новых площадок, многие работы художников, предметы декоративно-прикладного искусства,

иные экспонаты можно увидеть в Интернете и прочитать о них много информации. Однако личное посещение и знакомство с экспонатом не заменит виртуального. В данном случае стоит рассматривать как положительные, так и отрицательные аспекты влияния эпохи цифровизации на продвижение музеев. С одной стороны, Интернет и новые технологии открывают двери новым способам продвижения и привлечения внимания аудитории, а с другой являются заменой реальному посещению музея.

В рамках данного исследования будут выявлены способы продвижения музея с помощью новых технологий, обозначены положительные и отрицательные аспекты влияния эпохи цифровизации на продвижение музеев на примере Государственного музея изобразительных искусств РТ.

Для начала рассмотрим способы продвижения музеев, которые можно отнести к новшествам, появившимся в эпоху цифровизации. К ним относят следующее.

1. Продвижение в социальных сетях. Очень сложно найти человека, который не имеет аккаунт хотя бы в одной социальной сети. Поэтому размещенная информация о музее и его новостях будут иметь свою аудиторию.

2. Поисковая оптимизация сайта музея. Если в поисковой строке первое место будет занимать официальный сайт музея, то аудитория сможет найти актуальную информацию о работе учреждения и его выставках. Так потенциальный посетитель может заинтересоваться в программе музея и посетить его.

3. Размещение на реестрах и государственных ресурсах, например, таких как «Культура.РФ» (имеет интеграцию с новостными агрегаторами и поддерживает все федеральные культурные акции), «Госкatalog» (представляет на ресурсе коллекции музея), и «Добровольцы.рф» (помогает найти волонтеров на мероприятия) [1].

4. Применение технологий виртуальной реальности. Такие технологии помогут усилить впечатление от произведений искусства, погрузиться в мир художника и другую эпоху. Так узнать что-то новое будет гораздо интереснее. Более того, таким образом можно устраивать интерактив с посетителями. Напри-

2 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

мер, с помощью VR-технологий можно предложить воссоздать произведения искусства именитых художников, как это сделала Государственная Третьяковская галерея в 2018 году [2].

5. Создание интерактивных страниц на сайтах, например, на сайте музея либо партнера. Интерактивную страницу может посетить любой пользователь Интернета в любое время, а размещение на странице сайта партнера привлечет новую аудиторию.

6. Работа с мультимедийным гидом «Artefact». Гид представляет собой мобильное приложение, в котором собрана информация о музеях России с технологией дополненной реальности. Любой музей может присоединиться к данной платформе бесплатно и, таким образом, позволить аудитории ознакомиться с коллекцией музея [3].

7. Сотрудничество с платформой «Музейный гид» от социальной сети «Вконтакте». Платформа позволяет найти необходимую информацию о музее, представляет пользователю каталог выставочных залов, афишу и дает возможность спланировать поход в музей. Понравившиеся музеи можно добавлять во вкладку «Избранное», а также можно подписываться на уведомления о новых выставках. Более того, сервис представляет подкасты, видео и истории экспонатов. «Музейный гид» можно найти в разделе «Сервисы» в приложении для смартфонов, а в версии для ПК платформа размещается в разделе «Мини-приложения».

8. Собственное приложение музея. Благодаря приложению, можно сказать, что музей всегда будет «под рукой» у человека. Удобство в просмотре афиши и покупке билета повысит лояльность аудитории и привлекательность музея.

9. Партнерские материалы СМИ. Публикации в СМИ привлекут новую аудиторию и расскажут больше о музее, его деятельности.

Способы продвижения с каждым годом увеличиваются и могут приносить самые разные результаты. Рассмотрим на примере Государственного музея изоб-

разительных искусств РТ, какие методы используются на сегодняшний день. Исходя из этого, можно будет выделить положительные и отрицательные аспекты влияния цифровизации на продвижение музеев.

Государственный музей изобразительных искусств Республики Татарстан (ГМИИ РТ) – это один из крупнейших региональных музеев изобразительного искусства РФ. В своем составе имеет три площадки: Главное здание, Галерея современного искусства и Национальная художественная галерея «Хазинэ». На сегодняшний день коллекция музея является одной из самых крупнейших в Поволжье и насчитывает более 26 тысяч произведений живописи, графики, иконописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства [4].

Музей использует следующие методы продвижения, которые стали возможны в эпоху цифровизации:

1. Работа со СМИ. Музей имеет собственную базу изданий и телевизионных каналов, которые позволяют донести необходимую информацию для целевой аудитории. Многие мероприятия, которые проходят в музее, обязательно сопровождаются журналистами. На данный момент ГМИИ РТ работает в основном с региональными СМИ, но при проведении выставок федерального значения привлекаются такие средства массовой информации, как Россия 1, ИТАР-ТАСС, Первый канал.

Рассмотрим количество публикаций в СМИ о музее за последние три года:

- 2019 год – 140 публикаций (основные СМИ: Казанские ведомости, Татаринформ, Бизнес-онлайн, Известия, Реальное время, Казанский репортер);
- 2020 год – 200 публикаций (основные СМИ: Казанские ведомости, Enter, Реальное время, Инде, Известия Татарстана, Бизнес-онлайн, Известия, InKazan, Татар-информ, Казань24, Журнал Казань, Казанский репортер);
- 2021 год – 113 публикаций (основные СМИ: Реальное время, Бизнес-онлайн, Татар-информ, KazanFirst, Казанские ведомости, Журнал Татарстан, TatCenter, Enter, Казанский репортер, Казань24, Известия Татарстана).

2. Социальные сети и присутствие в Интернете. Государственный музей изобразительных искусств имеет аккаунты в разных социальных сетях, а также собственный сайт. Сайт музея содержит полноценную информацию о деятельности учреждения, позволяет узнать о действующих выставках, предоставляет возможность покупки билета посредством перехода на специализированный ресурс, а также дает возможность заказать экскурсию и связаться с учреждением [5].

Главное здание музея имеет страницы в таких социальных медиа, как «Вконтакте», «Instagram», «Facebook», «YouTube». Галерея современного искусства представлена в таких социальных сетях, как «Вконтакте», «Instagram» и «Facebook», а Национальная художественная галерея «Хазинэ» только в одной социальной сети – «Instagram». Каждый аккаунт представляет информацию о площадке музея, анонсирует новые выставки и мероприятия, а также публикует информацию о внутренней работе музея.

3. ГМИИ РТ представлен на платформе «Artefact». На сегодняшний день в приложении представлено 34 картины. Это работы художников из постоянной экспозиции Национальной художественной галереи «Хазинэ» и Галереи современного искусства. Найти коллекцию полотен можно по названию «Основная экспозиция ГМИИ Татарстана» [6].

В сотрудничестве с крупнейшей социальной сетью «ВКонтакте» были созданы и разработаны 12 QR-кодов для постоянных экспозиций. QR-коды позволяют посетителю быстро получить информацию о картине и художнике. Для этого нужен только выход в Интернет. Коды были созданы для таких полотен, как «Автопортрет», «Бойня», «Портрет Вари Адоратской», «Портрет Александры Николаевны Фешиной», «Портрет Ленина», «Обливание», «Портрет отца», «Портрет Кротовой» авторства Николая Фешина; «Портрет Бекбулатова», «Сара Ханум с Ильдаром», «Сыгыш», «У сепаратора» авторства Баки Урманче. В 2020 году после открытия Главного здания музея после реставрации было создано еще 20 QR-кодов совместно с «Вконтакте».

Посетители активно пользуются QR-кодами «Вконтакте» и приложением «Artefact». Всего коды были использованы более 1200 раз на все картины, на которых они размещены.

4. ГМИИ РТ в скором времени станет доступен на платформе «Музейный гид» от социальной сети «Вконтакте».

5. Музей представлен на сайте «PRO.Культура.РФ» – цифровая платформа, которая позволяет продвигать услуги и мероприятия в сфере культуры [7]. Сотрудники ГМИИ РТ перед каждым мероприятием загружают на сайт информацию о предстоящем событии, и пользователи Интернета могут в любой момент посмотреть все данные о готовящемся мероприятии на портале «Культура.РФ».

6. Государственный музей изобразительных искусств РТ можно найти на портале «izi.TRAVEL». На сайте представлена информация о музее, новости, а также есть возможность спланировать посещение. Сервис примечателен тем, что содержит в себе два аудиотура – «Древнерусское искусство XV–XX века» и «И.И. Шишкин в собрании Казанского музея» и экспонаты данных выставок [8].

7. В марте 2021 года музей запустил чат-бот в мессенджере для смартфонов «Telegram» – @gmiirt_bot. В чат-боте собрана вся основная информация о музее и ответы на самые часто задаваемые вопросы посетителей ГМИИ РТ. Чат оформлен в удобном формате и позволяет быстро узнать нужную информацию. Также с помощью чат-бота пользователь может оставить отзыв о музее.

Весной 2021 года в мессенджере «Telegram» были представлены стикеры от музея. Стикеры созданы в формате анимации в виде картин из собрания ГМИИ РТ. Всего в коллекции доступно 10 стикеров.

На основе представленных данных, можно сказать, что ГМИИ РТ активно пользуется способами продвижения, которые стали возможны в эпоху цифровизации. Именно благодаряенным инструментам, люди могут быстро узнавать о музее и его деятельности. Рассмотрим, насколько положительно и отрицательно повлияла эпоха цифровизации на продвижение музеев. Начнем с положительных аспектов:

- быстрый доступ к информации о музее с любой точки мира;

- возможность задать вопросы сотрудникам, поделиться своим мнением и рекомендациями;
- возможность бесплатно ознакомиться с коллекцией музея и ее историей, не выходя из дома;
- покупка билетов онлайн;
- возможность прослушать аудиогид об экспонате либо экспозиции в целом, узнать больше об истории музея в формате подкаста.

Несмотря на положительные аспекты, можно также выделить и негативные:

- возможность узнавать историю произведений искусства в Интернете и знакомиться с ними онлайн может показаться достаточным для знакомства с музеем. Благодаря такой возможности люди могут не посещать музей;
- если социальные сети будут редко публиковать материал, то пользователи могут подумать, что музей не проводит выставок и мероприятий. Более того, учитывая то, что сегодня аккаунт является, можно сказать, лицом организации, редкие посты и непривлекательный визуально контент могут создать негативное мнение о самом учреждении;
- СМИ могут публиковать как положительные, так и негативные материалы о музее. И необязательно негативный материал может быть правдивым. Поэтому важно отслеживать все публикации о музее, так как СМИ формируют общественное мнение.

Прибегая к использованию в продвижение digital-технологий, стоит учитывать, что они могут повлиять на музей как положительно, так и негативно. Поэтому, рассматривая методы продвижения, стоит заранее учитывать все нюансы и постараться их либо минимизировать, либо вовсе избежать.

Также стоит сказать, что эпоха цифровизации значительно повлияла на продвижение музеев. Появилось множество разных способ, благодаря которым, люди могут узнавать о деятельности учреждения. Можно сказать, что с каждым годом методов продвижения будет больше, однако изначально стоит их изучать, чтобы продвижение имело положительные результаты.

Список литературы

1. Музей в цифровой среде. Как эффективно и системно представить музей в сети // Политехнический музей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://polytech.bm.digital/article/777088112976225005/glava-1-muzej-v-tsifrovoj-srede> (дата обращения: 25.12.2021).
2. Третьяковка идет в диджитал: как устроен маркетинг музея и чем привлекают посетителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/longread/tretyakovgallery/> (дата обращения: 25.12.2021).
3. Артефакт – гид по музеям России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ar.culture.ru/> (дата обращения: 25.12.2021).
4. Государственный музей изобразительных искусств Республики Татарстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vsemuzei.com/rossiya/muzej-izobrazitelnyh-iskusstv-tatarstana> (дата обращения: 25.12.2021).
5. Государственный музей изобразительных искусств Республики Татарстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://izo-museum.ru/> (дата обращения: 25.12.2021).
6. Артефакт – гид по музеям России с технологией дополненной реальности в ГМИИ РТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/@izomuseumrt-artefakt-gid-po-muzeyam-rossii-s-tehnologiei-dopolnennoi-realnosti> (дата обращения: 25.12.2021).
7. Платформа для продвижения мероприятий в сфере культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pro.culture.ru/intro#events> (дата обращения: 25.12.2021).
8. Государственный музей изобразительных искусств Республики Татарстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://izi.travel/ru/ad34-gosudarstvennyy-muzey-izobrazitelnyh-iskusstv-respubliki-tatarstan/ru#76a1-shishkin-i-i-doroga-v-doline/ru> (дата обращения: 25.12.2021).