

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), «Госкаталог» (представляет на ресурсе коллекции музея), и «Добровольцы.рф» (помогает найти волонтеров на мероприятия) [1].

4. Применение технологий виртуальной реальности. Такие технологии могут 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-

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 привлекают 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, Татар-информ, 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 благодаря данным 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 визуальный 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 способов, 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-rea> (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-gosudarstvennyu-muzej-izobrazitelnyh-iskusstv-respubliki-tatarstan/ru#76a1-shishkin-i-i-doroga-v-doline/ru> (дата обращения: 25.12.2021).