

Борисова Нина Валерьевна

канд. социол. наук, доцент

Альшина Рузия Ринатовна

бакалавр, студентка

ФГБОУ ВО «Казанский государственный институт культуры»

г. Казань, Республика Татарстан

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МУЗЕЙНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

***Аннотация:** в контексте стремительного развития технологий, их применение в музее стало ключевым фактором для управления музейной деятельностью и улучшения взаимодействия с посетителями. В статье рассматривается вопрос применения виртуальной и дополненной реальности, интерактив в музее, аналитика данных, цифровой маркетинг в контексте музейного менеджмента. Кроме того, в статье отмечается значимость этих инноваций для привлечения новой аудитории, повышения степени вовлеченности посетителей и сохранения исторического наследия в эпоху цифровой трансформации.*

***Ключевые слова:** инновационные технологии, виртуальная реальность в музее, музейный менеджмент, цифровой маркетинг, искусственный интеллект, мультимедийные выставки.*

В эпоху цифровой трансформации, новые технологии, такие как виртуальная и дополненная реальность, мобильные приложения и аналитика данных, демонстрируют потенциал для создания более интерактивных, погружающих и персонализированных музейных опытов. Помимо этого, цифровые архивы и управление коллекциями играют важную роль в музейном менеджменте и маркетинге, изучении потенциального потребителя, а также сохранении и доступности культурного наследия.

Инновационные технологии распространены по следующим направлениям. Применение виртуальной и дополненной реальности в музейной деятельности. Виртуальная и дополненная реальность позволяют музеям создавать новые, погружающие и интерактивные музейные экспозиции. Виртуальная реальность

предоставляет посетителям возможность окунуться в виртуальное пространство с помощью гарнитур виртуальной реальности, в то время как дополненная реальность дополняет реальный мир цифровыми элементами через мобильные устройства или специальные очки. Эти технологии позволяют посетителям увидеть и погрузиться в исторические события, расширить свое понимание экспонатов и даже взаимодействовать с ними в уникальных виртуальных средах.

Внедрение аналитических инструментов. Аналитика данных является мощным инструментом для музеев, позволяющим собирать и анализировать информацию о посетителях, их предпочтениях и поведении, а именно изучить онлайн-аудиторию и с учетом ее потребностей оптимизировать процессы и активности; выявить какие образовательные программы имеют наибольший успех и как улучшить общий музейный менеджмент. Аналитика данных также способствует разработке более персонализированных подходов к взаимодействию с посетителями и созданию индивидуальных музейных программ. Так, подразделение ИТ-компании КРОК, которое специализируется на маркетинговых технологиях, – оцифровал выставку Atelier E.V «Прохожий» для Музея современного искусства «Гараж».

Развитие интерактивных экспонатов. Интерактивные экспонаты становятся все более популярными в музеях, обеспечивая посетителям активное взаимодействие с представленными материалами. Мультимедийные инсталляции, сенсорные экраны, интерактивные проекции, технологии распознавания жестов и звука – все это примеры технологий, используемых в интерактивных экспонатах. Эти технологии позволяют посетителям активно взаимодействовать с экспозициями, проводить собственные исследования и эксперименты, а также получать более глубокое понимание представленных материалов [3].

Одним из трендов современного музейного мира являются интерактивные музеи, которые выступают в качестве медиатора между человеком и культурой во всем ее разнообразии. К примеру, центр цифрового искусства Artplay Media

представляет красочные мультимедийные выставки в формате «ожившие полотна». Мультимедийные проекты – это яркое зрелище, позволяющее попасть внутрь произведений искусства.

Аналитика данных в управлении музеем. Сбор и анализ данных о посетителях могут помочь музеям лучше понять предпочтения и поведение своей аудитории. Это позволяет музеям настраивать и оптимизировать программы, выставки и мероприятия для максимального вовлечения посетителей. Аналитика данных также помогает музеям оценивать эффективность своих усилий по привлечению аудитории и измерять успех музейного опыта. Возможность принимать решения на основе данных называется «data-driven»-менеджмент, его используют для повышения продаж билетов и интереса к своим мероприятиям. Ведущие мировые музеи для анализа больших данных чаще всего используют Google Analytics. Так, Нью-Йоркский музей современного искусства использовал данные аналитики об аудитории их веб-ресурса для редизайна своего сайта. А Музей Ван Гога в Амстердаме благодаря этому инструменту увеличил посещаемость своего сайта вдвое [3].

Социальные медиа и цифровой маркетинг. Использование социальных медиа стало неотъемлемой частью современного музейного маркетинга для продвижения своих программ, выставок и событий. Музеи также используют цифровой маркетинг, включая рекламу в Интернете, электронную рассылку и SEO-оптимизацию, для привлечения новых посетителей и увеличения осведомленности о своей деятельности. Так, Третьяковская галерея создала цифровой проект «Лаврус», который развернулся в социальной сети ВКонтакте. Данный проект просвещает подписчиков сообщества об искусстве через экспонаты музея. NFT (non-fungible token) – разновидность цифрового актива, использующего технологию блокчейна для подтверждения уникальности и права собственности над этим активом. NFT поддерживают крупнейшие музеи, галереи, аукционные дома. От «конкурентов» по отрасли не стал отставать Государственный Эрмитаж. По 5,4 млн рублей отдали за работы

Клода Моне и Винсента Ван Гога. 5,8 млн руб. участники торгов выложили за картину кисти Василия Кандинского. Все вырученные в ходе торгов деньги поступили на счет Государственного музея [4].

Искусственный интеллект и машинное обучение. Искусственный интеллект и машинное обучение предоставляют новые возможности для управления музейной деятельностью. Алгоритмы машинного обучения могут использоваться для автоматического анализа и классификации коллекций, обнаружения исторических артефактов и создания персонализированных рекомендаций для посетителей. Искусственный интеллект также может использоваться для автоматического сопровождения экскурсий или для разработки чат-ботов, способных отвечать на вопросы посетителей. Так, виртуальный помощник Маруся стал одним из кураторов в Музее современного искусства. Так, Минкультуры планирует внедрить до 2030 г. [1] в подведомственных учреждениях технологий промышленного интернета вещей и искусственного интеллекта (ИИ) для распознавания видеопотока, а также систему с личным кабинетом для каждого музея. Также информсистемы учреждений культуры должны быть переведены на единую цифровую платформу «Гостех».

В целом инновационные технологии положительно влияют на музейную деятельность, обогащая и улучшая музейный опыт для посетителей. В современных условиях, при помощи цифровых инструментов, музей конструирует новые коммуникации с аудиторией, обеспечивая более глубокое взаимодействие с посетителями, улучшая управленческую и маркетинговую деятельность, сохраняя историческое и культурное наследие для будущих поколений.

Список литературы

1. Проект распоряжения Правительства РФ «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации отрасли культуры на период до 2030 года» (подготовлен Минкультуры России 11.09.2023) // Информационно-правовой портал Гарант.ру (дата обращения: 27.02.2024).

2. Виртуальный Пушкинский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pushkinmuseum.art/media/virtual/index.php?lang=ru> (дата обращения: 23.02.2024).

3. Волковская Е.И. «Искусство «больших данных»: как музеи и парки используют аналитику для устойчивого развития и привлечения аудитории 20.07.2020 // Платформа для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing> (дата обращения: 27.02.2024).

4. Выход Эрмитажа на рынок NFT-искусства со своей коллекцией [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://enefti.ru/nft/ermitazh-nft> (дата обращения: 27.02.2024).

5. Сайт компании по разработке IT-технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sky-interactive.ru> (дата обращения: 27.02.2024).