

**Файзрахманова Айгуль Линаровна**

канд. пед. наук, старший преподаватель

**Файзрахманов Ирек Магсумович**

канд. пед. наук, доцент

Елабужский институт (филиал)

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)

федеральный университет»

г. Елабуга, Республика Татарстан

## **ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА ШИРОКОМУ КРУГУ НАСЕЛЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА**

***Аннотация:** в статье поднимается вопрос популяризации произведений изобразительного искусства широкому кругу населения посредством социальных сетей как педагогическая проблема, а также проанализированы исследования в этой области. Статья раскрывает результаты опроса, проведенного среди студентов инженерно-технологического факультета Елабужского института Казанского (Приволжского) федерального университета, раскрывающие популярность страниц художественных музеев и галерей в социальных сетях среди молодежи.*

***Ключевые слова:** социальные сети, изобразительное искусство, галерея, музей, художественное образование.*

Несмотря на свой молодой возраст, Интернет, а вместе с ним и социальные сети, которые в русскоязычном сегменте начали набирать популярность лишь с 2006 года, становятся частью жизни современного человека. Социальные сети стали средством коммуникации, инструментом, который позволяет организовать общение, тем самым трансформируя структуру коммуникативного процесса. Они сближают расстояния, позволяют увидеть и даже быть причастным к тому, чего в реальности достичь невозможно, к тем событиям и явлениям, которые далеки.

Особую социальную значимость влияния социальных сетей на разные стороны жизни человека доказывает множество исследований в этой области. Причем эти исследования можно условно разделить на этапы. На первом этапе (примерно до 2013 года) исследования касались в большей степени воспитательной роли социальных сетей. На втором этапе появились исследования, раскрывающие отрицательное влияние социальных сетей на жизнь человека, на его психику. Так, например, в исследованиях Ю.С. Зайцевой, Л.Н. Уварова отмечается, что социальные сети мешают процессу социализации и взаимодействия подростков с людьми в реальной жизни, происходит нежелание выхода из рамок виртуального пространства, частые депрессии, психические расстройства, признаки девиантного и даже суицидального поведения. Третий этап, на наш взгляд, можно отнести к исследованию роли социальных сетей в различных областях жизнедеятельности человека. Например, исследования Д.Р. Салаховой, Н.Г. Хаметовой, Д. Евсеева направлены на выявление роли социальных сетей в бизнесе и торговле, исследования Н.А. Зацепина – в туризме, Е.В. Сенченко – в военном деле, кроме того, есть исследования роли социальных сетей в журналистике, рекрутинге предприятий и др. Также появились исследования о возможностях применения социальных сетей в образовательном процессе.

Нам показалось интересным исследовать роль социальных сетей в популяризации произведений изобразительного искусства широкому кругу населения, в частности, обучающейся молодежи.

Долгое время искусство считалось тем явлением, которое увидеть, ощутить, пережить можно только с глазу на глаз. Сегодня, благодаря современным технологиям, Интернету и социальным сетям, человек имеет возможность «не вставая с дивана» посещать выставки и рассматривать работы художников любой части света, дать свою оценку и оставить комментарий на странице с изображением. Данная возможность позволяет за достаточно короткое время познакомиться не только с историей изобразительного искусства, но и определить современные тенденции мира искусства. Не то чтобы возможностью, а реальной необходимостью стало представление художественных галерей в социальных сетях.

Российские галереи изобразительного искусства сейчас все больше и больше входят в социальные сети. Каждая из них, кроме официальных сайтов, имеет странички во всех социальных сетях: Instagram (IG), VKontakte (VK), Youtube (YT), Facebook (FB).

Государственная Третьяковская галерея в глобальной сети представлена на официальном сайте, страницах VK, IG и FB. Группа в VK насчитывает 168,8 тысячи участников, на странице представлено 14 статей, 2,6 тысячи фото с различных мероприятий, проводимых галереей, 166 видеопрезентаций выставок, интервью и другими материалами, а также 26 аудиозаписей искусствоведов, журналистов, писателей о выставках, о художниках и т. п. На странице каждую неделю выкладываются расписания выставок, предстоящие события, актуальная информация и новости. Также активно ведутся такие рубрики, как #запаскитретьяковки, #фотодня, #настроениедня. Очень часто проводятся Live-трансляции музея.

На странице IG Третьяковская галерея имеет более 311 тысяч подписчиков, в настоящее время насчитывается 1746 публикаций, которые ежедневно пополняются.

Государственный Эрмитаж регулярно обновляет информацию об экспонатах в социальной сети IG. Каждый день около двух-трех постов выкладывают в сеть, приуроченные к какой-либо дате. Также можно встретить расписание и ближайшие события в музее. Страница имеет более 343 тысяч подписчиков.

Русский музей также широко представлен в социальных сетях, так, страница в IG имеет 178 тысяч подписчиков, насчитывается 1288 публикаций.

Музей изобразительных искусств Республики Татарстан в социальной сети VK собрал более 3,6 тысячи подписчиков. На страничке представлено 18 статей, 2,9 тысячи фото, 67 видео.

Крупнейшая галерея РТ «Хазинэ», находящаяся в городе Казани, имеет свой блог в ВКонтакте. Публикуют состоявшиеся проекты музея, будущие или действующие выставки. Можно узнать часы работы и посмотреть фотографии с событий. За ним следят более 3500 человек.

Несомненно, количество подписчиков и лайков на страницах музеев – показатель популярности этих страниц, однако рассмотрим вовлеченность молодежи в эти страницы, а именно студентов инженерно-технологического факультета Елабужского института КФУ. Всего в опросе участвовало 57 студентов, 34 из которых обучаются по профилям «Декоративно-прикладное искусство и дизайн» и «Технология и дополнительное образование», т.е. профилям, непосредственно связанным с изобразительным искусством. 23 студента обучаются по профилям «Эксплуатация транспортных средств» и др., т.е. не связанным с искусством. Обозначим эти группы соответственно «ДПИ» и «Транспорт».

Для начала мы определили, есть ли разница в предпочтениях студентами разных социальных сетей. Так, было выявлено, что в первой группе наибольшей популярностью обладают социальные сети VK и IG, причем распределились они равномерно (48% и 52%). Популярность среди студентов именно этих профилей связано визуальной составляющей сети IG в отличие от сети VK. Во второй группе 72% студентов чаще пользуются сетью VK, которая носит больше коммуникативный характер.

Далее мы выяснили, следят ли студенты за новостями каких-либо музеев, галерей. 22% студентов группы «Транспорт» и 6% группы «ДПИ» признались, что не интересуются данным вопросом. При этом лишь 5 студентов группы «ДПИ» и 4 студента группы «Транспорт» следят за новостями музеев. В обеих группах распределение социальных сетей оказалось примерно одинаковым. 54% студентов получают информацию о музеях из сети IG и 46% – из VK в группе «ДПИ».

94% опрошенных группы «ДПИ» согласны с тем, что необходимо больше привлекать людей к изучению искусства через социальные сети, 6% утверждают, что социальные сети не помогут им заинтересоваться данным вопросом. 25% группы «ДПИ» и 30% группы «Транспорт» считают, что увлечение музеями через социальные сети не приживется.

Результаты опроса позволяет сделать несколько выводов.

Во-первых, потребность в изучении произведений изобразительного искусства есть не только у студентов, обучающихся по профилям, так или иначе связанным с искусством, но и у студентов, отдаленных от этой сферы.

Во-вторых, среди студентов есть понимание того, что при отсутствии возможности посещать мировые хранилища произведений изобразительного искусства социальные сети позволяют раскрыть занавес событиям, происходящим в музеях и галереях.

В-третьих, более эффективно проводить время в социальной сети, расширяя свой кругозор, обучаясь, чем просматривая необучающий, невоспитательный контент.

Отметим, что современные технологии, в которые, несомненно, входят и социальные сети, способствуют расширению ареала распространения музейной информации далеко за пределами музеев. Социальные сети способствуют доступности некоторой части музейных собраний, распространению информации об особенностях художественных процессов. Кроме традиционных средств массовой информации, размещенная в социальных сетях информация о музейных коллекциях, предоставляемых услугах и массовых мероприятиях музеев расширяет приток посетителей и способствует увеличению узнаваемости произведений искусства среди широких кругов населения, активно вовлеченных в социальные сети.

### ***Список литературы***

1. Гайда М.Г. Роль социальных сетей в организации образовательного процесса / М.Г. Гайда // Преподавание информатики и информационных технологий в условиях развития информационного общества: сборник статей открытой Всероссийской науч.-практ. интернет-конференции. – 2017. – С. 48–50.

2. Соломина Е.Г. Анализ использования социальных сетей в образовательном процессе / Е.Г. Соломина // Проблемы обеспечения качества высшего образования в условиях реализации ФГОС: материалы 57 (LVII) Научно-метод. конф. – 2016. – С. 187–190.