

Голубович А.Ю.,
студентка 5-го курса факультета заочного обучения
учреждения образования «Белорусский государственный
университет культуры и искусств» (г. Минск, Республика Беларусь).

Научный руководитель – **Барма О.А.,**
магистр педагогических наук, старший преподаватель

**ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТЫ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ
МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ
ПРОДУКТОВ И УСЛУГ МУЗЕЕВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
(НА ПРИМЕРЕ ПОРТАЛА «МУЗЕИ БЕЛАРУСИ»
И ПРОЕКТА «МУЗЕИ БЕЛАРУСИ ВМЕСТЕ С БЕЛКАРТ»)**

В статье рассматриваются вопросы использования музеями интернет-портала «Музеи Беларуси» и интернет-проекта «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ» для реализации маркетинговой политики по продвижению результатов своей творческо-производственной деятельности в интернет-пространстве.

Ключевые слова: музей, интернет-портал, интернет-проект, интернет-пространство, маркетинговая политика, маркетинговые технологии, историко-культурное наследие.

Golubovich A. Y.

**INTERNET PROJECTS AS A WAY TO IMPLEMENT MARKETING
TECHNOLOGIES TO PROMOTE PRODUCTS AND SERVICES
OF MUSEUMS OF THE REPUBLIC OF BELARUS
(ON THE EXAMPLE OF THE PORTAL "MUSEUMS OF BELARUS"
AND THE PROJECT " MUSEUMS OF BELARUS TOGETHER
WITH BELKART»)**

The article discusses the use of museums in the Internet portal “Museums of Belarus” and the Internet project “Museums of Belarus together with BELCARD” to implement a marketing policy to promote the results of their creative and production activities in the Internet space.

Key words: museum, Internet portal, Internet project, Internet space, marketing policy, marketing technologies, historical and cultural heritage.

Современные информационные технологии, в том числе и всемирная глобальная сеть, являются составной частью маркетинговой политики музеев Республики Беларусь, их инновационным инструментарием, посредством которого осуществляется их взаимодействие с окружающим миром. Использование технологического и функционального потенциала информационно-коммуникационных технологий позволяет сотрудникам музеев,

с одной стороны, активно интегрировать ресурсы собственной генерации (в первую очередь фактографические, полнотекстовые базы данные: медиатеки, фонотеки) в интернет-пространство, с другой стороны, предоставлять к ним доступ в режиме онлайн всем желающим, а создание и генерирование различных ресурсов – начиная от корпоративных (интернет-проектов) и заканчивая локальными (официальные веб-сайты музеев) – являются, на наш взгляд, одним из главных способов позиционирования и продвижения как самого музея, так и результатов творческо-производственной деятельности его сотрудников (музейных продуктов и услуг) на рынке экономики культуры.

На основании фактологического материала исследования, предоставленного в работе «Музейные представительства в Интернет. Российский и зарубежный опыт» А.В. Лебедева [1], выделим основные возможности, получаемые музеями от использования Интернета как маркетингового инструментария и пространства профессиональной коммуникации: музей оказывается интегрирован в институциональную среду (систему профессиональных коммуникаций); перед музеем открываются возможности для позиционирования и продвижения своих коллекций (в первую очередь тематических) – результатов профессиональной деятельности сотрудников; резко интенсифицируется процесс обмена информацией среди участников профессиональной коммуникации (обмен опытом, инновациями); увеличивается возможность привлечения финансовых ресурсов извне (развитие системы внебюджетного финансирования; привлечение внимание спонсоров и меценатов); формирование устойчивой маркетинговой стратегии развития.

Музейные учреждения, как полноправные субъекты рыночных отношений в сфере культуры, нуждаются не только в профессионально оформленном веб-сайте (как инструменте маркетинговой политики), но и в едином виртуальном «корпоративном музейном пространстве», которое позволит объединить ресурсный потенциал всех музеев Республики Беларусь. На сегодняшний день в глобальной сети созданы и функционируют корпоративные веб-сайты музеев, информационный контент которых позволяет успешно реализовывать маркетинговые технологии по позиционированию и продвижению музейных продуктов и услуг, отражающих в своей основе историко-культурное наследие региона/страны/мира. В рамках нашего исследования интерес представляют веб-сайты, наполненные информационным контентом о ресурсном потенциале музеев Республики Беларусь – портал «Музеи Беларуси» (<http://museum.by>) [3] и интернет-проект «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ» (<http://museums.by>) [2].

Первыми попытку интеграции музейных учреждений нашей страны в интернет-пространство предприняли создатели портала «Музеи Беларуси», где на начало 2019 года насчитывается более 200 персональных страничек государственных музеев. Целью данного проекта является пропаганда культурного наследия Беларуси и институтов хранения и изучения культурного наследия.

В настоящее время веб-сайт портала «Музеи Беларуси» предоставляет информацию в различной форме и сервисном содержании:

- каталог всех музейных учреждений Республики Беларусь, упорядоченный по областям и районам, периодически обновляемый;

- кликнув выбранный музей, можно ознакомиться с новостной лентой учреждения (афишей мероприятий), информацией о постоянной и сменной экспозициях, а также с графиком работы и т. д. Также представлены контактные данные музея: почтовый и электронный адреса, номера телефонов, ссылка на сайт (при его наличии);

- предоставляется возможность проложить маршрут к выбранному музею;

- создатели проекта разработали раздел «Музейщику», включающий в себя: правовую информацию, публикации для работников музея, ссылки на интернет-ресурсы правового и методического характера. В данном разделе зарегистрированный пользователь имеет возможность разместить авторский материал;

- информация, опубликованная на данном сайте, представлена на белорусском и английском языках;

- на сайте представлен список ссылок на различные ресурсы: международные организации, республиканские ведомства, белорусские интернет-ресурсы и соседних стран по музееведению, пресса и многое другое;

- организаторы проекта приглашают музеи республики к сотрудничеству и предлагают помощь в создании и размещении на данном портале собственного сайта (страницы) совершенно бесплатно. Музеи получают интернет-ресурс с доменным именем (*имя.museum.by*) и дальнейшую техническую поддержку;

- в разделе «Афиша» можно ознакомиться, согласно выбранному региону, со списком событий (с указанием конкретной даты);

- заслуживает внимания сервис RSS. Благодаря данной информационной технологии, пользователю необязательно посещать сам сайт, чтобы ознакомиться с актуальными новостями, последние будут доставлены ему через данный сервис на указанный электронный адрес.

Тематическая конфигурация представленных разделов и их информационный контент определяют уникальность данного интернет-ресурса от аналогичных, функционирующих в пространстве русскоязычного сегмента Интернета.

Создателями портала в 2019 году была проведена работа по модернизации интерфейса, переструктурированию информационного контента, что существенно повысило посещаемость данного ресурса, увеличило его привлекательность для потребителей музейных продуктов и услуг.

Ещё одной попыткой объединить ресурсный потенциал музеев Республики Беларусь является проект «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ». Главной задачей проекта является информирование общественности о

культурном наследии страны. Организатором проекта выступает национальная платежная система БЕЛКАРТ при информационной поддержке TUT.BY и Министерства культуры Республики Беларусь.

Посетители сайта «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ» могут ознакомиться с актуальными новостями касающимися самого проекта (и его партнеров) и с творческо-производственной деятельностью музеев Республики Беларусь, информация о которых сгенерирована волонтерами проекта (об экспозициях и их авторах, ценовой политике и контактах выбранного учреждения).

На сайте проекта можно ознакомиться с разработанными экскурсионными маршрутами, например: «По улицам древнейшего города Беларуси», «Прогулка по северо-западу Беларуси», «Местечки Беларуси» и др. В дальнейшем организаторы проекта «Экскурсионные маршруты» планируют наладить сотрудничество с туристическими организациями для развития музейного туризма на территории всей страны, а сам проект будет выступать в роли рекламного концепта данной деятельности.

Волонтеры проекта «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ» делают фоторепортажи из самых различных музеев страны. На сайте размещено более 130 публикаций, но планы создателей проекта более масштабны – рассказать о каждом музее Беларуси. Зарегистрированные пользователи данного проекта могут разместить собственный фоторепортаж, что позволяет успешно осуществлять коммуникацию между профессионалами музейного дела и посетителями данного сайта. Для стимулирования активной деятельности волонтеров, связанной с публикациями авторского информационного контента, национальная платёжная система «БЕЛКАРТ» разработала систему подарков. Информационный контент проекта «Музеи Беларуси с БЕЛКАРТ» направлен в первую очередь на жителей Республики Беларусь, однако создатели не без основания полагают, что информация о белорусских музеях, размещённая в данном интернет-проекте, будет интересна и жителям ближнего и дальнего зарубежья [2].

Для презентации проекта и популяризации его информационного контента организаторы наладили тесное сотрудничество с белорусским информационно-сервисным интернет-порталом TUT.BY – последний размещает новости о проекте на своем сайте.

Любой виртуальный пользователь, зарегистрированный на сайтах портала «Музеи Беларуси» и проекта «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ», имеет возможность оставлять свои комментарии, отмечать понравившуюся ему информацию посредством репоста на свои персональные странички в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, Мой Мир, Facebook, Twitter). Благодаря данному инструментарию, разработчики проектов могут отслеживать обратную реакцию аудитории на свой информационный контент, а музейные специалисты использовать его для популяризации и продвижения результатов своей творческо-производственной деятельности.

К сожалению, не все белорусские музейные учреждения, представленные на вышеуказанных сайтах, имеют сайты собственной генерации, что (как показывает практика) становится причиной снижения конкурентоспособности музеев по реализации своей маркетинговой политики, в том числе и в интернет-пространстве.

Каждый посетитель музейного сайта должен получить максимум информации о продуктах и услугах последнего, поэтому разработчики сайтов собственной генерации и музейных проектов должны учесть опыт генерации музейных сайтов в других странах мира. На сайтах портала «Музеи Беларуси» и проекта «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ» уделяется внимание объёму представленного информационного контента; языковому многообразию (наличие интерфейса на английском языке); удобству навигации; дизайнерскому представлению. В западном музееведении при разработке сайтов внимание в первую очередь обращается на наличие: дидактических материалов для преподавателей, учащихся и исследователей; мультимедиа (игр, виртуальных экскурсий), а также сувенирных онлайн-магазинов.

Виртуальные пользователи оценивают белорусские интернет-ресурсы не по качеству и разнообразию предоставляемой информации, а по профессионализму команды разработчиков, в то время как интернет-пользователи западных стран оценивают именно потребительские качества представленного продукта. Вышеизложенные аргументы являются подтверждением того, что Республика Беларусь и западные страны находятся на разных этапах становления музейного виртуального пространства.

Увеличить привлекательность использования данных интернет-ресурсов (как корпоративных, так и частных), а значит повысить эффективность использования различных маркетинговых технологий по продвижению продуктов и услуг музейных учреждений, можно посредством разработки виртуального музея. Данная технология включает в себя: наличие научной концепции, «концепцию дизайна» и связующий их экспозиционный сценарий. В пространстве виртуальной экспозиции можно легко приближаться к любому экспонату, рассматривать его с разных ракурсов, меняя при этом направление и интенсивность освещения. Как отмечает Н.Л. Селиванов, интернет-технологии позволяют самостоятельно перемещать предметы в экспозицию, вносить в неё дополнения, наконец, есть экспериментальные образцы оборудования, дающего возможность как бы прикоснуться к предмету и испытать реальные тактильные ощущения [4, с. 139].

Посредством разработки виртуальной экспозиции на тему будущей реальной выставки позволит отследить реакцию аудитории на новый культурный продукт. Данную технологию начинают осваивать и разработчики проекта «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ». Ими создаются разделы «Виртуальный тур по музеям» и «3D экскурсии».

Всеохватывающая интерактивность кибер-музея является достаточно сильным психологическим стимулом для того, чтобы виртуальный поль-

зователь вновь посетил сайт. Данная технология, используемая в рамках маркетинговой политики музея, способна интерактивно информировать о музейной услуге (продукте) и возможности её применения для организации образовательных мероприятий (музейные занятия); досуга (как индивидуального, так и группового); туристической и конгрессо-выставочной деятельности. Увеличению популярности данной технологии способствует и ее повсеместное использование представителями туристического бизнеса для привлечения внимания к своему туристическому продукту.

Таким образом, функционирование интернет-портала «Музеи Беларуси» и интернет-проекта «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ» позволяет осуществлять каждому музею Республики Беларусь целенаправленную маркетинговую политику по:

- продвижению своих продуктов и услуг в интернет-пространстве;
- привлечению внимания потребителей (как реальных, так и потенциальных) к своей творческо-производственной деятельности;
- увеличению своей конкурентоспособности по отношению к аналогичным учреждениям (в рамках региона, страны);
- привлечению к себе внимания как к субъекту и объекту национальной/региональной культурной политики представителей государственных органов управления сферой культуры и сферой туристического бизнеса.

Библиографический список

1. Лебедев А.В. Музейные представительства в Интернет. Российский и зарубежный опыт // Музеи и новые технологии: на пути к музею XXI века: сб. науч. ст. М., 1999. С. 107–115.

2. Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ: [сайт]. URL: <http://museums.by> (дата обращения: 08.03.2019)

3. Музеі Беларусі: [сайт]. URL: <http://forum2016.museum.by> (дата обращения: 08.03.2019)

4. Селиванов Н.Л. Субъективный взгляд на музей из виртуальной реальности // Музеи и новые технологии: на пути к музею XXI века: сб. науч. ст. М., 1999. С. 139–143.

Усачева А.С.,

бакалавр 3-го курса по направлению подготовки
51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность
ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»
(г. Орел, Россия).

Научный руководитель – **Мекшенева Ж.В.,**
кандидат экономических наук, доцент

БИБЛИОТЕКА В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье отражены тенденции деятельности библиотеки, основанные на использовании современных информационных технологий и традици-