

Кишкурно Ж. Л., студент 201 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Смоликова Т. М.,
кандидат культурологии, доцент

PR-ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ИНТЕРАКТИВНЫХ МУЗЕЙНЫХ ВЫСТАВОК

Научные открытия и технологический прогресс неуклонно расширяют границы традиционных выставочных пространств музеев, превращая их в интерактивные и мультимедийные платформы, где посетители становятся активными участниками исследований и взаимодействий. Связи с общественность (далее – PR) как система коммуникаций является ключевой технологией в продвижении деятельности музейных выставок.

Организация и проведение интерактивных музейных выставок отличаются следующие технологические решения:

- мультимедийные макеты с дополненной реальностью;
- сенсорные презентации экспонатов;
- мобильные навигации;
- аудио сопровождение;
- виртуальные экскурсии;
- иммерсивные инсталляции и иллюзорные площадки и др.

Форматы виртуальной реальности (далее – VR) позволяют создавать иммерсивные экспозиции выставки музеев, погрузить посетителей в эпоху времени. Благодаря VR пользователи могут детализировать культур времени, воссоздать исторические события, которые оставят яркие эмоциональные впечатления.

Кроме описанных технологий, существуют динамические иллюстрации документов и книг, интерактивные карты, которые помогают найти необходимую информацию в большом объеме данных определенного исторического периода. Эти решения также могут сочетаться с проекционными инсталляциями [2].

Продвижение музейной выставки как проекта предполагает реализацию взаимосвязанных этапов [3]:

1. исследования;
2. планирования;
3. реализации выставочной экспозиции;
4. оценка эффективности результатов проекта.

Подробная схема реализации PR-продвижения художественной выставки музея приведена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Этапы реализации PR-проекта

Одной из определяющих задач PR-проекта является создание осведомленности о выставке в музее через различные каналы коммуникации с представителями государственных и коммерческих организаций. Целью таких коммуникаций является привлечение внимания широкой общественности к мероприятию. Также свою эффективность будут иметь коммуникации с представителями СМИ, блогерами, инфлюенсерами, которые после посещения музейной выставки поделятся своими впечатлениями, что дополнительно повысит осведомленность о мероприятии, расширить охват аудитории и привлечет больше посетителей.

Организация пресс-конференций, публикация интервью и статей о мероприятии на информационных ресурсах также будут способствовать продвижению музейных выставок. Паблицити как PR-технология, позволит подробнее рассказать о теме выставки, сроках проведения и ее уникальных аспектах. Размещение интригующих фрагментов с выставки в социальных сетях и на веб-сайте музея также привлечет внимание широкой аудитории.

Технологии PR, включая средства и методы сопровождения музейных выставок, создают благоприятный имидж мероприятию, влияют на его посещаемость и активность публики в интерактивных зонах.

Перечень методов и средств сопровождения музейной выставки может быть разнообразным и включать в себя не только мероприятия, но и специально разработанный фирменный стиль выставки, методы демонстрации экспозиций, каналы коммуникаций и другие средства (рис. 2) [1].

Фирменный стиль художественной выставки	Логотип, цвета, шрифт, press wall, оформление выставочного пространства, полиграфических материалов, сайта, соцсетей в едином стиле
Средства массовой информации	Телеканалы, газеты, афишные издания, гляцевые журналы, порталы: публикации, съемки сюжетов, коллаборации, приглашения инфопартнёров
Онлайн-среда	Сайты, целевые порталы («KudaGo», «Афиша», «Досуг», «Time Out»), билетные операторы (bileter.ru, kassir.ru, redkassa.ru), работа с отзывами
Социальные сети	«Вконтакте», «Instagram», «Facebook», «YouTube»: контент, эфиры, анонсы, целевые паблики, работа с блогерами и digital-инфлюенсерами
Специальные мероприятия	Мероприятия для прессы, закрытые предпоказы, презентации, artist talks, партнёрские проекты и коллаборации художника с брендами, лекции
Взаимодействие с профессиональным сообществом	Участие художника в профессиональных мероприятиях для специалистов арт-рынка, коллаборации, деловые ивенты, закрытые показы
Спонсорство	Поиск партнёров и спонсоров для поддержки арт-выставки, налаживание благоприятных отношений, совместные акции и проекты

Рисунок 2 – Средства и методы PR-сопровождения выставки

PR-технологии как стратегия продвижения деятельности музейных выставок включает не только демонстрацию экспозиций, но и организационную часть мероприятия, которая может состоять из многоэтапного процесса, включающего:

- исследовательскую часть объекта (размер площади, технические характеристики пространства, системы безопасности и т.д.);
- проектно-сметную документацию (поставка и крепление оборудования, разработка специального ПО и контента);
- дизайн-проект оформления музейной экспозиции (настройка оборудования, тестирование, запуск);

- разработку рекламной информации (афиши, пригласительные и др.);
- подготовку и написание сценария открытия выставки и т. д.

Таким образом, интерактивные выставки как инновационный вид экспозиционной деятельности музеев, используют современные технологии с целью погружения посетителей в иммерсионную среду времени. Необычное оформление экспозиции, с применением прозрачных экранов и диаграмм позволяет воссоздать виртуальные образы персонажей и предметов, а голограммы с звуковыми и световыми эффектами могут оставить яркие впечатления от экспозиции. Все зависит от темы и целей музея. Поэтому интерактивные выставки могут нести просветительскую, воспитательную, идеологическую, гражданско-патриотическую направленность. В этом отношении музеи обеспечивают связь между эпохами, интегрируя прошлое и настоящее, демонстрируют предметность и наглядность культурного наследия, осуществляют просветительскую функцию, систематизируют знания и опыт поколений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Экспоцентр. Выставка как инструмент PR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.expoctr.ru/ru/articles-of-exhibitions/vystavka-kak-instrument-pr/>. – Дата доступа: 06.02.2024.
2. Дизайн Досье. Интерактивные мультимедийные технологии для музеев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://3dday.ru/services/technologiii-dlia-muzeev/>. – Дата доступа: 09.02.2024.

3. PR.STUDENT. PR-продвижение художественных выставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.prstudent.ru/pr-prodvizhenie-hudozhestvennyh-vystavok-2>. – Дата доступа: 06.02.2024.

Кишкурно Ж. Л., студент 201 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Смоликова Т. М.,
кандидат культурологии, доцент

ИННОВАЦИОННЫЕ СПОСОБЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ СТУДИЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Применение инновационных решений в организации работы западных художественных студий, а также использование технологий продвижения их деятельности является необходимым условием в реализации творческого потенциала личности. Под инновациями подразумевается процесс внедрения в творческую деятельность новых современных методов, разработок, программ: здоровьесберегающие, информационные, личностно-ориентированные и другие технологии, которые помогают обустроить пространство, настроить на креативное мышление, способствуют развитию.

Многие администраторы художественных студий считают, что в основе эффективного менеджмента заложены следующие требования [1]: