

Работа с посетителями музея в условиях карантина.

Научный руководитель – Макаров Михаил Юрьевич

Гулина Анастасия Васильевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет искусств,
Кафедра семиотики и общей теории искусства, Москва, Россия

E-mail: gulina.anastasia@gmail.com

Начиная с марта 2020 года искусство, как и другие сферы жизни общества, испытывает на себе влияние пандемии коронавируса.

Чтобы выполнить правительственные рекомендации по сдерживанию распространения вируса, музеи, ярмарки, художественные галереи и культурные центры должны были принять незамедлительные меры, в результате чего индустрия культуры практически полностью остановилась. Во всех городах на карантин были закрыты государственные музеи, частично арт-кластеры, отменены ярмарки и все запланированные события в сфере искусств, выставки, конференции и т.д.

Закрытие музеев стало серьезным ударом по культурной жизни всех стран мира. Большинство музеев стали обращаться к цифровой сфере, предлагая виртуальные посещения. Надо отметить, что большинство европейских музеев уже в течение многих лет открывают свои коллекции в высоком качестве онлайн, предоставляют возможность виртуальных прогулок и аудио, видеолекций через мобильные приложения музеев. Поэтому переход на удаленную работу был осуществлен достаточно быстро.

Чтобы морально поддержать своих подписчиков, а также для развития контент-маркетинга и передачи информации, многие музеи реагируют на пандемию, создавая ситуационный контент. Например, Рейксмузеум в Голландии запустил конкурс на лучшее пользовательское фото в духе известных шедевров.

Пандемия нанесла удар и по арт-рынку. Выставки (коммерческие и некоммерческие), аукционные торги были отменены или перенесены, часто на неопределенные сроки. В результате в Европе ряд галерей перестал существовать из-за неполученных доходов от отмененных мероприятий для покрытия арендной платы и других расходов. Однако надо отметить, что арт-дилеры также экспериментируют с цифровым маркетингом с начала кризиса с коронавирусом, и их новые стратегии начинают приносить плоды.

Пандемия подтвердила, что в условиях нового мира, в более выигрышной позиции те, кто вовремя и эффективно вошел в онлайн. В этом докладе описаны примеры отечественных и зарубежных музеев, которые выложили в свободный доступ мировые шедевры, запустили онлайн-лекции или сделали туры с обзором в 360-градусов. В данном сообщении также поднимается вопрос о том, смогут ли процессы цифровизации арт-рынка и культурных институций заменить человеку личное общение с искусством.

Источники и литература

- 1) Кан А. Искусство во время пандемии: музыка, театры и музеи ушли в онлайн. [Электронный ресурс], режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/features-52049169> (дата обращения 22.12.2020).
- 2) Культура в условиях пандемии COVID-19. Дайджест подготовлен Департаментом международного и регионального сотрудничества [Электронный ресурс], режим доступа: <https://docviewer.yandex.ru/view/4678740/> (дата обращения 22.12.2020).

- 3) Культура в условиях пандемии COVID-19. Дайджест подготовлен Департаментом международного и регионального сотрудничества [Электронный ресурс], режим доступа: <https://docviewer.yandex.ru/view/4678740/> (дата обращения 22.12.2020)
- 4) Невинная И. Как пандемия коронавируса повлияла на культурную жизнь России. [Электронный ресурс], режим доступа: <https://rg.ru/2020/05/26/kak-pandemiia-koronavirusa-povliiala-na-kulturnuiu-zhizn-rossii.html> (дата обращения 22.12.2020).