

МРНТИ 13.51.11  
УДК 069:001.12

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2021-1-2-175-183>

**Г.Ш. ФАЙЗУЛЛИНА,<sup>1\*</sup>**

к.и.н., доцент.

\*e-mail: g.faizullina@turana-edu.kz

**Е.И. КУБАШЕВА,<sup>2</sup>**

магистр искусствоведческих наук.

e-mail: e\_kubasheva@inbox.ru

<sup>1</sup>Университет «Туран», Казахстан, г. Алматы

<sup>2</sup>Музей Д.А. Кунаева, Казахстан, г. Алматы

## **КОММУНИКАЦИОННЫЙ АСПЕКТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ (ОПЫТ И ИННОВАЦИИ МУЗЕЕВ ФЛОРЕНЦИИ)**

### **Аннотация**

Целью исследования, представленного в статье, является изучение направлений и механизмов действия музеев в инновационной практике. Современный музей как культурный центр в большей степени обращен к личности, берет на себя функции организации досуга граждан, реагируя на социальный заказ, стиль жизни. Изучение опыта музеев в данном контексте сфокусировано на рассмотрении инноваций на локальном уровне – музеев Флоренции (центр Тосканы), представляющих яркий пример коммуникативной модели музея. Данная модель музея сегодня является особенно востребованной на фоне существующей в музеях мира и Казахстана проблемы привлечения (и удержания) посетителей. Изучение ценного опыта и инновационных подходов в коммуникационной деятельности лучших музеев мира может дать импульс развитию музеев Казахстана. Ситуация с пандемией COVID-19 внесла свои корректировки во взаимоотношения посетителей и музеев. Интересными проектами отреагировали на ситуацию и флорентийские музеи, и казахстанские. Делаются выводы о том, что внедрение и развитие информационных систем в музеях Италии позволило в значительной степени оптимизировать их работу, а это, в свою очередь, позволило выйти на качественно новый уровень презентации своих услуг и коллекций. Появились широкие возможности для доступа к наследию Италии мирового музейного сообщества. Большим подспорьем в данном исследовании стала магистерская работа Ирене ди Пиетро, которая была написана в Болонье в 2017 г. Важным источником стали личные наблюдения Е.И. Кубашевой при непосредственном знакомстве с музеями Флоренции. Исследование проводилось с использованием нарративного и историко-генетического методов.

**Ключевые слова:** музеи, модель музеев, информационные технологии, меценатство, досуг, посетители, коллекции.

### **Введение**

Заглавной миссией музея в XXI веке становится актуализация культурного наследия и стратегическое планирование конкретного локального музея, где акцент делается не только на предмете, сборе, хранении и экспонировании музейного артефакта, но и в первую очередь на планировании коммуникаций и на самом человеке. На организационном уровне коммуникационная миссия музея имеет огромное значение внутри организации как позволяющая сотрудникам лучше понять цель работы, так и способствующая взаимодействию музея и его целевой аудитории. Это вполне соответствует новому определению миссии музеев, сформулированной Международным советом музеев (ICOM) совсем недавно: «Музеи – это пространства, созданные для критического осмысления и обсуждения прошлого и будущего. Их деятельность основана на принципах причастности и прозрачности и строится вокруг активного сотрудничества с различными сообществами. Работая во имя человеческого достоинства, социальной справедливости, глобального равенства и благополучия в масштабах планеты, музеи аккумулируют, хранят, изучают, интерпретируют и экспонируют самые разные представления о мире» [1]. Акцент в этом обширном определении делается на том, что музеи должны быть «пространством диалога». Музей, опираясь на прошлое, призван служить развитию общества и способствовать формированию его будущего. Свою миссию музей может реализовать как через традиционные функции, так и через применение коммуникационного подхода в реализации всех этих

функций. По мнению Хупер-Гринхилл, «коммуникационные процессы» можно узнать через культуру. Коммуникация – это не просто зрелище, но культурный процесс, который играет значительную роль, только когда ему удается провоцировать культурный рост и эмоциональную вовлеченность публики [2].

### **Основные положения**

Есть четкое понимание того, что для каждого нового поколения необходимо интерпретировать наследие по-новому. Поэтому пристального внимания заслуживают виды и механизмы действия музеев в инновационной практике, их роль и значение в современном социально-культурном пространстве. Изучение музеев в данном контексте сегодня должно быть сфокусировано на рассмотрении их отдельных аспектов на ограниченных территориях, так как именно инновации на локальном уровне представляют обширную картину развития музейного дела. Надо отметить, что само слово «инновация» происходит от латинского и означает «обновление», «улучшение». Инновация позволяет создать дополнительную ценность и связана с внедрением [3]. Контекст музейного дела предполагает, что это слово означает внедрение или использование новой технологии, продукта, действия для предоставления дополнительных ценностей музею.

### **Материалы и методы**

Из нескольких методов научного исследования основным являлся нарративный, или описательно-повествовательный. Именно на основе этого метода и были собраны факты о музеях Италии, через призму которых рассматривалась их коммуникационная и инновационная деятельность. В рамках историко-генетического метода был рассмотрен институт меценатства. Меценаты скупали и покровительствовали ценным и значимым артефактам культуры. Именно так впоследствии, если рассматривать вопрос в историческом контексте, на основании этих частных коллекций и появились музеи.

Источником исследования стал комплекс материалов, имеющих непосредственное отношение к музеям Италии: интернет-ресурсы, путеводители, фотоматериалы, рассказы итальянских экскурсоводов, личные наблюдения Е.И. Кубашевой при непосредственном знакомстве с музеями Флоренции, т.е. всевозможные источники, привлекаемые к изучению и анализу в условиях отдаленности от объекта исследования.

Историография. Большим подспорьем в данном исследовании стала магистерская работа Ирене ди Пиетро, которая была написана в Болонье в 2017 г. В период работы над исследованием она в течение трех лет сотрудничала с исследовательской группой Virtualand Real, такими специалистами, как Алессандро Коломби, Барбара Капрара и Клаудио Скала, а координатором ее работы был профессор Луиджи Герра. Автор также сотрудничала с исследовательской группой по цифровому культурному наследию при Комиссии ICOM в Италии, с профессором Кьярой Панчирولي в Болонском университете [4]. Обоснование коммуникационного подхода в музейном деле основано на публикациях, в которых представлено многолетнее исследование этой темы известным российским музеологом М.Б. Гнедовским. Именно он донес до русскоязычной аудитории положения К. Шеннона и Д. Камерона, К. Хадсона. Его авторству принадлежат тексты глав о теории музейной коммуникации в таких изданиях, как «Музей и коммуникация. Концепция развития Самарского областного историко-краеведческого музея им. П.В. Алабина» и «Основы музееведения: учебное пособие» [5].

В Казахстане вопросами коммуникации в музейном деле в разное время занимались Г.К. Шалабаева, С. Кульсариева, Г.Ш. Файзуллина и другие. Если у С. Кульсариевой было учебное пособие «Теория и практика музейной коммуникации», то у других это были статьи, чаще всего опубликованные в рамках научно-практических конференций. Например, «Кастеевские чтения–2018» были посвящены теме «Музей в эпоху гиперкоммуникации: новые подходы». Среди опубликованных статей стоит выделить программный текст директора музея Г.К. Шалабаевой. Можно отметить две статьи Г.Ш. Файзуллиной, опубликованные в «Вестнике КазНУ» (серия историческая, 2017, 2020 гг.), в которых автор подводит некоторые итоги в серии своих публикаций, рассматривая вопросы межмузейных коммуникаций и партнерства [6].

## Результаты, обсуждение

В настоящее время традиционная линейная модель коммуникации, передающая информацию в одном направлении – от музейных сотрудников к зрителю, уступает место другим моделям. Коммуникативная модель музея является особенно востребованной на фоне существующей в музеях мира и Казахстана проблемы привлечения (и удержания) посетителей. Можно предположить, что ее решение лежит в плоскости применения в музейном деле инноваций. Изучение ценного опыта и инновационных подходов в коммуникационной деятельности лучших музеев мира может дать импульс развитию музеев Казахстана. К таким музеям, несомненно, относятся и музеи Флоренции (центр Тосканы) – галерея Уффици, галерея Академии изящных искусств, дворец Даванцати, галерея Боргезе и другие. Эти музеи имеют преимущества в том, что они входят в круг музеев, которые стали первыми культурными институциями в виде музея [7]. Именно Италия в целом стала основоположницей всего музейного дела в мире, но, надо заметить, ученые других стран внесли свои корректировки в теорию, практику и исследования музейного дела как науки. Музеи Италии сохранились со времен Средневековья, и в них за прошедшие столетия с момента Возрождения и до современного периода сформировались традиции взаимодействия с публикой. Традиции приоритетного интереса к местному сообществу закрепляются в документах, которые разрабатываются и утверждаются во Флоренции. Например, флорентийская декларация «Культура и регионы: культурная деятельность в региональном контексте» была принята 16 мая 2001 г. на конференции, участники которой обсуждали вопросы о том, что музеи должны быть местом солидарности, экспериментирования, инноваций. Также 30 марта 2017 г. министры культуры и также представители правоохранительных органов государств – членов G7 подписали во Флоренции декларацию по борьбе с расхищением и контрабандой объектов культурного наследия. Флорентийская декларация была передана лидерам стран G7 на саммите государств «семерки» в итальянской Таормине [8]. При этом необходимо отметить: умение работать с региональными посетителями актуально как для столь популярных музеев Флоренции, так и для казахстанских. Ведь существует тенденция потери позиций музея в Казахстане как важного института, формирующего общество и влияющего на его развитие. Помешать этой тенденции можно, используя и применяя достижения музеологии, в частности, коммуникационной теории на фоне интенсивного развития информационных технологий. Один из способов решения проблемы – создание в музеях условий соучастия посетителей в большом спектре деятельности музеев: в описании предметов, освоении материала, интерпретации и т.п. В настоящее время деятельность самых активных музеев Флоренции, эффективность которых достигла наивысшего расцвета в музейном деле, может послужить хорошим кейсом для развития музеев Казахстана.

Музеи Флоренции как в ретроспективе, так и в отражении современных реалий имеют отличительные особенности. Особого внимания заслуживает традиция меценатства. Представители династии Медичи оказывали сильное влияние на развитие искусства и культуры Италии на протяжении около трех столетий; медичийский патронаж позволяет проследить эволюцию форм меценатства в Европе XV–XVII вв. Меценаты скупали и покровительствовали ценным и значимым артефактам культуры. Именно так впоследствии, если рассматривать исторический контекст, на основании этих частных коллекций и появились музеи. «Сильные мира сего» поддерживали художников.

Атмосфера Возрождения с ее яркими, всем известными именами, такими как Микеланджело, Рафаэль, Леонардо да Винчи и др., также говорит о роли талантливых личностей в развитии общества. В то же время необходимо отметить, что еще на начальных этапах музеи не существовали отдельно от публики, жителей города. Они существовали во взаимодействии и влиянии друг на друга, в результате чего рождалась особая, сильно насыщенная культурой атмосфера города, теперь уже с давними традициями особого отношения к культуре. И не случайно Анна Мария Луиза Медичи, последняя представительница рода, передала все художественные собрания Медичи при условии, что они навсегда останутся принадлежностью города Флоренции и Тосканского государства [9]. Патриотизм этой семьи формировал культуру города.

В современный период на передний план выходят личности с управленческим талантом, таким как у нынешнего директора галереи Уффици Айке Шмидта, который, кстати, не итальянец по национальности, а немец и эту должность занял в результате открытого конкурса в

2015 г. Его вклад в современное развитие музеев Флоренции представлен и в русскоязычных публикациях.

Во главе качественного музейного проекта всегда находится лидер, вдохновляющий и ведущий за собой единомышленников. Он сможет найти грантовые или спонсорские финансовые средства, будет идти на риски, экспериментировать с новыми направлениями развития музея, наладит плодотворные контакты с коллегами и партнерами своей и других стран. Кстати, важной составляющей коммуникационной деятельности является межмузейная коммуникация. В Риме, Флоренции и других городах, провинциях Италии существуют ассоциации, которые занимаются музейными проблемами. Но эти ассоциации формируются не как у нас принято – по учреждениям или индивидуальному членству, а по направлениям работы музеев. К примеру, в галерее Уффици за управление музеем (билеты, часы работы) лежит ответственность на одной ассоциации, за чистоту помещения отвечает другая ассоциация, за выбор персонала вообще третья, и это все происходит на основе конкурса.

В своих интервью директор галереи Айке Шмидт не однажды упоминает о главной проблеме галереи Уффици на сегодняшний день – приостановить поток людей, систематизировать и открыть залы. В галерее при его участии произошли значительные изменения. Так, в 2017 г. по его инициативе в галерее Уффици появился специальный зал Караваджо, оснащенный новой технологией. Также была установлена новая система сигнализации, введены аудиогиды, под стеклами размещены картины. Были созданы удобства для посетителей: поставлены скамейки, открыты кафе, сувенирные магазины, разрешено фотографировать экспонаты. Была отлажена система контроля при входе, как в аэропортах. Это связано с тем, что в 1993 г. мафия взорвала бомбу в соседнем с музеем правительственном здании, и в галерее Уффици были выбиты окна, сильно пострадало хранилище, картины были повреждены. Многие из этих картин удалось восстановить. Залы располагаются строго в хронологическом порядке. От начала развития и далее прослеживается весь долгий процесс функционирования искусства, коллекция размещена на двух этажах. В залах можно увидеть группы, в которых не больше 20 человек, у гида микрофон, а у остальных система аудиогиды – радиосвязь. В одном зале может находиться несколько групп. Это очень удобно, потому что экскурсовод говорит очень тихо, и группа его слышит по радиосвязи, т.е. максимально снижен шум, который, как утверждают экскурсоводы, раньше мешал. Таким образом, процесс посещения музея для всех туристов разного возраста прост и комфортен и, мы предполагаем, усиливается желание посетителя испытать глубокое и захватывающее волнение от соприкосновения с культурой, зарекомендовавшей себя в вечности.

Безопасность коллекций обеспечивается в том числе и сигнализацией. В галерее Уффици она представлена в виде металлического бортика: если дотронуться или перегнуться за бортик, то зазвучит сирена и зрители тут же придут. Отметим и то, что там запрещается держать в руках емкости с жидкостью – только в сумках, вода, соки не исключение. При новом директоре были установлены новые системы охлаждения в помещении, по всей вероятности, они будут задействованы и в будущем, постепенно в каждом зале.

При этом пример Айке Шмидта демонстрирует, какую важную роль играет руководитель музея, не только выполняя непосредственные должностные обязанности, но и создавая атмосферу доброжелательности и открытости для публики и сотрудников. Его часто можно увидеть в зале, он специально ходит по залам, присматривается к посетителям, а иногда и беседует с ними о том, что их интересует, как улучшить сервис услуг, что еще можно сделать для их удобства. Свидетельством того, что он принимает к сведению пожелания посетителей, является то, что в ноябре 2019 г. поставили скамейки в залах для удобства. Директор хочет превратить галерею во что-то новое, в место, где бы можно было отдохнуть, расслабиться, может, сделать какие-то заметки или наброски (что креативно), а не только прийти и сделать селфи. В своем интервью журналистам «Вечерней Москвы» Айке Шмидт утверждает: «...Хочется избежать излишней технологии и спокойно постоять перед картиной, а с другой стороны, смартфон может стать источником дополнительных знаний. У нас в музее какое-то время был общедоступный Wi-Fi. Но потом я увидел, что бесплатным Интернетом туристы пользуются, чтобы проверять новые почтовые сообщения. Поэтому свободный Интернет ликвидировали» [10]. Сейчас действительно там можно пользоваться Интернетом только в рамках специальных экскурсий. Директор планирует применить такую технологию, чтобы когда человек посмотрел на картину, а потом на девайс, туда мгновенно бы поступила информация о том, что он видит. Возможно,



это будет зрительное воздействие на девайс, откуда будут выдавать соответствующую информацию. Необходимо отметить, галерея Уффици не стоит на месте, а развивается и ищет новые способы привлечения аудитории. По словам Айке Шмидта: «Уффици изначально задуман как универсальный музей».

Еще одно новшество, введенное при этом директоре, – это то, что билеты летом стоят дороже, чем зимой; для посетителей в возрасте до 18 лет вход бесплатный, до 25 лет – студенческая оплата, пенсионерам – скидки, люди с ограниченными возможностями проходят бесплатно, при этом люди, их сопровождающие, также пользуются этой льготой, для них работают лифты. Есть специальный зал, в котором находятся свыше 15 тактильных картин, где в рельефных копиях есть произведения таких художников, как, например, Леонардо да Винчи «Благовещение», Боттичелли «Рождение Венеры», «Мадонна делла Лоджиа». На специальных тактильных табличках в галерее Уффици можно узнать об известных картинах, есть еще тактильно-звуковые таблички.

В галерее Уффици открыта дидактическая комната, по свидетельству гидов-экскурсоводов, часто посещаемая школьниками и студентами. На стене находится большой экран, на котором показывают и рассказывают о залах, картинах, выставках, о реставрационных работах, показывая реставрационный процесс определенной картины. Дидактическая комната выглядит обычно, на стенах информация об Уффици, посередине экран, который работает с самого утра и до тех пор, пока открыта галерея. Удобно расположены стулья в несколько рядов.

Еще одна идея директора заключается в том, чтобы связать музей с его местоположением, в первую очередь в качестве музея истории и искусства города. При этом посетители – как местные жители, так и туристы – наслаждаются полноценным визитом при помощи самых передовых технических средств – сенсорных дисплеев, голограмм и компьютеров. Тот факт, что творения великих художников рассеяны по всей Италии и по всему миру, вызывает необходимость виртуального объединения работ мастеров для того, чтобы дать посетителям возможность получить полное представление о шедеврах через сравнение образов, проникновение в их суть и через художественные достоинства. С точки зрения директора и персонала галереи, это позволило бы посетителям приобрести собственный неповторимый опыт посещения галереи с помощью различных технических средств и актуальных справочных материалов, которые помогли бы расширить их знание данной темы. В то же время это сделало бы посещение музея более легким, творческим отдыхом, дающим одновременно пищу для самообразования, позволило бы посетителям снизить интеллектуальное напряжение. Они также рассматривают эту идею в качестве практического эксперимента, поскольку планировали дать посетителям возможность с помощью интерактивных средств прикоснуться к истории искусства.

Посещение галереи Уффици не вызывает усталости, так как все ее залы интересны посетителю. Но есть и свои минусы галереи. Так как музей занимает большую территорию, трудно полностью осмотреть шедевры мирового искусства, которые находятся в разных залах. Цифровые технологии поддерживают взаимоотношение с музейной аудиторией вне визита в музей, где современный посетитель может подписаться в группу музея в социальных сетях, интересоваться его жизнью на сайте, что увеличивает его заинтересованность в последующем взаимодействии с музеем и повторных визитах.

В изучении спроса и интереса посетителей помогают статистические данные, полученные в музее посредством электронных браслетов, которые используют посетители. Происходит сбор статистики о взаимодействии с экспозицией каждого посетителя, что дает возможность анализировать его действия и улучшать работу музея. В данном случае именно цифровые технологии позволили установить наиболее оптимальный режим работы галереи Уффици, которая открыта с девяти утра до четырех часов дня. Этот график был оптимизирован при помощи обработки статистических данных.

Музеи Флоренции уже не ограничены одним городом или страной, они имеют значение для всего культурного мира, оказывают влияние на него. Большой поток туристов со всех стран света стремится к общению с великим достижением итальянской культуры. Такое положение дел создает условия вызова для музеев Флоренции, и они успешно с этим вызовом справляются, используя свои возможности и будучи внимательными к потребностям своей аудитории. Естественно, посмотреть на великие произведения великих художников приходит много людей. Но надо отметить, что в галерее Уффици действует налаженная система пропуска

посетителей. Посетители стоят в несколько очередей. Первая очередь заходит по брони. Затем группы – они приходят в назначенное время. Есть живая очередь – приходится стоять очень долго, потому что первыми проходят первые две очереди. Надо сказать, что отдельное удобство создает то, что для тех, кто бронирует посещение заранее, вход свободный.

Отметим, что много туристов, равнодушных к длинным очередям, обеспечивают стабильный поток посещений в будние и праздничные дни, кроме понедельника, когда галерея закрыта. Цена билета – шестнадцать евро, а если бронировать заранее, то плюс четыре евро к цене билета, дети же могут пройти бесплатно. Рекомендуются приобретать билеты на официальном сайте заранее во избежание длинных очередей при входе. Или же есть риск простоять в очереди несколько часов и так и не попасть в музей, или же чтобы быстрее попасть в музей, придется купить билет по завышенной цене, оплачивая даже билет для детей, который, простояв в очереди и следуя до кассы, можно взять бесплатно.

Решение вопросов организации экскурсионного обслуживания помогает созданию комфортной среды для экскурсантов различных возрастных и социальных категорий. Ежегодно сотрудники специального отдела внедряют в практику новые экскурсионные туры для школьников, студентов, событийные туры, бизнес-туры, а также исторические, этнографические и многие-многое другие. Эффективным средством по запоминанию похода в музей являются интерактивные экскурсии, но в то же время используются и традиционные формы работы с посетителями. К примеру, в галерее Уффици для школьников есть залы, где их усаживают на ковровые дорожки и экскурсовод дает информацию по музею. Есть и моменты, когда аудитория работает с гаджетами, смартфонами. Эти формы остаются интересными и для взрослой аудитории.

Для привлечения отдельной категории людей организованы популярные туры на buscity. В этом туре обычно задействованы несколько автобусов, которые курсируют по определенному маршруту, что, по отзывам туристов, очень удобно. Автобус останавливается рядом с историческим объектом, где турист может со всех сторон осмотреть шедевр культуры, сделать фото на память или перекусить в кафе, которое располагается рядом. Затем с интервалом в 15–20 минут следует другой автобус, и турист продолжает дальше свое интерактивное изучение культурного пространства. Доступны в автосалоне аудиогиды на итальянском, японском, английском, французском, китайском, испанском и русском языках.

В период пандемии 2020 г. в связи с мерами предосторожности, отменой массовых мероприятий все музеи мира перешли на новую форму работы в режиме онлайн. Музеи дают доступ к информации на своих сайтах, предоставляя открытый доступ к онлайн-экскурсиям, онлайн-лекциям. Также популярным среди музеев сегодня становится челлендж. Это слово с английского переводится как «вызов». Суть челленджа – совершить какое-либо действие, снять на видео, выложить в социальные сети и предложить определенному кругу людей повторить эти действия. И в современных реалиях это работает как один из способов построить диалог между людьми, заинтересовать их в чем-то, укрепить доверие. Широкую распространенность челленджи получили еще в 2014 г., а в 2019 г. на сайте Британского музея появилась запись «Эй, Британский музей, покажи нам свою самую лучшую утку». В ходе этого челленджа музеи мира стали публиковать свои лучшие экспонаты. Челлендж получил поддержку не только музеев, но и других учреждений и пользователей социальных сетей [11]. Челлендж итальянских музеев Nomi Cose Nei Musei, Museo Poldi Pezzoli и др. подхватил Карагандинский областной историко-краеведческий музей, затем и музеи Алматы – Музей народных музыкальных инструментов им. Ыхласа, Музей Д.А. Кунаева, Мемориальный музей Н. Тлендиева и др. На наш взгляд, это еще одна возможность пропагандировать музей и познакомить аудиторию с его деятельностью.

18 мая 2020 г. по всей территории Италии открылись церкви и музеи. Во Флоренции создали устройство, корректно помогающее соблюдать социальную дистанцию, столь актуальную во время пандемии. Эти устройства посетители будут получать бесплатно при посещении музея. Они работают так, что начинают вибрировать и светиться, если расстояние между двумя людьми меньше двух метров [12].

С января 2021 г. публике был представлен онлайн-проект «Едим Уффици». Каждый седьмой день недели на странице галереи в Facebook выкладывается небольшое видео, показывающее, как известный шеф-повар представляет свой рецепт, на который его вдохновила одна из картин коллекции галереи. Цель данного проекта – «продемонстрировать, насколько связаны

мир искусства, главным образом жанр натюрморта, с гастрономией». Директор Айке Шмидт, отметил: проект может «раскрыть зашифрованные в картинах вкусы и идеи художников» [13]. А в апреле 2021 г. уже студентки университета «Туран» Куатқызы Дайана, Қапасбек Ару представляли доклад на тему «К вопросу об актуализации искусства в индустрии гостеприимства», рассказывая о натюрмортах из коллекции ГМИ РК им. А. Кастеева на Международной студенческой конференции в Томске (Россия).

### Заключение

Интернет и медиасреда в коммуникационном пространстве Италии стали нормой и необходимостью для музеев. Внедрение и развитие информационных систем в музеях Италии позволило в значительной степени оптимизировать их работу, а это, в свою очередь, позволило выйти на качественно новый уровень презентации своих услуг и коллекций. Сегодня открываются возможности доступа к наследию Италии более широким кругам профессионального музейного сообщества и туристам со всего мира, которые формируют вектор музейного развития.

Музей сегодня становится культурным центром, отражая в большей степени интересы личности, организуя досуг граждан, отвечая современному стилю жизни. При этом использование опыта музеев других стран или других регионов позволяет применять инновационные ходы в музеях Казахстана, которые еще не активно внедряют коммуникационную модель музея в своей деятельности. Ситуация с пандемией COVID-19 внесла свои корректировки во взаимоотношения посетителей и музеев. Интересными проектами отреагировали на ситуацию и флорентийские музеи, и казахстанские. Сегодня важно осознавать: информационные технологии – это только инструмент для создания условий коммуникационных процессов в деятельности музея.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 ИКОМ объявляет альтернативное определение музея, которое будет предметом голосования. – 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> (дата обращения: 10.04.2021).
- 2 Hooper-Greanhill E.A. New Communication Model for Museums // Museums Languages: Objects & Texts, Ed. G Kavanagh Leicester Univ. Press. 1991. – P. 53–60.
- 3 Инновация. Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F> (дата обращения: 10.04.2021).
- 4 Irene di Pietro. La Nuola Frontiera Dei musei: Digitalizza zione, comunicazione cultural ecoinvolgimento. Bologna. 2017. – 245 p.
- 5 Музей и коммуникация. Концепция развития Самарского областного историко-краеведческого музея им. П.В. Алабина (Авторский коллектив, под ред. Н.А. Никишина и В.Н. Сорокина). – Москва-Самара, 1998. – 140 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [c.http://www.future.museum.ru/lmp/projects/samara/site/concept/2.htm](http://www.future.museum.ru/lmp/projects/samara/site/concept/2.htm) (дата обращения: 10.04.2021).
- 6 Файзуллина Г.Ш., Плетникова Л.Н. Музейные сообщества в Казахстане: история и реальность // Вестник КазНУ. Серия историческая. № 1(84), 2017. – С. 239–246.
- 7 Gascoignel. Mind your Language // Museums Journal, 2010. February. – 22 p.
- 8 Страны G7 приняли Флорентийскую декларацию о наследии. 31.03.2017. [Электронный ресурс]. <http://hraniteli-nasledia.com/articles/dose/strany-g7-prinyali-florentiyskuyu-deklaratsiyu-o-nasledii/> (дата обращения: 21.07.2020).
- 9 Anna Maria Luisa de' Medici – Анна Мария Луиза Медичи // Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.qwe.wiki/wiki/Anna\\_Maria\\_Luisa\\_de%27\\_Medici](https://ru.qwe.wiki/wiki/Anna_Maria_Luisa_de%27_Medici) (дата обращения: 10.04.2021).
- 10 Интервью А. Шмидта. Вечерняя Москва. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vm.ru/culture/748264-itnteryuu-so-shmidtom> (дата обращения: 21.07.2020).
- 11 Музейные коммуникации через социальные сети. Челленджи и флешмобы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ppt-online.org/728649> (дата обращения: 10.04.2021).
- 12 Во Флоренции создали устройство для соблюдения социальной дистанции. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2020/05/18/vo-florencii-sozdali-ustrojstvo-dlia-sobliudeniia-socialnoj-distancii.html#> (дата обращения: 10.04.2021).
- 13 Шеф-повара «приготовят картины» из коллекции Уффици. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass.ru/kultura/10452475> (дата обращения: 10.04.2021).

14 Официальный сайт Галереи Уффици [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.uffizi.it/en/the-uffizi>

## REFERENCES

- 1 ICOM ob#javljaet al'ternativnoe opredelenie muzeja, kotoroe budet predmetom golosovaniya. – 2019. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> (data obrashheniya: 10.04.2021).
- 2 Hooper-Greanhill E.A. (1991) New Communication Model for Museums // Museums Languages: Objects & Texts, Ed. G Kavanagh Leicester Univ. Press, pp. 53–60.
- 3 Innovacija. Vikipedija. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F> (data obrashheniya: 10.04.2021).
- 4 Irene di Pietro. (2017) La Nuola Frontiera Dei musei: Digitalizza zione, comunicazione cultural ecoinvolgi mento. Bologna, 245 p.
- 5 Muzej i kommunikacija. Konceptija razvitija Samarskogo oblastnogo istoriko-kraevedcheskogo muzeja im. P.V. Alabina (Avtorskij kolektiv, pod red. N.A. Nikishina i V.N. Sorokina). – Moskva-Samara, 1998. – 140 p. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: [s.http://www.future.museum.ru/lmp/projects/samara/site/concept/2.htm](http://www.future.museum.ru/lmp/projects/samara/site/concept/2.htm) (data obrashheniya: 10.04.2021).
- 6 Fajzullina G.Sh., Pletnikova L.N. (2017) Muzejnye soobshhestva v Kazahstane: istoriya i real'nost' // Vestnik KazNU. Seriya istoricheskaja. No. 1(84), pp. 239–246.
- 7 Gascoignel. Mind your Language // Museums Journal, 2010. February. – 22 p.
- 8 Strany G7 prinjali Florentijskuju deklaraciju o nasledii. 31.03.2017. [Jelektronnyj resurs]. <http://hraniteli-nasledia.com/articles/dose/strany-g7-prinyali-florentiyskuyu-deklaratsiyu-o-nasledii/> (data obrashheniya: 21.07.2020).
- 9 Anna Maria Luisa de' Medici – Anna Marija Luiza Medichi // Vikipedija. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: [https://ru.qwe.wiki/wiki/Anna\\_Maria\\_Luisa\\_de%27\\_Medici](https://ru.qwe.wiki/wiki/Anna_Maria_Luisa_de%27_Medici) (data obrashheniya: 10.04.2021).
- 10 Interv'ju A. Shmidta. Vechernjaja Moskva. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://vm.ru/culture/748264-itnteryyu-so-shmidtom> (data obrashheniya: 21.07.2020).
- 11 Muzejnye kommunikacii cherez social'nye seti. Chellendzhi i fleshmoby. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://ppt-online.org/728649> (data obrashheniya: 10.04.2021).
- 12 Vo Florencii sozdali ustrojstvo dlja sobliudenija social'noj distancii. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://rg.ru/2020/05/18/vo-florencii-sozdali-ustrojstvo-dlia-sobliudeniia-socialnoj-distancii.html#> (data obrashheniya: 10.04.2021).
- 13 Shef-povara «prigotovjat kartiny» iz kollekcii Uffici. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://tass.ru/kultura/10452475> (data obrashheniya: 10.04.2021).
- 14 Oficial'nyj sajт Galerei Uffici [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.uffizi.it/en/the-uffizi>

**Ғ.Ш. ФАЙЗУЛЛИНА,<sup>1\*</sup>**

Т.Ғ.К., доцент.

\*e-mail: [g.fazullina@turan-edu.kz](mailto:g.fazullina@turan-edu.kz)

**Е.И. КУБАШЕВА,<sup>2</sup>**

өнертану ғылымдарының магистрі.

e-mail: [e\\_kubasheva@inbox.ru](mailto:e_kubasheva@inbox.ru)

<sup>1</sup>«Тұран» университеті, Қазақстан, Алматы қ.

<sup>2</sup>Д.А. Қонаев мұражайы, Қазақстан, Алматы қ.

## МҰРАЖАЙ ҚЫЗМЕТІНІҢ КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ АСПЕКТІСІ (ФЛОРЕНЦИЯ МҰРАЖАЙЛАРЫНЫҢ ТӘЖІРИБЕСІ ЖӘНЕ ИННОВАЦИЯЛАРЫ)

### Андатпа

Мақалада келтірілген зерттеудің мақсаты – мұражайлардың инновациялық тәжірибеде қолданылу бағыттары мен механизмдерін зерттеу. Мәдени орталық ретіндегі заманауи мұражайлар көбінесе тұлғаға бағытталып, әлеуметтік тапсырыс пен өмір салтына әсер ету арқылы азаматтардың бос уақытын өткізу қызметін атқарады. Бұл тұрғыда мұражайлардың тәжірибесін зерттеу жергілікті деңгейде – мұражайдың коммуникативтік моделінің жарқын үлгісі болатын Флоренция қаласының (Тоскана орталығы) мұражайларын



негізге алған. Мұражайдың бұл үлгісі бүгінде әлемдегі және Қазақстандағы мұражайларға ортақ келушілерді тарту (және сақтау) проблемасының аясында ерекше сұранысқа ие. Әлемнің ең үздік мұражайларының байланыс қызметіндегі құнды тәжірибе мен инновациялық тәсілдерді зерттеу Қазақстан мұражайларының дамуына серпін бере алады. COVID–19 пандемиясымен жағдай келушілер мен мұражайлар арасындағы қарым-қатынасқа өзіндік түзетулер енгізді. Флоренция және Қазақстан мұражайлары бұл жағдайға қызықты жобалармен қатысты. Италияның мұражайларында ақпараттық жүйелерді енгізу мен оларды дамыту аталған мұражайлардың жұмысын едәуір оңтайландыруға мүмкіндік берді және бұл өз кезегінде оларға өз қызметтері мен коллекцияларын ұсынуды сапалы түрде жаңа деңгейге көтеруге мүмкіндік берді деген қорытындылар жасалуда. Әлемдік мұражай қауымдастығы үшін Италия мұрасына қол жеткізуге кең мүмкіндіктер пайда болды. 2017 ж. Болонья қаласында жазылған Ирен ди Пиетроның магистрлік диссертациясы бұл зерттеуде зор рөл атқарды. Флоренция мұражайларымен тікелей танысу барысындағы Е.И. Кубашеваның жеке байқаулары маңызды дереккөз болды. Зерттеу әңгімелеу және тарихи-генетикалық әдістерді қолдану арқылы жүргізілді.

**Тірек сөздер:** мұражайлар, мұражайлар моделі, ақпараттық технологиялар, жебеушілік, бос уақыт, келушілер, коллекциялар.

**G.SH. FAYZULLINA,<sup>1\*</sup>**

c.h.s., associate professor.

\*e-mail: g.faizullina@turan-edu.kz

**E.I. KUBASHEVA,<sup>2</sup>**

Master of arts, director.

e-mail: e\_kubasheva@inbox.ru

<sup>1</sup>Turan University, Kazakhstan, Almaty

<sup>2</sup>Museum D.A. Kunaev, Kazakhstan, Almaty

## **COMMUNICATION ASPECT OF MUSEUM ACTIVITIES (EXPERIENCE AND INNOVATION OF MUSEUMS OF FLORENCE)**

### **Abstract**

The aim of the research presented in the article is to study the directions and mechanisms of action of museums in innovative practice. The modern museum as a cultural center is more focused on the individual, takes on the functions of organizing the leisure of citizens, responding to the social order, lifestyle. The study of the experience of museums in this context is focused on considering innovation at the local level - the museums of the city of Florence (center of Tuscany), which are a vivid example of the communicative model of the museum. This model of the museum is especially in demand today against the background of the problem of attracting (and retaining) visitors existing in museums around the world and in Kazakhstan. The study of valuable experience and innovative approaches in the communication activities of the best museums in the world can give impetus to the development of museums in Kazakhstan. The situation with the COVID–19 Pandemic has made its own adjustments in the relationship between visitors and museums. Both Florentine and Kazakhstani museums reacted to the situation with interesting projects. It is concluded that the introduction and development of information systems in museums in Italy made it possible to significantly optimize their work, and this, in turn, allowed them to reach a qualitatively new level of presentation of their services and collections. There are ample opportunities for the world museum community to access the Italian heritage. A great help in this study was the master's thesis by Irene di Pietro, which was written in the city of Bologna in 2017. An important source was the personal observations of E.I. Kubasheva in direct acquaintance with the museums of Florence. The research was carried out using narrative and historical-genetic methods.

**Key words:** museums, museum model, information technologies, patronage, leisure, visitors, collections.