



РОССИЙСКАЯ  
ГАЛЕРЕЯ  
ИСКУССТВ

---

# Образ будущего

*Концепция развития музейного комплекса в  
Севастополе*

*...ПРЕДЛАГАЮ ЗАПУСТИТЬ ПРОГРАММУ  
СОЗДАНИЯ В РЕГИОНАХ КУЛЬТУРНО-  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МУЗЕЙНЫХ КОМПЛЕКСОВ.  
ОНИ БУДУТ ВКЛЮЧАТЬ В СЕБЯ ТВОРЧЕСКИЕ  
ШКОЛЫ, А ТАКЖЕ ШИРОКИЕ ЭКСПОЗИЦИИ  
ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА. ЭТО ДОЛЖНЫ БЫТЬ  
НАСТОЯЩИЕ ЦЕНТРЫ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ...*

В.В. ПУТИН

## ВВЕДЕНИЕ

---

В России служение культуре и искусству является важнейшей гуманитарной миссией. В нашей культуре одним из самых значимых, узнаваемых и востребованных видов искусства является изобразительное. Музеи, известные всему миру — Эрмитаж, Русский музей, Третьяковская галерея и многие другие — являются не только хранителями бесценного изобразительного искусства, но и распространителями его в массы.

Одна из основных задач подобных культурных институций на протяжении всей их истории — вносить вклад в образование и просвещение, укрепление духовных и нравственных основ общества, в сбережение и приумножение нашего богатейшего культурного наследия.

Современный человек живет в огромном потоке информации. Концентрация внимания на объектах культуры происходит мимолётно, поэтому для того, чтобы стать просветительским центром, притягивающим внимание аудитории, необходимо постоянно изучать и следовать глобальным трендам, как с точки зрения физического посещения музея, так и виртуального взаимодействия с брендом и генерируемым им контентом.

## КОНЦЕПЦИЯ МУЗЕЯ: СТРУКТУРА И ОБЩЕЕ СОДЕРЖАНИЕ

---

Российская галерея искусств (Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Российская государственная художественная галерея») - учреждённый в 2019 году национальный музей изобразительного искусства в составе театрально-образовательного и музейного комплекса в г. Севастополь. Вместе с Севастопольским театром оперы и балета образует единый архитектурный ансамбль Центра искусств на мысе Хрустальный. Автором его архитектурной концепции является всемирно известный архитектор Вольф Прикс.

Открытие и ввод в эксплуатацию – весна 2026 г.

В концепции сформулирован образ будущего - план создания современного музейного пространства, наполненного интересным и привлекательным содержанием, являющегося при этом образовательным и творческим центром для разных аудиторий, новой рекреационной точкой на карте Севастополя, центром притяжения туристических потоков. Он включает стратегию работы по отдельным направлениям, аналитическую информацию, план действий, в т.ч.:

- актуальные тренды глобального музейного дела;
- миссию, видение и ценности Галереи;
- определение роли Галереи в культурной жизни России и Севастополя, а также в мировом культурном и профессиональном контексте;
- концепцию развития выставочных пространств Галереи и бренда, который их объединяет;
- описание современных способов взаимодействия с посетителями, включая выставки, интерпретацию произведений, образовательные программы;
- стратегию коммерческой деятельности;

- описание цифровой экосистемы Галереи;
- стратегию позиционирования.

В 2020 году было проведено комплексное социологическое исследование в г. Севастополь, а также проведена внутренняя аналитическая работа, результаты которой стали основой для подготовки более развёрнутых стратегических документов - стратегии формирования коллекции, выставочной стратегии и др.

## АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ГЛОБАЛЬНОГО МУЗЕЙНОГО ДЕЛА

---

Один из ключевых негативных трендов, который имеет непосредственное влияние на глобальное музейное дело — снижение привлекательности классических музеев изобразительного искусства среди широкой аудитории, особенно среди молодежи. Согласно статистике Американской академии искусств и наук, посещаемость художественных музеев стагнировала, или постепенно падала, начиная с 1992 года. Самое большое снижение отмечено среди молодой аудитории в возрасте 18-24.

Постепенный упадок посещаемости подталкивает передовые музеи к активному переходу от концепции «музей как хранилище» к концепции «музей как метамедийная площадка».

### Переход от «музеев-хранилищ» к «музеям-площадкам»

Ведущие музеи отходят от позиционирования как хранилища культурного и национального наследия. Вместо этого на первое место выходит та ценность, которую музейная инфраструктура может создать для непосредственного потребителя. В рамках подобного подхода музеи позиционируют себя как образовательные и развлекательные платформы, принимая ценности edutainment (обучение через развлечение). Размер коллекции и её содержание зачастую уходит на второй план, а центральную роль занимает иммерсивный опыт, культурное погружение, которое происходит на музейных площадках. Ведущие музеи стремятся быть более открытыми к запросам публики и уметь адаптироваться

под желания аудитории, при этом, не нарушая своей фундаментальной культурной миссии.

## Молодежь уходит из музеев

На фоне всеобщей цифровизации сознания и кратко растущего количества форматов времяпрепровождения людей, музеям становится всё сложнее конкурировать с развлекательными платформами за внимание аудитории. В особенности это касается молодёжи, которая всё больше времени проводит в сети, и скептически относится к абстрактным терминам из мира духовности и культуры.

Активные инвестиции ведущих музеев мира в цифровые технологии прежде всего продиктованы желанием удержать подрастающее поколение. Конечно, в России тренд на уход молодежи из музеев менее заметен, в особенности на фоне происходящего сейчас «музейного ренессанса». Однако, надо отметить, что повышенная посещаемость музейных экспозиций в нашей стране является следствием неблагоприятных экономических процессов конца XX века и эффектом «низкой базы». Также сразу бросается в глаза то, что основная аудитория популярных выставок — это всё-таки среднее и старшее поколение.

Люди ходят в музеи, потому что другие виды развлечений им зачастую недоступны. Следуя этой логике, по мере улучшения макроэкономических показателей в РФ и улучшения финансового положения граждан, российские музеи с большой вероятностью могут столкнуться с теми же фундаментальными вызовами, которые стоят перед мировыми музеями.

## **Музеи становятся технологичными**

Многие передовые музеи активно взаимодействуют с технологическими разработками, внедряя их с целью повышения привлекательности среди аудитории, увеличения количества посетителей, улучшения операционных показателей, а также – трансляции бренда на массовую аудиторию, улучшения репутации и представленности музейных площадок.

## **Социальные сети становятся ключевым маркетинговым инструментом музеев**

Ведущие музеи крайне широко представлены в социальных сетях, адаптируя свой контент под различные площадки, вступая в активный диалог со своей аудиторией, усиленно работая над повышением вовлеченности аудитории.

Значительный сегмент вовлечённой виртуальной аудитории превращается в лояльных посетителей музейных пространств и потребителей различных представленных услуг. Среди тактик для увеличения представленности в сети можно выделить создание так называемых «сторис» и «инста-моментов» - мгновенных реакций на увиденное, на то или иное событие, премьеру, выставку и т.п., призывающих зрителей к распространению информации о музеях в интернете. Соответственно стратегические союзы с блогерами и лидерами мнений в этой среде являются логичным способом достичь молодёжной аудитории, показать ей привлекательные возможности.

## **Иноязычный контент необходим для привлечения туристов**

Социальные сети являются базовой цифровой платформой для множества потенциальных иностранных посетителей. Практически все крупные музеи из не англоговорящих стран так или иначе адаптируют свои социальные сети и внутримузейную навигацию под иностранную аудиторию. Игнорирование иноязычного сегмента аудитории означает отказ от значительной части туристического потока, а также - от сопутствующих упоминаний в международных СМИ. Несмотря на обширные коллекции, значительное культурное наследие, а также — высокий уровень музейного дела РФ, упоминаемость ведущих российских музеев в иностранных СМИ пока ещё крайне низка.

## **Место России в рамках глобальных трендов**

Многие российские музеи экспериментируют с мультимедийными решениями, создавая интерактивный опыт для посетителей. В музейные пространства интегрируются аудиовизуальные технологии, интерактивные карты, интерактивные дисплеи и столы, позволяющие посетителю самостоятельно выбирать интересный ему аудио или видео контент.

Хотя мода на цифровизацию музейных пространств особенно отчётливо видна в рамках исторических музеев, многие российские художественные музеи также не отстают от этих трендов. Ряд музеев искусства взаимодействует с внешними технологическими платформами.

Зачем посетители идут в музей? Уже давно не за информацией и визуальным опытом. Сегодня посетитель

идёт в музей за эмоциями. И только чёткое понимание, зачем мы устанавливаем те или иные технологические решения, и насколько они могут помочь тронуть людские сердца, и есть ключ к успешности этой интеграции.

# ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ГАЛЕРЕИ

---

## Видение

Российская галерея искусств — главный музейно-выставочный центр на юге России, хранитель новой национальной коллекции искусства и славных традиций героического Севастополя, место встречи разных культур.

## Миссия

**Помогать людям познавать себя и мир**, открывая широкий доступ к шедеврам русской и мировой живописи, скульптуры, графики, а также поддерживая культурное многообразие путём представления классического и современного искусства.

**Формировать российскую культурную идентичность**, транслируя культурный код страны через отечественное изобразительное искусство и его художественное наследие.

**Сохранять славные традиции**, знакомя людей с героическим прошлым Севастополя и находя в нём источники вдохновения для будущих поколений.

## Ценности

**ОТКРЫТОСТЬ.** Планируя и осуществляя свою деятельность, мы будем уделять большое внимание запросам нашей аудитории. Мы планируем активно взаимодействовать с

ней, информировать её, вступать в открытый и понятный диалог, направленный на демократизацию музейного пространства. Мы будем последовательно придерживаться принципов гостеприимства и доступности.

**ПОЗНАНИЕ.** Мы не можем позволить себе стать просто хранилищем произведений искусства. Мы возьмём на себя просветительские и образовательные функции, будем использовать современные технологические инструменты, которые позволят обогатить опыт посетителей, сохранить и увеличить интерес аудитории.

**КРАСОТА.** Мы считаем, что искусство, просвещение и творчество меняют жизнь людей к лучшему. Мы будем способствовать формированию благоприятной созидательной среды и повышению качества жизни, которое в Крыму пока ещё отличается от других регионов России в силу известных геополитических причин.

**ПАТРИОТИЗМ.** Мы прославляем и гордимся героическим подвигом защитников Севастополя и самобытным гением отечественных художников, осознаем большую ответственность за сохранение и продолжение их традиций для будущих поколений.

## **Задачи**

- Придать Севастополю статус столичного культурного города
- Стать новой культурно-патриотической точкой притяжения в Севастополе, на Крымском полуострове, на Юге России

- Стать всероссийской площадкой репрезентации классического и современного изобразительного искусства
- Сделать искусство ближе к людям и повысить их качество жизни
- Стать местом для самореализации талантливой молодежи региона
- Сформировать центр компетенций в музейной сфере для всего юга России

## РОЛЬ ГАЛЕРЕИ

---

Мы — национальный музей. Российская галерея искусств – это первый большой государственный художественный музей, открытый за более чем 100 лет. Это взгляд в современность с опорой на славные традиции и богатое наследие. Каждый найдёт здесь что-то своё:

- Любители искусства смогут обогатить свои знания об искусстве России и стран глобального Юга и определить их место в контексте мировой культуры;
- Семьи с детьми и школьники в увлекательной и интересной форме познакомятся с художественным наследием и раскроют свой творческий потенциал;
- Люди с ограниченными возможностями получат полноценный доступ к шедеврам изобразительного искусства, знакомство с которыми может быть предложено в комфортной для этой категории посетителей форме;
- Учёные и исследователи смогут перенять уникальный опыт и знания в области хранения и изучения произведений искусства, истории искусства и музейного дела;
- Для жителей Севастополя и Крыма Галерея — это не только лучший музей в регионе с прекрасными экспозиционными залами и общественными пространствами, но и современная площадка для отдыха и творческого развития;
- Севастопольцы получают возможность увидеть лучшие работы как русских, так и иностранных художников, а также испытать чувство гордости за славное и героическое прошлое своего города;
- Наши гости из регионов России познакомятся с русской культурой во всем её многообразии, её ролью и местом в мировом культурном наследии: она предстанет как

- отражение национальной идентичности и как предмет для осмысления и диалога;
- Иностранные посетители откроют для себя качественное музейное собрание изобразительного искусства столичного уровня, современный музейный комплекс, построенный и оборудованный в соответствии с самыми передовыми технологиями;
  - Нашим партнерам и попечителям мы предложим возможность поддержать проекты высокой культурной значимости, привлекающие широкую и разнообразную аудиторию;
  - Меценатам и коллекционерам из России и других стран Галерея даст уникальную возможность стать продолжателями дела великих собирателей искусства прошлого, поддержав нашу деятельность в области просвещения и культурного диалога на российском и международном уровне;
  - Для специалистов в различных областях Галерея станет источником знаний и возможностей уникального сотрудничества в научной и творческой сфере;
  - Мы предоставим возможности динамичного партнерства с другими учреждениями, входящими в театрально-образовательный и музейный комплекс Севастополя, для создания совместных творческих и просветительских проектов.

## НЕСКОЛЬКО МУЗЕЕВ НА ОДНОЙ ПЛАТФОРМЕ

---

В состав Российской галереи искусств входит несколько музейно-выставочных пространств – Картинные галереи, Галерея героев Севастополя, Центр цифрового искусства. Объединение разных по формату и смысловой нагрузке художественно-исторических экспозиций на одной платформе будет задавать понятные и нативные посетительские сценарии и маршруты, позволит сформировать комплексный визуальный и эмоциональный опыт, обеспечит синергию.

Общая площадь музейно-выставочных пространств составит не менее 4 000 м<sup>2</sup>, в том числе:

- Картинные галереи – не менее 2 300 м<sup>2</sup>
- Галерея героев Севастополя – не менее 750 м<sup>2</sup>
- Центр цифрового искусства (в том числе кинозалы, «купольный театр», «летающий театр») – не менее 1 000 м<sup>2</sup>.

Предварительно концептуальное решение выставочных пространств может выглядеть следующим образом.

### Галерея героев Севастополя

Важнейшей частью исторического и культурного наследия города-героя Севастополя является память героических событий, отваги защитников и жителей города, которую необходимо сегодня сохранить и с достоинством передать последующим поколениям. В рамках выставочного процесса Галерея бережно реконструирует цельный образ легендарного города, истоков и корней его славы, истории знаковых военачальников и архитекторов,

инженеров и художников, представляя динамически героическое прошлое и стратегическое будущее города. Художественная интерпретация сева­стопольского наследия в том числе с помощью современных экспозиционных решений и технологий позволит зрителям буквально погрузиться в исторический и событийный контекст, создаст незабываемый образ героического подвига города и его жителей.

Мы хотим сделать смысловым ядром этого музейно-выставочного пространства галерею портретов людей и архитектурных образов Севастополя – настоящих героев и *genius loci*, сформировавших его легендарную историю и незабываемый образ велико­лепного города. Живая история, передающаяся через конкретные личности, их героические поступки, всегда будет более вдохновляющей и запоминающейся, чем сухие факты и музейные предметы.

### **Галерея искусства России**

Ядро коллекции Российской галереи искусств составляют работы признанных отечественных мастеров.

Коллекционирование и изучение советского и российского художественного наследия, начиная со второй половины XX века, является фокусом в деятельности Галереи. Это неисчерпаемый материал для выставочной и исследовательской работы – советский реализм, суровый стиль, тихое искусство, нонконформизм, новые течения и поиски формы рубежа веков. Русское искусство остается всегда актуальным и востребованным у зрителя.

### **Галерея искусства глобального Юга**

Российская галерея искусств формирует крупнейшую в России коллекцию современного искусства регионов глобального Юга.

Мы изучаем и отслеживаем художественные процессы, происходящие в Юго-Восточной Азии, Индии, Африке, Латинской Америке, в странах Центральной Азии и Ближнего Востока. Кураторы этих направлений занимаются исследованиями и отбором предметов для пополнения коллекции, формируют программу международных Биеннале современного искусства глобального Юга, которые будут проходить на платформе Галереи.

### **Галерея личных собраний**

Галерея личных собраний является площадкой для экспозиции произведений искусства из частных художественных коллекций, которые дополнили фонды Российской галереи искусств или переданы в музей для публикации. Коллекционирование предметов искусства имеет давние традиции в России. Коллекции Третьякова, Щукина, Морозова в свое время составили основу собраний ведущих музеев России – золотой фонд государственного музейного фонда. Российская галерея искусств активно взаимодействует с частными коллекционерами, делая лучшие произведения из их собраний доступными широкой публике.

### **Центр цифрового искусства**

Созданное рукой гениального архитектора большое открытое пространство в самом сердце музейного комплекса Российской галереи искусств, где затейливо переплетаются эскалаторы, доставляющие зрителей через два этажа, позволяют нам создать мир будущего искусства, где с помощью современных визуальных технологий можно окунуться в мета-вселенную – почувствовать себя участником героических событий Первой или Второй обороны Севастополя, или прогуляться

внутри известных картин, или окунуться в волны океана и Вселенной.

Находящиеся внутри этого пространства залы позволят испытать незабываемый визуальный опыт, который для некоторых зрителей может стать точкой входа в музей. Там же будут проводиться лекции, концерты, встречи с известными деятелями культуры и искусства, демонстрация социально-ориентированных документальных и художественных фильмов.

Музейный комплекс Российской галереи искусств, безусловно, должен стать одной из главных градостроительных доминант Севастополя, точкой притяжения горожан и гостей города. Он будет располагаться в самом сердце Севастополя – на мысе Хрустальный наряду с другими объектами Центра искусств.

Помимо выставочных пространств Музейный комплекс Российской галереи искусств будет включать Центр образования и творчества, Центр исследований и реставрации, Фондохранилище.

## СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ

---

Стратегической задачей является создание собственной коллекции музейных предметов столичного уровня, включающей не менее 30 000 единиц хранения, относящихся ко всем видам изобразительного искусства.

Важнейший критерий формирования коллекции – художественная ценность. Это ключевой принцип, который будет лежать в основе политики формирования и пополнения фондов.

Коллекция произведений изобразительного искусства будет развиваться по двум магистральным направлениям – русское искусство второй половины XX века и актуальное отечественное искусство, а также современное искусство стран глобального Юга (Ближний, Средний и Дальний Восток, Южная Азия, Африка, Латинская Америка).

При формировании коллекции перед Галереей будут стоять следующие задачи:

- отражать историческое и современное значение русского изобразительного искусства и пропагандировать его среди широкой аудитории как внутри страны, так и за её пределами;
- подчёркивать культурно-историческую самобытность Севастополя, его уникальность и значимость в российской истории. Севастополь наряду со столицами, Москвой и Санкт-Петербургом, оставил большой след в русском изобразительном искусстве на протяжении всей своей, более чем двухсотлетней истории. Задача Галереи - представить живописный слепок истории города и его героев;

- укреплять репутацию Галереи на международной арене: она должна восприниматься как живой, истинно национальный музей с динамичной коллекцией. Каждое значительное приобретение, сделанное Галереей, должно вызывать общественный резонанс;
- активно способствовать развитию современного русского изобразительного искусства, поддерживая российских художников, пропагандируя их творчество; представлять, документировать, исследовать и обсуждать современное российское искусство. При этом такие приобретения должны быть максимально продуманными: необходимо сосредоточить внимание на тех современных мастерах, которые уже успели доказать высокое качество и значение своего творчества;
- исследовать и популяризировать художественные процессы южных стран – определять основные векторы развития и эволюции, находить точки пересечения для сопоставления и диалога с отечественным искусством.

## ВЫСТАВОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ

---

Проводимые Галереей выставки будут иметь решающее значение для выполнения следующих обязательств:

- развитие исследовательской работы, кураторских компетенций, продвижение коллекции Галереи;
- стимулирование дискуссии о творчестве;
- расширение и удержание аудитории;
- развитие партнерских отношений Галереи с коллекционерами, с российскими и зарубежными музеями, с частными лицами и организациями, оказывающими поддержку музею.

При планировании выставок мы будем использовать современные подходы к экспонированию, изучению и интерпретации коллекции с использованием современных технологических решений.

Мы будем знакомить профессиональное сообщество и наших зрителей с новыми концепциями и интерпретациями как творчества отдельных мастеров, так и художественных процессов в целом. В ходе крупных ретроспективных выставок мы предложим новые убедительные и вдохновляющие интерпретации, основанные на результатах глубоких исследований и открытых интеллектуальных дискуссий.

Мы будем вносить продуманные изменения в нашу постоянную экспозицию таким образом, чтобы создать ротацию произведений или предусмотреть иную подачу, способствуя появлению новых интерпретаций.

Мы рассмотрим различные по масштабу и формату варианты проведения выставок, от грандиозных проектов, посвященных знаменитым художникам или историческим событиям, до экспозиций меньшего размера, презентаций, рассказывающих о хранении и реставрации произведений искусства, а также до выставок, на которых сопоставляются отдельные произведения. При этом выбор масштаба и формата выставок будет опираться на результаты тщательного исследования их предмета и тематики.

С учётом «курортного» расположения Галереи на регулярной основе планируется проводить наиболее востребованные публикой выставки в высокий сезон. А в низкий сезон Галерея станет площадкой для проведения международного биеннале современного искусства глобального Юга, загружая туристическую инфраструктуру города.

## КОНТАКТ С ПОСЕТИТЕЛЯМИ

---

Вовлечение посетителей — важный аспект в создании культуры гостеприимства. Приоритетной задачей Галереи должно быть развитие просветительских программ и мероприятий, привлекающих аудиторию. Мы найдём правильный подход к своей аудитории, понимание её интересов и ожиданий будет оценкой успеха. Коллекция и её репрезентация должны быть доступны для всех посетителей Галереи, поэтому нам важно понимать ожидания и потребности разных целевых групп.

Мы стремимся к тому, чтобы у людей, живущих и работающих в Севастополе, возникло ощущение причастности к коллекции. Цель наших усилий состоит в том, чтобы все севастопольцы и гости города считали Галерею родным домом изобразительного искусства, местом славы и гордости за собственную историю и культуру. Чтобы они имели возможность соприкоснуться с шедеврами, где бы они ни находились.

Привлечение иностранных посетителей в музейный комплекс Российской галереи искусств будет повышать репутацию и международную значимость коллекции и культурных программ, что в перспективе обеспечит Галерею лидерство в музейном сообществе.

Каждый посетитель Галереи получит возможность полного погружения в атмосферу музея с помощью новых доступных инструментов, позволяющих легко ориентироваться на наших площадках и знакомиться с экспонатами.

Крупные выставки будут сопровождаться дополнительной информацией в печатном виде и в электронной форме.

Образовательные программы, подготовленные с учетом потребностей разных целевых аудиторий, будут призваны познакомить людей с коллекцией, вдохновить их и стимулировать к собственному творчеству. Галерея будет сотрудничать с педагогами и образовательными учреждениями, чтобы поддержать значимость изучения изобразительного искусства в школьной программе, используя для этого различные формы партнерства и современные цифровые технологии.

Создание хорошо продуманного пространства, удобного с точки зрения навигации, позволит посетителям в любое время найти нужную информацию, зарегистрироваться на выбранное мероприятие и поделиться своими впечатлениями и идеями.

Мы будем развивать динамичные формы сотрудничества с людьми творческих профессий, с организациями и другими музеями, что приведёт к появлению новых знаний и идей, а также качественных способов их воплощения в жизнь.

Семьи с маленькими детьми получают доступ к посещению экспозиций с соответствующей инфраструктурой, интерпретацией и детскими программами, сочетающими обучение и развлечение.

На молодежь и учащихся будут ориентированы привлекательные общественные пространства с доступом в Интернет, а также программа мероприятий, иницилирующих и поддерживающих дискуссии; таким образом, эти посетители ближе познакомятся с коллекцией, станут верными друзьями музея и помощниками в его работе.

У людей среднего поколения появится возможность как совместного, так и индивидуального времяпрепровождения. Они смогут знакомиться с коллекцией Галереи, изучать законы восприятия и, как результат, станут лучше понимать, каким образом искусство доставляет эстетическое удовольствие, вдохновляет и способствует расширению знаний.

Любителям старшего поколения и постоянным посетителям мы предоставим возможность участвовать в информационно-просветительских программах, которые связаны с их ценными воспоминаниями о посещении Галереи. Они смогут поделиться своими воспоминаниями с другими людьми.

Любителям с ограниченными возможностями, в том числе любителям с нарушениями зрения, мы обеспечим полноценный доступ к нашей коллекции. Мы будем выпускать аудиогиды, специальные путеводители на основе азбуки Брайля и/или предоставлять материалы в других форматах, соответствующих общепринятой мировой практике.

Общая площадь общественных и рекреационных пространств Галереи составит более 5 000 м<sup>2</sup>, в т.ч.:

- Публичные пространства (вестибюли, холлы, атриумы, кафе, магазины) – не менее 2 200 м<sup>2</sup>;
- Публичные пространства (открытые террасы) – не менее 5 000 м<sup>2</sup>.

## ОБРАЗОВАНИЕ И ТВОРЧЕСТВО

---

Современный мир предлагает молодому поколению многочисленные возможности для новых знаний и достижений, однако формирование вкуса и гражданского самосознания оказывается за скобками этого развития. Одной из основ гражданского самосознания, которым учат нас своей жизнью герои Севастополя, является внимание к другим людям и благородная жертвенность. Ни для кого не секрет, что общество будущего – это инклюзивное общество, и мы убеждены, что сегодня на базе инклюзивных программ мы закладываем фундамент здорового общества завтрашнего дня.

Образовательные программы и мероприятия Галереи должны иметь решающее значение для:

- улучшения работы с аудиторией, эффективного взаимодействия с особо важными категориями посетителей, такими как дети, социально незащищенные группы, посетители с ограниченными возможностями здоровья;
- патриотического воспитания детей и молодёжи;
- стимулирования дискуссии о деятельности представителей творческих профессий, для привлечения внимания к их работе;
- подтверждения значимости работы Галереи для национальной системы образования;
- формирования новых поколений ценителей искусства, специалистов в области искусства и меценатов;
- популяризации и продвижения музейного собрания.

Мы планируем разработать систему различных по масштабу и формату образовательных программ с учётом лучших современных практик в России и за рубежом, включающую организованные групповые мероприятия, программы для самостоятельного обучения, образовательные ресурсы на интернет-платформе Галереи, лекционные курсы, образовательные материалы, предлагаемые публике до и после посещения Галереи, публикации, экскурсии — традиционные и с использованием цифровых устройств. Мы выявим приоритетные направления работы, отвечающие критериям динамичности и актуальности и способствующие привлечению посетителей.

Эти программы будут организованы в рамках Центра образования и творчества с использованием внутренних и внешних общественных пространств. Центр будет оснащён современным оборудованием для творческих занятий, образовательных программ для детей и их родителей, а также для детей с ограниченными возможностями. Интеграция образовательного процесса в музейное пространство позволит детям не просто реализовать свой творческий потенциал, но и закрепить материал, освоенный в музее, по-новому взглянуть на шедевры изобразительного искусства и легендарную историю Севастополя.

Образовательные программы будут разнообразными по содержанию, например, программы в рамках выставок, знакомство посетителей с работой музейных специалистов — реставраторов и хранителей, новаторские проекты с участием представителей творческих профессий, знаковых фигур российского общества, СМИ и др.

Мы будем своевременно информировать аудиторию о наших образовательных программах, регистрация на

образовательные программы и покупка билетов и абонементов будут удобными и простыми.

Привлечение к образовательному процессу меценатов и попечителей позволит реализовывать масштабные и дорогостоящие проекты, приглашать известных «мировых звёзд» современного изобразительного искусства для выступлений с лекциями и мастер-классами.

Для реализации образовательных программ в Галерее будут созданы и оборудованы многофункциональные, оснащенные необходимыми материалами и инвентарем учебные помещения и предназначенные для единовременного пребывания не менее 80 учащихся. Общая площадь Центра образования и творчества составит не менее 850 м<sup>2</sup>, в т.ч.:

Мастерские и учебные классы – 350 м<sup>2</sup>;

Лекционные залы – 150 м<sup>2</sup>;

Учебно-вспомогательные помещения – не менее 350 м<sup>2</sup>.

## КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ БРЕНДА

---

Основной медийный капитал музея — это его бренд, наращивая силу и присутствие которого можно говорить как об усилении культурного влияния, так и о коммерциализации.

Посещение музея - комплексный опыт, включающий в себя не только реальное содержание (именитые художники, грамотно организованная экспозиция, комфортное освещение залов и т.д.), но и массу дополнительных факторов — начиная с вежливых гардеробщиков и заканчивая чистотой туалетных комнат.

Именно поэтому Галерея, опираясь на опыт лучших музеев мира, будет диверсифицировать пользовательский опыт, открывая на своей территории кафе (не сетевые, а под собственным брендом!), дополнительные активации (VR-комнаты, фотозоны и другие аттракционы), сезонные рор-ир точки (зимой – каток и ярмарка, летом – открытое кафе) и книжные/сувенирные лавки с линейкой фирменных сувениров.

Галерея будет использовать цифровые инструменты в рамках своей маркетинговой стратегии и расширять виртуальную коммерческую деятельность, в том числе связанную с коллекцией, образовательными программами и специальными мероприятиями.

Эта задача предполагает:

- разработку новых форм маркетинга и коммуникации;

- оптимизацию системы продажи билетов, в том числе введение электронных и комбинированных билетов, позволяющих посетить разные площадки Галереи;
- организацию рекламы мероприятий и проектов;
- налаживание продаж сувенирной и книжной продукции через Интернет;
- разработку конкурентоспособных электронных продуктов, таких как виртуальные образовательные курсы;
- привлечение денежных средств через современные цифровые платформы (краудфандинг);
- формирование активно работающего Совета попечителей – сообщества людей и организаций, заинтересованных в развитии Галереи, реализации ею ярких и запоминающихся проектов, оказывающих Галерее финансовую и нефинансовую помощь.

Все это применимо и к «закольцовыванию» опыта — созданию собственной программы лояльности. Важно, что, приобретая абонемент, посетитель обязательно регистрируется на веб-сайте Галереи и попадает в «петлю» повторного посещения — получает новостную рассылку с анонсами мероприятий, подписывается на соцсети и начинает участвовать в обсуждении работы музея в публичном поле. То есть фактически становится амбассадором бренда Галереи, чувствуя свою причастность, принадлежность к «клубу».

Помимо выставочных пространств, музейный комплекс Галереи будет располагать несколько функциональных зон, которые позволят коммерциализировать бренд и быть источником дополнительных доходов, в т.ч.:

- Кафе, ресторан – не менее 150 м<sup>2</sup>;
- Мультиплекс (кинзалы и аттракционы в составе Центра цифрового искусства) – не менее 750 м<sup>2</sup>;
- Магазины – не менее 100 м<sup>2</sup>.

## ЦИФРОВАЯ ЭКОСИСТЕМА ГАЛЕРЕИ

---

С учётом опыта режима повышенной готовности (карантина), когда все учреждения культуры имели возможность вести свою деятельность исключительно посредством цифровой коммуникации, повышается значимость создания собственной цифровой экосистемы Галереи как нового средства репрезентации коллекции, реализации образовательных программ, обеспечения возможности ведения культурного диалога в виртуальном пространстве.

Эта задача предполагает в том числе:

- широкий доступ к коллекции и распространение информации о ней;
- новые формы сообщения большого объема информации: видеоканалы, блоги, вещание (трансляции онлайн, теле- и радиовещание и т. д.);
- новые формы обмена научной информацией с помощью электронных публикаций;
- новые формы вовлечения зрителя в обсуждение коллекции;
- деятельность интернет-сообществ (для молодежи, художников и др.) на цифровых платформах Галереи;
- активное использование социальных сетей и сторонних платформ;
- новые образовательные программы, доступные через Интернет;
- новые формы творческой деятельности, включая собственное творчество пользователей;
- схемы удалённой подписки, предполагающие получение новостной рассылки, электронных журналов и пр.

Галерея будет использовать виртуальное пространство для того, чтобы обеспечить доступ пользователям по всей России и за её пределами к своей коллекции и большим объемам информации, а также для налаживания диалога, вовлечения в музейное пространство и получения онлайн образования с помощью различных онлайн платформ - традиционного сайта, контент агрегаторов, видео и онлайн-конференц сервисов, социальных сетей и мессенджеров. Таким образом, влияние Галереи на культурную жизнь многократно усилится, выйдя за пределы опыта физического посещения музея или выездных выставок.

Как уже было отмечено, современным музеям приходится отходить от концепции хранилища артефактов и становится метамедийными площадками, по сути — просветительскими проектами. Развёрнутая контентная стратегия позволит Галерее удерживать внимание аудитории и предоставить ей улучшенный посетительский опыт. Контентная стратегия может включать в себя самые различные форматы — видеозаписи, лекции, паблик токи, аудиозаписи, сторителлинг.

Однако, контент должен быть направлен именно на обогащение музейного опыта, а не на его частичную или полную замену. Контент должен популяризировать экспозиции, создавать интеллектуальный контекст для посетителей и подталкивать онлайн-аудиторию к физическому посещению музея.

Другим вектором контент стратегии Галереи станет совместная работа с блогерами и лидерами мнений. Медийные персонажи будут работать на популяризацию бренда Галереи и обеспечивать охват в первую очередь молодой аудитории.

Сегодня продвижение музейных сообществ в социальных сетях является одним из самых эффективных инструментов повышения посещаемости музеев за счёт увеличения степени вовлеченности аудитории. Онлайн-сообщества позволяют использовать различные тактики взаимодействия, в зависимости от степени вовлеченности различных сегментов аудитории. Курируя онлайн-сообщества и создавая площадки для диалога между сотрудниками Галереи и аудиторией, у Галереи появится возможность лучше понимать запросы и потребности посетителей, а значит - предоставлять им более востребованные материалы, которые с большей вероятностью подтолкнут их к посещению музея.

В дополнение к этому площадки онлайн-сообществ позволяют эффективно использовать тренд на взаимодействие аудитории с визуальным искусством. Одним из отмеченных экспертами запросов молодёжной аудитории является стремление к так называемым «сторис» и «инста-моментам» - мгновенных реакций на увиденное, на то или иное событие, премьеру, выставку и т.п, которые попадают в категорию UGC (user generated content — контент, произведённый пользователями). Стремление аудитории делиться фотографиями экспонатов со своими подписчиками является одним из значимых драйверов посещаемости и значительно эффективнее традиционной рекламы, так как вызывает большее доверие аудитории.

## СТРАТЕГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

---

В основу стратегии позиционирования Галереи будут положены следующие принципы:

- продвижение бренда Галереи как одного из ведущих художественных музеев страны. Последовательное воспроизведение образа Галереи как ведущего центра искусств, культуры, патриотического воспитания и интеллектуального досуга;
- использование всех доступных каналов коммуникации: площадки Галереи, различные платформы в рамках собственной цифровой экосистемы, партнерства в городе, в регионах и во всем мире. В рамках общей маркетинговой стратегии будет разработана стратегия по работе с различными СМИ;
- активное развитие бренда Галереи в международном пространстве, перевод всех основных материалов и информационных ресурсов Галереи на иностранные языки (прежде всего, английский и китайский), установление партнёрских связей с ведущими мировыми музеями, участие в программах обмена;
- создание системы управления взаимодействиями с клиентами, её поэтапная интеграция с сервисом продажи билетов и другими услугами. Система должна собирать и анализировать информацию о продажах в кассах, магазинах и через веб-сайт Галереи, а также о действиях посетителей как в процессе личного посещения, так и в виртуальном пространстве (например, прослушивание лекций и подкастов);
- расширение взаимоотношений с компаниями, СМИ и организациями, работающими в сфере туризма и гостеприимства. На всех экскурсионных ресурсах о

Севастополе и черноморских курортах Галерея должна быть представлена как главная достопримечательность, на туристическую аудиторию должны быть направлены отдельные рекламные кампании;

- проведение на регулярной основе социологических и маркетинговых исследований собственными силами и совместно с другими культурными учреждениями. Интегрированный исследовательский подход даст больше информации об аудитории, позволит правильно её сегментировать, отслеживать динамику процессов, повысить эффективность работы всех публичных продуктов и программ Галереи.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

---

Мы верим, что Российская галерея искусств будет музейно-выставочным центром нового поколения, точкой притяжения для севавтопольцев и гостей города, культурным тренд-сеттером. Объединяя культурную, образовательную, патриотическую, творческую и развлекательную составляющие, музей долгие годы будет привлекать зрителей любых возрастов.

И сделаем для этого всё возможное.

---