

«Сейфуллин окулары – 18: «Жастар және ғылым – болашаққа көзқарас» халықаралық ғылыми -практикалық конференция материалдары = Материалы международной научно-практической конференции «Сейфуллинские чтения – 18: « Молодежь и наука – взгляд в будущее» - 2022.- Т.II, Ч.II. – С.192-195

## РАЗРАБОТКА ОНЛАЙН-СЕРВИСА ДЛЯ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ГАЛЕРЕИ

Байгенжина М., студент 4 курса  
Казахский агротехнический университет им. С.Сейфуллина, г. Нур-Султан

### Введение

В декабре 2017 года Правительством РК была утверждена Государственная программа «Цифровой Казахстан» [1]. Цифровизация - это внедрение диджитал технологий в разные сферы жизни. В апреле 2017 года Первый Президент Казахстана в статье

«Болашаққа бағдар: Рухани Жаңғыру» отметил, что никакая модернизация не может иметь место без сохранения национальной культуры. В рамках реализации программы

«Цифровой Казахстан» были предложены инициативы по цифровизации объектов культуры: создание сети виртуальных музеев, перевод в электронный формат музейных фондов и др.[1, стр. 51]. Однако наступившая пандемия COVID-19 радикальным образом изменила привычный ход вещей, из-за чего сфера культуры понесла значительные потери. В 2020 году произошло обрушение глобальной реализации предметов искусства на 22% до 50 млрд долларов. Рынку нужно было перестроиться и пережить цифровую трансформацию форсированными темпами. В итоге продажи в онлайн формате увеличились в два раза, показав рекорд в размере 12,4 млрд долларов, рыночная ниша сегмента стала равна 25% и окрепла относительно 9% предыдущего года. По этой причине собственники галерей высказали желание в продолжении своей деятельности в онлайн режиме [2]. Цифровизация культуры - это коллаборация искусства с новейшими технологиями, что привносит элемент актуальности в мир творчества. К примеру, словом 2021 года была признана аббревиатура NFT — вид цифрового искусства, основанного на технологии блокчейна, объекты, которого видны только используя электронные устройства. В продолжении темы о революционных решениях мира искусства необходимо выделить AR/ VR технологии, открывающие новую виртуальную реальность, где с помощью QR-кодов и различных гаджетов оживают картины и перформансы. Но самым популярным и распространенным средством для взаимодействия с клиентами являются онлайн-платформы, онлайн-галереи и веб-сайты.

Оцифровка и размещение предметов искусства в глобальной сети, открытой каждому желающему, включая тех, кто не имеет возможности вживую находиться в галереях и музеях, делает онлайн-галереи более инклюзивными и доступными, а также предоставляет больше возможностей для молодых художников. Крупнейшей инициативой такого типа является Google Arts & Culture, связавшая около десятков сотен учреждений культуры с разных уголков планеты [3]. На основе этих данных, мы можем говорить, что выбранная тема актуальна и в современных реалиях для получения прибыли и привлечения новых клиентов Союзу художников г. Нур-Султан необходима своя онлайн-галерея для информирования о себе, своих услугах и осуществления деятельности для связи с покупателями. Знаменитый предприниматель Билл Гейтс почти тридцать лет назад сказал: «Интернет становится городской площадью для глобальной деревни завтрашнего дня» [4]. Отсюда возникает вопрос: Какая же городская площадь обойдется без галереи искусств? Поэтому, если говорить о хронологии изучения явления онлайн-галереи, то необходимо связать этот процесс с эволюцией глобальной сети. Профессор М. Л. Маклафлин, изучавшая связь компьютерных технологий и институтов культуры в середине 90-х годов, подчеркнула, что, несмотря на открытое отношение художников к электронным сетям, в 1994 году лишь малая часть музеев и галерей использовали компьютерные технологии как способ расширить доступ к своим коллекциям. Причинами тому были: опасения по поводу качества воспроизведенных в цифровом виде изображений и страх падения авторитета музея. Но вскоре им пришлось поменять свою позицию из-за стремительной эволюции интернета [5]. В 1999 году группа ученых из Немецкого национального исследовательского центра занималась разработкой приложения виртуальной галереи на основе Java [6]. В 2008 году Дж. Паллас и Анастасиос А. Экономидес создали фреймворк оценивания сайтов для музеев всего мира. В то время почти у каждого музея был свой официальный веб-сайт [7]. В 2013 году директор галереи Saatchi Gallery рассказала, что их месячные продажи через Интернет превосходят продажи других галерей за год. В середине 2010-х 90% галерей осуществляли сделки с клиентами с помощью только цифрового изображения [8]. Согласно отчету Hiscox Online Art Trade Report за 2015 год, онлайн-транзакции произведений искусства процветали, и 1 миллиард долларов, достигнутый в 2013 году превратился в 2,64 миллиарда долларов в 2015 году. Согласно тому же отчету, 63% респондентов-постоянных посетителей арт-платформ онлайн покупали произведения искусства через эти платформы [9]. В этом же году вышло в свет исследование ученых Саудовской Аравии, где предлагалась замена виртуальной галереей высшего учебного заведения в сегменте культуры [10]. Также в 2015 году

У. Сверчинска-Качор в научной работе «Создание художественной онлайн-выставки: влияние онлайн-контекста на опыт и поведение пользователей Интернета» провела опрос, где большинство опрошенных поддержали участие музеев в создании онлайн-галерей [11]. В 2018 году доктор С. Перри подробно изучила понятие виртуального музея, с которым можно сравнить онлайн-галерею, так как оба онлайн-сервиса демонстрируют оцифрованные изображения и общую информацию предметов искусства [12]. В этом же году А.Джайсвал в научной статье «Онлайн галерея искусств» подробно описал функции и преимущества онлайн-галерей [13]. «Виртуальная галерея как средство имитации оценки живописи при обучении искусству» - научная работа 2019 года об успешном использовании виртуальной галереи Deviantart.com в качестве средства имитации оценки картин, в ходе которого у студентов повысился средний балл с 67 до 79 [14]. Также в 2019 году Доктор М.Урбанеха в исследовании «Онлайн-выставки и онлайн-публикации» сравнила типологии онлайн-ресурсов художественных музеев и галерей [15]. Таким образом можно сделать вывод, что в период с конца 90-х годов и до 2020 года учреждения культуры внедряли цифровые технологии постепенно, но не повсеместно. 2020 год принес пандемию, что усилило интерес ученых, исследователей и СМИ к электронным средствам передачи информации и коммерции. Учредительница первого в арт-индустрии цифрового медиа-агентства ЦзяЦзя Фей в интервью новостному изданию «Artnetnews» заявляет, что почти любая творческая галерея может быстро и недорого повысить доход с помощью существующих инструментов для создания веб-сайтов или интернет-магазинов [16]. Индонезийский ученый Р. Виджоно в работе «Анализ пользовательского опыта виртуальной художественной выставки во время пандемии» проводил опрос, где 87% респондентов, видевших виртуальную выставку, дали положительные отзывы и позитивно настроены к цифровому искусству [17]. Б.Э.М. Хабельсбергер и П.В. Бхансинг после интервью с австрийскими менеджерами галерей выяснили, что многие галереи начинают изучать гибридную бизнес-модель онлайн и офлайн [18]. А. Андропова, совладелец крупнейшей ярмарки современного искусства «Cosmoscow» уверена, что в наше время будет больше новых интересных онлайн-проектов, их созданию способствует сама ситуация [19]. В исследовании «Влияние COVID-19 на использование цифровых данных в музеях и художественных галереях в Великобритании и США» можно увидеть подробнейший анализ музейного сектора Западного мира, который уверен в адаптации и поддержке дальнейших инвестиций в развитие организационной цифровой культуры для обеспечения устойчивости музеев и их способности выполнять социальную миссию и общественную пользу в Интернете в ближайшем будущем [20]. Из

многообразия онлайн-ресурсов для художественных институтов можно привести в пример сайты галерей: Российских BORSCH, Artdoart, Artcenter, Gallerix; Казахских Artvest, Artumar, Жаухар; международных Artplacer, Saatchiart, Theartling. Их опыт был использован при проектировании онлайн-галереи для Союза художников г. Нур-Султан.

#### Разработка онлайн-сервиса

Цель исследования - цифровизация галереи общественного объединения Союза художников г.Нур-Султан. В работе применялся подход «Холста цифровизации для МСП»[21], что значит подробное изучение деятельности предприятия, было проведено интервью с менеджером. Также был проведен системный анализ существующих онлайн-сервисов для художественной галереи (названия сервисов можно увидеть выше). В процессе анализа были выявлены наиболее удачные проектные решения дизайна и общих традиций онлайн-сервисов для художественных галерей. Далее были просмотрены различные технологии и инструментальные средства для разработки онлайн-галереи. Особенно интересными оказались платформы wordpress и joomla. Но был выбран последний вариант, потому что является гибким, бесплатным CMS. В joomla осуществляется постоянная техническая поддержка, широко развитые плагины, активное пользовательское сообщество, и самое главное - мультиязычность (поддержка казахского языка в интерфейсе системы). Был выбран шаблон для работы с joomla - yootheme. Данный шаблон является решением премиум уровня, и с технической поддержкой и полной документацией. В начале практической части исследования были проведены разработка архитектуры и структуры проекта. Был составлен макет, определены подпункты меню, основные страницы, согласован дизайн, составлен и подготовлен контент: текст, изображения. Далее был выбран домен painters.kz, хостинг. Последний этап работы - сама разработка проекта, тестирование и обучение персонала.

#### Заключение

В ходе работы были выполнены поставленные задачи. А именно: проведен хронологический литературный обзор по теме, изучена деятельность галереи художников г.Нур-Султан, также был проведен системный анализ существующих онлайн-сервисов для художественной галереи. При рассмотрении технологий и инструментальных средств для разработки онлайн-сервисов был сделан выбор в пользу платформы Joomla. Была разработана архитектура и спроектирована структура для онлайн-галереи. На основе технического задания была выполнена реализация программного решения в виде веб-сервиса, а также было проведено тестирование онлайн-галереи. В результате всех выполненных задач была достигнута цель исследования - разработка онлайн-галереи для

### Список использованной литературы

- 1 Республика Казахстан. Государственная программа Цифровой Казахстан. - 2017
- 2 Ежегодный доклад Art Basel and UBS Global Art Market Report. - 2020
- 3 Очерет В. AR/VR Art - будущее / Augma Studio 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://augma.studio/arvrart> (дата обращения: 08.02.2022).
- 4 Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. Изд. 2-е, исправленное»: Эксмо; Москва. 2003.
- 5 M.L. McLaughlin. Art site on the World Wide Web / Journal of Computer Communications. - 1996. - Volume 1. - No. 4.
- 6 M. Leissler, M. Hemmier, E.J. Neuhold. To the virtual internet gallery. 1999
- 7 Pallas, J., Economides, A.A. Evaluation of the websites of art museums around the world MUSEF, - 2008.
- 8 Hudson A. Art sells more online than in galleries. [Electronic resource] / BBC Click, 2013. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-23054641> (дата обращения 02.08.2022).
- 9 Ежегодный доклад Hiscox 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2017-05/hiscox-online-art-trade-report-2015.pdf> (дата обращения: 08.02.2022).
- 10 Alawad, A., Aljufi, M., Tiwari, A., Dagestani, L. Beyond Geographical and Cultural Barriers: A Virtual Gallery Concept for Art, Design, and Architecture Schools in Saudi Arabia / Art and Design Review, - 2015. - No. 3. - 87-93 p.
- 11 Swiercinska-Kacor, U. Creating an Online Art Exhibition: The Impact of Online Context on the Experience and Behavior of Internet Users / FedCSIS, - 2015.
- 12 Perry, S. E., Russu, M., Economou, M. et al. Going Beyond the Virtual Museum: Emotional Engagement of Visitors / In: 23rd International Conference on Virtual Systems and Multimedia, Dublin, - 2017. -1- 8 p.
- 13 Jaiswal. Online Art Gallery / Granthaalayah International Research Journal, - 2018.  
a. No. 6. - 403-406 p.
- 14 E. Sugiarto, J. Giulia et al. Virtual gallery as a means of simulating the assessment of painting in art education. IOP Publishing Ltd. - 2019.

- 15 M.I. Urbaneha. Online Exhibitions and Online Publishing: A Study of Online Resource Typologies in Art Museums. - 2019.
- 16 Schneider T. What Really Works From Selling Art Online. [Electronic resource] URL: <https://news.artnet.com/market/art-world-online-art-market-1808664> (date of access: 02/18/2022).
- 17 Vidzhono R.A. Analysis of the user experience of a virtual art exhibition during a pandemic. - 2020.
- 18 Beatrix EM, Habelsberger P, Bhansing W. Art gallery transformation: is COVID-19 driving digitization? - 2021.
- 19 Филиппова Т. Рынок современного искусства перемещается в Интернет [Электронный ресурс] URL: <https://kulturomania.ru/articles/item/rynok-sovremennogo-iskusstva-peremeshchaetsya-v-internet/> (дата обращения: 24.02.2022).
- 20 Norer L., Gilmour A., Jay S. et al. The impact of COVID-19 on the use of digital data in museums and art galleries in the UK and US / *Humanit Soc Sci Commun*, - 2021. - No 8. - 236 p.
- 21 Heberle A., Löwe W., Gustafsson A., Worrey O. Digitization Hollow — Towards Identifying Digitization Use Cases and Projects / *Journal of Universal Computer Science*, - 2017. - Vol. 23. - No. 11. - 1070-1097 p.