

## Современный музей в эпоху digital

Научный руководитель – Михайлов Алексей Валерианович

*Инешина Дарья Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф.

Решетнева, Красноярск, Россия

*E-mail: dasha.ineshina@yandex.ru*

Музей в традиционном понимании — устойчивая консервативная организация, предназначенная для хранения и консервирования артефактов далекой и близкой истории, создающая условия для ознакомления с ними различных целевых аудиторий через визуальные каналы.

В подобном музее ничего не должно меняться, экспонаты (именно экспонаты! — они *экспонируются*) находятся всегда на одних и тех же местах, в течение нескольких поколений, и больше ничего не отвлекает внимания аудитории.

Многие люди с традиционным взглядом на жизнь приходят в музей, чтобы окунуться в эпоху прошлого времени, изучить старинные экспонаты более детально. Их привлекает именно само содержание объекта. Современная молодежь живет в эпоху цифровых инновационных технологий и ее почти невозможно привлечь тайнами и загадками далекого прошлого. Ей необходимы новейшие технологии для изучения истории. Такой способ не только привлекает новую аудиторию, но и открывает новые возможности для самого музея, например, виртуальное сохранение старинных коллекций, которые подвержены разрушению, путем их оцифровки, так и при взаимодействии со зрителями при помощи интерактивных форматов.

Традиционные музеи сейчас создают сообщества в социальных сетях, используют мобильные приложения, технологии VR (виртуальная реальность), интерактивные сайты и интернет-магазины, пытаются наладить контакт с аудиторией по всему миру на понятном для аудиторий языке и привлекая к себе внимание посетителей, тем самым повышая свою популярность в аудиториях, занимая более высокие строчки в рейтингах музеев мира по работе со зрителями.

В век новейших информационных технологий сайт необходим каждому музею, так как на нем можно узнать всю необходимую информацию о музее: точное местонахождение, режим работы музея, расписание выставок, возможность купить билеты онлайн. Кроме этого, у многих музеев существует свой интернет-магазин с сувенирной продукцией музея, или ознакомительный виртуальный тур по основным залам музея, который предоставляют многие мировые музеи, например, Государственный Эрмитаж или Лувр.

Сайт Государственного Эрмитажа позволяет получить максимально полное представление о музее: история музея, обзоры постоянных и временных выставок, планы размещений коллекций по этажам. Кроме этого, можно ознакомиться с архивом уже прошедших выставок. Сайт позволяет пользователям осуществить виртуальный тур по музею. Для этого необходимо выбрать соответствующий раздел во вкладке.

На сайте также должен быть раздел «Билеты», или «Купить билеты», или «Афиша», где можно узнать подробную информацию о стоимости входного билета, времени работы, а также тут же приобрести электронный билет в музей, лучше со скидкой или бонусом. Это очень удобно для тех, кто не любит большие очереди на кассе.

К официальному сайту Эрмитажа есть дополнение - интернет-магазин — [www.hermitageishop.ru](http://www.hermitageishop.ru). Его ассортимент включает в себя продукцию реплик экспонатов музея ручной

работы с использованием старинных техник старинных мастеров и высококачественные копии произведений искусства, хранящихся в Эрмитаже. В Интернет-магазине можно найти оригинальные сувениры, большая часть которых создана специально для Эрмитажа.

Магазин представляет эксклюзивную коллекцию репродукций на холсте, включающей более 300 живописных произведений — от эпохи Средневековья до XX века. На сайте можно найти также копии старинных скульптур, посуды или предметов декора, коллекцию реплик ювелирных украшений, текстиля и аксессуаров, созданных по мотивам произведений искусства из собрания Эрмитажа.

Для детей магазин предлагает товары из специально разработанной детской коллекции, который включает игрушки, футболки, сумки, детский фарфор, книги, пазлы, сувенирные магниты, канцелярские принадлежности. В Интернет-магазине музей также предоставляет возможность приобрести входной билет.

На сегодняшний день социальные сети стали неотъемлемой площадкой для коммуникации между музеем и посетителями. Личные страницы в социальных сетях привлекают больше внимания, могут заинтересовать посетителей предстоящими событиями, анонсами выставок, фотообзорами, видеоматериалами или интересными рубриками. А возможность оставлять отзывы в социальных сетях помогает сотрудникам музея больше понять интересы своих аудиторий и улучшить взаимодействие с ними.

Мобильные телефоны и планшеты — важная часть жизни сегодняшних людей. Все больше музеев выпускает приложения для смартфонов. Это аудиогиды, виртуальные экскурсии, навигаторы, игры, интерактивные атласы. С их помощью можно оценить основные музейные шедевры, проверить свои знания в области искусства, создать картину или купить билет в музей.

В основе всех мобильных приложений заключена идея, которую можно сформулировать как «музей в кармане». У посетителя всегда есть доступ к музейным сокровищам. Кроме этого, создаются специальные мобильные приложения развлекательного характера. Их создают, чтобы вовлечь молодежную аудиторию в музейный мир постепенно, не перегружая информацией. Если молодой человек увидел яркое, красочное приложение, затем скачал его, поиграл в него, потом еще поиграл, а далее порекомендовал своим знакомым, и потом уже он сам не заметит, как придет уже лично в музей.

Например, такова игра Tate Britain Quiz Trail — приложение крупнейшей галереи Тейт в Лондоне в Великобритании. Если пользователь в ней правильно ответит на 10 вопросов по искусству, то получит скидку в интернет-магазине галереи. Причины, по которым музеи обратились и продолжают обращаться к мобильным приложениям, — приложения дают новый способ получения информации посетителем, предоставляют двусторонний обмен информацией. В них также можно оставлять отзывы, привлечь молодёжь, которая не выпускает смартфоны из рук ни на секунду. В приложениях можно получить и обсудить информацию до и после выставки, а не только на ней.

Пока новые технологии приходят в музеи не так быстро, как хотелось бы посетителям, особенно молодому поколению. Благодаря проектам цифровых коммуникаций, используемых музеями, объекты искусства становятся намного ближе людям, живущим далеко от самых известных музеев мира, расширяется их аудитория, увеличивается присутствие в интернете.

### Источники и литература

- 1) Ираидина М. Как музеи увеличивают целевую аудиторию с помощью digital. <https://outofcloud.ru/blog/2017/03/30/kak-muzei-velichivayut-celevuyu-auditoriyu-s-pomoshhyu-digital/>

- 2) 2. Интерактивные и мультимедийные технологии в музее. <http://www.ascreen.ru/projects/type/more.php?id=32>
- 3) 3. Колачев М.А. Новейшие технологии в музейном пространстве // Молодой учёный. 2018. № 6 (192). С. 34.
- 4) 4. Музей в поисках аудитории. <https://iskusstvo-info.ru>
- 5) 5. Сайт Государственного Эрмитажа. <https://www.hermitagemuseum.org>
- 6) 6. Эрмитаж. Погружение в историю в сопровождении Константина Хабенского. Hermitage.vr: <https://hermitage-vr.timepad.ru>