

ХАКИМОВА Е. М.

**Южно-Уральский государственный университет (национальный
исследовательский университет)**

АНТРОПОВА В. В.

Челябинский государственный университет

МУЗЕИ И МЕДИА: ИНСТРУМЕНТЫ СОВРЕМЕННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Фонда перспективных
научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» (№ 126–1 от 2024)*

Аннотация. В работе рассмотрены особенности представления культурного наследия в цифровой среде. Систематизирована научная информация о современных медийных инструментах в музейных коммуникациях. Установлено, что цифровой инструментарий успешно использовался в ходе информационного сопровождения выставки-маршрута «Отвергнутые шедевры. Вызов Павла Третьякова» (Третьяковская галерея; 2021–2023 годы).

Ключевые слова: медиакоммуникация, цифровая среда, медиа, музей, музейная коммуникация, просветительский проект, выставка-маршрут.

KHAKIMOVA E. M.,

South Ural State University (National Research University)

ANTROPOVA V. V.

Chelyabinsk State University

MUSEUMS AND MEDIA: TOOLS FOR MODERN PRESENTATION OF CULTURAL HERITAGE

Abstract. The paper deals with the presentation of cultural heritage in the digital environment. Scientific information about modern media tools in museum communications is systematized. Particular attention is paid to the digital tools used during the information support of the exhibition route “Rejected Masterpieces. Challenge of Pavel Tretyakov” (Tretyakov Gallery; 2021–2023).

Keywords: media communication, digital environment, media, museum, museum communication, awareness project, exhibition route.

Оказывая существенное влияние на коммуникативные практики во всех сферах человеческой деятельности, динамичное развитие информационных технологий приводит в том числе к изменению способов презентации культурного наследия как в физическом, так и в медийном пространстве.

Предметом нашего исследования являются медиакommunikации современных музеев, реализующиеся сразу в двух средах – аналоговой и цифровой. При этом воздействие традиционных инструментов (общение с сотрудниками в ходе экскурсий, полиграфическая продукция с информацией о деятельности музея и т. д.) усиливается благодаря использованию новых медиатехнологий.

В исследованиях по теории музейной коммуникативистики рассматривается множество цифровых инструментов: технологии виртуальной и дополненной реальности, которые не только расширяют экспозиционно-выставочное пространство медийной компонентой с мощным смысловым наполнением и развитой системой выразительных средств, но и соединяют музеи друг с другом, включая их в более широкий социокультурный контекст [1]; специализированные информационные ресурсы, предоставляющие пользователям свободный доступ к изображениям и описаниям экспонатов из музейных коллекций (Государственный каталог Музейного фонда РФ; (<https://goskatalog.ru/portal/#/>), а также к материалам о произведениях искусства, биографиям художников и коллекционеров, сообщениям о мероприятиях и др. (раздел «Музеи» на портале «Культура. РФ»; <https://www.culture.ru/?ysclid=lsz9jhq6y322116337>) [2]; официальные сайты музеев, где детализированная информация об организациях, их коллекциях, экспозициях, научно-образовательных мероприятиях подготовлена специалистами, представлена, как правило, в академичной форме и дополнена сервисами электронной коммерции [3]; цифровые представительства музеев на блог-площадках, видеохостингах, в соцсетях и мессенджерах, формат которых позволяет использовать креативные приемы (онлайн-квест, голосование, викторина, тест и т. п.), взаимодействуя с пользователями в интерактивном режиме и привлекая их к созданию и распространению контента [4]. Отметим также онлайн-площадки информационных агентств, СМИ и новых медиа, размещающих новостные материалы о просветительских мероприятиях и увеличивающих за счет своей целевой аудитории число посетителей в реальном и виртуальном музейном пространстве.

Что касается практики, то в качестве примера успешного применения цифрового инструментария, на наш взгляд, можно привести информационное сопровождение экспериментальной выставки-маршрута «Отвергнутые шедевры. Вызов Павла Третьякова» (Государственная Третьяковская галерея; 16.09.2021–20.09.2023).

Таким образом, систематизация научной информации и осмысление реального опыта показывают, что цифровизация музейных коммуникаций – чрезвычайно перспективное направление, имеющее как теоретическую, так и прикладную ценность. Обращение к конструктивным возможностям новых медийных инструментов и правильное, экологичное их использование способствует трансформации культуры потребления в творческую культуру сопричастности, необходимую для развития музеев под влиянием современных цивилизационных трендов.

Литература

1. Барсукова Н. И. Медиапространство музея как поиски нового формата / Н. И. Барсукова, Н. В. Родионова // *Костюмология*. – 2022. – Т. 7. – № 1. – URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/14IVKL122.pdf> (дата обращения: 25.02.2024).
2. Никуличева А. А. Влияние цифровизации на развитие музейной коммуникации / А. А. Никуличева, Р. Р. Вахитова // *Наука и практика в образовании: электронный научный журнал*. – 2022. – Т. 3. – № 5. – С. 297–302.
3. Методические рекомендации по созданию и эксплуатации сайтов и порталов учреждений культуры музейного типа. – Москва. – 2018.
4. Олейникова Е. А. Музеи в социальных медиа: особенности коммуникации / Е. А. Олейникова // *Философско-культурологические исследования*. – № 11. – 2022. – 25 июля. – URL: <https://fki.lgaki.info/2022/07/25/музеи-в-социальных-медиа-особенности/> (дата обращения: 25.02.2024).