

Музеи онлайн: новые форматы работы в ситуации пандемии

Научный руководитель – Смыкова Евгения Юрьевна

Смыкова Евгения Юрьевна

Кандидат наук

Институт социологии НАН Беларуси, Центр социологии культуры и социальной сферы,
Отдел социологии культуры, Минск, Беларусь

E-mail: evgsmukova@gmail.com

Современный кризис, вызванный ситуацией пандемии, привел к трансформации понимания роли культурных институций в обществе. Текущие обстоятельства актуализируют необходимость поиска новых форматов и подходов к работе культурных институций, в том числе и музеев. Формат современного музея требовал трансформации своей деятельности еще задолго до начала пандемии. В современных условиях онлайн пространство выступает для музея фактически единственной формой взаимодействия с посетителями. Ограничения, возникшие из-за пандемии, нельзя рассматривать как полное прекращение деятельности музеев, они предполагают перенос различного рода музейных мероприятий в онлайн пространство. В подобном контексте мероприятия, организованные в онлайн пространстве, позволят расширить представления посетителей о музейных экспонатах посредством размещения дополнительной информации о них. Более того, организованные онлайн проекты помогут не только изучить принципиально новый опыт нахождения человека в ситуации самоизоляции, но и стать объектом исследования и презентации на будущих выставках. Поскольку, как отмечают эксперты, нахождение человека в самоизоляции является достаточно травматичным опытом, который способствует формирования принципиально новых моделей поведения.

Музеи в последнее время активнее стали применять цифровые форматы организации различного рода деятельности - образовательной, коммуникационной направленности, а также использовать возможности онлайн бронирования экскурсий, продажи электронных билетов, создание 3 D моделей экспонатов, мультимедийные проекты и т.д. Использование цифровых технологий является наиболее эффективным способом оставаться в активном взаимодействии с музейной аудиторией. Как показывают результаты исследования, проведенного сетью европейских музейных организаций (NEMO), в рамках которого принимало участие порядка 650 музеев из более чем 41 страны мира, только 60% музеев во время карантина расширили свое присутствие в Интернет-пространстве с помощью различных сервисов, 40% учреждений отметили рост посещаемости их веб-сайтов, 13,4% - увеличили расходы на осуществление цифровой деятельности [1].

Сегодня музеи вынуждены осваивать принципиально новые форматы работы, внедрять последние достижения в области цифровых технологий, обучать своих сотрудников работе с ними. Со временем предлагаемые музеями онлайн-проекты выйдут на новый уровень, станут более качественно разработанными и не будут ограничиваться сугубо работой в социальных сетях и онлайн-трансляциями. Ряд специалистов отмечает, что репрезентация деятельности музеев в интернет-пространстве в большинстве случаев не всегда является грамотно разработанной и организованной. Более того, некоторые специалисты считают, что вследствие активного освоения интернет-пространства и действуя по некоторому образцу, музеи упускают возможность предложить продукт, который не разработан иными культурными институциями. Поэтому крайне важно музею иметь четкое представление относительно целевой аудитории, на которую рассчитан предлагаемый культурный

проект, используемых механизмов и приемов, которые сформируют заинтересованность посетителей к данному учреждению.

Среди наиболее ярких примеров онлайн-проектов, которые активно продвигают музеи во время карантина, можно выделить следующие: проведение мастер-классов для различных категорий музейной аудитории, онлайн-трансляций из мастерских художников, искусствоведов. Кроме того, особое место занимает организация тематических вебинаров, флэшмобов в поддержку деятельности учреждений, видеоэкскурсий, видеоквестов по залам экспозиции, видеолекций, консультаций музейных специалистов и т.д. Некоторые музеи в период закрытия разработали собственный подкаст, подготовили образовательные проекты, осуществили подборки архивов.

Расширяют музеи свое присутствие и в социальных сетях, подготавливая материалы по истории музейных экспонатов, их авторов, онлайн-эферы тематических лекций. Как правило, именно в социальных сетях различного рода акции, в том числе и флешмобы, проводятся в формате сторителлинга, то есть связывая повседневные практики человека с музейными коллекциями.

Таким образом, в условиях современной ситуации музей вынужден активно внедрять дистанционные формы работы с посетителями, представляя музейный продукт в онлайн-пространстве. В перспективе музеям необходимо будет более гибко планировать мероприятия, качественно сочетая как онлайн, так и оффлайн культурные проекты, исходя из имеющихся инфраструктурных и кадровых ресурсов. Перед музеями сегодня стоит задача, чтобы после завершения карантина, организованные онлайн-проекты, способствовали формированию заинтересованности среди посетителей к дальнейшему посещению музея - уже офлайн.

Источники и литература

- 1) NEMO publishes initial results of survey on the impact of the corona crisis on museums in Europe [Electronic resource] // Network of European Museum Organisations. – Mode of access: <https://www.ne-mo.org/news/article/nemo/nemo-publishes-results-of-survey-on-the-impact-of-the-corona-crisis-on-museums-in-europe.html>. – Date of access: 15.02.2021.