

- турном измерении // Человек. Общество. Инклюзия. 2015. № 4(24). С. 47-51.
9. Соболева Е.С., Эпштейн М.З. Эволюция концепции музеев в меняющемся мире // Вопросы музеологии. 2011. № 1(3). С. 8-19.

УДК 069.1

**ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(НА ПРИМЕРЕ ЦЕНТРАЛЬНОГО ВОЕННО-МОРСКОГО МУЗЕЯ)**

Екатерина Андреевна Штина,
младший научный сотрудник,
ФГБУ «Центральный военно-морской музей» Минобороны России
E-mail: ekaterina.shtina@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются отдельные аспекты применения информационно-коммуникационных технологий в деятельности по продвижению музейного контента.

Ключевые слова: музееведение, информационные технологии, продвижение музея.

**INFORMATION AND COMMUNICATION SUPPORT OF MUSEUM ACTIVITY
(THROUGH THE EXAMPLE OF THE CENTRAL NAVAL MUSEUM)**

Ekaterina Shtina,
Junior research scientist,
The Federal State Budgetary Institution
«Central Naval Museum»,
Department of Defense
E-mail: ekaterina.shtina@gmail.com

Abstract. The article considers some aspects of the application of information and communication technologies in the museum activity to promote museum content.

Keywords: museology, information technologies, museum promotion.

Музей, как социально-культурный институт, традиционно выполняет функцию не только сохранения исторического наследия, но и его популяризации в обществе, выполнения актуальных воспитательных и образовательных задач в условиях всё возрастающей возможности для получения знаний [2, с. 24]. С развитием информационно-коммуникационных технологий возникают идеи и устремления к их повсеместному внедрению и продуктивному использованию в музейной работе для обеспечения продвижения музея, музейного собрания и научных знаний.

Современные информационные технологии являются неотъемлемым компонентом работы Центрального военно-морского музея (ЦВММ), позволяющим решать широкий спектр музейных задач и предоставляющим музею стратегические преимущества. Например, с их помощью становятся возможным:

- реализация социального принципа открытости музейного собрания за счет предоставления общественного доступа к оцифрованным коллекциям, в том числе с помощью официального сайта и работы в системе «Госкаталог»;
- расширение экспозиционных возможностей, показ предметов в нетрадиционном ракурсе, экспонирование недоступных для показа вещей, усиление аттрактивности и информативности экспозиции;
- работа с индивидуальными посетителями, разработка мобильных приложений и подбор персональных маршрутов, реализация технологии дополненной реальности, обеспечение навигации по музейному пространству, предоставление справочной информации;
- популяризация деятельности за счет Интернет-сайтов, социальных сетей, получение обратной связи от посетителей и организация музейного онлайн-сообщества;
- появление новых возможностей для просветительской деятельности, организация компьютерных центров, совместных программ с образовательными и культурными учреждениями;
- обеспечение эффективного управления, использование IT как инструмента поиска ресурсов и партнеров для различных музейных программ, координации деятельности между различными культурными организациями.

Грамотная организация информационной базы ЦВММ, разработка цифровой стратегии, компетентное объединение физических коллекций музея и предоставляемых информационными технологиями возможностей, обоснованное внедрение новых программных решений позволяет улучшить функционирование музея, решить утилитарные вопросы, усилить эмоциональное воздействие музея на посетителя, его просветительское влияние, сделать музей доступнее и популяризировать собрание.

Так, в Центральном военно-морском музее и его филиалах активно используются сенсорные информационные киоски и плазменные панели с презентациями, созданными на основе «внутримуззейной» базы данных с добавлением интерактивных, мультимедийных элементов и информационно-поисковой системы по этой базе. Очень важно не просто разместить в экспозиции сенсорные киоски и экраны, но наполнить их по-настоящему полезным, информативным и увлекательным содержанием, специально разработанным для каждого раздела экспозиции и дополняющим основную концепцию [5, с. 12-14]. Контент информационных систем должен быть научно структурирован, интересен и понятен посетителям к нему обращающимся, состоять из многоуровневой структуры с интуитивно понятной системой ориентирования по ней [1, с. 16]. Необходимо анализировать, насколько вписывается каждый киоск в концепцию экспозиции, способен ли задержать внимание посетителя, не подавляет ли он реальные экспонаты, что посетители приобретают, заканчивая работу с ним.

К сожалению, размещенные в период переезда Центрального военно-морского музея в новое здание и создания обновленной экспозиции в 2014 г. сенсорные киоски постепенно начинают устаревать, возникает потребность в новых решениях, способных удовлетворить современные запросы посетителей, в том числе популяризировать историю Российского флота в молодежной среде, в соответствии с миссией патриотического воспитания подрастающего поколения.

Крупные европейские музеи (Немецкий музей достижений науки и техники в Мюнхене, Музей науки в Лондоне) приобретают так называемые «дискуссионные терминалы», с помощью которых посетители могут обмениваться мнениями насчет различных спорных исторических и научных проблем [10, с. 376-377]. Такие устройства побуждают посетителей к углубленному анализу проблемы, развитию критического восприятия, высказыванию собственной точки зрения, что приводит к ощущению сопричастности историческим событиям и установлению обратной связи с музеем.

Согласно внутреннему социологическому исследованию ЦВММ, традиционные аудиогиды также уже не привлекают современного посетителя. Из-за популярности мобильной техники и планшетных компьютеров всё большую актуальность в музеях приобретают мобильные приложения, предназначенные для самостоятельного осмотра экспозиции. В июне 2018 г. Центральный военно-морской музей запустил для посетителей мобильное приложение на платформе «ARTEFACT» [9], являющейся бесплатным для музеев проектом Министерства культуры РФ. Данное приложение позволяет (с помощью специальной технологии распознавания по изображению) при наведении камеры на экспонат получить всю необходимую данные о предмете (расширенный этикетаж, фотографии предмета до реставрации, оборотную сторону, тематические видеоматериалы и т.п.) Помимо текстовой, аудио- и видео информации в приложении используется технология дополненной реальности: на предмете на экране появляются интерактивные метки, при нажатии на которые можно узнать интересные факты о деталях экспоната.

При разработке мобильного приложения музей отказался от проектов, предполагающих «оживление» картин и создание 3D-моделей кораблей на экране мобильного телефона, так как подобные обладающие высокой степенью аттрактивности информационные технологии зачастую подавляют экспонаты и не имеют какого-либо научного или образовательного потенциала для посетителей.

С развитием Интернет-технологий всё большее значение приобретает официальное музейное представительство в сети. Собственный сайт открывает перед музеем широчайшие возможности для презентации своих собраний, интеграции в систему российских и зарубежных культурных организаций, обмена профессиональной информацией, привлечения спонсоров, создания виртуальных экспериментальных проектов [4, с.73-87]. Сайт ЦВММ включает в себя как справочную информацию о возможности посещения, истории музея, коллекциях, экспозиции и выставках, так и сведения об образовательной и научной деятельности, научные публикации сотрудников [8]. Кроме того, сайт ЦВММ представлен в английской версии и версии для слабовидящих.

Если обратиться к опыту крупных зарубежных музеев, то можно отметить, что сайт Лувра помимо этого может предложить посетителям аудиогид, виртуальный тур, возможность подбора индивидуального маршрута по экспозиции и создания персонального аккаунта на сайте, открытые базы данных собраний с полной информацией о предметах, научно-познавательные фильмы и мультфильмы о музейных коллекциях, маршрутные листы с заданиями для школьников и студентов, онлайн-магазин [11]. Важным является не только информационная наполненность сайта и постоянное обновление контента, но и функциональность, интуитивно понятный интерфейс, удобная навигация, дизайн, наличие мобильной версии сайта.

В последние годы большое значение приобретает также продвижение музея и музейного контента в социальных сетях («Facebook», «Twitter», «Instagram», «ВКонтакте»), обеспечивающее популяризацию музея и его тематики, привлечение внимания к отдельным событиям, возможность предоставления дополнительной информации, расширение форм общения и получение обратной связи, сбор статистических сведений [7, с. 10-11]. Не менее важным в деле взаимодействия музея с социумом является размещение анонсов и новостей о музее не только на своем сайте, но и на новостных музейных порталах, в частности на портале «Музеи России» [6] и «Культура РФ» [3]. Последний сайт, проект Министерства культуры РФ, предоставляет возможность после регистрации раз в два месяца заказывать бесплатное продвижение новости специалистами Министерства в социальных сетях, на крупных Интернет-ресурсах («Яндекс. Афиша» и т.д.), в СМИ. Также на этом портале проводятся постоянные вебинары по обучению сотрудников новым методам распространения информации, ведению представительств в социальных сетях.

Таким образом, существует широкий круг возможностей для применения информационных технологий в практической деятельности музея. Они находят своё место при реализации экспозиционной, научно-просветительской функций, менеджмента и маркетинга. Грамотно используемые информационно-коммуникационные технологии позволяют разрабатывать электронные образовательные программы и разнообразные мобильные приложения в рамках научно-просветительской деятельности, распространять сведения о музее в реальном и Интернет-пространстве, продвигать музейный контент, получать отклик от посетителей с помощью социальных сетей.

Литература

1. Богомазова Т.Г. Экспозиция без границ: от музейной базы данных к информационно-экспозиционному пространству музея // Международная конференция «ЮНЕСКО между двумя этапами Всемирного саммита по информационному обществу»: тез. докл. СПб, 2005. С. 16.
2. Клячина А.Р. Информационные технологии в развитии музейного маркетинга // Научные труды Московского гуманитарного университета. М., 2017. №1. С. 24.
3. Культура. РФ. Портал культурного наследия, традиций народов России. [Электронный ресурс] URL: <https://www.culture.ru/> (дата обращения: 1.07.2018).
4. Лебедев А.В. Музейные представительства в Интернет // Музей и новые технологии / Сост. и науч. ред. Н.А. Никишин. М., 1999. С. 73-87.
5. Лошак Ю.М., Кошечева Е.Л., Богомазова Т.Г. Разработка электронной музейной экспозиции, интегрированной с базой данных, созданной на основе системы «КАМИС 2000» // Конференция EVA'2002 Москва «Информация для всех: культура и технологии информационного общества»: тез. докл. М., 2002. С. 12-14.
6. Музеи России. [Электронный ресурс] URL: <http://www.museum.ru/> (дата обращения: 1.07.2018).
7. Николаева Т.Ю. Использование социальных сетей в музейной деятельности. Цели, проблемы и перспективы // Конференция EVA'2012 Москва «Развитие и сохранение элек-

- тронного культурного и научного наследия»: тез. докл. М., 2012. С. 10-11.
8. Центральный военно-морской музей [Официальный сайт] [Электронный ресурс] URL: <http://navalmuseum.ru/> (дата обращения: 1.07.2018).
 9. Artefact. Гид по музеям [Электронный ресурс] URL: <https://ar.culture.ru/> (дата обращения: 1.07.2018).
 10. Knipfer K. Demonstration of a Discussion Terminal for Knowledge Acquisition and Opinion Formation in Science Museums // Proceedings of the 7th International Conference on Computer Supported Collaborative Learning. New Brunswick, N. J.: International Society of the Learning Sciences, 2007. p. 376-377.
 11. Louvre Museum [Official website]. [Электронный ресурс] URL: <http://www.louvre.fr/en> (accessed: 1.07.2018).

УДК 316.7

**КУЛЬТУРА ВОСПОМИНАНИЙ РОССИЙСКИХ НЕМЦЕВ:
НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНСКОГО РЕГИОНА**

Евгений Альбертович Эйхельберг,
к. филос. н., доцент, член правления землячества российских немцев,
E-mail: eiche@mail.ru

Аннотация. Культура воспоминаний российских немцев показывает, как они относятся к своему прошлому и своей истории. Особый интерес представляет дискурс между культурами воспоминаний российских немцев, которые остались в России и которые переселились в Германию. Существуют и определенные отличия от официальной социальной памяти. Эта проблема рассматривается на примере российских немцев Тюменского региона в проекте общественной организации землячества российских немцев (Landsmannschaft der Deutschen aus Russland e.V.) при поддержке правительства земли Северной Рейн-Вестфалии.

Ключевые слова: культура воспоминаний, российские немцы, Тюменский регион.

**CULTURE OF MEMORIES OF THE RUSSIAN GERMANS:
ON THE EXAMPLE OF THE TYUMEN REGION**

Eugen Eichelberg,
Candidate of philosophical sciences, Dotsent,
Member of the Russian Germans community,
E-mail: eiche@mail.ru

Abstract. The culture of the memories of Russian Germans shows the attitude to their past and their history. The discourse between the cultures of the memories of Russian Germans who remained in Russia and those, who migrated to Germany, is revealed in the article. There are certain differences from the official social memory. This problem is considered on the example of the Russian Germans of the Tyumen region in the project of a public organization of Russian German community (Landsmannschaft der Deutschen aus Russland e.V.) with the support of the government of North Rhine-Westphalia.