

Музей 2025



Funded by
the European Union

Руководство
Музей 2025

Составлено в рамках проекта «Трансграничное поощрение исторического и культурного наследия при помощи музейных инноваций».

Цель:
подготовить содержательное наполнение электронного руководства, рассматривающего сложности, испытываемые современными музеями, а также возможности и перспективы их развития, сотрудничество с другими учреждениями, внося предложения и видение успешного будущего развития музеев, которое также может использоваться в повседневной музейной работе.

Содержание:

- 4. Введение
- 14. Глобальные вызовы. 2020–2021
- 20. Развитие региональных музеев – управление и цифровая стратегия
- 28. Характеристика целевых групп – местные жители и туристы
- 38. Методология – современные технологии и творческие индустрии
- 48. Примеры надлежащей практики использования передовых методов и инструментов в музее
- 128. Музей 2025. Тенденции

Введение





В задачи любого музея входит содействие сохранению и развитию местной культурно-исторической идентичности путем создания интересных и привлекательных экспозиций, выставок, непрерывного повышения качества и многообразия предложений, с одновременной заботой о стабильности. В музейной отрасли это является необходимостью и одновременно возможностью учиться, вдохновляясь работой друг друга, и представлять результаты проделанной работы. Современный мир ожидает от музеев, что они будут предлагать обществу необходимую и в то же время занимательную информацию, с использованием современного языка общения. Посетители стали и становятся все более требовательными. Музеи тоже становятся более доступными самому широкому кругу посетителей.

Чтобы поддержать развитие музеев как важной части культурного наследия и туризма, реализуется проект «Трансграничное поощрение исторического

и культурного наследия при помощи музейных инноваций».

Участники проекта: Паневежский краеведческий музей (Литва) и Прейльский музей истории и прикладного искусства (Латвия) обладают разными мощностями комплектования фондов, человеческих и финансовых ресурсов. Объединение в реализации проекта дало возможность проанализировать и выявить области, в которых с использованием инноваций, уделяя особое внимание применению современных технологий, можно двигаться к статусу стабильного музея. Несомненно, именно интерактивные решения вводят в употребление новые формы передачи информации и обеспечивают современные средства общения, делающие музейную коммуникацию более интересной, информационно емкой и удобной.

В Паневежском музее создается экспозиция, основанная на современных технологиях.

Немного иной путь выбрал Прейльский музей истории и прикладного искусства. Принимая участие в проекте, в качестве одного из нововведений он выбрал выход за стены музея. В настоящий момент музей предлагает экспозицию под открытым небом «Рассказ дуба», которая освещается и является доступной для посетителей круглосуточно. В качестве примера надлежащей практики необходимо упомянуть открытые стендовые выставки, дизайн которых позволяет свободно менять и предлагать информацию на актуальные для музея темы. Стендовые выставки тоже можно осмотреть в любое время суток.

Одним из отличительных признаков Прейльского музея истории и прикладного искусства является создание сети контактов. В структуру краевого музея в настоящий момент входят дом керамики Поликарпа Чернявского (*Polikarps Čerņavskis*) (частный объект), музей 1-й Прейльской основной школы (муниципальное образовательное учреждение),

капелла Прейльской усадьбы (собственность католического прихода), к которым в 2022 году присоединилась Главная библиотека Прейли. Экспозициями и выставками в вышеуказанных зданиях музей постоянно привлекает новые целевые аудитории.

Основой каждого музея является целенаправленно скомплектованный фонд, поддерживаемый в соответствии с нормативами и создающий базу для разных уровней образования. Качественно оцифрованный фонд – один из признаков хорошего музея. Цифровизация – это способ, который ограничивает физическое использование фондов и гарантирует их сохранность, одновременно обеспечивая широкий доступ к коллекциям. И, безусловно, цифровизация фондов создает новые возможности экспонирования и доступа к ним. Именно об этом заботится Прейльский музей, планируя использовать в оцифровке отдельных коллекций технологии трехмерного изображения.

Важно не потерять баланс между музейными предметами с их особой аурой и цифровыми изображениями на экспозициях и выставках. Нельзя забывать и о том, что поддержание и систематизация цифрового фонда тоже требует знаний, времени и средств.

Для укрепления у молодого поколения национальной идентичности, чувства гражданственности и государственной принадлежности, развития знаний и понимания культуры, в музеях разрабатываются и предлагаются образовательные программы. Это увлекательные, актуальные и содержательные мероприятия, что является одним из важнейших признаков современного музея. Создание интерактивных программ для посетителей разного возраста, с использованием предложения бесплатных программ, может стать новой задачей Прейльского музея истории и прикладного искусства.

Одна из возможностей, которые дает применение современных

технологий, – создание экспозиций, основанных на вербальных, а не на материальных свидетельствах. Особенно это важно для музеев с ограниченными пространствами. Мультимедийные человеческие истории могут стать одной из примет современного музея, повествуя о некоем актуальном событии, теме или даже периоде в истории края. Приобретенное в рамках проекта оборудование даст такую возможность. Остальное зависит от ответственности и знаний.

Посетителю музея будущего будут одинаково важны как музейная тематика, так и цифровая среда. Ничто не может заменить аутентичный экспонат, однако интерактивность помогает ознакомиться с ним. Также никто не сможет заменить специалиста в общении с посетителем. Самое главное – это харизматичный музейный работник, умеющий вдохновить и заинтересовать посетителя. Умного, компетентного специалиста не смогут заменить даже самые современные технологии.

Настоящее руководство призывает анализировать и оценивать то, что, сколько и как музеи могут использовать из образцового опыта. Доступность музейных собраний через виртуальные и цифровые инновации, в т. ч. домашние страницы, материалы в видеохранилищах, мобильных приложениях, обеспечивает посетителям расширенный опыт и обогащает его.

”

Текла Бекеша
(*Tekla Bekeša*),
заведующая Прейльским
музеем истории и
прикладного искусства



Оформляя заявку на этот проект в 2016 году, мы очень надеялись, что в его рамках в музее будут внедрены различные организационные и технологические инновации, которые повысят привлекательность нашего заведения для общественности и туристов. Однако, рассмотрение заявки затянулось на несколько лет, в течение которых изменилась как международная обстановка (эпидемия Covid-19, российская агрессия в Украине), так и внутреннее положение нашего музея (в 2020 г. модернизированы экспозиции, оборудован современный образовательный центр), что полностью изменило контекст. То, что в 2016 году выглядело как инновация, сегодня, в 2022 году, стало рутинной повседневностью. Нам пришлось трансформировать проектную деятельность и адаптировать ее к новой реальности, а из-за негибких условий реализации проекта это было непросто.

Несмотря на некоторые трудности, этот проект дал нам много полезного опыта и послужил

толчком в нескольких областях. У нас сложились прекрасные отношения с партнерами – коллективом Прейльского музея. Общение и обмен опытом с ними стали важнейшим результатом этого проекта. Приобретенный на проектные средства наружный экран стал не только новым каналом распространения информации, но и заметной визитной карточкой музейного комплекса, благодаря которой музей стал более узнаваем в городе. Выставленная в музее экспозиция «Котел народов» (посвященная эмиграции) оказалась более актуальной, чем можно было предположить. Она найдет свою аудиторию.

Возвращаясь к вызовам, с которыми сталкиваются музеи, я полностью согласен с коллегой Текле Бекешей, акцентировавшей важность роли музейного работника. Это наиболее важная составляющая успеха нашей миссии, креативного работника не заменят ни богатые коллекции, ни технологии. При этом важную роль играет структура учреждения. В современном

музее работники должны хотя бы частично специализироваться, концентрироваться на соответствующих направлениях – связях с общественностью, различных формах эдукационной деятельности, создании инновационных экспозиций и выставок.

Музеям приходится конкурировать с индустрией развлечений (особенно с компьютерными играми). Возможный выход — это создание аутентичного контента — рассказов о специфике истории региона, судьбах людей, повседневной жизни. В музеях обычно рассказывают обобщенную историю групп людей и регионов, обходя стороной прошлое конкретных местностей и отдельных лиц, не пытаясь показать, как «великие процессы» (индустриализация, распространение грамотности, новые формы культуры и пр.) меняют жизнь «простого» человека. Часто это происходит из-за нехватки места, средств или эмпатии. Именно здесь я вижу хорошие перспективы для сотрудничества между музеями

и технологиями. Составители представленного справочника обращают внимание именно на хорошие примеры, показывающие, как с помощью технических средств можно рассказать индивидуальную историю, а посетитель может «перевоплотиться» в персонажа из прошлого.

Еще один важный аспект, на который обращается внимание в данном издании — это открытость творческого процесса. В силу специфики работы в музее (требующей редких навыков и квалификации), организационных проблем, а иногда из-за элементарной нехватки времени, многие экспозиции и концепции мероприятий рассматриваются в узких группах внутри учреждений. Поэтому такая деятельность становится рутинной, возникает опасность потери чувства актуальности. Здесь описаны методы, позволяющие избежать последствий «замкнутого пространства».

Общественные музеи существуют уже на протяжении нескольких столетий, пережив некоторые государства и режимы. Это свидетельствует о способности этих учреждений адаптироваться к модернизирующемуся обществу и его потребностям. Кроме того, музеи сами создают и переписывают историческую память и идентичность сообществ, помогают им приспособиться к изменяющимся условиям. Этот проект дал нам новые инструменты для воплощения нашей миссии.

”

Д-р Арунас Астрамскас
(*Arūnas Astramskas*),
директор Паневежского
краеведческого музея

A wireframe graphic of a globe, centered on the Atlantic Ocean, with a grid of latitude and longitude lines. It is positioned behind the text.

Глобальные вызовы. 2020–2021

2020 и 2021 годы – это время фундаментального преобразования мира музеев. Учреждения памяти – музеи, библиотеки и архивы – буквально воплощающие ценности западной цивилизации, обеспечивающие преемственность традиций и дающие возможность безопасного использования контролируемого публичного пространства, поддерживающего процесс социализации, обучения и демократии, были закрыты. Впервые после Второй мировой войны 90 % музеев на неопределенное время лишились возможности очно принимать посетителей.

Глобальная пандемия COVID-19 закономерно дала решающий толчок развитию новых технологий. Музеи адаптировались, и каждый старался в рамках своих возможностей осваивать цифровые способы, чтобы охватить целевую аудиторию в электронной среде. Ряд онлайн-платформ организации труда и СМИ за короткое время стали неотъемлемой частью повседневности в организации профессиональной жизни как во внутренней, так и во внешней коммуникации учреждений. За ними последовали первые дистанционные занятия музейной педагогики, онлайн-экскурсии и трансляции мероприятий, виртуальные выставки – предложения в электронной среде, которые не требовали больших материально-технических вложений.

Музеи, располагающие большими ресурсами и инновационным потенциалом, попробовали себя в записи подкастов, создании мультимедийных гидов в электронной среде как по внутренним помещениям, так и по внешнему пространству, оцифровке и выставлении коллекций в различных электронных форматах, а также в разработке пилотных проектов виртуальной реальности.

Когда рабочая жизнь фактически переместилась в виртуальное пространство, приобрело особое значение совместное цифровое творчество. На софинансируемых государством хакатонах (марафонах идей) были разработаны прототипы новых решений э-управления в музеях, и при последующей государственной поддержке в Латвии была введена централизованная система дистанционной продажи билетов.

Резюмируя, можно отметить, что первые шаги в освоении э-среды в условиях чрезвычайной ситуации позволили в конце 2021 года сказать, что аккредитованные музеи Латвии и их сотрудники существенно улучшили цифровые навыки, а аудитории получили более многообразное содержание. Для части этих музеев период COVID-19 стал несомненным толчком к цифровой трансформации, введению новых технологий и инноваций в коммуникативную работу музея. Освоенные умения и навыки уже сейчас можно обобщить и применять в дальнейшем развитии музеев в гибридной ситуации, когда очное посещение может быть снова ограничено и коммуникативную работу придется в основном продолжать в электронной среде.

Прямой вывод, сделанный в период COVID-19 и предлагаемый ежегодным «Барометром музейных инноваций», таков: музеям следует переоценить свое отношение к использованию технологий – они в экспозиции играют роль не произведения искусства, а средства предоставления услуги и являются базовой необходимостью. Если технологии будут восприниматься музеями как инструмент, а не произведение искусства, то они смогут оказывать более значимое влияние на осуществление миссии музея.

Из этого вывода следует практический вопрос: как музеи могут получить такие возможности и освоить их, и смогут ли они позволить себе поддерживать их в условиях стремительного развития технологий?

Если музей придерживается философии открытости к новым технологиям, а не отвержения, ответ на этот вопрос будет утвердительным. В свою очередь, положительный ответ следует из фундаментального сдвига в цифровом мире, где музеям, если только они не являются гигантами, богатыми ресурсами национального масштаба, не всегда нужно самостоятельно «кодировать» свои собственные цифровые инструменты. Вместо этого уже сейчас можно положиться на готовые и проверенные платформы, которые берут на себя стопроцентную ответственность за программирование, внедрение и поддержание решений новых технологий.

При разработке цифровой стратегии музея, особенно для музеев малого и среднего размера, цифровые платформы становятся оптимальным способом развивать, испытывать и предлагать пользователям цифровое содержание. Подключение к готовым цифровым платформам многократно снижает издержки и улучшает стабильность, поскольку это не опирается на мощности одного музея при обновлении и улучшении технологических решений.

Цифровизация и новые технологии, особенно в ситуации с COVID-19, хорошо показали себя в учреждениях хранения наследия и в дальнейшем будут играть все большую роль.

Барометр музейных инноваций обобщающим понятием «цифровое в музее» обозначает: инновации, цифровые продукты, цифровое содержание, цифровое производство, исследования и аналитика.

В этом руководстве особое внимание к «цифровому в музеях» уделяется примерам передовой практики – инновациям, рассказывается о методиках и собственных методах, позволяющих региональным музеям продолжать начатое цифровое движение.

Также решающая роль в достижении целей «Музея – 2025» отводится совместному творчеству в различных видах.



Развитие региональных музеев

Настоящее руководство предназначено для региональных музеев и анализирует стоящие перед ними цифровые трудности, возможности и перспективы развития, сотрудничество с другими учреждениями и творческими индустриями.

Что такое региональный музей? С учетом того, что это руководство создано в рамках совместного латвийско-литовского проекта, в рамках действующей в Латвии творческой концепции важно ввести ясность в использование терминологии относительно понятия регионального музея.

В контексте латвийской музейной отрасли, откуда в основном брались проанализированные примеры передовой практики, следует типологически различать формальное употребление понятия «региональный музей», определенное законом «О музеях», и его неформальное употребление, которому больше соответствует обозначение «музей в регионе» и, соответственно, «музеи в регионах».

Если формально статусу регионального музея соответствует только музей, фонд которого «территориально, хронологически или тематически относится к определенному региону, и по своему профилю данный музей является наиболее полным и значимым в данном регионе» (пункт 1 статьи 12 закона «О музеях»), и данный статус по запросу вправе присваивать Министерство культуры, то употребление понятия «музей в регионе» не отягощено юридическим значением. В данном руководстве понятие «региональный музей» используется попеременно с понятием «музей в регионе» и не содержит ссылку на вышеуказанный формальный критерий.

Итак, что же такое региональный музей (музей в регионе)? Хранилище музейных предметов, культурный центр, создатель истории и идентичности своей местности, пространство для совместного творчества, туристический магнит? Как развивать региональный музей, чтобы сделать его современным, важным для местных жителей и туристов?

Характеризующий региональные музеи девиз, который одновременно может служить *modus operandi* организации, можно сформулировать таким образом: мыслите на глобальном, действуйте на локальном уровне (*think globally, act locally*).

Первоочередная задача публичных музеев и соответственно находящихся в ведении самоуправлений региональных музеев: в постоянном контакте с управляющим учреждением развивать организационные мощности (ориентированный на рост и реалистичный план работы, мотивация и вознаграждение работников, возможности дальнейшего образования, адекватное материально-техническое обеспечение и соответствующая стандартам доступности инфраструктура музея) и укреплять позиции музея в системе культурных учреждений региона при помощи проектов сотрудничества и сети контактов. Эта достаточно общая и хорошо известная рекомендация – улучшение функциональности имеющейся модели управления (музей как бюджетное учреждение самоуправления) – является единственным, о чем региональные музеи могут постоянно напоминать себе сами в нынешней законодательной ситуации. За вычетом отдельных инициатив в сегменте государственных музеев (большая свобода хозяйственной деятельности, возможность создавать консультативные советы, но без полномочий, срочные договоры с директорами музеев, предусматривающие возможность повторного утверждения), которые свидетельствуют о движении к более либеральной модели, реформа музейного управления по западноевропейскому образцу в Латвии не состоялась. В плане модели управления региональных музеев или, используя юридически корректный термин, – муниципальных музеев, где самоуправление, будучи единственным учредителем, также несет полную ответственность за обеспечение деятельности музея, обе партнерские страны проекта (Беларусь вышла из проекта) находятся на равных позициях.

На так называемом постсоветском пространстве только Эстония, по примеру ближайшей соседней скандинавской страны – Финляндии, сделала смелый шаг в сторону многообразия форм управления публичными музеями на государственном и муниципальном уровнях. Модель Эстонии, страны с небольшим количеством жителей, которое продолжает прогнозируемо сокращаться, наряду с другими странами, представленными в этом межгосударственном проекте, ориентирована на объединение ресурсов путем создания союзов региональных музеев с несколькими учредителями и полномочным советом. Основанием для такого изменения законодательства стала скрупулезная системно-аналитическая работа, моделирующая предполагаемые выгоды от объединения ресурсов и либерализации управления. Модель объединения музеев с несколькими учредителями не навязывается, а существует как возможность для полноценного и хорошо продуманного развития региональных музеев.

Пока в странах-партнерах по проекту юридически не закреплены такие возможности объединения ресурсов в едином сервисе региональных музеев (например, с общим реставрационным центром, методическим центром музейной педагогики, помещением для совместного творчества и другими услугами), региональным музеям остается продвигаться к большему объединению ресурсов во взаимно поддерживающую экосистему с помощью проектов сотрудничества.

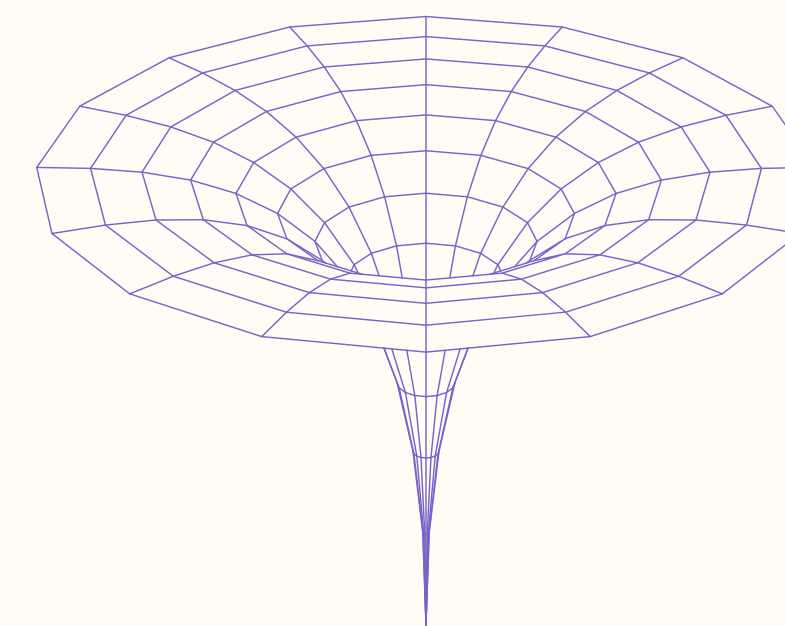
Решающим критерием музея, нужного и местной общине, и туристам, является доступность его ресурсов – физическая, интеллектуальная, а теперь и цифровая. Практические инструменты, предлагаемые в приведенных в настоящем руководстве примерах передовой практики, в основном ориентированы на содействие цифровой доступности, чему способствовала глобальная пандемия COVID-19 с сопутствующими ограничениями на скопление людей.

Подводя итог, можно отметить, что в руководстве «Музей – 2025» поставлена дальнейшая основная задача для регионов: знать свою общину и быть необходимым ей. Последнее обусловлено резким сокращением международного туризма, быстрое возвращение которого на предпандемийный уровень не предвидится. Таким образом, региональные музеи, которые по своей типологии уже привязаны к конкретному месту и служат преимущественно местной общине как база идентичности, а в лучшем их воплощении – также как генераторы стабильного развития местности, и в дальнейшем останутся верными своей миссии.

Механизмом, компенсирующим физический поток посетителей, в прошедшие два года в основном было совместное цифровое творчество в рамках проектов сотрудничества. Это также подчеркивается в видении руководства «Музей – 2025» для региональных музеев, лейтмотивом которого остается: Мыслите на глобальном, действуйте на локальном уровне!

Или, иными словами, «Музей – 2025» может следовать вектору:

От
«здание,
коллекция и
посетители»



К
«территория,
наследие и
общество в
целом»



Что делает именно музей
значимым культурным центром
местных общин и одной из
центральных туристических
достопримечательностей региона?
Конкурентоспособность на рынке
неформального образования и
досуга в регионе тесно связана
со знанием целевых групп.



Музей и местные общины

Основной ценностью для музея в регионе является благополучие местных общин, формирование чувства принадлежности к местности и осознания идентичности, поэтому завоевание доверия общин является одной из важнейших задач руководства «Музей – 2025». Уважение, исследование и популяризация местных традиций, истории и социальной истории помогают музеям наладить тесные отношения с местными общинами и привлечь их к музейной деятельности.

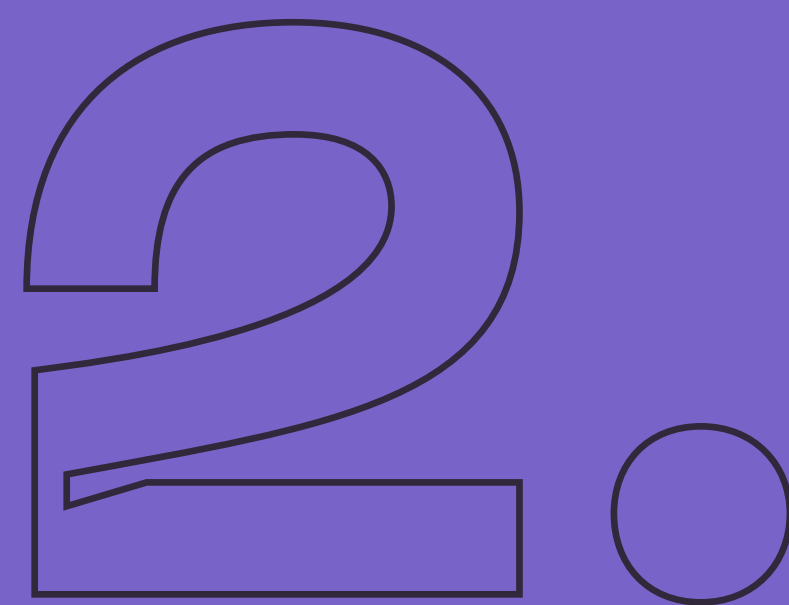
Ожидания общества, включая и местных жителей, меняются стремительно, и музеям нужно уметь реагировать на эти перемены, находя нужные способы обращения к аудитории. Местный житель отличается от туриста тем, что турист приходит в музей в первый, а нередко и единственный раз, в свою очередь, музей в идеальном случае хочет увидеть местного жителя повторно и не только в экспозиции, на тематических выставках и мероприятиях, но и вовлечь его в совместное творчество.

Условие для успешной деятельности музеев, особенно музеев в регионах, в настоящее время – это предоставление возможности быть интерактивными, вовлекающими и обеспечивающими совместное творчество. Успешный музей в регионе сейчас, а также в ближайшем будущем будет местом деятельности местных общин по освоению новых знаний, сотрудничеству, приобретению новых навыков и умений. Это может быть освоение традиционной культуры, написание истории семьи, память о конфликтах XX века и исследование социальной истории, вовлечение в то или иное совместное творчество, создание широко востребованных на рынке продуктов и услуг в сотрудничестве с творческими агентами или просто освоение музейных инноваций в преподнесении материала (*storytelling*) и их интеграция в повседневную работу.

Региональным музеям чрезвычайно большой вызов быть интересными и необходимыми местным общинам. Здесь важны репутация музея, его инфраструктура, компетенции, методы интерпретации. Умелое применение современных технологий и предоставление возможностей совместного творчества (в основном в сотрудничестве с творческими индустриями) являются шагами на пути к более интересному музею, где привлекающее внимание содержание найдет и школьник, и семья с детьми, и работающий взрослый, и сениор, и предприниматель, а также представитель творческих индустрий и потенциальный спонсор.

Музеи в регионах играют неоценимую роль в работе по поддержанию социальной памяти и толерантности. Сейчас, когда проблемы раздражительности, нетерпимости и усталости особенно обострились под воздействием пандемии COVID-19 и под влиянием войны на Украине, вызвав в обществе растерянность, музеи своим существованием и желательным обеспечением регулярной связи с традициями должны показывать пример поддержания стабильности.

Нередко приходится слышать, что местные самоуправления не всегда способны понять роль и значимость музеев (хроническая нехватка финансирования, небольшие зарплаты работников и возможности мотивирования, неясная общая перспектива развития), что заставляет спросить – как добиться того, чтобы лица, принимающие решения, оценили потенциал музея в развитии местности или региона. Одним из решений будет создание группы поддержки местных общин и превращение музея в центр местной общины. В зависимости от законодательства в конкретной стране и традиции администрирования конкретного музея можно создавать советы общественного доверия с видимым участием представителей местной общины, стараясь формализовать работу совета в целях представительства интересов музея.



Музей и развитие туризма

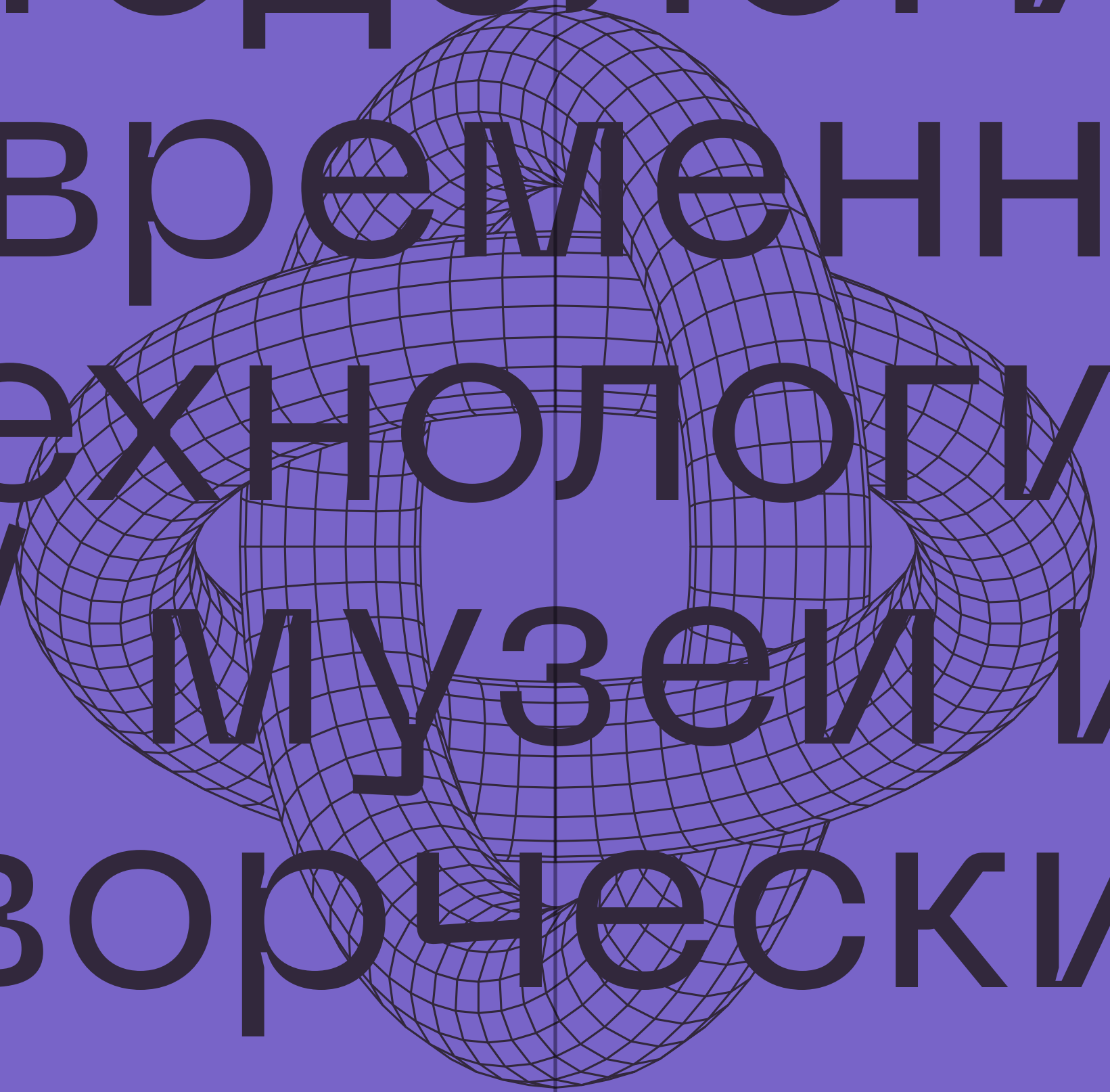
Музеи в регионах и привлечение туризма актуальны не только в контексте изучения истории и краеведения, но и с точки зрения регенерации и экономического потенциала местности.

Успешный музей в регионе – это магнит, притягивающий туристов, который одновременно обеспечивает экономическую отдачу месту или региону. Цель: сделать музей и его разнообразные ресурсы неотъемлемой частью региона, способствующей развитию туризма. Чем более привлекательным является предложение или исторический опыт, тем больше времени турист проведет в определенном месте или регионе, тем самым обеспечивая прибыль местным предприятиям общественного питания, гостинице и т. д. В идеальном случае принесенные туризмом деньги должны оставаться в местных общинах и их бизнесе. Это определенно может быть и одним из аргументов для самоуправления о роли музея и потенциале его экономической отдачи.

Привлекательный музей и особенно развитие индустрии местного туризма в период уменьшения международного туризма может стать важным шагом в развитии стабильности местной общины, создавая у людей чувство сопричастности, гордости за родной край и осознание значения музея в более широком региональном контексте.

В заключение необходимо отметить, что одна из самых больших задач «Музея – 2025» в регионах будет сбалансирование предложения между местными жителями и туристами.

Методология –
современные
технологии
музеев и
творческие
индустрии



Анализируя решения современных технологий и цифровые инновации в музейной отрасли, стоит отметить, что их успешное внедрение происходит в тесном сотрудничестве разработчиков технологических решений и представителей творческих индустрий. Опыт показывает, что любой цифровой продукт в музее, будучи созданным без привлечения специалистов в областях графического дизайна, анимации, звука, видео (т. е. работников творческих индустрий), является любительским и большей частью неинтересным для посетителей.

Предпочтительное направление работ в руководстве «Музей – 2025» предусматривает, что при внедрении любого нового цифрового продукта или услуги происходит трехстороннее сотрудничество между музеем, представителями творческой индустрии и технологий (в основном цифровыми платформами).



Роль современных технологий в региональных музеях

Жизнь общества в последние десятилетия уже невозможно себе представить без новых технологий. Прошедшие два года пандемии COVID-19 показали, что без них не обойтись и при выполнении своих непосредственных трудовых обязанностей. Технологии вошли в процесс общения с коллегами, организации собраний по планированию, повседневной работы музея, общения с посетителями в форме э-лекций, подкастов и других продуктов и услуг.

Роль технологий в обеспечении доступности музейного фонда пользователям трудно переоценить. Одним из примеров этого является оцифровка коллекций, которая предоставляет доступ к музейному фонду с высоким разрешением тем, кто по объективным причинам физически не может добраться до музея.

Именно поэтому музеям, особенно в регионах, для рассказа об истории края современными и инновационными общедоступными способами нужно продолжать развивать цифровые способы и технологические решения не только в музейных экспозициях, но преимущественно в удаленной коммуникативной работе музея.

Поощрение доступности фондов в цифровом виде никоим образом не мешает физическому посещению музея. Напротив, инновационный продукт или услуга, получаемая посетителем от музея в домашней или городской среде, скорее всего, побудит посетителя (будь то турист или местный житель) к непосредственному посещению музея.

«Музей – 2025» особенно заботится о своих посетителях, неспособных добраться до музея из-за определенных обстоятельств доступности, обеспечивая возможность изучить фонды (коллекционные подборки и тематические рассказы, выставки, лекции, учебные материалы) дома, в школе или учреждении ухода, в зависимости от возрастной группы и интересов. Пандемия COVID-19 только подчеркнула значение доступности музейных коллекций и исторических материалов в повышении благополучия общества.

С учетом изменчивых потребностей общества и стремительно развивающихся технологических решений, а также доступного музеям финансирования очень важной задачей «Музея – 2025» является умение найти эффективное, гибкое и надежное решение использования современных технологий в музее. Здесь важную роль играет сотрудничество с творческими индустриями.



Региональные музеи и творческие индустрии

Как трансформировать локальный потенциал в предпринимательскую деятельность? Какова роль и возможности регионального музея в создании новых продуктов и услуг с прибавочной стоимостью? Как при помощи накопленных умений и знаний стимулировать создание в регионе новых, инновационных продуктов?

Несмотря на то, что иногда еще приходится слышать, что музеи имеют мало общего с творческими индустриями, за прошедшие пару лет аналитический центр Creative Museum имел возможность не только отметить достаточно много разнообразных случаев сотрудничества в области высокой рыночной востребованности, но и наблюдать за тем, как музейная отрасль и управляющие ею органы не только декларативно, но и по существу осознают необходимость поощрения и реализации этого.

Кроме того, в рядах потенциальных деловых партнеров наблюдается растущий интерес к музею как к заслуживающему внимания ресурсу в сфере творческих индустрий.

Также, если кому-то это еще может показаться новинкой, – сотрудничество между музеями и творческими индустриями является основой коммуникативной работы современного музея. Иными словами, это возможность говорить со своей аудиторией на языке XXI века.

Сотрудничество с творческими индустриями позволяет говорить о музеях не только с коллекционной, образовательной и социальной точек зрения, но и с точки зрения экономической ценности (отдачи). Кроме того, оно помогает музеям стать равноценными партнерами в области культуры и творческих индустрий, позволяя инновациям и креативным решениям стать движущей силой в музейной работе по привлечению общества и модернизации самой отрасли.

Примеры
передовой практики
использования
инновационных
технологий и
методов в музеях

Предложение опирается на подборку примеров передовой практики использования цифровых и аналоговых технологий и методов, которые аналитический центр Creative Museum реализовал самостоятельно или обобщил в рамках мероприятий рабочей группы «Музеи и творческие индустрии» Европейской сети сотрудничества музейных организаций NEMO в период с 2014 по 2020 год.

При последовательном планировании описанные примеры из практики позволят опробовать и внедрить некоторые из этих нововведений в музейную работу с целью поощрения межгосударственного изучения истории и наследия и расширения возможностей региональных музеев на пути к «Музею – 2025».

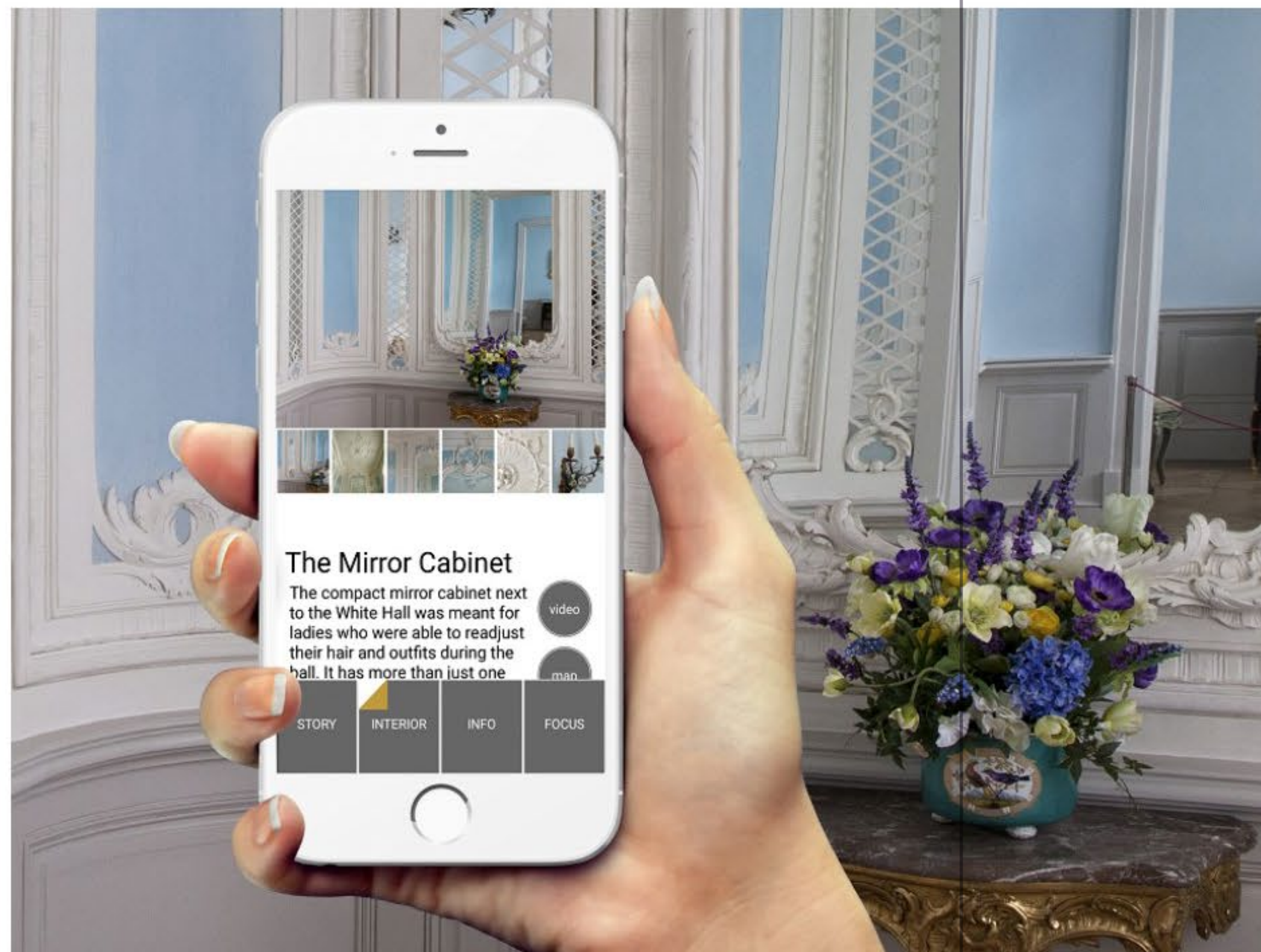


Аудиогид по экспозиции и внешнему пространству

Музеи могут многое рассказать, но умеем ли мы преподнести свой рассказ интересно и понятно для целевой аудитории? До недавнего времени даже в целом ряде музеев национального значения техники интерпретации ограничивались в лучшем случае носимыми при себе путеводителями по экспозициям, в худшем – ламинированными листами формата А4 для использования на месте.

Лишь немногим латвийским музеям, благодаря предприимчивости творческих агентств и поддержке меценатов, удалось в прошлом десятилетии обзавестись оригинальными мобильными приложениями – мультимедийными гидами. Например, это разработанный Creative Museum в сотрудничестве с *RIX Technologies* мультимедийный гид по музею Рундальского дворца *Rundāle Palace* (2014) или спонсированное *Baltic International Bank* и разработанное бюро программирования *Cube Mobile* мобильное приложение Латвийского национального художественного музея (2016).

RIX TECHNOLOGIES GIVES AWAY MOBILE APPLICATION TO THE RUNDALE PALACE MUSEUM



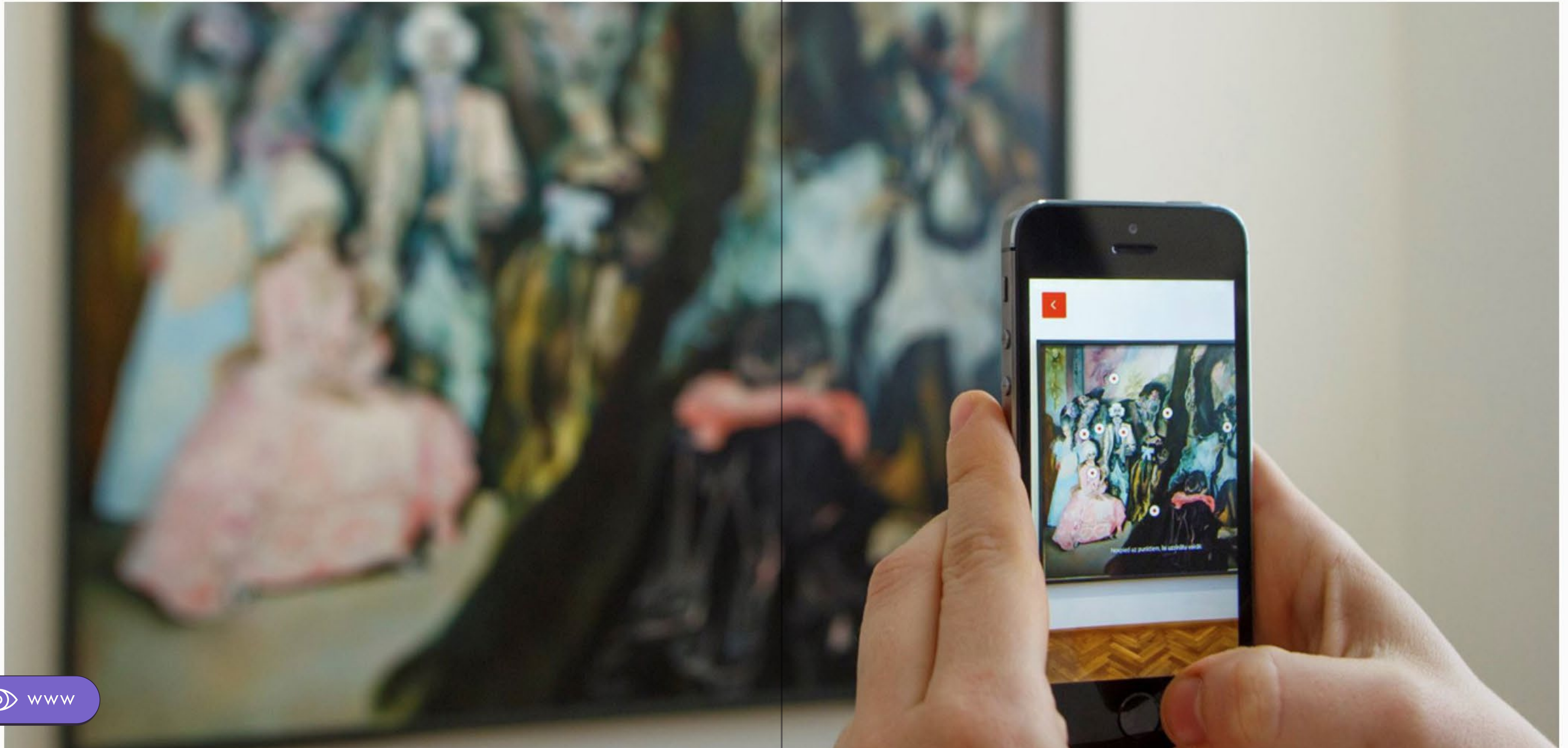
RIX Technologies gives away it's mobile application Rundale Palace to the Rundale Palace museum. The mobile application is developed by RIX Technologies with support from the Rundale Palace Museum, think tank Creative Museum, design office H2E and translation agency Skrivanek Baltic. Application is available online for free for users of iOs and Android smartphones.



www



Latvian National Museum of Art mobile app



Эти уникальные цифровые продукты, созданные для конкретного музея как средство презентации его содержания, несмотря на их внешнюю яркость и функциональную безупречность, довольно дороги в разработке и содержании, обновлении и пополнении информации, поэтому не подходят для большинства музеев, которые не могут позволить себе уникальный программный продукт.

Наряду с этим предложение цифровых платформ стремительно развилось, и вот уже несколько лет любой повествователь имеет возможность, не делая вклад в программирование, создать собственный мультимедийный гид по внутренним помещениям и внешнему пространству.

Первый в Латвии профессионально созданный аудиогид по внешнему пространству для учреждения культурного наследия на свободно доступной цифровой платформе повествования (*storytelling*) *iziTRAVEL* разработал аналитический центр Creative Museum в рамках проекта «Еврейское Резекне» / Jewish Rēzekne в 2016 году.

Одновременно с открытием экспозиции реновированной Зеленой синагоги в Резекне был предложен аудиогид «Еврейское Резекне» на латышском, русском и английском языках, который при помощи аудио- и визуального материала в удобной для каждого пользователя смартфона или даже компьютера рассказывает о местах и событиях в жизни довоенной еврейской общины. Маршрут в интерактивном онлайн-режиме проходит через места на карте – жилые дома, магазины, синагоги и другие общественные места, кладбища, места памяти Холокоста и т. д.



Введение

Еврейское Резекне

★★★★★ 2 Отзывы | Резекне | Бесплатно



Русский

Поделиться



Загрузите тур на телефон:



Информация о туре

1



Зеленая синагога

2



Здание Еврейского банка

3



Баня Абеля Гордина

4



Еврейская Государственная...

5



Здание пожарного депо

6



Магазин мясника Лейзера Левина

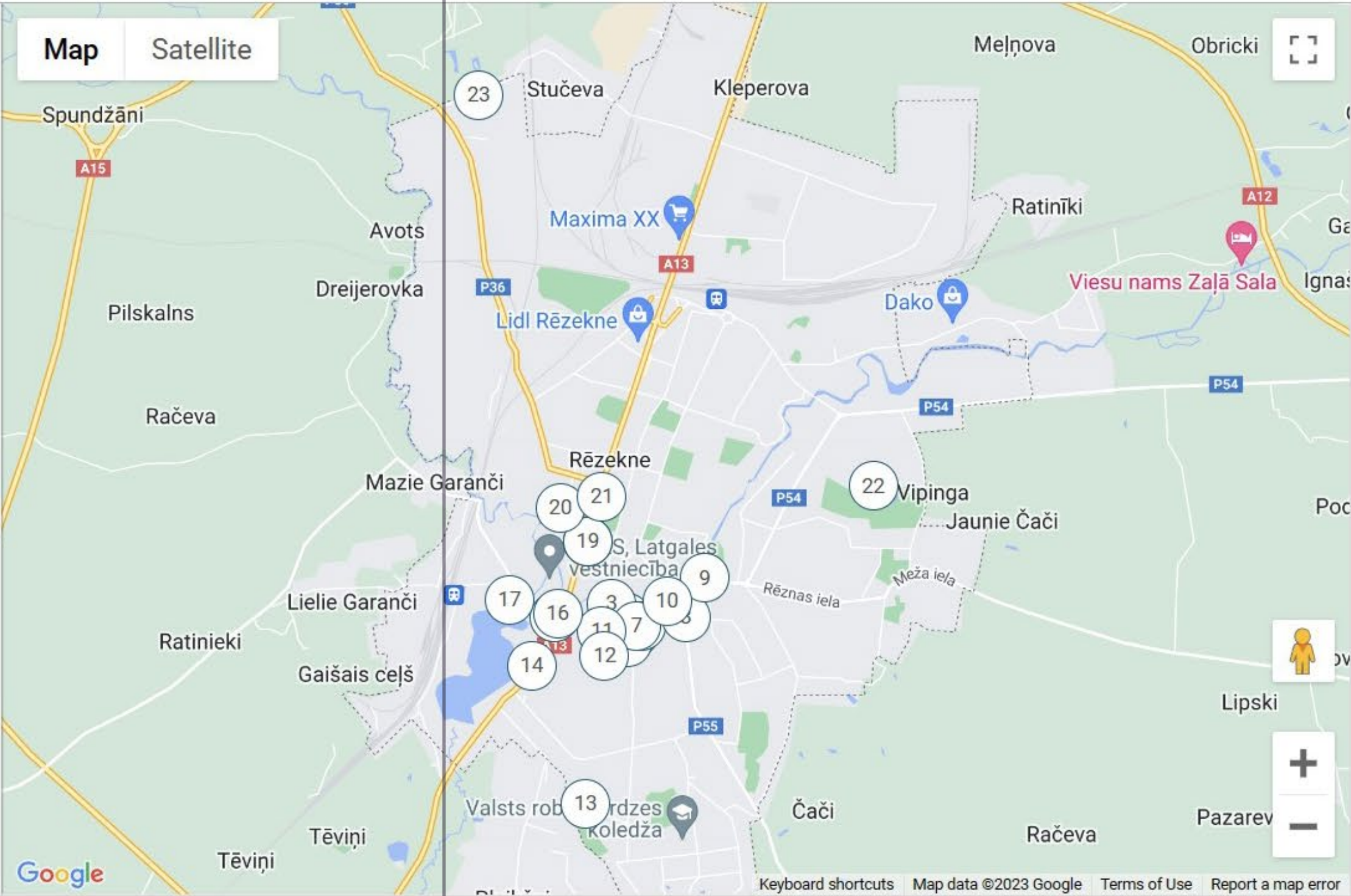
7



Магазин Исака Фалькенштейна

Map

Satellite



Keyboard shortcuts

Map data ©2023 Google

Terms of Use

Report a map error

Предоставлено



Created by Think Tank Creative Museum for the Rēzekne City Council and Rēzekne Green Synagogue

Все аудиогиды >

Платформа *iziTRAVEL* развивается и на сегодняшний день предлагает обширные возможности изложения любого рассказа как в помещениях, так и под открытым небом. Предназначение данного инструмента – вести повествование новаторским способом при помощи глобальной открытой бесплатной платформы, как это успешно в плане каталогизации информации делает *Wikipedia* или социальная сеть *Facebook (Meta)*.

С момента основания в 2011 году *iziTRAVEL* стала ведущей мировой платформой повествования, на которой опубликовано более 25 000 аудиогидов, загруженных более 5 миллионов раз. Платформа постоянно пополняется новыми технологиями, обеспечивая включающий и вовлекающий опыт чтения или слушания.

Если первые путеводители на платформе *izi.TRAVEL* создавались на платформе после обращения в офис предприятия, расположенный в Амстердаме, бесплатно обеспечивавший желающих мобильной техникой для звукозаписи на время ее создания, то сейчас с улучшением микрофонов и камер, встроенных в смартфоны и портативные компьютеры, записи можно делать и самостоятельно. Музеи, которые могут себе это позволить в рамках финансирования проекта, часто нанимают актера с узнаваемым тембром голоса. Например, аудиогид по мемориалу Жаниса Липке (*Žanis Lipke*) «Подпольная Рига» на латышском языке озвучил актер Нового рижского театра Гундарс Аболиньш (*Gundars Āboliņš*), а профессиональная аудиозапись выполнена в студии Латвийской национальной библиотеки.

Такая производственная практика может обоснованно расцениваться как роскошь сейчас, когда платформа предлагает выгрузить аудиофайлы, изображения и видеофайлы даже минимального качества. Требования к автору нового тематического маршрута элементарны: создать профиль в системе управления наполнением платформы (*CMS – content management system*) и следовать инструкциям по загрузке текстовых и мультимедийных файлов, отметить на цифровой карте места с сопровождающими их рассказами, которые вместе составляют последовательный тематический маршрут.

Инициативе Creative Museum использовать платформу *iziTRAVEL* для изложения музейного повествования последовал ряд латвийских музеев. В числе лучших примеров можно упомянуть путеводитель Рижского музея кино «Карта рижского кино» и путеводитель мемориала Жаниса Липке «Подпольная Рига», а также аудиогид музея Кулдигского края по входящему в музей зданию виллы Бангерта.

Стоит отметить, что все вышеперечисленные цифровые аудиогиды были записаны малыми или средних размеров музеями, которым не хватило бы ресурсов, чтобы заказать и поддерживать оригинальное программное обеспечение. Также добавим, что, как показывает практика, создать и администрировать на платформе *iziTRAVEL* заверченный конечный продукт в форме тематического маршрута (при условии, что предварительно подготовлено все необходимое содержание и выбран визуальный материал) может один музейный работник.



Введение

Кинокарта Риги

★★★★★ 4.0 [Отзывы](#) | [Рига](#) | Бесплатно



Русский

Поделиться



Загрузите тур на телефон:

Информация о туре

1



Где правда?
(Трагедия...)

2



Лачплесис

3



Белые
колокольчики

4



Четыре белые
рубашки...

5



Когда дождь и
ветер стучат в...

6



Я всё помню,
Ричард! (Камень...

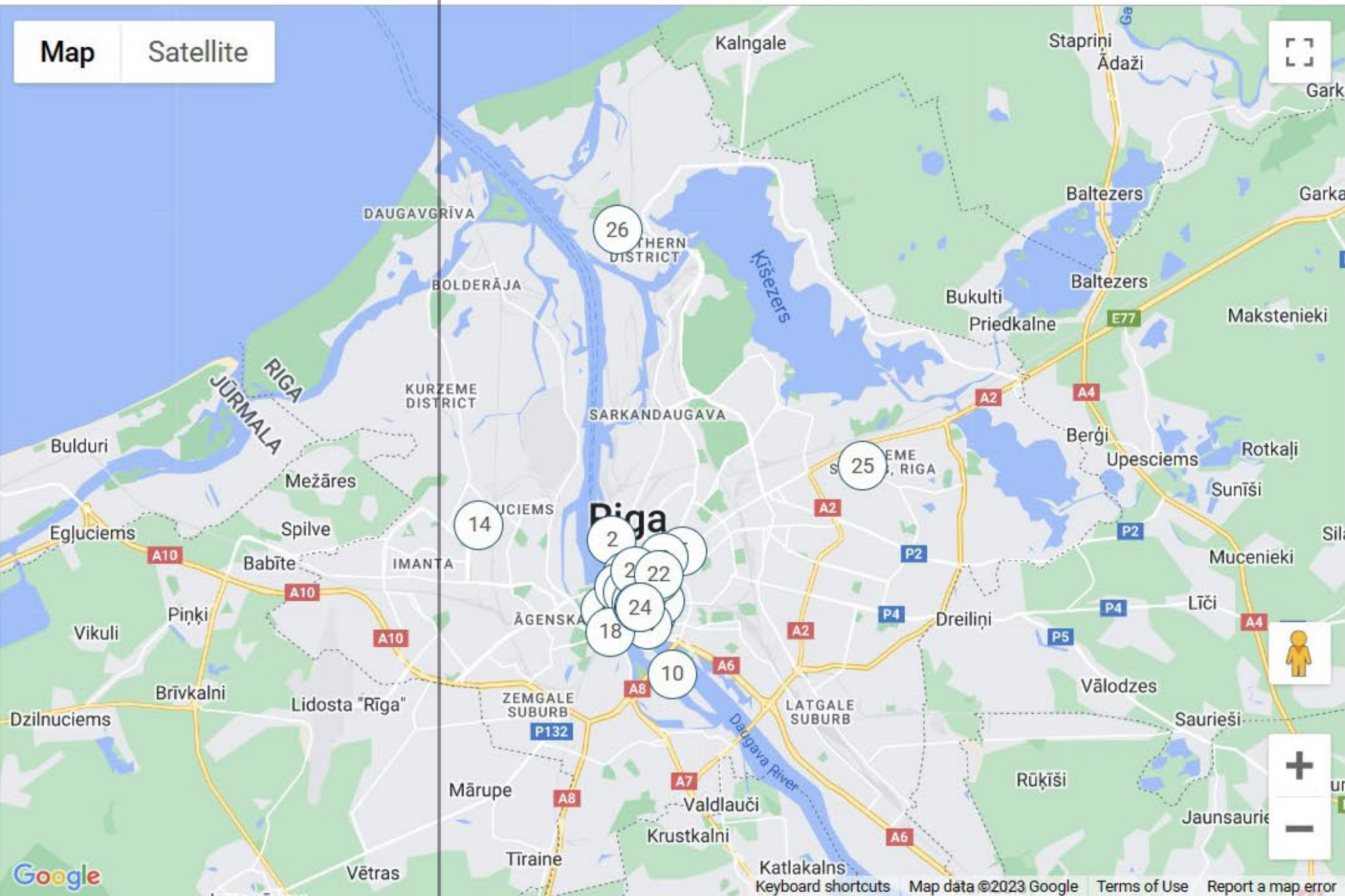
7



У богатой госпожи

Map

Satellite



Предоставлено

KINO LAUZEJS

Founded in 1988, the Riga Film Museum is the only museum devoted to this field of art in Latvia.

Все аудиогиды



www



Введение

Подпольная Рига

★★★★★ 6 Отзывы | Рига | Бесплатно

Русский

Поделиться



Загрузите тур на телефон:

Информация о туре

1

Мазайс Баласта дамбис 8 / Семья...

2

Улица Баложу 10 / Семья Кумеровых

3

Улица Зеллю / Эмилс и Анна...

4

Костел Св. Альберта, улица...

5

Улица Атгазенес 8 / семья Шиман

6

Рабочий лагерь „Lenta”

7

Улица Акменю 13, квартира 1 / Анна...

Map

Satellite

Предоставлено



Riga's best-hidden museum. This concealment is not only factual but also symbolic for this place used to serve as a hideaway.

Все аудиогиды >

2.

Домашняя страница

Простая функциональная модульная домашняя страница как средство презентации фондов музея, доступности материалов музейной педагогики, публикации статей и актуальных объявлений, которая стоит не больше времени, затраченного на создание структуры страницы и отбор модулей дизайна, выдержанная в корпоративном стиле музея (или проекта) при создании индивидуального дизайна и выгрузки содержания, вполне возможна.

Первый пример

Созданная аналитическим центром Creative Museum домашняя страница поддерживаемого программой непрерывного образования ЕС Erasmus+ проекта CREMA (*Creative Making for Lifelong Learning*)¹.

Домашняя страница создана на платформе *Squarespace*².

1. <https://www.cremaproject.eu>

2. <https://www.squarespace.com>

В сентябре 2019 года при начале проекта сотрудничества семи европейских партнеров, ориентированного на развитие в музеях помещений для совместного творчества, Creative Museum взяла на себя роль создателя домашней страницы проекта. В сжатые сроки в сотрудничестве с графическим дизайнером Эдвардом Перцевым (*Edvards Percevs*) был создан меткий графический дизайн проекта – логотип, цветовая палитра и баннер, соответствующий каждому из 5 предполагаемых результатов проекта.

В зависимости от специфики каждого отдельного проекта или организации количество и расположение модулей на странице может меняться. Также может отличаться функциональность модулей – от простого текста и изображения до аудио- и видеофайлов, которые ведут по ссылке на различные интернет-ресурсы.

Учитывая, что готовые платформы системы создания и администрирования домашних страниц стали довольно интуитивными (при условии, что все выгружаемое наполнение есть под рукой), создание и администрирование такой домашней страницы не требует больших вложений.

Безусловно, необходимо считаться с небольшими затратами на покупку доменного имени (названия домашней страницы) и ежегодной платой за его резервирование, а также с ежемесячной платой за поддержку, размер которой зависит от сложности страницы, однако домашняя страница организации и даже частного лица – уже не роскошь. Наибольшее преимущество использования онлайн-инструмента создания домашних страниц (*website builder*) – это гарантированный сервис и обновление технологий.



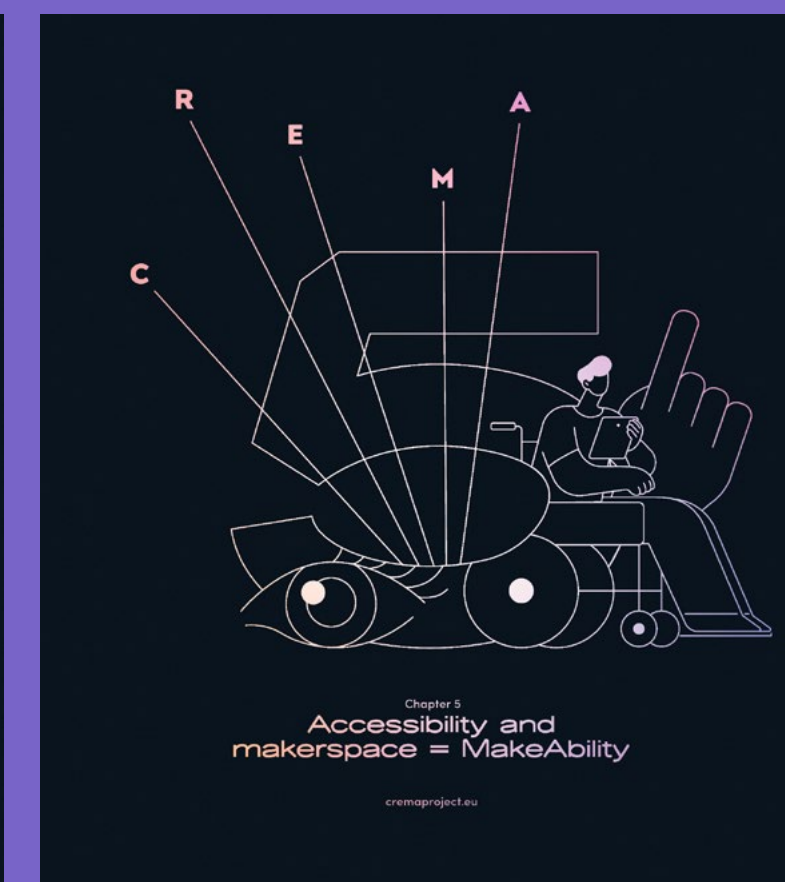
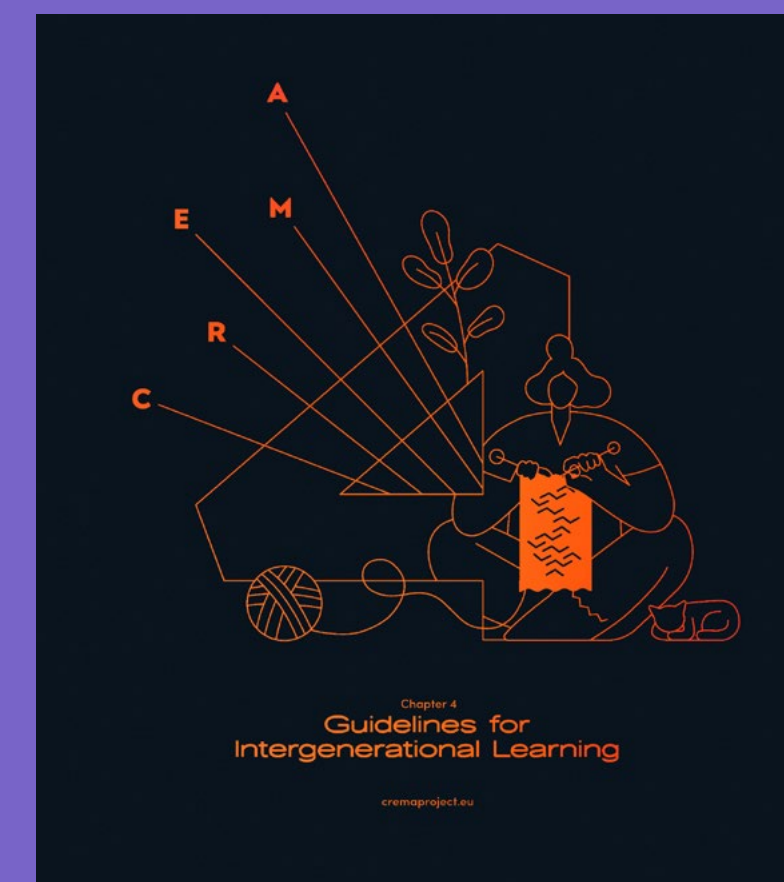
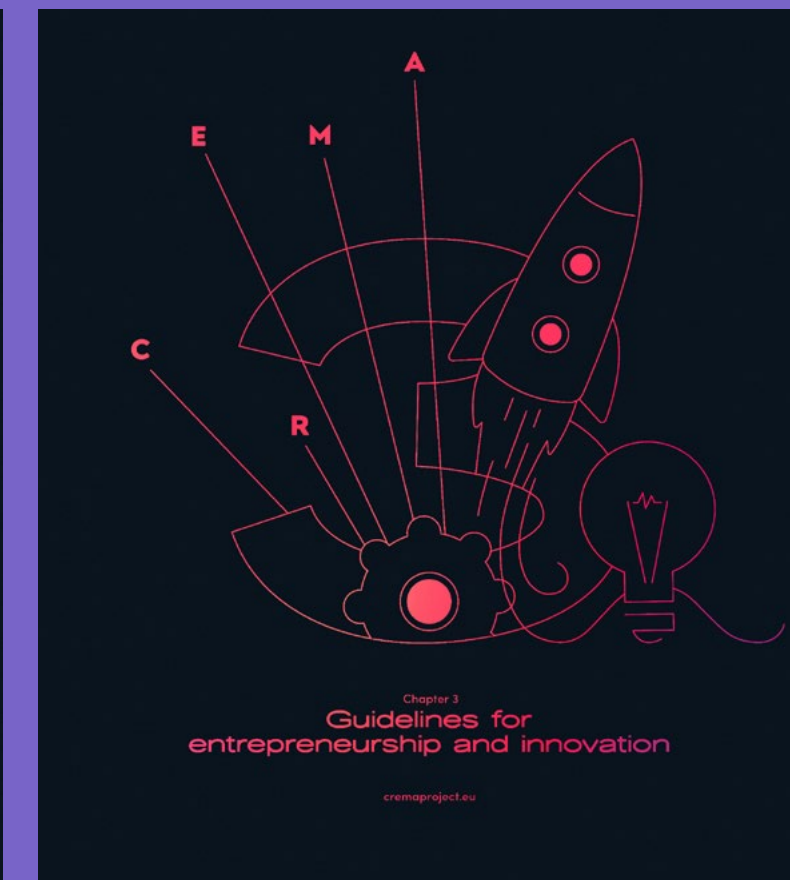
Crema or CREative MAKing for Lifelong Learning is a 3 year ERASMUS+ project (2019–2022).

Project leader is The Regional Museum of Skåne from Sweden.

Project partners are Finnish Museums Association, Museum of Copenhagen, Hungarian Open Air Museum, Creative Museum, Radiona, BAM! Strategie Culturali.

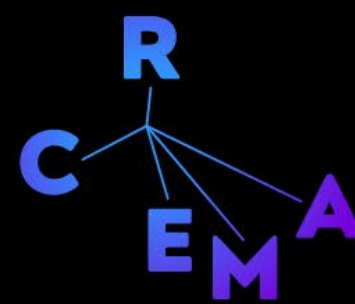
[Read more](#)

Guidelines





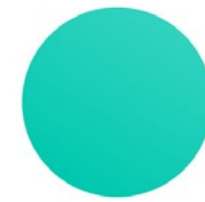
CREATIVE MAKING
FOR LIFELONG
LEARNING



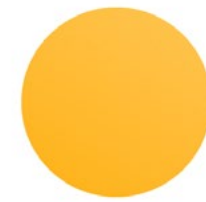
R: 255
G: 30
B: 80
#FF1E50
C: 0
M: 100
Y: 60
K: 0



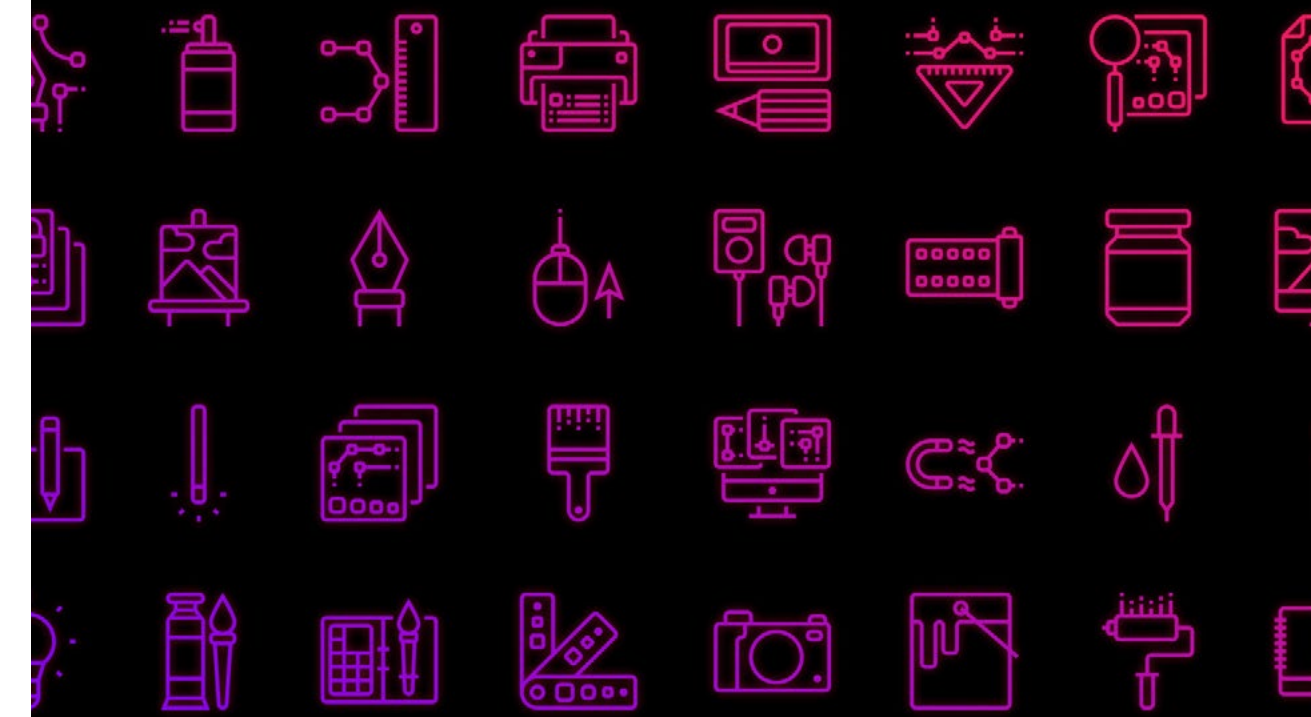
R: 120
G: 0
B: 255
#7800FF
C: 80
M: 100
Y: 0
K: 0



R: 0
G: 209
B: 179
#00C8AF
C: 70
M: 0
Y: 45
K: 0



R: 255
G: 180
B: 30
#FFB41E
C: 0
M: 35
Y: 90
K: 0



Второй пример

Проект поддерживаемого ЕС сотрудничества *scModules*, участники которого в порядке эксперимента участвовали в размещении цифрового наполнения на новой платформе, используя технику оцифровки высокого разрешения и систему управления наполнением (CMS)³.

3. <https://www.secondcanvas.net>



Himsel Museum

Second Canvas Himsel Museum app is a tool for exploring 6 museum masterpieces in super high-resolution like never before. It is accompanied by further images and descriptions of the objects and documents from the historic collections of the founder of the Baltic museum tradition, Nikolaus von Himsel.

App

Second Canvas Himsel Museum



4+ Free 23.6 MB Education

Download now



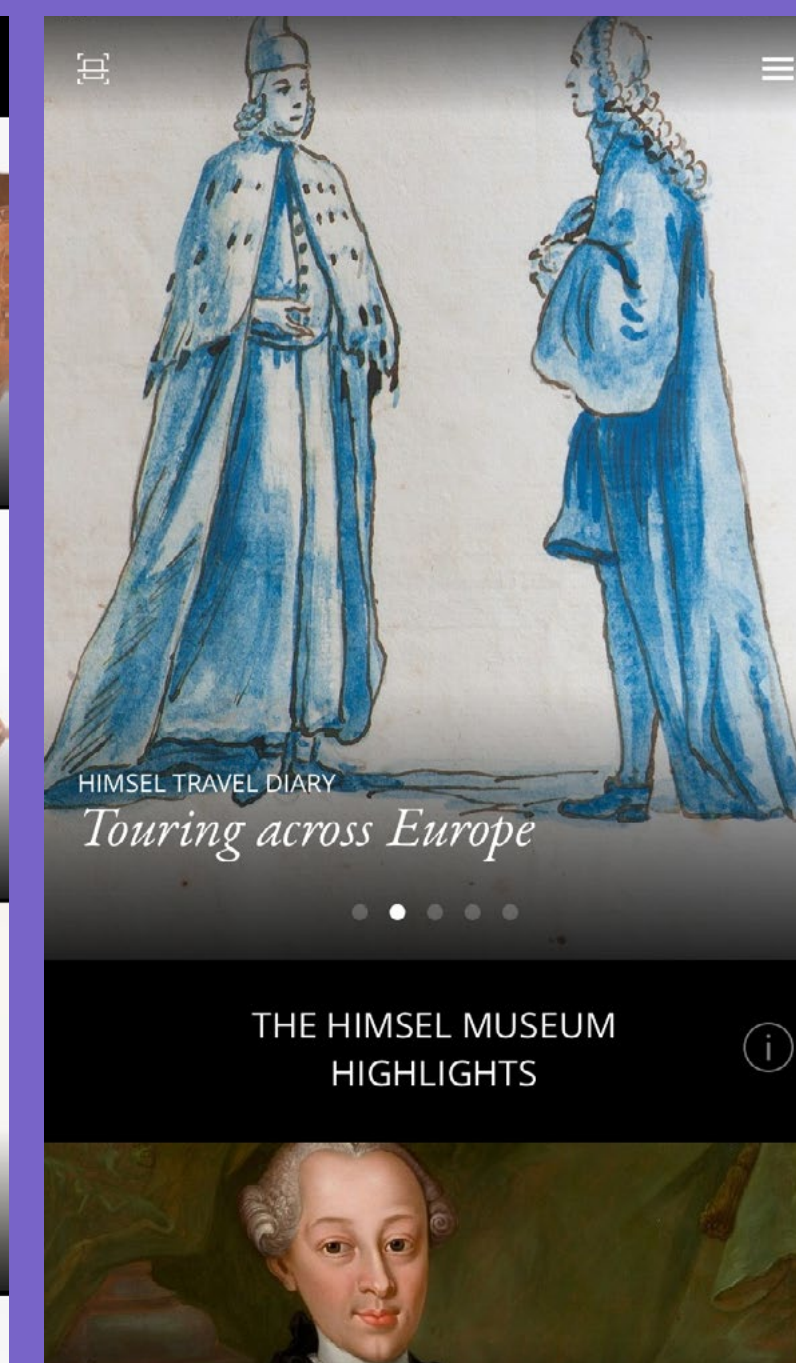
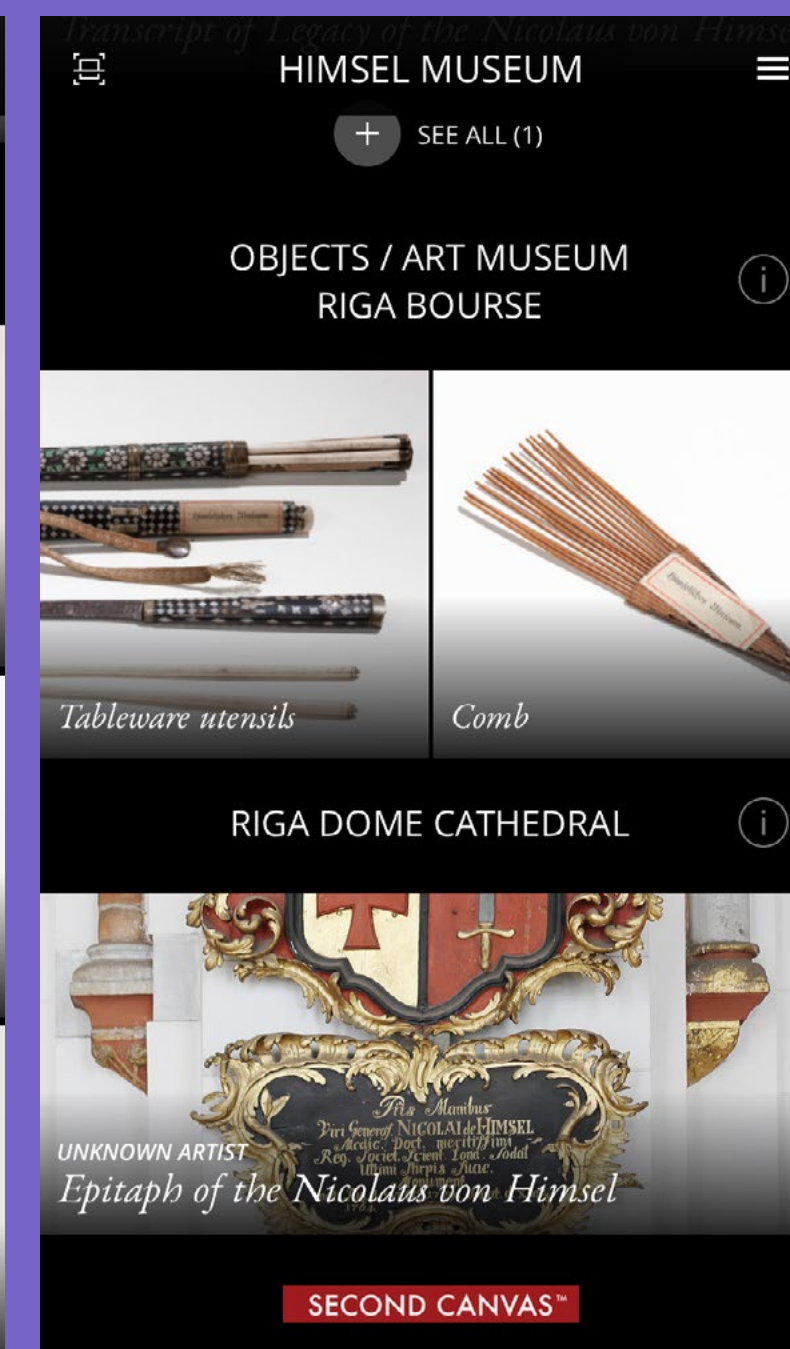
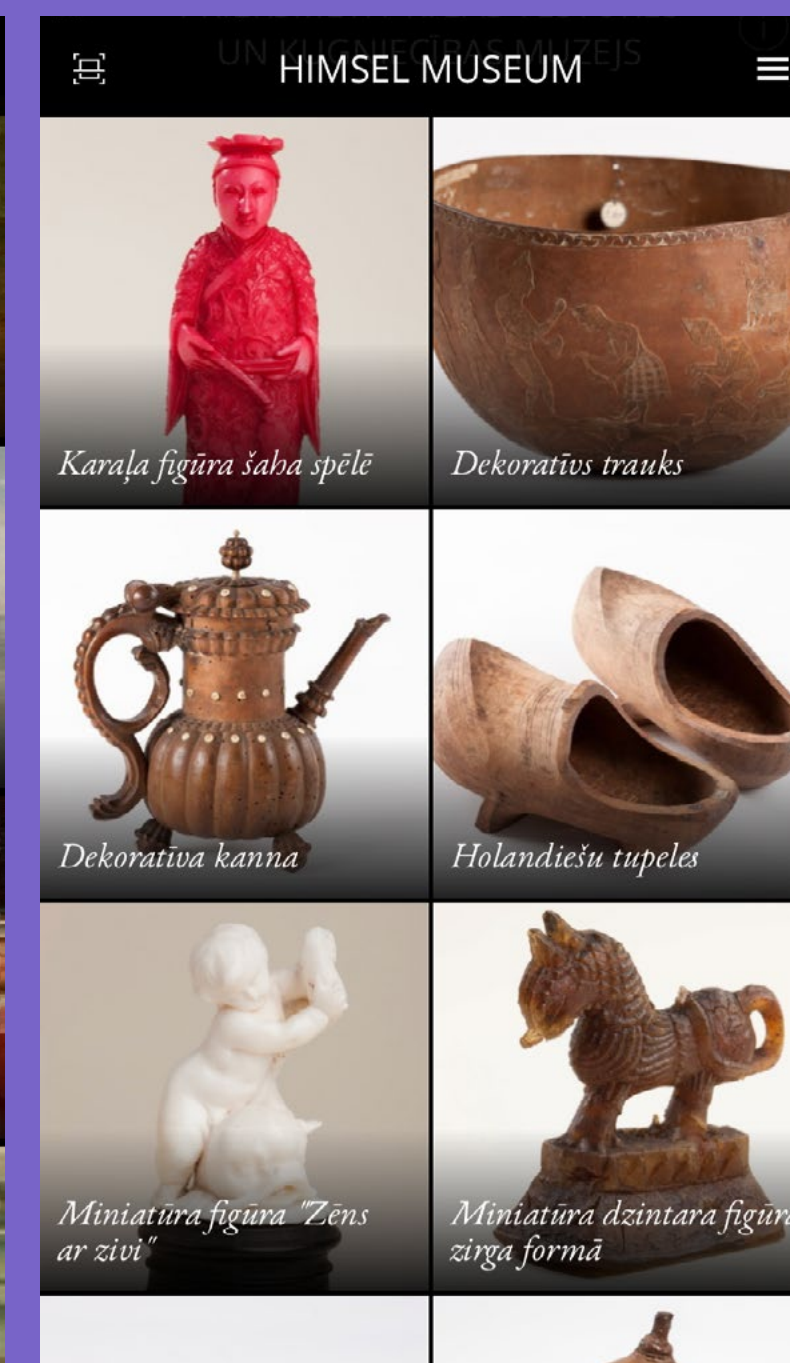
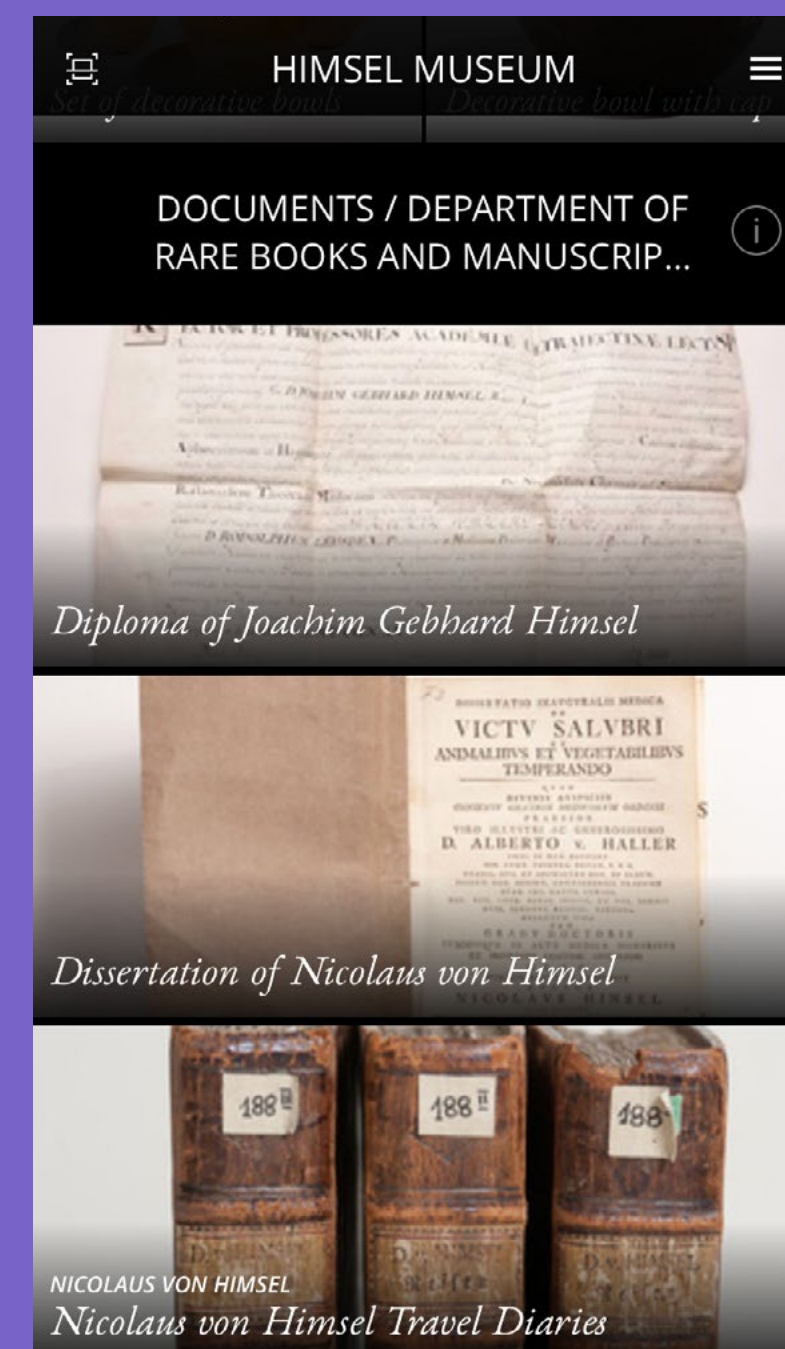
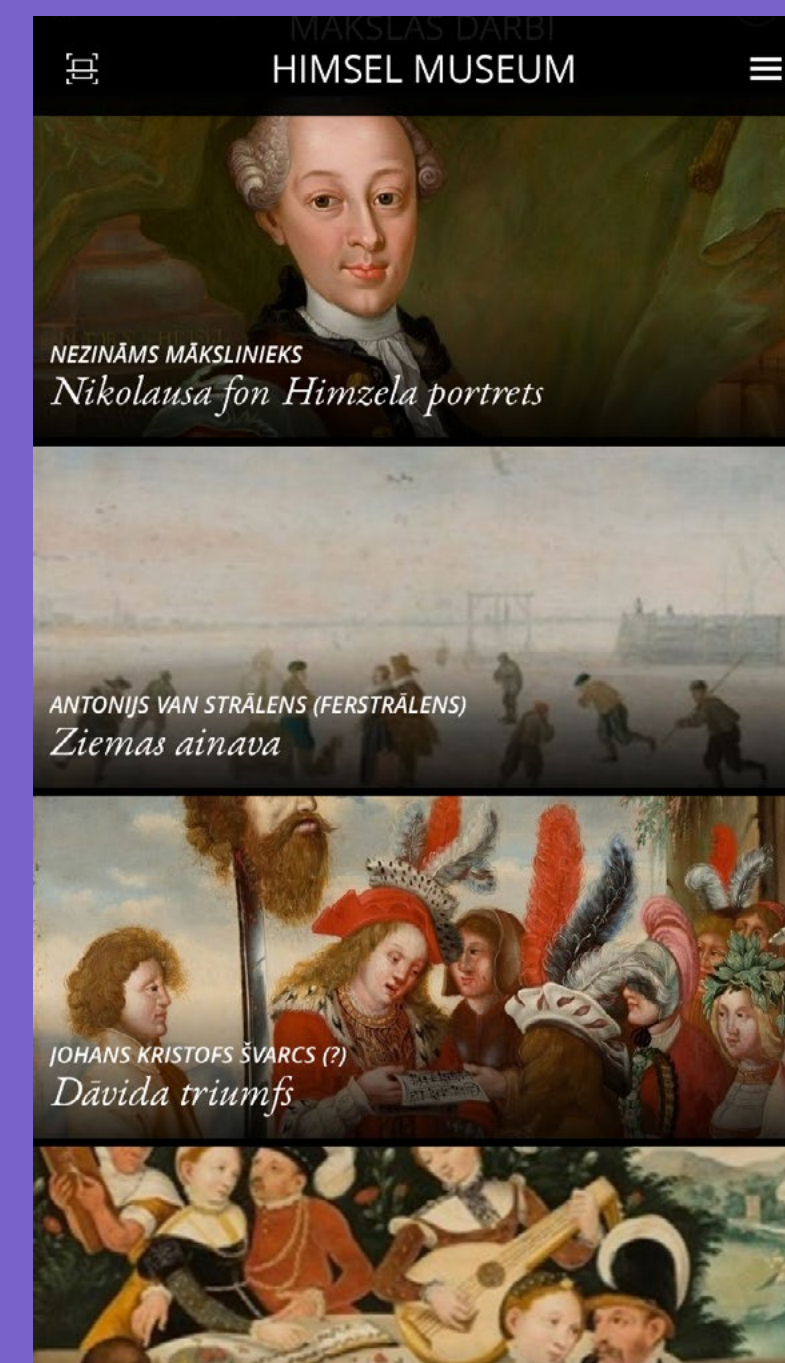
- App Description
- App Content
- App Details

[www](http://www.secondcanvas.net)

Последовав призыву (*open call*) европейского предприятия по цифровизации *The Mad Pixel Factory*, аналитический центр Creative Museum стал одним из партнеров проекта, которые обеспечивали предприятию доступ к коллекциям латвийских музеев с целью их оцифровки в высоком разрешении в обмен на возможность бесплатно создать домашнюю страницу и мобильное приложение конкретной коллекции.

Так появилось приложение *Second Canvas Himsel Museum*, которое заслуженно рекламируется как инструмент для знакомства с 6 шедеврами музея в особенно высоком разрешении. Столь новаторским и необычным приложение делает его концепция музееведения и техническое исполнение: партнерами проекта стали практически все учреждения, хранящие память о рассеянных по Риге коллекциях и документальных свидетельствах исторического музея Химзеля – Музей истории Риги и мореходства, Латвийский национальный художественный музей (Художественный музей «Рижская биржа»), Академическая библиотека ЛУ, Латвийский государственный исторический архив и др.

Приложение позволило электронно собрать воедино разбросанные коллекции и документальные свидетельства первого в Балтии публичного музея – музея Химзеля, а также отметить его предстоящий 250-летний юбилей в 2023 году.



Приложение *Himself Museum* стало своеобразной ожившей идеей универсального музея эпохи Просвещения, где музей является механизмом получения знаний, обладающим холистическим (целостным) взглядом на мир. Музеем, собравшим предметы местных и экзотических культур, разделенных на категории природы (*naturalia*), науки (*scientifica*) и искусства (*artificalia*), создающим представление о мире как о едином целом. Данный подход в одинаковой степени опирается на основные принципы философии музейной отрасли и умело объединяет ресурсы для достижения наилучшего результата.

Как и в примере CREMA, созданном в рамках проекта сотрудничества при помощи инструмента для создания домашних страниц, экспериментальный проект *Second Canvas Himself Museum* позволил разработать новаторскую домашнюю страницу и приложение на общей цифровой платформе, чтобы представить коллекции старейшего в Балтии музея наряду с музеями Западной Европы. Методологически оба примера демонстрируют потенциальные способы в сотрудничестве с партнерскими организациями, участвуя в международных проектах, создавать функциональные домашние страницы и ценные цифровые конечные продукты.

Музеи в Латвии посвятили много лет исследованиям, оцифровке и описанию предметов фондов, помещая информацию в Национальный общий музейный каталог – страницу для профессионалов и исследователей⁴.

В свою очередь, если музей намерен индивидуально охватить аудиторию и получать обратную связь от разных профилей пользователей, решением может стать какой-либо из инструментов или платформ для создания домашних страниц. Наглядные и проверенные инструменты для создания домашних страниц:

<https://www.wix.com>

<https://www.squarespace.com>

<https://shorthand.com>

4. <https://www.nmkk.lv>



NACIONĀLĀ
MUZEJU KRĀJUMA
KOPKATALOGS

[Подключиться](#)

[Регистрироваться](#)

[LV](#)

[EN](#)

[RU](#)

[DE](#)

[FR](#)

➤ ЧТО ТАКОЕ СВОДНЫЙ КАТАЛОГ?

☒ Предметы ☐ Музеи ☐ Выставки

☐ Искать в содержимом файла

ИСКАТЬ

Просматривать по:

➤ [типу предмета](#)

➤ [музеям](#)

➤ [по группам музеев](#)

➤ [коллекциям](#)

➤ [по группам коллекций](#)

➤ [Расширенный поиск](#)

Предметы
в музейном
собрании

6 607 034

Предметы,
доступные
в СКНМС

1 872 544 (28.34%)



[Lietiskie priekšmeti](#)



Ota. JVMM 42854
JVMM 42854

➤ [больше](#)



[Rakstiskie priekšmeti](#)



Personu dokumenti
GVMM 23410

➤ [больше](#)

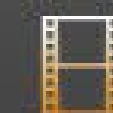


[Tēlojošie priekšmeti](#)



Zīmējums
SVM 10103

➤ [больше](#)



[Audio-vizuālie un IT
priekšmeti](#)



Fotogrāfija
GVMM 23397/4

➤ [больше](#)



[Dabas priekšmeti](#)



Kaspijas ūpis - Bubo
bubo furcomanus
LDM 857

➤ [больше](#)



[Музеи на карте](#)



[Послать карточку](#)



[Мои выборки](#)



[Просмотреть выставки](#)

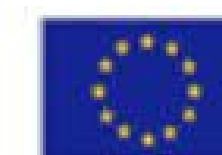


Kultūras informācijas
sistēmu centrs

© Kultūras informācijas sistēmu centrs



IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ



ĒROPAS SAVIENĪBA



www

3.

Виртуальная реальность (VR)

Глобальная динамика развития рынка новых технологий дает понять, что в обозримом будущем такие интернет-технологии с эффектом присутствия (*immersive web*), как виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR), стирающие границы между реальным и цифровым миром, из экзотики уже станут обыденностью. Прогнозируется, что без VR мы просто не сможем выполнять рабочие обязанности, аналогично тому, как в навязанных COVID-19 условиях пребывания дома мы не могли работать без доступного уже практически каждому персонального компьютера, телефона или планшета с подключением к Интернету. Социализация, развлечения, учеба и совместное творчество уже в недалеком будущем станут частью экосистемы иммерсивного Интернета.

В музеи Латвии VR входит неспешно. В выигрыше остаются музейные организации, которые в виде небольших экспериментальных пилотных проектов с опережением осваивают новые технологии, участвуют в создании продуктов VR/AR и вместе с тем – даже в развитии новых технологий, прежде чем они станут общедоступными и будут устанавливать свои собственные правила игры.

Время, когда развитие VR в основном зависело от индустрии игр и развлечений, удовлетворяющей потребности состоятельных потребителей, прошло и сейчас изменилось в пользу организации труда, учебы и социализации. Наряду со стремительным развитием новых технологий коммуникаций растет спрос на надежное, заслуживающее доверия и серьезное образовательное содержание.

О таком сценарии развития свидетельствует заявление одного из крупнейших разработчиков технологий интернет-коммуникаций – *Facebook*, сделанное в конце 2021 года, об изменении корпоративного бренда на *Meta*. Программный *Metaverse* был заявлен как трехмерная среда, т. е. основанное на VR-технологии публичное пространство в Интернете вещей (*internet of things*) для социализации, учебы и работы⁵.

Если миссией музеев является сохранение и коммуникация культурно-исторического наследия человечества, то не только выгода, но и профессиональная этика мотивирует как использовать новые иммерсивные технологии, так и участвовать в их создании. Музеи с учетом присущей им высокой степени доверия общества на глобальном уровне, что следует из фундаментального постулата профессии – работать на общее благо – идеально позиционированы для того, чтобы участвовать в формировании иммерсивной экосистемы VR, ориентированной на разрешение конфликтов и общечеловеческие ценности.

5. <https://about.facebook.com/meta>

Примеры наилучшей практики и методика разработки для использования VR в латвийских музеях:

- пример изучения технической истории –

элементы VR в экспозиции
станции Алуксненской
узкоколейной железной
дороги (2018);

- пример истории конфликтов –

1-й и 2-й этап
разработки VR Бункера
Липке (2019–2022).

Станция Алуксненской узкоколейной железной дороги с интегрированным элементом VR

Экспозиция станции Алуксненской узкоколейной железной дороги (автор концепции содержания – Инета Зелча Симансоне (*Ineta Zelča Šimansone*), дизайн – H2E).

В 2019 году получила два главных приза *SEGD Global Design Awards – 2019 Global Design Awards/Honor* и главный приз конкурса *Best of Show*. Экспозиция также является номинантом престижного Приза года европейских музеев 2021 года.

Главным вкладом реновированной кладовой бывшей станции Алуксненской узкоколейной железной дороги в общество является регенерация объекта, объединяющая в себе качественную реставрационную работу, благоустроенное прилегающее внешнее пространство и инновационную экспографию. Экспозиция создана на основании трех измерений содержания: локального, технического и европейского. Каждое измерение предусматривает свой вид повествования. Техническое, т. е. железнодорожное измерение,

разворачивается одновременно при помощи физических предметов истории железной дороги и интегрированного в экспозицию VR-опыта, позволяя посетителю вжиться в роль машиниста локомотива и изучить панель управления.

Такого рода VR-опыт, относящийся к категории игр и развлечений, с ненавязчивым присутствием образовательного содержания вовлекает аудиторию в интерактивный учебный процесс и обогащает впечатления от физической экспозиции в реальном пространстве. Экспозиция станции Алуксненской узкоколейной железной дороги является одним из первых опытов VR в латвийских музеях, что делает ее особенно ценной в плане разработки методологии и оценки опыта использования. Первые выводы, на которые наводит не только международное признание, но и статистика посещений, а также отзывы о новом культурном объекте, недвусмысленно подтверждают целесообразность присутствия новых технологий в музейных экспозициях.

Особенно стоит подчеркнуть то обстоятельство, что такой передовой инструмент VR впервые был интегрирован в музейную экспозицию за пределами Риги, что еще раз подтверждает возможность внедрять инновации независимо от местонахождения. Решающим является совместное творчество с отраслевыми специалистами, желающим протестировать новые технологии в форме пилотных проектов и тем самым пополнить послужной список в своем творческом портфолио. Превосходным примером такой методологии, основанной на совместном творчестве, является следующий объект.



VR «Бункер Липке»

В сентябре 2019 года в рамках Рижского международного кинофестиваля (*RIGA IFF*) состоялся хакатон (марафон идей) *Riga IFF goes VR Magnetic Latvia Hackaton*, в котором участвовал мемориал Жаниса Липке в качестве автора одной из задач для команд хакатона. Из двух команд, взявшихся работать с порученной мемориалом нелегкой темой Холокоста в Латвии во время Второй мировой войны, объединенная команда студентов лиепайских, валмиерских и рижских вузов завоевала приз *Delfi Campus*. Прототип предлагал опыт VR, при котором пользователь, надев 3D-очки, мог в хронологической последовательности, и находясь в помещении конкретного гетто, проследить за основными событиями в Рижском гетто в ноябре–декабре 1941 года, когда в рамках двух акций было убито 25 000 латвийских евреев.

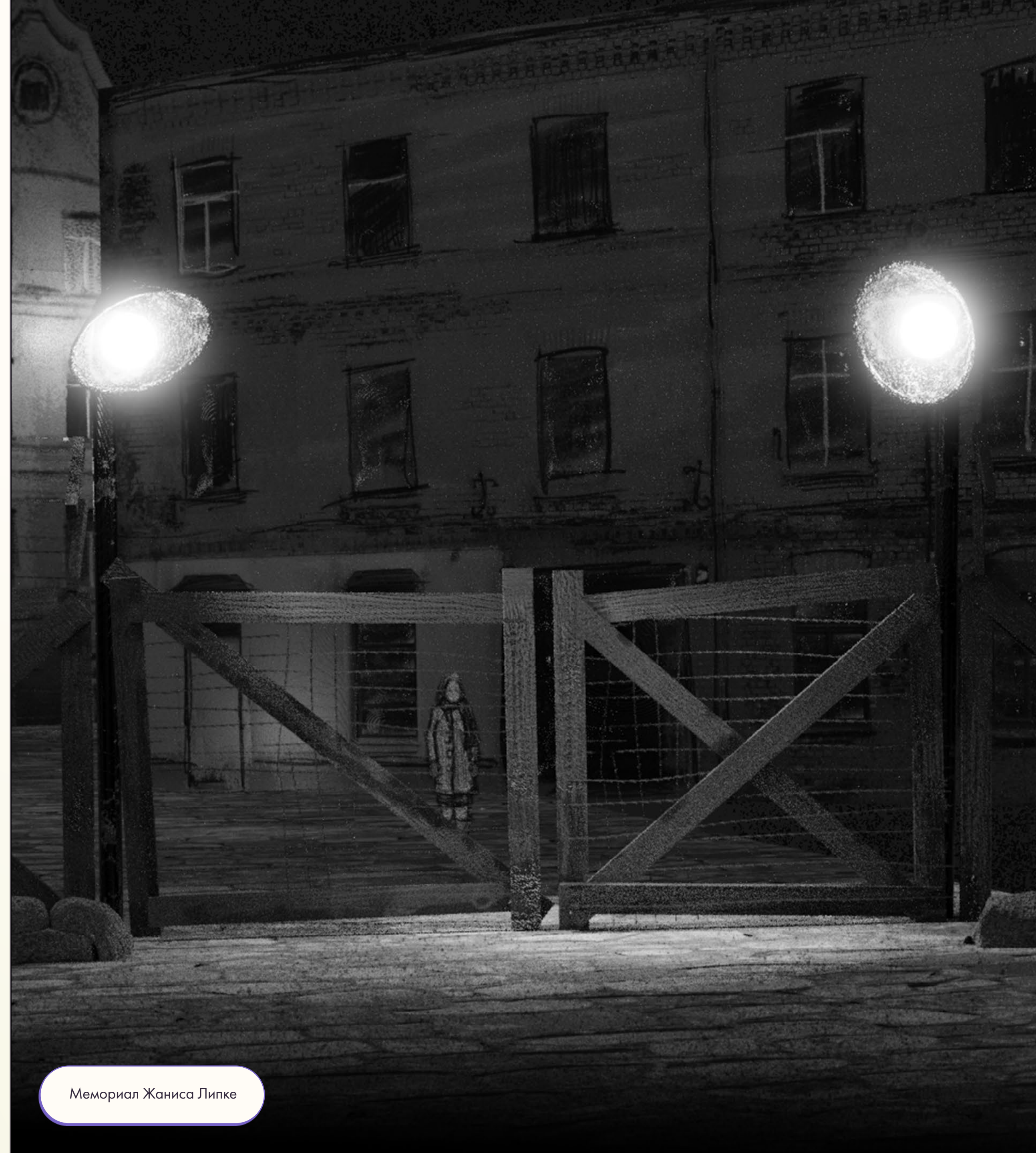
Продолжая начатое на хакатоне, мемориал Жаниса Липке в рамках проекта, поддерживаемого фондом культурного капитала Латвии, начал сотрудничество с победившей студенческой командой, чтобы адаптировать прототип к настоящему бункеру, оборудованному Жанисом Липке под дровяным сараем на Кипсале, где евреи прятались от преследований. Музейный педагог мемориала Майя Мейере-Оша (*Maija Meiere-Oša*) и куратор, соучредитель аналитического центра Creative Museum Райвис Симансонс (*Raivis Sīmansons*) разработали концепцию содержания, согласно которой студенческая команда за 12 месяцев создала виртуальную программу «Бункер Липке». Это рассказ о тайне, которую хранит 8-летний мальчик Зигис, младший сын самого известного латвийского спасителя евреев (более 50 спасенных) Жаниса Липке и его жены Йоханны, в годы немецкой оккупации.



LIPKES BUNKURS

В ноябре 2020 года на базе только что приобретенной аппаратуры очков *Oculus Quest* первая версия VR «Бункер Липке» была представлена молодежной целевой группе и экспертам в области технологий VR. Полученные положительные отзывы, в том числе и от организаторов хакатона *Riga IFF*, побудили мемориал продолжать работу над проектом. Мемориал обратился к специалисту по творческим технологиям находящейся в Миннеаполисе (США) компании *Fallon Worldwide* Кори Маклауду (*Cory McLeod*) с просьбой участвовать в дальнейшей разработке этого проекта. У Кори, американца латышского происхождения, в его творческой биографии на тот момент уже было несколько работ в сфере новейших технологий, связанных с недавней историей Латвии: документальный фильм VR о рок-группе *Pērkonis* и домашняя страница музея Рижского гетто с 6 анимированными рассказами, в том числе о спасении Жанисом Липке трех еврейских мужчин из Рижского гетто.

В мае 2021 года рекламное агентство *Fallon Worldwide* приняло предложение и начало сотрудничество с мемориалом Жаниса Липке в рамках благотворительного проекта. Команда новых медийных художников из Латвии, специалисты музея Липке и *Fallon* в настоящий момент работают над прототипом презентации, который будет демонстрироваться экспертам по разработке содержания VR и учреждениям просвещения о Холокосте. Дальнейший сценарий развития проекта предусматривает презентацию VR «Бункер Липке» компании *Meta* (ранее – *Facebook*), которая разрабатывает технологию 3D-очков *Oculus Quest* и магазин *Oculus*, где VR-опыт «Бункера Липке» в будущем мог бы быть предложен глобальному рынку продуктов VR. При идеальном развитии событий VR-опыт «Бункера Липке» сможет испытать каждый владелец 3D-очков *Oculus Quest* в приложении магазина *Oculus*, не выходя из комфортных условий своего дома.



Мемориал Жаниса Липке



Мемориал Жаниса Липке



Мемориал Жаниса Липке

В рамках ежегодного *RIGA IFF* состоялась презентация процесса работы над VR «Бункер Липке» (1-го и 2-го этапа) для отраслевых экспертов. Помимо просветительского содержания опыта VR, посвященного истории этого серьезного конфликта, не менее важное значение имеет методология его разработки: начиная с задания для участников хакатона, продолжая работу с его лауреатами на 1-м этапе проекта, и заканчивая испытаниями прототипа при помощи целевой группы (молодых людей 16–22 лет) и актуальным 2-м этапом работы с уже признанным в отрасли партнером из США.

Резюмируя, можно сказать, что если на первом этапе проекта в центре внимания были помещения бункера на Кипсале и разработка трехмерного рассказа с точки зрения восьмилетнего мальчика Зигиса, то на втором этапе в проект предусмотрено включить дополнительные рассказы о людях, которым Жанис Липке помог избежать насильственной смерти во время нацистской оккупации. Это дополнение рассказов создается для того, чтобы сформировать многогранную перспективу, нелинейный и интерактивный опыт, отражающий стремление Липке повлиять на ход Холокоста в Риге, когда он проявил индивидуальное гражданское неповиновение.

В рамках второго этапа VR создавался рассказ о семье из Берлина – Ханне и Софии Штерн (матери и дочери), которых Жанису удалось спасти из концентрационного лагеря в Межапарке. Штерны (мать, дочь и сын) были депортированы из Берлина в Ригу в 1942 году. Только матери и дочери удалось сбежать из этого концентрационного лагеря в ходе одной из сложнейших спасательных акций Липке. В работе по исследованию исторических материалов и записи звукового сопровождения в рамках проекта приняла участие и живущая в Израиле дочь Софии Штерн – Илана. Вместе с тем проект VR «Бункер Липке» получил третьего делового партнера, что расширило его международный охват.

Планируется, что пилотный проект VR «Бункер Липке» ожидает еще целый ряд улучшенных версий и он проторит путь для грамотного включения предложения VR в экспозицию самого мемориала Жаниса Липке, а в процессе перенятия опыта – и в другие латвийские музеи. В то же время методология передовой практики освоения и внедрения новых технологий – от хакатона до конечного продукта – может способствовать коммуникативной работе каждого музея, ориентированного на участие и создание своего неповторимого места и повествования в экосистеме VR.

Примечательно, что именно плакат⁶ ежегодного мероприятия Международного музейного совета (*ICOM*) «Международные дни музеев – 2021» во время кризиса, вызванного COVID-19, служил посланником вхождения новых технологий и принесенных ими перемен в профессиональную повседневную жизнь музеев. Нравится нам это или нет, но виртуальное пространство и цифровое совместное творчество все решительнее входят в повседневную жизнь музеев.

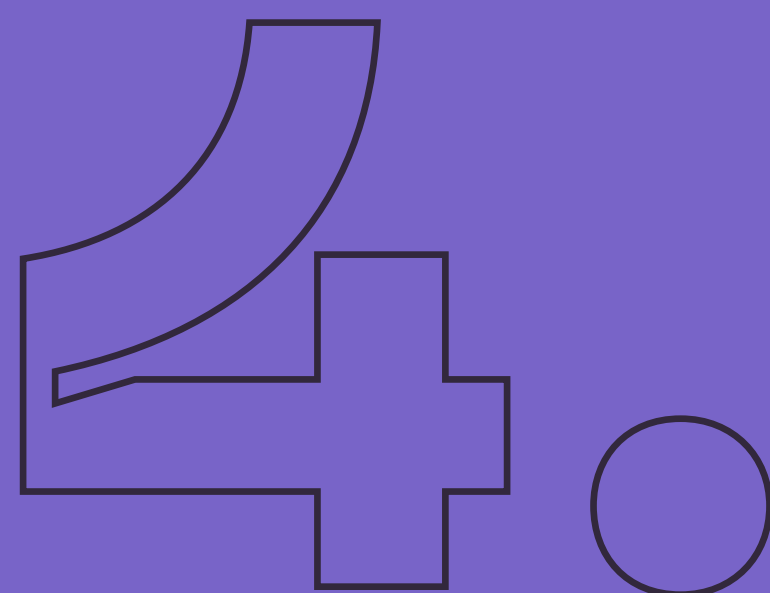
6. <https://twitter.com/IcomOfficiel/status/1339166849410461696>

ICOM international
council
of museums

18
may
2021

**« The Future of Museums :
Recover and Recreate »**

INTERNATIONAL MUSEUM DAY



Хакатон

Хакатон или марафон идей стал общепризнанным методом коллективного решения проблем – лабораторией, где в результате интенсивного совместного творчества в сжатые сроки создаются прототипы, способные помочь улучшить общественную жизнь. В период, когда под воздействием глобальной пандемии COVID-19 физические возможности совместного творчества были ограничены, онлайн-хакатоны стали альтернативой.

Цифровое совместное творчество в марафоне идей принесло заметные результаты и в улучшении функциональности латвийской музейной отрасли. Описание этого инструмента опирается на опыт, полученный командой Creative Museum во время международного хакатона в 2020 году, посвященного преодолению вызванного COVID-19 кризиса в культуре. На примере показан генезис появления и реализации идеи цифрового инструмента для планирования посещения музея (приобретение билетов и т. д.) (2020–2021).

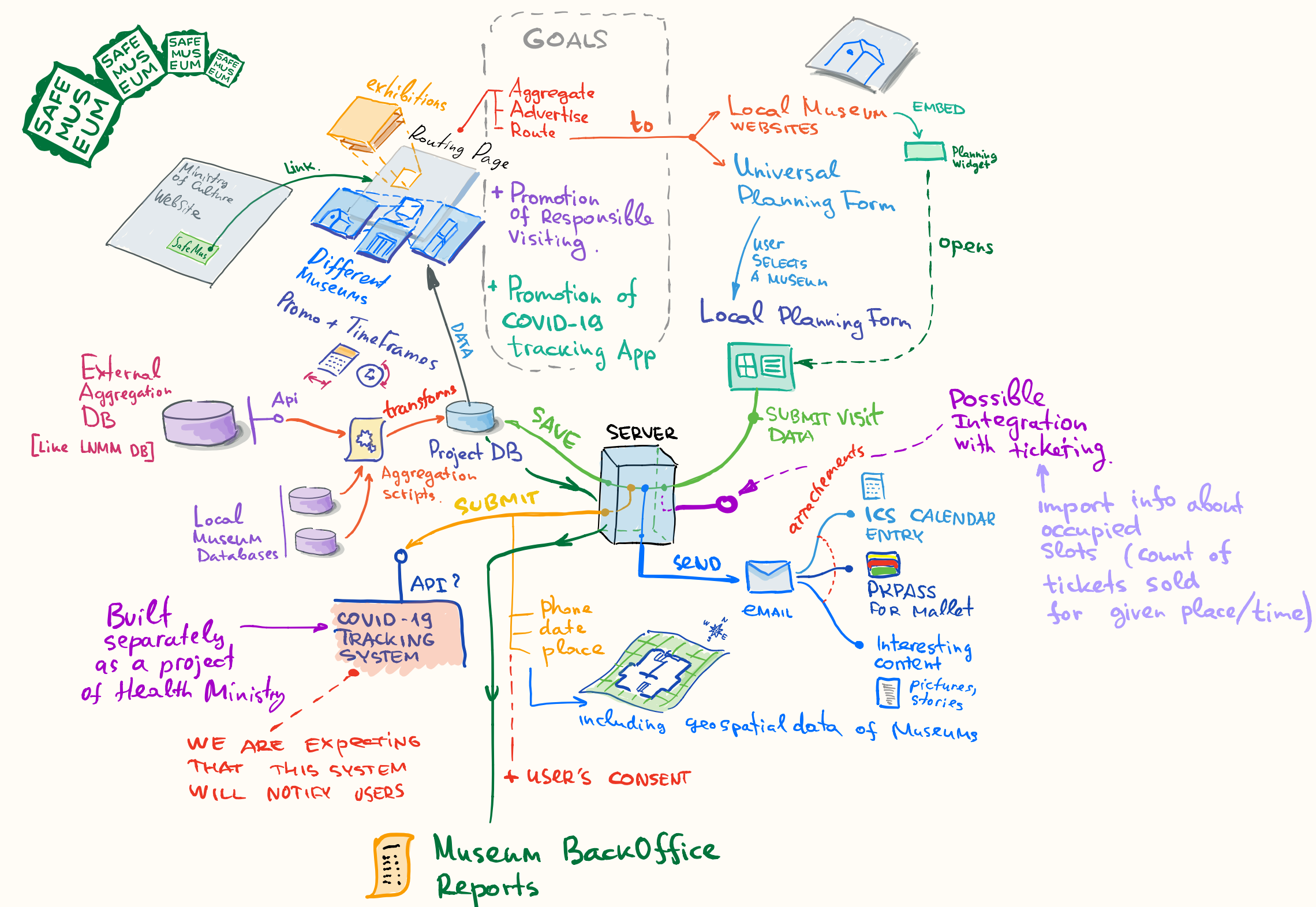
С точки зрения методологического подхода, если в создании вышеописанного аудиогuida VR «Бункер Липке» элемент совместного творчества в физической и цифровой среде еще составлял «половину на половину», то участие в хакатоне 2020 года – *HackCreative: An Industry Transformed*⁷ – с самого начала могло быть только цифровым, поскольку мероприятие происходило во время строгих ограничений на скопление людей, с 1 по 3 мая.

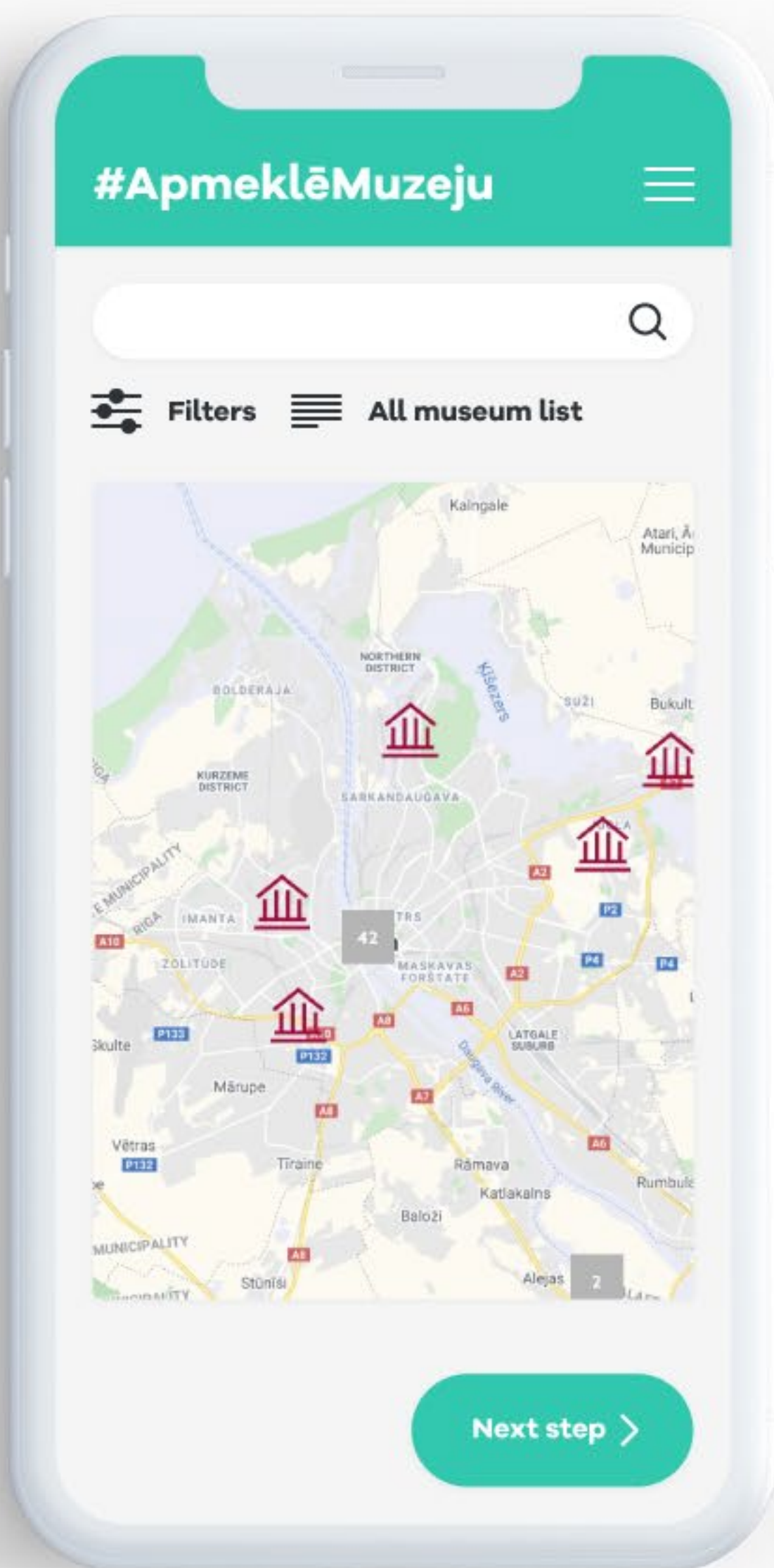
Под руководством куратора Лиги Линденбаумы (*Līga Lindenbauma*) команда Creative Museum на этом международном хакатоне за 48 часов разработала предложение приложения для планирования посещения музеев, которое, используя данные централизованного портала культурных данных⁸, смогло бы рассчитать оптимальный поток посетителей в каждом отдельном музее и предложить время посещения наряду с возможностью приобрести билеты онлайн, тем самым соблюдая установленные в государстве требования по безопасности.

7. <http://www.creativemuseum.lv/en/news/diary/-visitmuseum-hackcreative>

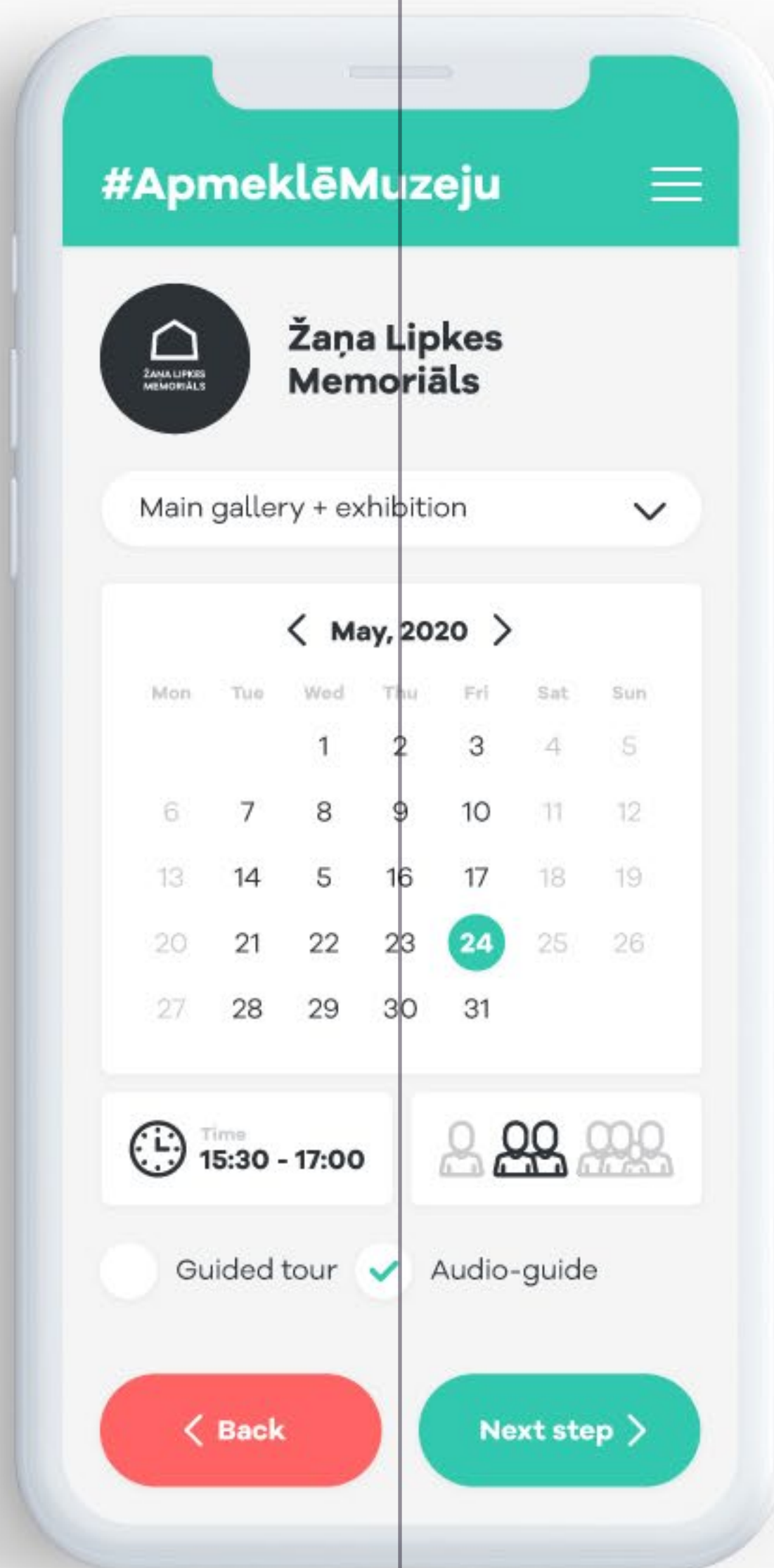
8. <https://kulturasdati.lv/ru>

Informal Data Flow / Goals / Interactions

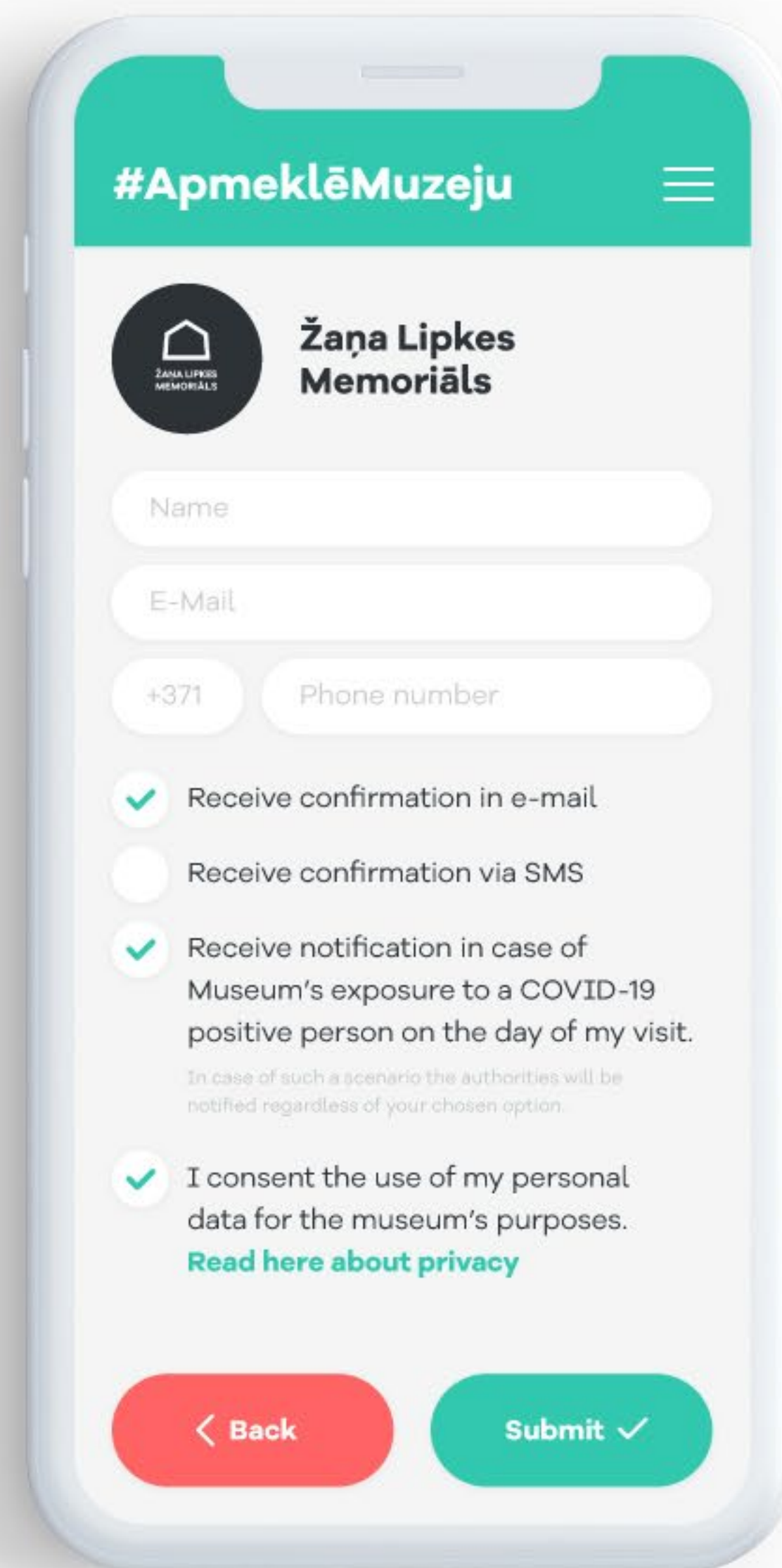




Step 1



Step 2



Step 3



MAP

LEKCIJU
TIEŠRAIDEVisit
Žanis Lipke Memorial

Main gallery + exhibition

**24.05.**

Date

**3**

Number of visitors

**15:30**

Start time

**17:00**

End time

Extra services



Guided tour



Audio-guide

LV **EN** RU DE

Name

E-Mail

+371

Phone number



Receive confirmation in e-mail



Receive confirmation via SMS

Receive notification in case of
Museum's exposure to a COVID-19
positive person on the day of my visit.In case of such a scenario the authorities will
be notified regardless of your chosen option.I consent the use of my personal
data for the museum's purposes.[Read here about privacy](#)**Submit application**

OPENING HOURS:

MON.	—
TUE.	12 ⁰⁰ -18 ⁰⁰
WED.	12 ⁰⁰ -18 ⁰⁰
THU.	12 ⁰⁰ -20 ⁰⁰
FRI.	12 ⁰⁰ -18 ⁰⁰
SAT.	10 ⁰⁰ -16 ⁰⁰
SUN.	—

BOOK YOUR TOUR

ENTRANCE FOR DONATIONS

**EXHIBITION "IN THE CLOSET. WE ALL HAVE
SOMETHING TO HIDE"**

From October 15 till May 31 The exhibition "In The Closet. We all have something to hide" by the Russian artist Daniil Vyatkin. In his art he explores the dark and clandestine side of human psyche, his own painful traumas and furtive shame.

В условиях жесткой международной конкуренции идея заняла второе место. Здесь пригодился план общедоступных помещений мемориала Жаниса Липке как наглядное свидетельство того, что даже спроектированные специально для нужд музея современные здания не идеальны в соблюдении требований дистанцирования, чтобы посетители могли чувствовать себя в полной безопасности.

Индивидуальное время посещений в музеях все еще остается нереализованной идеей, требующей большего вложения ресурсов и координирования в более широких рамках культурного ведомства. Между тем «ощутимым» результатом хакатона стала возможность купить билеты на посещение музея онлайн на странице⁹, на что Министерство культуры (в порядке небольшого конкурса на закупку) выделило необходимые средства. Возможность приобрести билеты в музей онлайн стала первым маленьким шагом в обозначенном направлении, но все же не решением в масштабе э-Латвии. Время покажет, не придется ли снова возвращаться к идее бронирования индивидуального времени посещения музеев, библиотек и архивов при помощи э-решения. Целый ряд малых и средних латвийских музеев в действительности уже предлагает посещение только в индивидуальном порядке после предварительного бронирования. В качестве средства общения используются телефон и электронная почта. Даже некоторые крупные музеи Риги, например, Музей истории медицины имени Паула Страдыня (*Pauls Stradiņš*), установили строгие требования к регистрации при помощи средства общения, не вполне соответствующего современным технологическим возможностям.

9. <https://mobilly.lv>

С радостью, но и с небольшими опасениями мы заметили, что для посещения некоторых актуальных выставок в Риге в конце 2020 года, посетители в выходные дни выстраивались в очереди у музейных касс. Индивидуально бронируемое время посещения легко решило бы эту проблему. Наиболее эффективно такую услугу могло бы предлагать единое интернет-приложение. На данный момент только коммерческие приложения для бронирования предлагают такую услугу, как Bookla¹⁰.

10. <https://bookla.com/en/client#categories>



Подкаст

В осенне-зимний сезон 2020 года аналитический центр Creative Museum в сотрудничестве со студией звукозаписи Латвийской национальной библиотеки подготовила цикл 5 подкастов (вещательных передач) «Новое определение музея».

От простой аудиозаписи, размещаемой в социальных сетях, подкаст отличается определенной регулярностью и формат. Профессионально подготовленную запись, как и радиопередачу, предваряет специально записанная для нее звуковая дорожка, она имеет предпочтительную графическую идентичность, под которой рекламируется в публичном информационном пространстве, а также свой канал или платформу вещания. Лишь в редких случаях запись подкаста транслируется без редактирования с первой до последней минуты. Поэтому желательна обработка записи, которую может выполнить как специалист студии звукозаписи, так и музейный работник, знакомый с соответствующей компьютерной программой. Если музей примет решение систематически работать в данном СМИ, стоит рассмотреть возможность повышения квалификации ответственного специалиста по коммуникации и освоения навыков создания вещательных передач, поскольку уже сейчас основным требованием к исполнению рабочих обязанностей являются навыки администрирования профиля музея в социальных сетях.

CREATIVE
MUSEUM

PODKĀSTU SĒRIJA



MUZEOLÓGISKAS
SARUNAS PAR
AKTUĀLO

Здесь снова приходится вернуться к теме цифровых платформ, поскольку создать и поддерживать уникальную цифровую аудиоплатформу могут позволить себе только крупные вещательные организации. Подкаст «Новое определение музея» был размещен на крупнейшей в мире платформе музыки и аудиосодержания *SoundCloud*¹¹, которая предлагает несложный инструмент администрирования содержания, освоить который может практически каждый, постоянно работающий на компьютере. Музею необходимо считаться с небольшой ежемесячной абонентской платой (за содержание).

По содержанию эта серия передач обращается к актуальным трудностям, стоящим перед музейной отраслью, соприкоснувшейся с кризисом, вызванным COVID-19. Приглашая в студию экспертов, ведущие рассуждают о цифровой трансформации в музейных фондах, исследовательской деятельности, создании выставок, музейной педагогике, управлении и других сферах деятельности музея. Работа над такого рода записью требует от модератора тщательной подготовки и навыков интервьюирования. Сейчас, когда в результате ухудшения эпидемиологической ситуации музеи и другие культурные учреждения были (или снова временно будут) закрыты, и приобретает актуальность требование работать дистанционно, регулярная запись, даже созданная в домашних условиях при помощи различных инструментов для проведения онлайн-собраний, время от времени может избавить музей от необходимости публиковать наполнение только в визуальной и письменной форме.

11. <https://soundcloud.com>

Звук является первичным, прямым видом общения, который до сих пор не в полном объеме использовался в музейной коммуникативной работе. Подкасты способны не только успешно разнообразить предложение музеев в электронной среде, но и все чаще будут необходимы как форма передачи содержания с учетом старения европейского общества.



Совместное творчество (*makerspace*)*

*Помещение для совместного творчества (makerspace) – это помещение, в котором люди встречаются, общаются, сотрудничают, делятся информацией и взаимодействуют на основании общих интересов в сфере технологий, новых СМИ, цифрового и гибридного искусства, науки, инноваций и разных креативных решений.

С учетом присвоенного музеем статуса неприбыльной организации и традиционного порядка финансирования из государственных средств методология внедрения инноваций в музеях всегда будет связана с совместным творчеством. Лишь немногие богатые ресурсами музеи могут нанимать для выполнения работ высокооплачиваемых отраслевых экспертов. Как правило, новаторство приходит в музеи иными путями: либо заинтересованная сторона выступает с предложением создать новый продукт или услугу в сфере культуры, используя ресурсы музея, либо обе стороны договариваются о реализации некоего проекта совместного творчества.

Популярная сейчас идея помещений для совместного творчества может расцениваться как возрождение традиции музейной лаборатории, известной с самого начала истории музеев, в новой форме. Совместное творчество как метод музейной педагогики вытекает из философии доступности музеев, которая все более явно входит в их повседневную жизнь.

Совместное творчество (makerspace) может иметь разные формы. До кризиса COVID-19 под совместным творчеством в основном подразумевалось координированное сотрудничество под присмотром наставника непосредственно в помещении, в основном при помощи аналоговых орудий труда. С завершением второго года пандемии не менее ценным было обоснованно признано и цифровое совместное творчество, что показывают некоторые описанные здесь примеры.

Популярным видом совместного творчества является конкурс идей. Предложенный пример взят из подготовленного аналитическим центром Creative Museum для Европейской сети музейных организаций NEMO в 2018 году издания *Museums and Creative Industries. Case Studies from Across Europe*.

В соотнесении примера передовой практики с региональными музеями Балтийского региона выдающийся пример совместного творчества показал недавно открытый Национальный музей Эстонии в Тарту, решивший разработать для своего сувенирного магазина линию сувениров на основании этнографической коллекции к выставке *Food We Cook* («Еда, которую мы готовим»), еще с 2016 года являющейся частью постоянной экспозиции музея. Выбранным способом достижения цели стало объявление открытого конкурса на лучшую новаторскую интерпретацию кулинарии и дизайна исторического материала (традиционной пищи), основанную на материале коллекций.





Свою идею музей описывает так:

“

«Летом 2018 года проводился конкурс продовольственных сувениров с целью выявить и популяризовать рецепты традиционных блюд, представляя их с долей современной интерпретации, чтобы тем самым помочь молодым предпринимателям рекламировать свою продукцию. В целом на конкурс было подано 28 идей продуктов, авторы которых получили отзывы об их гастрономических качествах, дизайне и связи новых продуктов с кулинарным наследием. Победившие продукты продаются в магазине при музее и получили право использовать бренд Национального музея Эстонии в маркетинге.

”

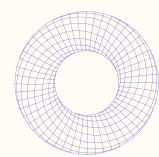
<https://www.ne-mo.org>

Новые продукты сувенирных линий не только вкусны и красивы, но и несут определенное сообщение об идентичности конкретного места, его региональной самобытности, этнографии и традиционной кухне. Будучи созданными в сотрудничестве опытных и молодых творческих агентов, они укрепляют связи внутри сообщества и привязку творческих индустрий к музею. В выигрыше остаются и конечные пользователи – посетители музея, жизнь которых становится лучше от использования новых товаров и услуг, и экономика в целом, которую поддерживают высокая прибавочная стоимость и благополучие общества.

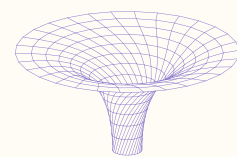
A wireframe sphere graphic, resembling a globe, is positioned behind the text. It is centered horizontally and partially obscured by the text.

Региональный музей — 2025. Тенденции

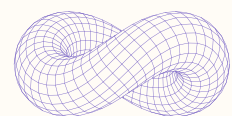
Универсального рецепта нет. Есть тенденции, следуя за которыми, музей в регионе может воплотить лучшее от девиза «Мыслите на глобальном, действуйте на локальном уровне!».



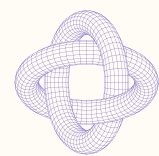
Соблюдение принципа трехстороннего сотрудничества: музей, представители творческих профессий и технологическое обеспечение (содержание, форма и технологии).



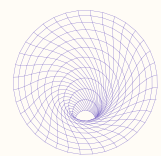
Надежное управление — объединение ресурсов, налаживание сотрудничества и партнерства.



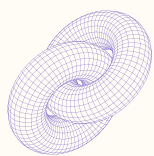
Физическое и цифровое совместное творчество.



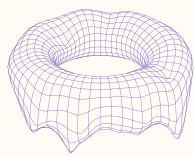
Цифровая стратегия как дорожная карта «Музея — 2025».



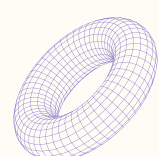
Цифровые платформы как возможность для музея стать заметным в электронной среде.



Электронная доступность музейного фонда — предварительное условие создания продуктов и услуг с высокой прибавочной стоимостью.



Вложение в человеческие ресурсы — профессиональное дальнейшее образование и цифровая грамотность.



Представительство музея — укрепление вовлечения местной общины и роли общественного совета.

Составитель руководства:

Аналитический центр Creative Museum (директор, музеевед
Инета Зелча Симансоне (Ineta Zelča Sīmansone) и *PhD* по
музееведению Райвис Симансонс (Raivis Sīmansons))

Корректор:

Райвис Симансонс (Raivis Sīmansons)

Перевод на русский язык:

SIA “Skrivanek Baltic”

Графический дизайн:

Эдвард Перцев (Edvards Percevs)

Заказчик: самоуправление Прейльского края

Эта публикация была подготовлена при финансовой поддержке
Европейского Союза. Ее содержание является исключительной
ответственностью самоуправления Прейльского края и не является
отражением официальной позиции Европейского Союза.

О проекте «Трансграничное поощрение исторического и культурного
наследия при помощи музейных инноваций» / Museum 2022»

Цель проекта – разработать платформу трансграничного сотрудничества
и создать условия для повышения интереса туристов и посетителей
к культурно-историческому наследию приграничной территории.

Ведущий партнер проекта – самоуправление Прейльского края (LV),
партнер со стороны Литвы – Паневежский краеведческий музей (LT).

Государства-члены Европейского Союза решили постепенно соединить
свои ноу-хау, ресурсы и судьбы. Совместно они создали зону стабильности,
демократии и устойчивого развития, при этом сохраняя культурное
разнообразие, терпимость и уважая личную свободу. Европейский
союз берет на себя обязательство разделять свои достижения и
ценности со странами и народами, находящимися за его пределами.
Флаг ЕС с фразой: Финансирует Европейский союз.



Прейли, 2022 г.

ISBN: 978-9934-9077-1-5

©

Самоуправление Прейльского края
Creative Museum
Edvards Percevs