

МУЗЕИ ОНЛАЙН: ФОРМЫ РАБОТЫ С АУДИТОРИЕЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Лупашко И.Г.

Учреждение образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», Минск

Пандемия Covid-19 и ее социальные последствия придали новый импульс для активизации онлайн-деятельности музеев. Одной из наиболее актуальных проблем в создавшейся ситуации стало сохранение музейной аудитории. С этой целью значительная часть музеев по всему миру перевела свою деятельность в онлайн-пространство.

Автор анализирует опыт работы художественных музеев Беларуси, Польши, России по развитию и трансформации онлайн-форм работы с аудиторией в первую волну пандемии Covid-19 (март – май 2020 года). Предложенный ракурс исследования не изучался ранее, поскольку непосредственно связан со сложившимися в 2020 году экстремальными условиями деятельности музеев в период пандемии Covid-19. Важность темы обусловлена обобщением и анализом практического опыта музеев, выявлением общих тенденций, наиболее эффективных и перспективных форм онлайн-работы музеев с аудиторией.

Автором делаются выводы о преобладании образовательных предложений и традиционных для музея форм культурно-образовательной деятельности, которые адаптированы к онлайн-формату (онлайн-лекция, онлайн-экскурсия и др.). Одновременно выделены новые формы онлайн-взаимодействия с музейной аудиторией: наблюдение за музейными залами с помощью веб-камер, онлайн-игры и развлечения, сюжеты о «музейной кухне» (например, о работе реставрационных лабораторий и т.п.) и др.

Ключевые слова: музей, художественный музей, музейная аудитория, онлайн-формы работы, пандемия Covid-19, соцсети.

(Искусство и культура. – 2021. – № 3(43). – С. 54–61)

ONLINE MUSEUMS: FORMS OF WORKING WITH AUDIENCE IN THE CONTEXT OF COVID-19 PANDEMIC

Lupashko I.G.

Educational Establishment “Belarusian State University of Culture and Arts”, Minsk

The Covid-19 pandemic and its social consequences have provided a new impetus for the online activities of museums. One of the most pressing problems in this situation has become the preservation of museum's audience. To this end, a significant number of museums around the world have moved their activities to the online space.

The author analyzes the experience of the art museums of Belarus, Poland, and Russia in the development and transformation of online forms of working with the audience in the first wave of the Covid-19 pandemic (March – May 2020). The perspective of the study proposed by the author has not been studied before, since it is directly related to the extreme conditions of museum activities during the Covid-19 pandemic in 2020. The relevance of the topic is due to the generalization and analysis of the practical experience of museums, the identification of general trends, the most effective and promising forms of museum online work with the audience.

The author draws conclusions about the predominance of educational offers and traditional forms of cultural and educational activities for the museum, adapted to the online format (an online lecture, online tour, etc.). New forms of online interaction with the museum audience are also highlighted: surveillance of museum halls using webcams, online games and entertainment, stories about the inner work of museums (for example, about the work of restoration laboratories, etc.), and others.

Key words: museum, art museum, museum audience, online forms of work, Covid-19 pandemic, social networks.

(Art and Cultur. – 2021. – № 3(43). – P. 54–61)

Адрес для корреспонденции: e-mail: lupashkoirina77@gmail.com – И.Г. Лупашко

В современную цифровую эпоху музеи не могли остаться в стороне от новых технологий. На протяжении нескольких десятилетий эта тема активно изучается и обсуждается, накоплен определенный практический опыт. Проблематика, имеющая отношение к нашему исследованию, нашла отражение в публикациях таких ученых, как А. Лебедев, Л. Ноль, С. Черкалин, Т. Богомазова, Н. Никишин, Т. Абанкина, С. Феоктистова, А. Михайлова и др. Данные авторы рассматривают как общие вопросы, такие как история информатизации музейной деятельности, так и отдельные аспекты – теория и практика создания виртуальных музеев, использование информационных технологий в экспозиционной, фондовой, культурно-образовательной деятельности музеев и т.п.

Однако предложенный ракурс исследования не мог быть изучен ранее, поскольку непосредственно связан со сложившимися в 2020 году экстремальными условиями деятельности музеев в период пандемии Covid-19. Важность темы обусловлена обобщением и анализом практического опыта музеев, выявлением общих тенденций, наиболее эффективных и перспективных форм онлайн-работы музеев с аудиторией.

Пандемия Covid-19 и ее социальные последствия придали новый импульс для активизации онлайн-деятельности музеев. Возникшая проблема изменила деятельность музеев во всем мире. С целью изучения информации о влиянии Covid-19 на музейную сферу Международным советом музеев (ИКОМ) проведено исследование по анализу воздействия карантина на музеи. Оно проводилось с 7 апреля по 7 мая 2020 года и было достаточно масштабным – в опросе приняли участие почти 1600 специалистов из 107 стран. Анализ результатов опроса продемонстрировал следующие тенденции:

- 94,7% респондентов ответили, что музеи в их стране были закрыты из-за пандемии Covid-19;
- в 84% музеев, которые приняли участие в исследовании, хотя бы часть сотрудников работала удаленно или дистанционно;
- около 50% участников опроса ответили, что их музей и до этого вел активную деятельность в социальных сетях и широко развивал цифровое направление своей деятельности. Однако в рассматриваемый период практика цифровой коммуникации заметно увеличилась для 15% музеев, а активность в социальных сетях возросла для более 50% музеев, принявших участие в опросе [1].

Одной из насущных проблем в создавшейся ситуации стало сохранение музейной аудитории. С этой целью значительная часть музеев по всему миру перевела свою деятельность в онлайн-пространство.

Цель исследования – выявить наиболее эффективные способы и формы онлайн-взаимодействия с музейной аудиторией в условиях пандемии Covid-19.

Для сравнительного анализа выбраны художественные музеи трех стран – Беларуси, Польши и России. Рассмотрена работа в данном направлении ведущих музеев избранного профиля – Государственного Эрмитажа, Национального художественного музея Республики Беларусь (НХМ), Национального музея в Варшаве (MNW).

Отметим, что музеи России и Польши были закрыты на карантин и их сотрудники работали дистанционно. В Беларуси официального карантина объявлено не было, музеи были открыты для публики. Однако количество посетителей музеев резко снизилось, поэтому музейными сотрудниками были также приняты меры по активизации онлайн-форм работы с аудиторией.

Также имеет значение, что до указанного периода данное направление деятельности было представлено на разном уровне. Поэтому акцент в нашей статье сделан преимущественно на новых проектах и формах работы с аудиторией, которые музеи реализовали с момента начала пандемии.

Следует также учитывать разный ресурсный потенциал рассматриваемых музеев. Например, в работе проекта «Hermitage Online» принимало участие около 100 человек, 44 из которых являются научными сотрудниками – экскурсоводами, хранителями и реставраторами. Прямые трансляции проекта Hermitage Online проводились также с помощью дежурных служб музея. С 27 марта в Государственном Эрмитаже действовала оперативная группа, созданная с целью своевременной координации и мониторинга проводимых в Эрмитаже работ. Часть представителей оперативных служб, в дополнение к выполнению их основных обязанностей, было разрешено привлечь для создания коротких видеороликов и прямых трансляций, публикуемых в социальных сетях музея.

Онлайн-деятельность во взаимодействии с аудиторией Государственного Эрмитажа. К началу пандемии Государственный Эрмитаж уже накопил значительный опыт работы в цифровом пространстве, в том числе

с соцсетями. На наш взгляд, это способствовало активному включению в онлайн-режим сразу же с началом карантина. Основные проекты музея этого периода объединены под названием «Интеллигентная изоляция». Хештеги, используемые в соцсетях, – #эрмитаж_онлайн, #hermitage_online, #hermitageonline, #интеллигентная_изоляция.

Допуск посетителей в музей прекратился 17 марта 2020 года. С этого же дня Государственный Эрмитаж начал вести ежедневные онлайн-трансляции, которые стали составной частью проекта Hermitage Online.

Первый прямой эфир прошел из Хранилища карет и упряжи в реставрационно-хранительском центре «Старая деревня». Через некоторое время к ежедневным онлайн-трансляциям из реставрационно-хранительского центра добавились онлайн-экскурсии из Главного музейного комплекса и Главного штаба. В качестве примера приведем некоторые темы прямых эфиров: «Секреты старых сундуков», «Открытое хранение русской мебели», «Открытое хранение фресок и икон», «Романтика и усердие», «Онлайн-экскурсия по выставке “Студия 44. Анфилада”», «Игра-путешествие “Приключения барона Мюнхгаузена”» и др.

С 30 марта, в связи с введением карантина, проект Hermitage Online изменил свой формат: видео стали публиковаться «в режиме премьеры». Эти сюжеты о жизни музея были подготовлены сотрудниками Эрмитажа до ухода на карантин. Продолжительность сюжетов от нескольких минут до часа и более. Среди «премьер» можно было увидеть следующие видео: «Апартаменты императрицы Марии Александровны», «Лаборатория научной реставрации часов и музыкальных механизмов», «Парадный костюм российских императоров», «Лаборатория научной реставрации тканей», «Искусство Мориса Дени», «Эрмитаж – детям. Детская специальная программа к выставке памятников Древней Ассирии», лекция Никиты Явейна «Современный музей как культурный продукт», «Пушистые стражи Эрмитажа. В гостях у эрмитажных котиков» и др.

Интересующимся жизнью карантинного Эрмитажа была также предоставлена возможность наблюдать за музеем в режиме реального времени с помощью веб-камер. Одна из них показывала вид на Дворцовую площадь и Зимний дворец, другая – Большой двор Зимнего дворца, третья – Зал Майолики и «Мадонну Конестабиле» Рафаэля. Веб-камеры доступны на специальной странице официального сайта Эрмитажа.

За время изоляции в проекте Hermitage Online появились новые рубрики. В рамках рубрики «Эрмитаж в гостях у коллег» прошли эфиры из центров-спутников Эрмитажа в Казани, Выборге, Омске, Екатеринбурге и Владивостоке, центра «Эрмитаж-Амстердам». В этом проекте также приняли участие различные российские музеи, не являющиеся эрмитажными центрами.

В аккаунте музея в Instagram появились рубрики «Эрмитаж для самых маленьких» и «Эрмитажные книги». Первая разработана для маленьких почитателей Эрмитажа, для которых предлагались еженедельные экскурсии-беседы. Во второй можно узнать о книгах, изданных в Эрмитаже и об Эрмитаже.

На образовательном портале Эрмитажа – Эрмитажная академия – был создан новый раздел «Игротека». В нем предлагаются виртуальные игры, такие как лото, пазлы и викторины. Игры имеют разные уровни сложности, рассчитаны как на детей, так и на взрослых. На сайте представлено 13 игр. Например, можно сыграть в лото «Многоцветие Кандинского», «Великий Рембрандт в Эрмитаже», «Импрессионисты», собрать пазл «Поль Гоген. Таитяньские пасторали», «Поль Сезанн. Натюрморт с драпировкой», проверить знания в викторинах «Узнайте мнение Екатерины II», «Что вы знаете об истории Эрмитажа» и др.

Учитывая, что возможности виртуального взаимодействия практически безграничны, очень грамотным решением, на наш взгляд, было предложить контент для иностранных пользователей. Эрмитаж подготовил для своих посетителей экскурсии на итальянском, английском, французском, испанском и китайском языках. Кроме этого, по предложению болгарской стороны несколько экскурсий были дополнены болгарскими субтитрами.

Как особенность виртуальной работы Эрмитажа можно выделить активное использование видеформ взаимодействия с посетителями. Текстовый контент также представлен в соцсетях (Facebook, Twitter, VK, Одноклассники, Telegram) и состоит преимущественно из рубрик, которые условно можно обозначить как «Музейный календарь» и «История музейного предмета». Как правило, это изображение и текстовый комментарий, приуроченный к значимой или интересной дате, удивительные факты о музейных предметах и др. Преимущественно материалы дублируются в различных соцсетях музея. В соцсети Instagram преобладает видеоконтент.

Стоит отметить, что по окончании первой волны карантина сотрудниками Эрмитажа был проведен анализ виртуальных «посещений» музея: с начала карантина до середины июля общее количество просмотров новых видеозаписей в социальных сетях Государственного Эрмитажа достигло более 44000000, а с учетом просмотров раздела «Виртуальный тур» на сайте музея – около 48500000 просмотров. Всего за эти месяцы было выпущено 166 программ и 275 Instagram-эфиров [2].

Обобщая сказанное, можно сделать следующие выводы:

- онлайн-формы работы Эрмитажа были разработаны для разных категорий музейной аудитории: детей, взрослых, зарубежных посетителей;

- среди предложенных виртуальным посетителям форм преобладали традиционные для музея, такие как онлайн-лекция, онлайн-экскурсия. Однако были предложены и новые: наблюдение за безмолвными залами с помощью веб-камер, онлайн-игры, сюжеты о «музейной кухне» (к примеру о работе реставрационных лабораторий, куда посетители попадают довольно редко);

- реализованы партнерские проекты по поддержке региональных музеев;

- представлен как образовательный, просветительский, так и развлекательный контент;

- для взаимодействия с аудиторией задействованы наиболее популярные соцсети и музейный сайт;

- реклама мероприятий проекта «Интеллигентная изоляция» была легко доступной и регулярной.

Онлайн-деятельность по взаимодействию с аудиторией Национального музея в Варшаве. Национальный музей в Варшаве (MNW) был полностью закрыт для посещений с 12 марта по 12 мая 2020 года. Сотрудники музея работали дистанционно. Онлайн-деятельность в музее велась очень активно: к онлайн-формату были адаптированы традиционные музейные программы и мероприятия, а также разработаны новые, для разных категорий музейной аудитории. Акции в соцсетях отмечались хештегом SPOTKAJMY SIĘ #niebawemwMNW (мы встретимся #вскоревMNW).

Все онлайн-мероприятия музея активно анонсировались как в соцсетях (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube), так и на официальном сайте музея. Кроме того, для удобства посетителей сайта создана отдельная вкладка «музей онлайн», где

аккумулируется информация по мероприятиям во всех соцсетях.

Исходя из анализа деятельности рассматриваемых музеев, стоит отметить, что именно MNW наиболее активно придерживался дифференцированного подхода при разработке культурно-образовательных онлайн-продуктов. Были предложены программы для всех основных категорий музейной аудитории. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

Для самых младших зрителей были разработаны «Domowe warsztaty dla najmłodszych» («Домашние мастерские для самых маленьких»), где музейные педагоги знакомят ребят и их родителей с избранными произведениями искусства из коллекции музея. Занятия рассчитаны на дошкольников и младших школьников. Учитывая возраст зрителей, к каждому выпуску предлагаются творческие игры и мастер-классы. Каждая запись семинаров посвящена отдельной теме: «Что носили наши бабушки и дедушки? Или о древней моде и красоте», «Герои картин», «Животные в искусстве», «Быт в средневековье», «Пейзаж или что мы видим за окном?», «В мастерской художника», «Натюрморт», «В мастерской скульптора», «Станцуем!», «История книги», «Во что сыграем?» и др. К каждой теме предоставлены специальные материалы для скачивания – фотографии работ из Цифрового национального музея в Варшаве и карточки с обучающими заданиями и идеями для творчества и др. «Домашние мастерские» начали выходить 26 марта. Всего вышло 28 онлайн-выпусков (за рассматриваемый период – 26).

Обширная образовательная программа была представлена для школьников и их учителей, которые оказались в сложном формате онлайн-обучения. В качестве примера подробнее рассмотрим курс музейных онлайн-уроков «Шаг за шагом». Музеем разработан цикл уроков для учеников начальной, средней и старшей школы, которые способствуют освоению учебной программы. Уроки включают вопросы по следующим темам: живопись, скульптура, декоративно-прикладное искусство (они обсуждаются на примере произведений из собрания MNW и его филиалов). Уроки проходили по предварительной записи в прямом эфире и длились около 40 минут.

В качестве иллюстрации приведем некоторые названия и темы уроков. Для учеников 0–III классов предлагаются такие встречи: «Писанки и крашанки» (обычаи, связанные с праздником Пасхи), «Эмоции в образах» (на основе выставки «Сила образа»),

«Реальная история Санта Клауса» (сцены из истории Рождества, созданные художниками разных эпох), «Картины мастера Яна» (события польской истории в картинах Яна Матейко), «Времена года, времена суток» (природа в художественных произведениях), «В мастерской живописи» (живопись как вид искусства), «В мастерской скульптора» (скульптура как вид искусства), «Сокровища Национального музея», «Варшава как на картинке» (Варшава на картинах польских художников).

Ученикам IV–VIII классов предлагают рассмотреть такие темы, как «Мятежный как Рейтан» (на основе выставки «Сила образа»), «Лики Польши: сообщество и разнообразие» (о национальной идентичности), «От рыцаря до Сарматы. Старопольские обычаи», «Польские короли», «Пасхальные традиции», «Глядя на скульптуру – вижу, знаю, понимаю» «Это все еще скульптура? Встреча с современной скульптурой», «Что говорят картины?», «Варшава – город истории, легенд и людей», «Плакат – уличное искусство».

Для старших школьников разработаны музейные уроки: «Мифы и история в польской живописи XIX и начала XX века», «Искусство средневековья», «Молодая Польша. Художники и направления» (модернизм и символизм на рубеже XIX и XX вв.), «Историческая живопись. Матейко и другие», «Контрасты двадцатилетия. Авангард и традиции» (искусство межвоенного времени), «Скульптура как культовый текст», «Искусство чтения искусства», «Плакат как текст культуры».

Как видим, при разработке онлайн-уроков соблюдены принципы преемственности и «от простого к сложному», а также сохраняется «музейность» занятий за счет обращения к коллекциям и экспозициям музея.

Музеем выделена квота бесплатных уроков, которые профинансированы за счет средств Министерства культуры и национального наследия. В дальнейшем предложение реализовывалось на платной основе.

Проанализировав данный проект, музей сообщил, что в период с 1 апреля по 12 мая 2020 года было проведено 500 музейных онлайн-уроков, которые посетили около 9000 учеников из 45 городов на 3 континентах [3].

Отдельное предложение было подготовлено для выпускников, которым нужно сдавать экзамен на аттестат зрелости (*matura*). Для тех школьников, которые в качестве одного из экзаменов выбрали историю искусства, MNW предложена помощь в интенсивной онлайн-подготовке: цикл вебинаров, которые ставят

своей целью систематизировать знания терминологии и анализ произведений искусства. Каждая из встреч посвящена одной из эпох.

Вероятно, в том числе на основе накопленного опыта, в конце апреля в MNW был открыт Музейный центр школьного образования, который объединил все онлайн-разработки для школьников. В настоящий момент они предлагаются на постоянной основе, как в стенах музея, так и в дистанционном формате. Кроме того, добавлены мастер-классы и встречи для учителей, в том числе и в онлайн-формате.

Не оставил без внимания MNW на период карантина и свою постоянную аудиторию, а именно ту ее часть, которую можно назвать «элитарными посетителями». Дистанционно продолжили выходить традиционные Музейные вторники – серия открытых лекций для любителей искусства, которые каждую неделю собирают большую группу слушателей в музее. Каждый вторник в 13:00 на сайте Национального музея в Варшаве, в Facebook и SoundCloud проходят онлайн-лекции в виде 20–30-минутных подкастов, которые остаются доступными и после эфира. Темы охватывают искусство разных эпох, стилей и направлений, творчество известных художников и историю музейных шедевров. Онлайн-серия началась на Страстной неделе, незадолго до Пасхи, поэтому первой темой стала «Изображения Страстей и Воскресения в искусстве». Материалы каждого выпуска включают презентацию, аудиолекцию (подкаст) и квиз (задание по итогам лекции). Длится онлайн-встреча 20–25 минут. Все материалы доступны для скачивания.

Анализ деятельности MNW в первую волну Covid-19 позволяет сделать следующие выводы:

- к дистанционному формату адаптированы традиционные формы культурно-образовательной деятельности (музейные лекции и др.), а также разработаны новые онлайн-формы работы («музейные мастерские», подкасты, музейные уроки), рассчитанные на разные категории музейной аудитории – от дошкольников до «сеньоров» (посетители «третьего возраста»);
- при разработке онлайн-форм работы использовался дифференцированный подход, а также сохранена «музейность» мероприятий;
- в онлайн-формат перенесены некоторые традиционные музейные проекты (Музейные вторники и Вечер в музее), что способствует сохранению постоянной аудитории;
- музейные предложения реализовываются как в бесплатном, так и в монетизированном формате;

– ярко выражено взаимодействие музея и школы.

Онлайн-деятельность по взаимодействию с аудиторией Национального художественного музея Республики Беларусь. Национальный художественный музей Республики Беларусь (НХМ) официально не был закрыт на карантин. Однако, в связи с рекомендацией ограничения посещения массовых мероприятий, количество посетителей значительно сократилось, периодически доступ в музей был ограничен. В связи с этим приобрели актуальность вопросы, характерные для всех музеев в период пандемии Covid-19: сохранение музейной аудитории и имиджа музея, адаптация музейной деятельности к условиям новой реальности.

Исходя из контент-анализа соцсетей музея, отметим, что онлайн-деятельность НХМ к марту 2020 года была менее активной в сравнении с вышерассмотренными музеями. Кроме того, включение в онлайн-формат происходило постепенно и достаточно медленно, что, на наш взгляд, можно объяснить неопределенностью ситуации (в связи с официально необъявленным карантином), а также ограниченностью ресурсов.

Тем не менее в дальнейшем НХМ представил ряд интересных онлайн-программ и проектов. Публикации и эфиры отмечались хештегом #мастацкі_пра_мастацтва и #мастацкі_пра_мастацтва online. Музей представлен во всех наиболее популярных у белорусской аудитории социальных сетях: Instagram, Facebook, ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, Youtube, что свидетельствует о желании охватить разные сегменты целевой аудитории. Однако контент таких соцсетей, как Facebook, ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, преимущественно дублируется. Возможно, по мере развития этого направления деятельности музейные специалисты станут подходить к созданию контента более дифференцированно.

На музейном Youtube-канале предложены видеолекции, а также тизеры к выставкам. Видеолекции (7 лекций) представлены совместно с партнером музея проектом wir.by и, на наш взгляд, ориентированы на постоянную музейную аудиторию, а также на людей, интересующихся искусством, которые являются потенциальной аудиторией данного музея. В качестве примера приведем некоторые темы музейных лекций: «Май Данцыг і яго Мінск», «Сусветы Язэпа Драздовіча», «Айвазоўскі і Мінск», «Надзея Лежэ: мастачка і барацьбітка» и др.

С началом пандемии претерпел изменения Instagram НХМ. До апреля 2020 года в этой сети публиковались исключительно текстовые посты, посвященные определенному художественному произведению, дате либо автору. В настоящее время, в дополнение к этому формату, появились видеоматериалы: прямые эфиры, которые затем доступны в IGTV. Это особый способ общения с аудиторией, который музейщики называют «рассказами»: в коротком формате (от 4 до 15 минут), адаптированном к соцсетям, научные сотрудники рассказывают о произведениях, представленных в экспозиции музея. В качестве примера приведем некоторые из «рассказов»: «Об истории портрета Анны Гиндус», «О работе “Моление о чаше” Яна Дамеля», «О скульптуре “Меркурий со свирелью”», «О сакральном», «О Станиславе Жуковском» и др. В течение рассматриваемого периода также реализовано 2 выставочных проекта, которым посвящены несколько эфиров: «Нас поймут через 100 лет. Лазарь Хидекель» (3 эфира) и «Красный – код нации. Сакральность, эстетика, власть» (2 эфира). Всего за период с 1 апреля (начало видеотрансляций) по 30 мая вышло 16 эфиров в Instagram.

В это время публике также представлена полномасштабная онлайн-экскурсия по выставке Лазаря Хидекеля «Нас поймут через 100 лет», посвященная Всемирному дню искусства (15 апреля) и закрытию выставки в НХМ. Ее зрители имели возможность познакомиться с творчеством выдающегося художника-авангардиста, первого в мире супрематического архитектора и одного из основателей творческого объединения УНОВИС. Экскурсия была доступна бесплатно в прямом эфире на сайте и в мобильном приложении VOKA.

Таким образом, в течение исследуемого периода в НХМ:

- значительно активизировалась онлайн-деятельность по работе с аудиторией;
- преобладали традиционные формы культурно-образовательной деятельности (лекции, экскурсии), адаптированные к онлайн-формату;
- представленные предложения адресованы, прежде всего, взрослой аудитории;
- реализованы партнерские проекты (с wir.by, VOKA), что способствует популяризации музея и дает дополнительные возможности по расширению музейной аудитории.

Заметим, что в дальнейшем (и это выходит за рамки периода исследования) НХМ

значительно расширил ассортимент культурно-образовательных онлайн-форм работы, появились предложения для различных категорий музейной аудитории.

Международный день музеев 2020. Праздник в онлайн-формате. В дополнение к рассмотренным выше формам работы хотелось бы остановиться еще на одном событии, важном для музейного сообщества. 18 мая – Всемирный день музеев. Как правило, в этот день и последующую Ночь музеев публике предлагается разнообразная и насыщенная программа. Впервые этот праздник не смог быть проведен в музейных стенах. Некоторые музеи отказались от какой-либо программы, другие – провели мероприятия в онлайн-формате.

Все указанные нами музеи представили для публики онлайн-программы. MNW к Международному дню Музеев подготовил виртуальную встречу с кураторами коллекций древнеевропейского и польского искусства до 1914 года, которая прошла в прямом эфире в профиле музея в Facebook. Аудитории заранее было предложено задать вопросы и совместно создать сценарий разговора с кураторами.

18 мая 2020 года Эрмитаж организовал целый ряд мероприятий для своих виртуальных посетителей, подготовив онлайн-программы во всех социальных сетях музея. В социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники, Facebook и на YouTube можно было увидеть: премьеру «Новое освещение на Советской лестнице. История и реставрация залов» (влияние освещения на восприятие произведений искусства и экспозиций музея); путешествие по «Большому Эрмитажу» с директором музея Михаилом Пиотровским; показ фильма «Ночной Эрмитаж» (1989) и авторской программы М.Б. Пиотровского «Эрмитаж – 250. Ночной Эрмитаж». Видео доступны в записи. В аккаунте Эрмитажа в Instagram для «Ночи музеев» подготовлена специальная программа: состоялись прямой эфир «Зимний дворец Петра I» и два прямых эфира в рубрике «Эрмитажные книги».

К Международному дню музеев НХМ представил онлайн-проект Museum backstage. В прямом эфире, который длился почти три часа, впервые раскрыта тайна музейного «закулисья»: как устроены фонды музея, кто такой хранитель и что такое книга поступлений; как работают реставрационные мастерские и чем консервация отличается от реставрации; как и зачем в музее проводятся физико-химические исследования и атрибуция предметов и др. [4]. Прямая трансляция была доступна

на официальной странице НХМ в социальной сети Facebook и музейном YouTube-канале (запись сохранена), а также соцсетях информационного партнера музея «Альфа Радио». Исходя из личного профессионального опыта, отметим, что вопросы внутренней работы музея, так называемой «музейной кухни», пользуются большим интересом у посетителей, что способствует привлечению в музей новых категорий музейной аудитории.

В результате проведенного анализа практического опыта музеев в первую волну пандемии Covid-19 нами выявлены следующие общие тенденции:

- все рассматриваемые музеи, осознавая необходимость сохранения музейной аудитории в условиях пандемии, предприняли определенные меры, основной из которых стала активизация онлайн-деятельности;

- наиболее эффективными посредниками во взаимодействии с виртуальной музейной аудиторией были социальные сети. Среди наиболее популярных можно выделить Facebook, Instagram, Twitter, VK (Россия, Беларусь), а также сервис Youtube;

- музейные сайты использовались преимущественно как информационная и рекламная площадка. Более активной и систематичной можно назвать рекламу, проводимую Эрмитажем и MNW;

- для привлечения внимания к музейным онлайн-продуктам применялись специальные акции и хештеги (#hermitage_online, #интеллигентная_изоляция, #niebawemwMNW, #мастацкі_пра_мастацтва online и др.);

- среди опубликованных материалов можно выделить видеоконтент (онлайн-экскурсии, онлайн-лекции, музейные онлайн-занятия для детской аудитории и др.) и текстовый контент (тематические публикации постов к значимым событиям, календарным датам, интересные факты и новости из мира искусства, персональные истории, посты о музейных предметах и т.п.). Аудиоматериалы составляют незначительный процент и представлены только MNW (подкасты);

- образовательный и просветительский контент значительно преобладает над развлекательным;

- при разработке культурно-образовательных онлайн-форм используется дифференцированный подход. Наиболее широкий ассортимент музейного предложения, рассчитанный на разные категории музейной аудитории, зафиксирован у MNW (от дошкольников до посетителей «третьего возраста»);

– «музейность» культурно-образовательных онлайн-форм сохранена за счет обращения к коллекциям и экспозициям музея;

– определенная часть музейных онлайн-проектов создана и реализована в партнерстве с другими учреждениями культуры, образования, СМИ.

Заключение. Данное исследование имеет значение как для музейной практики, так и для разработки в дальнейшем теоретических проблем взаимодействия музея и его аудитории в новых социокультурных условиях. Музейные специалисты выражают озабоченность сложившейся ситуацией и предполагают, что культура и общество уже не смогут вернуться к прежним реалиям. Подтверждением этому является ряд проведенных научных мероприятий: круглый стол «Культура и общество после коронавируса. Как изменится мир?» (18 мая 2020 г.), онлайн-конференция «Музеи в эпоху пандемии: границы и возможности» (18–19 мая 2020 г.), инициированная ЮНЕСКО серия виртуальных дискуссий с участием известных деятелей культуры ResiliArt – «жизнестойкое искусство», – основной целью которых является «мобилизация коллективного интеллекта в поддержку искусства» и др.

И как отметил директор Государственного Эрмитажа М. Пиотровский, объективно

отразив текущую ситуацию и роль музеев в ее разрешении: «Сейчас ... одной из важных проблем будет разделение мира, он снова будет разделен границами, и музеи должны сохранить свою роль мостов, которые соединяют страны и культуры. В этом нам должны помочь те новейшие средства информационных технологий, которые мы сегодня обсуждаем» [5].

ЛИТЕРАТУРА

1. Музеи, музейные специалисты и Covid-19 [Электронный ресурс] // ИКОМ России. – Режим доступа: <http://icom-russia.com/data/events/muzei-muzeynye-spetsialisty-i-covid-19/>. – Дата доступа: 18.06.2020.
2. Интеллектуальная изоляция. Итоги [Электронный ресурс] // Государственный Эрмитаж. – 1998–2021. – Режим доступа: https://hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/news/news-item/news/2020/news_158_20?lng=ru%5C. – Дата доступа: 11.09.2020.
3. Muzeum on-line [Электронный ресурс] // Muzeum Narodowe w Warszawie. – 2013. – Режим доступа: <https://www.mnw.art.pl/multimedia/>. – Дата доступа: 14.10.2020.
4. Онлайн-проект «Museum backstage» [Электронный ресурс] // Национальный художественный музей Республики Беларусь. – 2010–2020. – Режим доступа: <https://www.artmuseum.by/ru/news/night/mezhdunarodnyj-den-muzeev-v-nacjonalnom-xudozhestvennom-muzee.-museum-backstage.-2020/onlajn-proekt-museum-backstage.html>. – Дата доступа: 17.05.2020.
5. Международный день музеев в Государственном Эрмитаже [Электронный ресурс] // Государственный Эрмитаж. – 1998–2021. – Режим доступа: https://www.hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/news/news-item/news/2020/news_112_20. – Дата доступа: 20.05.2020.

Поступила в редакцию 17.03.2021