



**«Кадырбаев оқулары – 2020»
VI Халықаралық ғылыми
конференциясы**



**VI Международная научная
конференция
«Кадырбаевские чтения – 2020»**



РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЗЕЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Бисембаев А.А., Сарсенов Ш., Уразова А.Б.

Музей (от древнегреч. μουσεῖον – Дом муз), согласно распространенному определению – специальное учреждение, ориентированное на сбор, изучение, хранение и экспонирование предметов, являющихся памятниками естественной истории, материальной и духовной культуры, а также просветительской, популяризаторской и пропагандистской деятельностью.

Актюбинский областной историко-краеведческий музей в 2018 году получил долгожданное новое здание в микрорайоне Батыс-2 с развитой инфраструктурой, в динамично развивающемся новом центре города.

В этой связи, хотелось бы подвести имеющиеся итоги и наметить перспективы развития музея в современном мире, с активным компонентом цифровых технологий, когда многие традиционные методики в вопросах пропаганды и популяризации носят несколько устаревший характер.

Необходимо определиться с основными понятиями, относительно музея в системе социокультурной жизни современного общества. В современном обществе в общем блоке факторов, определяющих сохранение и воспроизводство ценностей казахстанской и мировой культуры, формирование устойчивой исторической памяти и обеспечение преемственности культурно-исторического развития, важнейшее место принадлежит музеям. В течение длительного времени они играют все большую роль в социально - культурной сфере, духовной жизни общества, в просвещении, образовании, нравственно-эстетическом воспитании людей, в информационных и коммуникативных процессах, в утверждении национального самосознания.

При анализе ситуации необходимо учитывать, что музейное дело является особым видом деятельности, включающей комплектование, учет, хранение, охрану, изучение и использование музеями культурного наследия страны, а так же выражение этих процессов вовне. Музейное дело комплексно включает в себя музейную политику – музейное законодательство, музейное строительство, организацию управления музеями, а также музееведение, музейную практику, научно-фондовую, экспозиционную и научно-просветительскую работу.

Если рассматривать понятие музейного дела в системе культуры в целом, то под музейным миром можно понимать часть культурного пространства, в котором функционируют объекты истории, культуры, природы, признанные обществом ценными и подлежащими сохранению и передаче будущим поколениям в качестве овестьствовленного культурно-исторического опыта. Музейный мир охватывает не только подлежащие сохранению и включению в современную культуру объекты, но и всю совокупность учреждений, людей, идей, выполняющих эти задачи. В процессе включения объектов в

современную культуру, их актуализации, в рамках музейного мира формируется особая историко-культурная среда, активно влияющая на культуру настоящего и будущего.

На данный момент, помимо воспитательно-образовательной деятельности, музей, становится центром досуга, представляя собой сложный организм с разветвленной сетью современных отделов, призванных предоставлять новые услуги населению и соответственно, удовлетворять возрастающие интеллектуальные и культурно-бытовые запросы общества. Таким образом, в начале XXI века существенно изменилась миссия музеев, содержание которой, напрямую связано с новыми общественными запросами.

В реалиях сегодняшнего момента, важная проблема музея заключена в том, чтобы знать своих посетителей, по другому, покупателей, потребителей, в условиях свободного рынка, а также своих потенциальных партнеров или заказчиков, спонсоров. Соблюдение этого паритета – неперемное условие успешности музея, социальной и экономической. Необходима разработка новых маркетинговых стратегий и технологий. При всем вышесказанном, необходимо учитывать, что вся деятельность музея не может идти только навстречу выраженным пожеланиям публики. Так как в данном случае есть возможность, пойти по пути откровенного искажения ситуации. Обилие, непроверенной информации на просторах интернета сказывается на существовании в головах потенциальных потребителей весьма фантастических картин.

Сегодня специалистам музейного дела необходимо широко использовать весь арсенал средств: знания, навыки профессионального общения, искусство, направленные на информирование потенциальной аудитории и рекламу музейного предложения.

Важно развеять у молодой части населения различного рода предубеждения, связанные с устойчивыми представлениями о том, что музей – «устаревшее», «скучное» и «несовременное» учреждение культуры. Современные инновационные технологии в музейном деле могут существенно расширить и качественно повысить уровень музейного сервиса в целом и сформировать новые социокультурные потребности в музейных услугах у населения в частности. Все вышеуказанное, потребует в свою очередь, специализированной подготовки специалистов именно по социально-культурному сервису, которые могли бы по-новому организовать работу с посетителями музеев.

Сегодня музей может предложить своему взыскательному посетителю множество продуктов, как материальных так и нематериальных. Взамен получая положительную реакцию посетителей, которые участвуют в формировании его положительного имиджа и соответствующей атмосферы, при достижении успеха, становятся непроизвольно его рекламными агентами, его добрыми партнерами в сотрудничестве в различных сферах.

Современный мир не стоит на месте, постоянно развиваясь и как общественное учреждение музей тоже должен меняться, что бы идти в ногу со

временем. На наш взгляд современный музей должен иметь свой сайт с возможностью виртуальной экскурсии. На данный момент такой вид посещения музеев реализован почти во всех крупных музеях мира. Так виртуально можно посетить Национальный Музей Республики Казахстан в городе Нур-Султан, где на сайте музея можно рассмотреть 3D модели экспонатов. Но, во время экскурсий вы не сможете узнать больше информации об экспонате чем то, что показано в зале, это же касается и 3D моделей экспонатов, кроме названия экспоната вы больше информации получить вы не сможете, что является основным минусом данной виртуальной экскурсий. Необходим расширенный объем информации, который скачивается за отдельную плату, как существуют платные сайты научных статей и диссертаций. Что даст возможность получения дополнительного заработка для музея, существования свободных средств, для поддержания сайта в рабочем состоянии.

В дальнейшем, вероятно перспективным был бы перевод музеев на платформу VR. Виртуальная реальность стала бы очень хорошим дополнением к развитию музейного дела. Концепт виртуальной реальности предполагает, что музей будет полностью или частично перенесен в виртуальную реальность со всеми экспонатами. Они будут интегрированы в приложение, в котором будут и остальные музеи страны, а человек, у которого есть шлем или другой предмет для подключения к виртуальной реальности, сможет купить данное приложение и пройтись по виртуальным залам музея рассматривая все экспонаты. Также, при использовании такого концепта, информация об экспонате может быть представлена в максимально удобной форме для посетителя музея. Во избежание проблем с авторским правом, выяснений отношений с авторами раскопок и т.д. должна быть заблокирована возможность именно свободного скачивания текстов, фотографий и файлов. Но, доступ в пространство музея должен быть свободен круглосуточно и облегчен максимально.

Но, следует так же понимать, что полностью перенести музеи в виртуальную реальность так, чтобы каждый экспонат выглядел реалистично очень сложно и весьма трудоёмко. Потому предлагаемый концепт не погубит сами музеи, так как желание человека увидеть экспонаты историй в живую, а самое главное увидеть подлинник, останется интересен для посетителей во все времена, а виртуальность реальность будет очень хорошим дополнением, справочным материалом, с возможностью обращения в любое время. В виртуальной реальности можно смоделировать сценарий битв различных эпох, в них можно показать различного рода ритуалы древности. Открывается широкий простор для анимации, смонтированных документальных и тематических фильмов. Это все посетители музея смогут посмотреть при наличии в музеях специальных залов с аппаратами виртуальной реальности.

Ещё одним вариантом развития современного музея является музей под открытым небом, такие виды не так сильно распространены, но в них зачастую экспонатами являются скульптуры, военная техника, самолёты, и другие виды

техники или экспонаты которых сложно разместить в зданиях, ещё такими музеями могут являться развалины древних городов или же реконструированные поселения прошлого. В Актобе ярким примером является музей летной техники Актюбинского высшего военного авиационного училища имени Героя Советского Союза Т. Бегельдинова. Когда раз в году он открывается для свободного доступа горожан, туда порой невозможно бывает попасть.

В таких музеях виртуальная реальность будет очень хорошим дополнением. Развалины древних городов можно реконструировать в виртуальной реальности, например в музее под открытым небом развалин города Отрар можно восстановить в виртуальной реальности, и посетители после просмотра и прогулке по Отрару могут увидеть тот же город, но уже когда она была величественной и не разрушенной. На данный момент попытки реконструкции в городах на юге Казахстана идут, но, к сожалению, встречаются шквал критики. Хотя проблема кроется не в идее, а в ее реализации, подпорченной коррупционными схемами, с применением современных строительных материалов, при реконструкциях и т.д.

Посетители музея смогут пройтись по улицам средневекового города и увидеть его своими глазами, при этом они также смогут узнать информацию о городе в самом удобном для посетителя форме, а быте его жителей, узнать какие знаменитые личности вышли из этого города и все это оставит очень хорошие впечатления у посетителей музея и пробудит интерес к истории города.

В музеях техники и транспорта можно реализовать виртуальные курсы по управлению техникой представленной в музее. Хотя посетитель не научится управлению этой техникой, но примерное представление об управлении получит, что опять же пробудит интерес к музею и другим экспонатам представленным в нем. И по такому же принципу можно проводить ознакомительные курсы по различным ремёслам прошлого, как например кузнечное дело. Надо отметить что такие курсы проводятся и сейчас в некоторых музеях под открытым небом где реконструирована жизнь городов прошлого, но в виртуальной реальности можно это реализовать гораздо лучше.

Есть музеи, где применения технологий виртуальной реальности не рекомендуются, к таким можно отнести музей «Алжир» в Акмолинской области или музей «Аушвиц-Биркенау» в Польше, эти музеи являются бывшими концлагерями, где проходили заключение множество невинных людей. Сама атмосфера в этих музеях мрачная, и дополнять их виртуальной реальностью не стоит. В таких музеях оптимально реализовать информационные экраны, где показываются документальные фильмы по истории данных учреждений.

Использование виртуальной реальности станет большим толчком в развитии музейного дела, в целом. Учитывая, что уже сейчас некоторая часть из предложенных вещей уже можно реализовать при помощи виртуальной реальности, хоть и не так реалистично и красиво, то перспективы у таких

музеев огромны. Если, брать во внимание темпы роста VR индустрии, то можно с уверенностью сказать, что эти все нововведения не так и далеки от реализации, и возможно скоро мы уже сможем начать свою виртуальную экскурсию по музеям Казахстана.

Значение музея для современного общества определяется изменениями на рынке услуг в сфере культуры, которые формируют новые потребности и требуют привлечения новых специалистов. К музейной работе это имеет самое прямое отношение. На стыке нескольких сфер возможно создание и развитие новых услуг. Например, прекрасные возможности в развитии услуг дает соединение музея как традиционного социокультурного института со следующими направлениями как, туризм, деятельность образовательных учреждений, досуговая сфера, торговля, информационные услуги.

Таким образом, хотелось бы отметить, что современное состояние науки и техники, проникновение информационных технологий во все сферы жизни общества, требует от музея чутко реагировать на происходящие изменения, с целью, не только не потерять традиционную аудиторию в лице детей и людей старшего возраста, но, и приобрести новую, скептически настроенную к любой информации – подросткового и юношеского возраста. Что будет возможным, если музей, при сохранении экспонатов прошлого, будет идти в ногу со временем.

Литература и источники:

Гнедовский М.Б. Коммуникация музейная // Российская музейная энциклопедия. – М., 2001. - Том 1. - С. 283.

Дмитриева Е.К. Мемориальные музеи // Российская музейная энциклопедия. – М., 2001. - Том 1. - С.357.

Златоустова В.И., Каспаринская С.А., Кузина Г.А. Музейное дело в России // Российская музейная энциклопедия. – М., 2001. - Том 1. - С.402.

Мастеница Е.Н. Культурное наследие и музей: проблемы взаимодействия // Научно-исследовательская работа в музее. Тезисы докладов на VIII Всероссийской научно-практической конференции МГУКИ / Науч. ред. Н. Г. Самарина. М., 2005.