

МУЗЕЙ ИСТОРИИ ГОРОДА МИНСКА В ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТА

Ю. В. Ковалева,

*магистр культурологии, ведущий научный сотрудник
Музея истории города Минска*

К середине 2015 г. число пользователей Интернета как всемирной системы объединенных компьютерных сетей для хранения и передачи информации достигло 3,2 млрд [14]. Охватывая все сферы человеческой деятельности, глобальная сеть является в том числе и хранилищем информации о культуре. Значительную часть культурного сегмента Интернета занимают музеи. Представительство музеев в Интернете – это новое явление в мировом музееведении и на данный момент изучено недостаточно.

Первые музеи в виде веб-сайтов стали появляться в Интернете в 1991 г. [2]. В настоящее время количество музейных сайтов исчисляется тысячами. На протяжении последнего десятилетия наблюдается рост и развитие представительства белорусских музеев в Интернете. Рассмотрим деятельность Музея истории города Минска на предмет анализа форм и способов представления своего учреждения в сети Интернет.

Государственное учреждение «Музей истории города Минска» было открыто в 2010 г. Первоочередной задачей музея является комплектование фондов для создания постоянной экспозиции по истории города Минска. В настоящее время основной фонд музея насчитывает более 10 тыс. единиц хранения. Музеем ведется активная работа по созданию новых экспозиций, отражающих различные этапы развития города Минска. За шесть лет работы в структуре музея появилось девять объектов: Художественная галерея Михаила Савицкого (2010–2012 гг.), Городская художественная галерея произведений Л. Д. Щемелева (основана в 2003 г., в составе музея – с 2010 г.), приусадебный флигель в Лошицком усадебно-парковом комплексе (2011 г.), Мастерская-музей народного художника Беларуси Ивана Миско (2011 г.), Минская городская ратуша (2012 г.), экспозиция «Каретная» (2013 г.), археологический музей «Верхний город» (2014 г.), музей «Лошицкая усадьба» (2015 г.), арт-гостиная «Высокое место» (2015 г.). Кроме того,

ведется активная выставочная работа (в среднем 50 выставочных проектов в год), а также образовательно-просветительская деятельность.

Стратегия развития музея ориентирована на современные методы и подходы по всем направлениям музейной деятельности, в связи с чем музей стремится быть широко представлен в сети Интернет. Учитывая опыт национальных музеев Беларуси, крупных музеев мира исторического профиля, комплексных музеев, музеев истории городов Музей истории города Минска развивает различные направления представления в интернете.

Можно выделить следующие основные виды представления музеев в глобальной компьютерной сети: рекламные объявления на специализированных порталах о культуре, страница-визитка музея на специализированных порталах, участие в интернет-проектах о культуре, представительство музея в социальных сетях, официальный сайт музея.

Рекламные объявления на специализированных порталах о культуре – наиболее простой и широко распространенный способ представить музей в сети Интернет. Данный способ выполняет функцию популяризации музейной деятельности, в частности выставочных и культурно-просветительских проектов. Кроме того, на стадии становления молодого музея такие объявления в определенной степени выполняют информационную функцию, компенсируя отсутствие официального сайта. Белорусский сегмент Интернета предоставляет широкие возможности такого представления на безвозмездной основе. Так Музей истории города Минска презентует свои проекты на крупнейших информационных порталах Беларуси – afisha.tut.by, relax.by, 360.by и др. Музей также активно работает с популярными молодежными интернет-журналами – citydog.by, kyky.org, kultprosvet.by. Данный вид представительства музея в Интернете является эффективным средством рекламы текущих музейных проектов и имеет высокие рейтинги в поисковой выдаче.

Страница-визитка музея на специализированных порталах может выполнять различные функции, среди которых главная – информационная. В условиях отсутствия официального музейного сайта это, по сути, единственный способ представить общую информацию о музее в сети Интернет на постоянной основе. Данный вид представления, как правило, включает ин-

формацию о стационарных музейных экспозициях, режиме работы, услугах и стоимости услуг музея, может также содержать фотогалерею. Музей истории города Минска имеет такую страницу-визитку на бизнес-портале taxі.by [7], страницу на портале «Музеи Беларуси» (museum.by) [9], а также страницу на сайте Мингорисполкома (minsk.gov.by) [8]. Данные страницы регулярно обновляют информацию о временных тематических выставках музея. Недостатками такого способа представления являются: необходимость следовать установленному унифицированному формату портала, обновление информации через посредника, сложное доменное имя, низкие рейтинги в поисковой выдаче.

Участие в интернет-проектах о культуре – способ презентовать музей как часть музейного сообщества региона. Как правило, такие проекты выполняют рекламную функцию и достаточно эффективны в период их проведения. Самым успешным опытом участия Музея истории города Минска в таких проектах следует отметить проекты «Музеи Беларуси с Белкарт» и «Velcom likes».

Проект «Музеи Беларуси с Белкарт» стартовал 9 июля 2014 г. Организатором проекта выступает национальная платежная система «Белкарт» при информационной поддержке интернет-портала «tut.by» и Министерства культуры Республики Беларусь. Проект создан с целью популяризации музейного дела Республики Беларусь. Главная задача проекта – информирование общественности о культурном наследии страны. В рамках проекта создан специальный промо-сайт «<http://museums.by/>», где в популярной форме представлена информация о музеях Беларуси. Статьи, наполняющие данный портал, публикуются в разделе «Культура» информационного портала «tut.by» [5].

Проект «Velcom likes» организован компанией «Velcom» и существует в социальных сетях, которые выступают площадкой для публикации актуальной информации, связанной с развитием города и городской культуры. Публикации представлены в форме видеорепортажей о различных событиях из жизни города. Музей истории города Минска презентовал в данном проекте экспозицию «Каретная». Публикация заняла одну из лидирующих позиций по популярности среди аудитории интернет-сообщества по количеству просмотров (более 3 тыс., при среднем показателе 4 тыс.) [1].

Представительство музея в социальных сетях – новая форма презентации музея в Интернете, которая начала набирать популярность в последние несколько лет. Социальная сеть – платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. Популярность в Интернете социальные сети начали завоевывать в 1995 г., с появлением американского портала «Classmates.com». Проект оказался весьма успешным, что в следующие несколько лет спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов [12]. Но официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003–2004 г., когда были запущены «LinkedIn», «MySpace» и «Facebook».

Высокая вовлеченность молодежи в использование социальных сетей обуславливает исключительную важность присутствия музеев в социальных сетях [3, с. 20]. С помощью социальных сетей музей способен выполнять ряд функций:

- культурно-просветительскую – формирование и поддержка знания о музее и его деятельности доступным для пользователя языком;
- имиджевую – формирование образа музея через размещаемый контент;
- рекламную – увеличение посещаемости музея за счет информирования о новых выставках, мероприятиях, экскурсиях, создания приглашений на мероприятия музея;
- коммуникационную – формирование интернет-аудитории музея (потенциальные музейные посетители) через поощрение круга постоянных читателей, побуждение их к обсуждению интересных тем, формирование обратной связи через ведение диалога с аудиторией [11];
- информационную – наполнение контента информацией о структуре музея, режиме его работы, стоимости услуг, акциях и мероприятиях; возможность ответить на вопросы пользователей в режиме реального времени;
- исследовательскую – возможность отслеживать количество посещений, реакцию на ту или иную публикацию музея; проведение опросов аудитории.

Музей истории города Минска зарегистрирован в двух социальных сетях: «ВКонтакте» [6] и «Facebook» [13] – и на блог-платформе «LiveJournal» [10]. Группа музея «ВКонтакте» соз-

дана в 2011 г. и объединяет более 350 подписчиков; страница музея на «Facebook» появилась в 2014 г., на нее подписано более 450 человек; блог-платформа «LiveJournal» зарегистрирована в 2013 г., объединяет более 30 блогеров.

На данных площадках музей размещает информацию о своей структуре, режиме работы, проводимых мероприятиях, публикует фото- и видеоотчеты о мероприятиях. Главное преимущество данного вида интернет-представительства заключается в возможности формирования обратной связи с посетителем в режиме реального времени. Кроме того, ведение и наполнение такой страницы не требует специальных технических навыков, осуществляется оперативно, контролируется ответственным сотрудником, в условиях отсутствия у музея официального сайта – принимает на себя часть его функций (представительская, информационная, просветительская).

Наиболее традиционной формой представления музея в Интернете является музейный сайт. Наличие музейного сайта повышает уровень доверия посетителя к музею, облегчает поиск информации о музее, возможность спланировать посещение музея, ознакомиться с афишей мероприятий. Сайт музея – это его лицо в глобальной сети, та платформа, которая аккумулирует все выше проанализированные способы представления информации. Сайт Музея истории города Минска в настоящее время находится на этапе разработки.

Таким образом, возможности для представления информации о музее в Интернете на сегодняшний день весьма разнообразны. Функции данных представительств перекликаются с функциями и задачами самого музея, позволяя улучшить их решение. Общее требование, которому должны следовать все описанные способы презентации музея в сети Интернет, заключается в системности работы с ними. Регулярное обновление информации с учетом требований и ожиданий аудитории позволяет не только поддерживать уровень популярности музея, но и расширять круг его потенциальных посетителей.

1. Велком лайкс // Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.facebook.com/velcomLikes/videos/>. – Дата доступа : 23.04.2016.

2. Виртуальный музей // Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki>. – Дата доступа : 23.04.2016.

3. Гук, Т. Ю. Музей в современном информационном пространстве – потенциал социальных сетей / Т. Ю. Гук, Т. Ю. Харитоновна, Т. Г. Богомазова // Евразийский союз ученых : ежемесяч. науч. журнал. – М., 2015 г. – № 12(21). – С. 17–23.

4. Колесова, М. Е. Музей и информационное пространство: проблемы информатизации и культурное наследие / М. Е. Колесова // Вестник ПСТГУ. – М., 2006. – Выпуск 4(21). – С. 139–146.

5. Музеи Беларуси с Белкарт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://museums.by/>. – Дата доступа : 23.04.2016.

6. Музей истории города Минска // Вконтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://vk.com/club24666665>. – Дата доступа : 23.04.2016.

7. Музей истории города Минска // Макси бай [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://muzejminska.maxi.by/>. – Дата доступа : 23.04.2016.

8. Музей истории города Минска // Мингорисполком [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://guir.minsk.gov.by/kultura/podvedomstvennyye-uchrezhdeniya/muzei/muzej-istorii-goroda-minska>. – Дата доступа : 23.04.2016.

9. Музей истории города Минска // Музеи Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://minsk.history.museum.by/>. – Дата доступа : 23.04.2016.

10. Музей истории города Минска // LiveJournal [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://muzejminska.livejournal.com/>. – Дата доступа : 23.04.2016.

11. Павлова, Н. Н. Новые смыслы музейной коммуникации: от бытия знания к событию постижения / Н. Н. Павлова // Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. – М., 2010. – С. 82–87.

12. Социальная сеть // Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki>. – Дата доступа : 23.04.2016.

13. Музей гісторыі горада Мінска // Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.facebook.com/muzejminska/>. – Дата доступа : 23.04.2016.

14. Digital-статистика по миру за август 2015 года // Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://marketing.by/analitika/digital-statistika-po-miru-za-avgust-2015-goda/>. – Дата доступа : 23.04.2016.