

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2018, №4, Том 9 / 2018, No 4, Vol 9 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2018.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/09KLSK418.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Беляева М.А., Ладыгина Т.А. Новые музейные коммуникации: цифровая перезагрузка // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2018 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/09KLSK418.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Belyaeva M.A., Ladygina T.A. (2018). New Museum communication: digital reboot. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 4(9). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/09KLSK418.pdf> (in Russian)

УДК 008

ГРНТИ 13.01.29; 13.51.15

Беляева Мария Алексеевна

МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства (институт)», Екатеринбург, Россия

Профессор кафедры «Социокультурного развития территории»

Доктор культурологии, доцент

E-mail: 2012marysia@mail.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=273239

Ладыгина Татьяна Анатольевна

Красноуфимский краеведческий музей, Красноуфимск, Россия

Специалист по сохранению культурного наследия

E-mail: muzey-kr.okn@mail.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1000286

Новые музейные коммуникации: цифровая перезагрузка

Аннотация. В статье представлен анализ опыта внедрения цифровых технологий в работу современного музея на примере Красноуфимского краеведческого музея (г. Красноуфимск, Свердловская область). Авторы полагают, что несмотря на изменение статуса музея как социального института – его десакрализацию (эра музея как храма и хранилища бесценного артефакта прошла), для малого города краеведческий музей играет важную роль в сохранении культурной памяти, продвижении территории и ее культурного наследия, развитии индустрии досуга и развлечений. Авторы выделяют пять новых музейных коммуникаций, ставших возможными благодаря сетевым технологиям и ряду государственных инициатив в области культурной политики: 1) оцифровка музейных коллекций; 2) цифровая коммуникация с региональными, федеральными информационными базами и выход на потребителя далеко за пределами обслуживаемой территории; 3) взаимодействие с потребителем – представителями местных сообществ через социальные сети; 4) комбинированные практики взаимодействия физического и виртуального мира с использованием QR-кодов; 5) создание виртуальных музеев, как отдельных проектов или инсталляций внутри физического пространства музея. Авторы отмечают ряд проблем и трудностей, связанных с цифровизацией музейных коммуникаций в российской глубинке, но в целом видят большие возможности экономического и духовного возрождения малых городов, связанные с сохранением, изучением и популяризацией культурного наследия, формированием и продвижением территориальных брендов. Один из авторов (Ладыгина Т.А.) является членом экспертной группы, разрабатывающей и реализующей концепцию бренда города Красноуфимска («Красноуфимск – город земских традиций»).

Ключевые слова: цифровизация; музейные коммуникации; культурное наследие; культурная память; территориальный бренд; малый город

Введение

На протяжении последних лет одной из приоритетных задач государственной культурной политики является внедрение цифровых коммуникационных технологий. Решение этой задачи способствует развитию всех видов учреждений культуры, в том числе музеев, ответственных за сохранение, изучение и популяризацию культурного наследия. И самые крупные столичные музеи, и рядовые музеи российской глубинки сегодня живут похожими проблемами: «главные заботы храма бесценных реликвий – бухгалтерские: посещаемость, окупаемость, вклады «друзей музея», доход от сувенирной торговли» [1, с. 33]. Музеи являются частью «экономики впечатлений», и для того, чтобы продать «музейное впечатление», необходимо проявлять активность в производстве качественного культурного продукта, максимально мобильного и трансформируемого под нужды потребителя [2].

В данной статье мы рассмотрим опыт Красноуфимского краеведческого музея по цифровизации культурного наследия; проанализируем, как этот частный опыт встраивается в современные тренды трансформации музейных коммуникаций с учетом потребностей развития территорий, формирования территориальных брендов, развития индустрии досуга и развлечений.

Гипотеза, цель и методы исследования

Мы предполагаем, что цифровизация культурного наследия способствует привлечению внимания к территории, изменению самосознания ее жителей, появлению новых туристических маршрутов и других культурных продуктов, рассчитанных на местное сообщество, а также внешнего потребителя, что особенно важно для развития малых городов, таких, как город Красноуфимск (Свердловская область), население которого составляет 39,5 тыс. человек.

Наша цель: подведение некоторых итогов научно-практической работы, выполненной в период 2016-2018 годов в рамках диссертационного исследования (24.00.01. Теория и история культуры), связанного с организацией музейных коммуникаций и разработкой бренда города Красноуфимска. По личным ощущениям и анализу научной литературы мы полагаем, что это время оказалось переломным с точки зрения скорости и масштабов диджитализации (digitalization) музейных практик и практик повседневности в целом.

В качестве теоретической базы использовалась теория музейных коммуникаций, активно разрабатываемая в нашей стране с начала 1990-х годов, и теория репрезентации культурной памяти, существующая в рамках сравнительно нового междисциплинарного направления, в англоязычной литературе называемого «memory studies», а в российской традиции относящегося к культурологическим исследованиям.

Наши рассуждения и выводы строились на классических теоретических методах (анализа, синтеза, классификации, сравнения, обобщения) и эмпирических методах включенного наблюдения и контент-анализа цифровых и прочих документов. Роль методологического инструмента к рассмотрению динамики смыслов современных музейных коммуникаций играли культурологический и деятельностный подходы.

Тренды текущего момента, связанные с культурной памятью

«Ноша культурных ценностей – ноша особого рода. Она не утяжеляет наш шаг вперед, а облегчает» [3, с. 231]. Исходные смыслы этого тезиса, сформулированного известным советским деятелем науки и культуры, понятны. Интересно, что цифровые технологии создают новые возможности для сохранения материального и духовного наследия и трансляции его следующим поколениям для укрепления связи времен. «Ноша культурных ценностей» облегчается в буквальном смысле, так ее перемещение в виртуальный мир снимает ряд задач, свойственных миру физическому, хотя риски полной утраты или порчи этих ценностей тоже надо учитывать, но преимущество в компактности и мобильности оцифрованной культурной памяти неоспоримо.

Культурная память представляет собой область сохранения и трансляции культурных смыслов, обеспечивающую возможность культурной преемственности [4]. Приоритетная роль в сохранении культурного наследия и формировании культурной памяти в XX веке отводилась музеям. Но под влиянием интернета и цифровых технологий не только средства массовой информации потеряли свое сакральное право на создание и распространение информации, музеи тоже имеют конкурентов в лице частных лиц и организаций, для которых сохранение культурной памяти не основная, а факультативная деятельность, а цифровые технологии создают благоприятные условия для включения в нее все новых непрофессиональных субъектов. Среди одиночек – это, как правило, коллекционеры с самыми разными сферами интересов или подвижники, увлеченные сохранением семейной или региональной истории. Среди организаций есть те, которые сохраняют и оцифровывают свою летопись, делая это во имя корпоративной идентичности и укрепления бренда, либо те, которые в имиджевых целях инвестируют средства в создание неких дорогих музейных коллекций [5, с. 70-82].

В советский период роль музеев была глубоко идеологизирована и «приватизирована» государством, но в минувшие два десятилетия у отечественных музеев появилась возможность самим определять, какая именно память должна сформироваться об историческом прошлом, как «контент» этой памяти будет транслироваться в общественное сознание, и насколько активно музей будет включен в общий процесс коммеморации.

Смысл этого понятия, созвучный нашему пониманию, выразил А.В. Смирнов: «Под коммеморацией обычно понимают ряд практик или сингулярных событий, направленных на актуализацию контента «культурной памяти», а также на его обновление или усвоение. К числу коммеморативных практик, применительно к музейной деятельности, можно отнести как простое посещение музея, так и участие в тех или иных специальных мероприятиях, им организованных. В ходе практик коммеморации формируется своего рода усредненная точка зрения на исторические факты и события, аналог общественного мнения, но применительно к прошлому, как правило, национальному [1, с. 22]. Именно коммеморация – участие в совместном воспроизведении-воспоминании событий прошлого создает единство группы и обеспечивает связь поколений [5, с. 78].

В случае краеведческого музея речь идет о «региональном прошлом». Краеведческие музеи малых городов России редко обладают богатыми музейными фондами, определяющими престижность любого музея, но значимость их иная – они являются духовными центрами городского сообщества, играя особую роль в формировании имиджа территории и его продвижении на разных уровнях (см. наши публикации, например, [6; 7]).

Если в больших городах наблюдался музейный бум, и там появлялись музеи шоколада, валенка, утюга и проч., то в глубинке инфраструктура культурных учреждений существенно не менялась, и краеведческие музеи сохранили за собой флагманские позиции. Но провинциальные музеи очень зависят от управленческих решений местной администрации,

региональной власти и политики федерального центра. Процессы, которые начинаются в российских столицах, лишь со временем «накрывают» провинцию. Так было и в вопросах цифровизации культурного наследия.

Цифровые музейные коммуникации пришли в глубинку

Министерство культуры РФ инициировало создание Государственного каталога музейного фонда РФ – единого информационного ресурса основных сведений о музейных предметах и музейных коллекциях, хранящихся во всех музеях Российской Федерации, еще в 90-е гг. XX века. Работа по созданию госкаталога оказалась непростой и осуществилась только с третьей попытки: первая попытка состоялась в 1996-2009 гг., вторая – 2009-2013 гг. Сейчас поставлена задача – до 2025 года все находящиеся на учете предметы занести в электронный каталог [8].

Фонд Красноуфимского краеведческого музея, одного из старейших музеев Урала, основанного в 1912 году, насчитывает около 27 000 предметов. Оцифровка фонда началась с 2013 года. Для этой цели музеем был приобретен программный продукт – автоматизированная информационная система «Музей-3». За пять лет переведены в цифровой формат 1480 предметов основного фонда. Создание электронных копий музейных предметов дает возможность обеспечить доступ ко всем предметам музея, а не только к тем, которые находятся на открытом хранении, т. е. в постоянных и временных экспозициях. Несмотря на то, что информация об экспонатах предоставляется предельно краткой, она все же позволяет удаленным пользователям узнать о наличии в фондах музея нужного артефакта.

В настоящий момент Красноуфимским музеем ведется работа по регистрации на сайте Государственного каталога музейного фонда РФ и предоставлению накопленных материалов оцифровки.

Кроме предоставления сведений в госкаталог программа «Музей-3» обладает и другими возможностями. С ее помощью можно вести государственный учет музейных фондов, осуществлять вспомогательные формы учета поступивших предметов, готовить выставки и экспозиции, проводить научные исследования, отбирать и сортировать записи с помощью запросов. К сожалению, эти возможности автоматизированной системы музеем пока мало используются или не используются совсем; к тому же, оцифровка в провинциальных музеях происходит на недорогом оборудовании, что сказывается на качестве изображения предмета. Таким образом, актуальность перевода фондов в цифровой формат не вызывает сомнений и широко декларируется на общегосударственном и региональном уровнях [9], но технические трудности тормозят этот процесс.

Вторая новая цифровая музейная коммуникация строится на взаимодействии с единым информационным пространством интернет-портала «Культура.РФ», созданного Министерством культуры РФ в рамках государственной программы «Информационное общество (2011-2020 гг.)»¹ [6]. Портал состоит из нескольких разделов: «Театр», «Лекции», «Литература», «Архитектура», «Кино», «Традиции», «Музеи». Мультимедийный проект представляет информацию о столичных и региональных учреждениях культуры. Например, в разделе «Музеи» уже представлено 2700 музеев России.

Присоединение Красноуфимского краеведческого музея к порталу планируется в ближайшей перспективе. Это важный шаг в развитии не только отдельно взятого музея, но и

¹ Государственная программа РФ «Информационное общество (2011-2020 гг.)». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162184/.

города, т. к. на интернет-портале размещается актуальная информация о различных мероприятиях, что позволяет жителям Красноуфимска виртуально взаимодействовать, а при желании, и реально участвовать в культурной жизни Российских городов.

Третья новая коммуникационная практика – это создания своего «окна в мир». Сегодня каждый музей стремится быть представленным в Интернете, для этой цели создается официальный сайт, открываются странички в социальных сетях, реализуются виртуальные проекты. Рассмотрим, насколько эти цифровые коммуникации задействованы Красноуфимским краеведческим музеем.

На данный момент существует возможность удаленно посетить музей благодаря популярному приложению аудиогидов *izi.TRAVEL*. Главная цель сервиса – максимально приблизить путешественников к историко-культурному наследию посредством глобальной, открытой и бесплатной системы. Разработчики сервиса помогают организациям сферы культуры донести свои истории до заинтересованных слушателей самым простым и современным способом. На площадке *izi.TRAVEL* представлено несколько музейных предметов, и краткая информация об учреждении².

С 2016 г. у Красноуфимского краеведческого музея появились свои странички в социальных сетях «Одноклассники» и «ВКонтакте», на которых освещается деятельность музея и публикуется информация об объектах культурного наследия – музейных предметах и архитектурных сооружениях. Кроме этих страничек музеем ведется работа по брендингу города в тематических группах «Красноуфимск – город земских традиций» (это главная идея городского бренда). Социальные сети дают возможность расширить аудиторию музея и способны обеспечить обратную связь с пользователями.

Свой сайт у музея появился в 2017 г.³ и создал новое поле деятельности для администрации и сотрудников (этот вопрос заслуживает отдельного рассмотрения). До появления собственных интернет-ресурсов музеем активно привлекались другие городские интернет-площадки. Так, по инициативе музея на официальном новостном сайте города Красноуфимска появился раздел «Культурное наследие». В нем была размещена краткая историческая справка о значимых архитектурных объектах или событиях, связанных с ними, а на фасады зданий установлены таблички с QR-кодами (*quick rbltesponse*, пер. с англ. – быстрое реагирование) – графическими изображениями штрих-кодов.

В нашем перечне это четвертая новая цифровая коммуникация музея с потребителем. Современные гаджеты позволяют легко считать QR-код и ознакомиться с информацией. В городе уже на 8 памятных объектах есть такие таблички, работа по их установке находится в стадии активной реализации, это результат налаженного сотрудничества специалистов музея с общественностью и городской администрацией. Чтобы дополнить информационную составляющую QR-кодов эмоциональной составляющей, музей реализует «живые» проекты на улицах города, например, ежегодный автоквест⁴. Внедрения QR-кодов в городское пространство в сочетании с другими активностями музея способствует внутреннему музейному туризму.

² МБУ «Красноуфимский краеведческий музей» / *izi.TRAVEL*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://izi.travel/ru/db1e-mbu-krasnoufimskiy-kraevedcheskiy-muzej/ru>.

³ Красноуфимский краеведческий музей: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.museum-kruf.ru/>.

⁴ Автоквест: «Красноуфимск – путешествие во времени» пятый, юбилейный! [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.museum-kruf.ru/1223-2/>.

С учетом данных российских [10] и международных исследований⁵ чётко прослеживается общая тенденция к повышению значимости цифровых носителей в мировой и российской индустрии развлечений. Надо чем-то сначала привлечь потребителя и дать возможность познакомиться с культурным продуктом дистантно, а затем, возможно, рассчитывать и на очный диалог. Этой цели соответствуют проекты виртуального музея. «Виртуальный музей – это пространство, использующее интерактивные возможности на электронных носителях, позволяющее пользователю «перемещаться» среди трехмерных залов и знакомиться с необходимыми изображениями и сведениями» [11, с. 97]. Виртуальный музей обеспечивает индивидуальную коммуникацию с потребителем, что очень важно, так как именно «...ощущение своего рода индивидуального подхода является важным фактором для человека при выборе того или иного формата получения информации, а также её восприятия»⁶.

Благодаря выигранному гранту Министерства культуры Свердловской области (2018 г.) в Красноуфимском краеведческом музее идет процесс создания виртуального музея «На рифах Пермского моря». Освоение такой цифровой технологии (пятой в нашем перечне новых музейных коммуникаций) для провинциального музея значит очень много:

- это еще один канал, связующий музей с аудиторией и приумножающий эту аудиторию;
- это новый образовательно-развлекательный ресурс, укрепляющий связи с учреждениями культуры, образования и другими партнерами;
- это предмет гордости не только для работников музея, но и для красноуфимцев (к вопросу о региональной идентичности).

Мы понимаем, что современные музеи оказываются в другой коммуникативной ситуации «...уже не связанной трансляцией вербализируемого знания, строго научного или идеологизированного, они вовлечены в процесс передачи эмоционального опыта» [1, с. 22]. Эмоциональность виртуального музея может быть обеспечена такой степенью красочности и наглядности, которая была бы недоступна большинству музеев малых городов, если идти по традиционному пути создания дорогих экспозиций в реальном физическом пространстве.

Несмотря на достигнутые положительные результаты, процесс цифровизации в Красноуфимском краеведческом музее отстает от регионального центра (Екатеринбург) примерно на пять лет, но такая ситуация типична для малых городов. Когда в столицах после определенной апробации уже защищают диссертации (в 2012 году! [12]), в глубинке еще отсутствуют условия для развертывания такого опыта.

Выводы

С появлением сетевых информационно-коммуникационных технологий задача сохранения и популяризации музейных коллекций вышла на новый уровень. «Вектор земной эволюции запрограммирован на грядущую дематериализацию. И вероятно, в мире чисто виртуальном, из его эфирных глубин предметность покажется какой-то странной оберткой, бледной проекцией эйдоса, а базовое для музея представление о собственности – просто нонсенсом» [13, с. 35]. Так далеко мы не заглядываем в будущее, но явно виртуальный образ неких материальных предметов и исторически ценных зданий, воссоздающих атмосферу

⁵ Исследование PRICEWATERHOUSECOOPERS: Всемирная индустрия развлечений и медиа: прогноз на 2015-2019 годы [Электронный ресурс] // Гуманитарные технологии: аналитический портал. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/06/03/7189>.

⁶ Там же.

земского города – главной идеи бренда Красноуфимска, в Интернете увидят много больше людей, чем в реальности.

«Музей служит одновременно и погребальной камерой прошлого – со всеми следствиями, описываемыми в терминах обветшания, эрозии, забвения – и как место возможного возрождения...» [14, с. 20]. Цифровизация обеспечила новые пути этого возрождения. Недавний музейный бум перекочевал в виртуальное пространство, именно там рождаются новые проекты виртуальных музеев, тоже требующие вложений и сил, но эти расходы не сравнимы с традиционной моделью организации музейных пространств и музейных коммуникаций.

Степень освоения цифровых технологий – это маркер, отражающий степень соответствия конкретного учреждения культуры требованиям времени; это эффективный инструмент корпоративной самопрезентации и расширения связей с потребителями. На примере Красноуфимского краеведческого музея можно видеть, что провинциальные музеи в целом идут «в ногу со временем», и, хотя целенаправленная цифровизация культурного наследия началась сравнительно недавно, уже получены положительные плоды этой работы:

- музей включен в государственную программу оцифровки музейных фондов;
- музей представлен на сайте города и в социальных сетях, создан собственный сайт;
- реализуются проекты по созданию виртуальных экспозиций;
- в городском пространстве применяется технология штрих-кодирования;
- существует возможность удаленно посетить Красноуфимский краеведческий музей благодаря Интернет-аудиогидам.

Цифровизация культурного наследия малых городов преследует экономические и духовные цели. Экономический эффект связан с включением территории в единые информационные пространства, создаваемые на федеральном уровне, что стимулирует развитие туризма и популяризирует местные достопримечательности. Духовный смысл кроется в актуализации контента культурной памяти, его обновлении и усвоении за счет новых возможностей коммеморации – облегчения доступа граждан к культурному наследию, как своих территорий, так и других регионов, независимо от места проживания, что вселяет надежду на укрепление региональной, а в идеале и национальной общности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Смирнов А.В. Современный музей: коммуникация или коммеморация // Международный журнал исследований культуры. – 2016. – № 3 (24). – С. 17-24.
2. Василенко Е.О. Социальные изменения практик культурного туризма в условиях глобализации // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2018 №1, <https://sfk-mn.ru/PDF/01SCSK118.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
3. Лихачев Д.С. Письма о добром и прекрасном. – М.: Детская литература, 1989. – 238 с.
4. Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.
5. Беззубова О.В. Музей и политика памяти // Международный журнал исследований культуры. – 2016. – № 3 (24). – С. 76-84.
6. Беляева М.А., Самкова В.А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов / изд. 2-е дополненное. – Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. 228 с.
7. Ладыгина Т.А. Роль краеведческого музея в брендинге малого города: коммуникативный аспект (из опыта Красноуфимска) // Открытый город: через вовлеченность – к изменениям: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Екатеринбург, 2017. – С. 39-43.
8. Ноль Л.Я. Через тернии к Госкаталогу. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/62213157-Cherez-ternii-k-goskatalogu-l-ya-nol.html>.
9. Мамонтова, М.С. Практика оцифровки музейных фондов (на примере музеев г. Йошкар-Олы) // Инновационная наука. 2016. № 2. С. 173-175.
10. Оганезова В.П. Индустрия развлечений: ожидание предпринимателей и реальность потребителей // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2018 №1, <https://sfk-mn.ru/PDF/05SCSK118.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
11. Василина Д.С. Виртуальный музей как феномен современной культуры // Международный журнал исследований культуры. – 2016. – № 3 (24). – С. 96-102.
12. Максимова Т.Е. Виртуальные музеи как социокультурный феномен: Дисс. ... канд. культ.: 24.00.01. – Москва, 2012. – 187 с.
13. Дриккер А.С., Маковецкий Е.А. Музейный храм // Международный журнал исследований культуры. – 2016. – № 3 (24). – С. 25-36.
14. Huyssen A. Escape from Amnesia. The Museum as a Mass Medium // Huyssen A. Twilight Memories: Marking Time in a Culture of Amnesia. NY: Routledge, 1995. P. 13 – 263. – P. 15.

Belyaeva Maria Alexeevna

Ekaterinburg academy of contemporary art, Ekaterinburg, Russia
E-mail: 2012marysia@mail.ru

Ladygina Tatiana Anatolievna

Krasnoufimsk museum of local lore, Krasnoufimsk, Russia
E-mail: muzey-kr.okn@mail.ru

New Museum communication: digital reboot

Abstract. This paper presents an analysis of the experience of the introduction of digital technologies in the work of the contemporary Museum for example Krasnoufimsky Museum of local lore (krasnoufimsk, Sverdlovsk oblast). The authors suggest that despite the change in status of the Museum as a social institution is its desakralizaciju (the era of the Museum as a temple and a priceless artifact store passed), small city local history museum plays an important role in the preservation of cultural memory, promotion of the territory and its cultural heritage, the development of leisure industry and entertainment. The authors distinguish five new Museum communications made possible by networking and a number of Government initiatives in the field of cultural policy: 1) digitization of Museum Collections; 2) digital communication with regional and federal information bases and access to consumers far beyond the territory served; 3) interaction with consumer-representatives of local communities through social networks; 4) combined practices of interaction of physical and virtual world using QR codes; 5) create virtual museums as separate projects or installations within the physical space of the Museum. The authors note a number of problems and difficulties related to the digitalisation of the Museum of communication in a Russian province, but in General see great possibilities for economic and spiritual revival of small towns, related to the conservation, study and popularization kuturnogo heritage, and promoting the formation of territorial brands. One of the authors (Ladygina T.A.) is a member of the expert group develops and implements the concept of the brand Krasnoufimsk («Krasnoufimsk – City County traditions»).

Keywords: digitalization; Museum of communication; cultural heritage; cultural memory; territorial brand; small town

REFERENCES

1. Smirnov A.V. (2016). Contemporary Museum: communication or commemoration. *International Journal of Culture Studies*, 3(24), pp. 17-24 (in Russian).
2. Vasilenko E.O. (2018). Social change cultural tourism practices in the context of globalization. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 1(9). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/01SCSK118.pdf> (in Russian).
3. Likhachev D.S. (1989). Pis'ma o dobrom i prekrasnom. [*Letters of good and beautiful.*] Moscow: Children's Literature, p. 238.
4. Assman Ya. (2004). Kul'turnaya pamyat': Pis'mo, pamyat' o proshlom i politicheskaya identichnost' v vysokikh kul'turakh drevnosti. [*Cultural memory: Letter, memory of the past and political identity in the high cultures of antiquity.*] Moscow: Languages of Slavic culture, p. 368.
5. Bezzubova O.V. (2016). Museum and the politics of memory. *International Journal of Culture Studies*, 3(24), pp. 76-84 (in Russian).

6. Belyaeva M.A., Samkova V.A. (2017). Azy imidzhelologii: imidzh lichnosti, organizatsii, territorii: uchebnoe posobie dlya vuzov. [*The basics of imageology: the image of the individual, organization, territory: a textbook for universities.*] Ekaterinburg: Cabinet Scientist, p. 228.
7. Ladygina T.A. (2017). Rol' kraevedcheskogo muzeya v brendinge malogo goroda: kommunikativnyy aspekt (iz opyta Krasnoufimska). [*The role of the local history museum in branding a small city: the communicative aspect (from the experience of Krasnoufimsk).*] Ekaterinburg, pp. 39-43.
8. docplayer.ru. (n.d.). *Nol' L.Ya. Through the thorns to the State Catalog*. [online] Available at: <http://docplayer.ru/62213157-Cherez-ternii-k-goskatalogu-l-ya-nol.html> (in Russian).
9. Mamontova M.S. (2016). The practice of digitization of museum collections (on the example of the museum of the city of Yoshkar-Ola). *Innovation science*, 2, pp. 173-175 (in Russian).
10. Oganezova V.P. (2018). Entertainment: expectation and reality Entrepreneurs Consumers. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 1(9). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/05SCSK118.pdf> (in Russian).
11. Vasilina D.S. (2016). Virtual Museum as a Phenomenon of Modern Culture. *International Journal of Culture Studies*, 3(24), pp. 96-102 (in Russian).
12. Maksimova T.E. (2012). Virtual'nye muzei kak sotsiokul'turnyy fenomen. [*Virtual museums as a sociocultural phenomenon.*] Moscow, p. 187.
13. Driker A.S., Makovetskiy E.A. (2016). Museum Temple. *International Journal of Cultural Studies*, 3(24), pp. 25-36 (in Russian).
14. Huyssen A. (1995). *Escape from Amnesia. The Museum as a Mass Medium*. Twilight Memories: Marking Time in a Culture of Amnesia. NY: Routledge, p. 263.