

Крыжановская Я. С., Хомчук А. В.
I. S. Kryzhanovskaia, A. V. Khomchuk

**МУЗЕЙ В КОНТЕКСТЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ
АМУРСКОГО ГОРОДСКОГО КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ**

**THE MUSEUM IN THE CONTEXT OF CREATIVE INDUSTRIES: FROM THE EXPERIENCE
OF THE AMUR CITY MUSEUM OF LOCAL LORE**

Крыжановская Яна Станиславовна – доктор культурологии, доцент, заведующий кафедрой культурологии и музеологии Хабаровского государственного института культуры (Россия, Хабаровск); 680045, г. Хабаровск, ул. Краснореченская, 112; тел. 8(914)152-65-10. E-mail: krijanowsckaia.yana2012@yandex.ru.

Yana S. Kryzhanovskaya – Grand PhD in Culture Studies, Associate Professor, Head of Department of Cultural Studies and Museology, Khabarovsk State Institute of Culture (Russia, Khabarovsk); 112 Krasnorechenskaia st., Khabarovsk, 680045, Russia; tel. 8(914)152-65-10. E-mail: krijanowsckaia.yana2012@yandex.ru.

Хомчук Анна Викторовна – специалист по просветительской работе Амурского городского краеведческого музея (Россия, Амурск); 682644, Хабаровский край, г. Амурск, пр. Комсомольский, д. 9; тел. 8(914)542-82-25. E-mail: anna130804@mail.ru.

Anna V. Khomchuk – Specialist in Educational Work of the Amur City Museum of Local Lore (Russia, Amursk); 682644, Khabarovsk Territory, Amursk, Komsomolsky ave., 9; tel. 8(914)542-82-25. E-mail: anna130804@mail.ru.

Аннотация. В статье возможности музея в контексте развития креативных индустрий рассматриваются на примере деятельности Амурского городского краеведческого музея (г. Амурск). Анализируется непосредственный опыт разработки и внедрения технологий дополненной реальности на базе российского сервиса «Оживи!». Проект «Оживающая история» создан на основе набора открыток, на каждой из которых представлена одна из достопримечательностей г. Амурска в период его строительства в сравнении с современным видом этого места: при наведении камеры смартфона на открытку начинает воспроизводиться видео из хроники строительства города. Проект «Оживающая история 2.0» предполагает дополнение экспонатов экспозиции виртуальными двойниками, рассказывающими историю того или иного предмета. Он органично соединяет документалистику, художественный короткометражный фильм, фонографию и др. Сделан вывод о том, что внедрение интерактивных форм работы, новых технологий, грамотно встроенных в музейное пространство, придаёт привлекательность имиджу музея, повышает активность посетителей и спрос на музейные услуги.

Summary. In the article, the possibilities of the museum in the context of the development of creative industries are being analyzed on the example of the Amur City Museum of Local Lore (Amursk). The article analyzes the direct experience of developing and implementing augmented reality technologies based on the Russian service «Revive!». The project «Reviving History» was created on the basis of a set of postcards, each of which shows one of the sights of Amursk during its construction in comparison with the modern look of this place: when you point your smartphone camera at the postcard, a video from the chronicle of the construction of the city begins to play. The project «Coming to Life History 2.0» involves the addition of exhibits with virtual doubles telling the story of an object. It organically combines documentaries, short fiction, phonography, etc. It is concluded that the introduction of interactive forms of work, new technologies competently integrated into the museum space, makes the image of the museum attractive, increases the activity of visitors and the demand for museum services.

Ключевые слова: Амурск, дополненная реальность, креативные индустрии, региональный музей, коммуникационная деятельность, медиа.

Key words: Amursk, augmented reality, creative industries, museum, communication activities, media.

УДК 068.12

Понятие «креативные индустрии» относительно недавно вошло в научный дискурс. Оно актуализировалось в конце 1990-х гг., когда Министерство культуры, СМИ и спорта Великобритании в своих документах так обозначило «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное

творческое начало, навык или талант, и которое несёт в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путём производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [8, 7]. В дальнейшем последовали многочисленные попытки уточнить это определение применительно к конкретным отраслям. И сегодня в соответствии со сложившейся международной практикой к «креативным индустриям» относят деятельность «в сфере культурного наследия (музеи, библиотеки, ремёсла), искусства, медиа, а также производство товаров и услуг (дизайн, мода, ПО, цифровой контент, креативные услуги)» [3, 8].

В российских источниках понятие «креативные (творческие) индустрии» впервые определено Указом Президента Российской Федерации от 25 января 2023 г. № 35. Согласно документу, «креативные (творческие) индустрии – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и оказывают услуги, имеющие экономическую ценность, а также способствующие формированию гармонично развитой личности и росту качества жизни российского общества» [1].

Важнейшими особенностями творческих индустрий выступают высокая роль новых технологий и креативной составляющей труда, а также генерация новых знаний и навыков через «массовое распространение типовых культурных образов, выполненных в более или менее стандартных формах по стандартным технологиям» [11]. В этом понятии, таким образом, представлено уникальное взаимодействие экономики, культуры, политики и современных технологий.

Первоначально деятельность музеев относили не к самим креативным индустриям, а к ресурсам для их развития, поскольку музеи, как и библиотеки, являются частью некоммерческого сегмента сферы культуры и не обладают достаточными навыками менеджмента и маркетинга. Согласно Уставу Международного совета музеев, музей – «некоммерческая организация, которая служит обществу, заботится об общественном развитии, является открытой для публики и с целью познания, обучения и развлечения собирает, хранит, изучает, демонстрирует и популяризирует материальное и нематериальное наследие человечества и среды его обитания» [13].

Но в сегодняшней социально-экономической ситуации музеи поставлены в жёсткие условия конкуренции с другими учреждениями культуры, а благодаря развитию информационных технологий – ещё и с новыми медиа. В результате при выполнении своей генеральной задачи по сохранению историко-культурного наследия музей в какой-то момент перестал быть площадкой его популяризации и актуализации. Наиболее остро ситуация затронула малые муниципальные учреждения, сталкивающиеся с серьёзными проблемами в привлечении посетителей и финансировании: «такие музеи, в отличие от крупных, не имеют в своём распоряжении больших ресурсов... для наращивания своего потенциала им необходимы новые способы презентации коллекций, в том числе – высокотехнологичные, отвечающие запросам современного поколения, ориентированного на активное взаимодействие с информацией» [12, 14].

Анализ современной ситуации показывает, что музеи «способны быстро развиваться от простой демонстрации памятников в институции с более клиентоориентированным направлением деятельности» [4, 20]. Они постепенно вовлекаются в сферу креативных индустрий благодаря взаимодействию с различными партнёрами и сообществами, заинтересованными в актуализации исторического наследия, переосмысливают свой статус (трансформируясь из ресурса в субъект креативных индустрий), «создают новые форматы и каналы взаимодействия с аудиторией, включаются в процессы модернизации региона, способствуют развитию культурного туризма» [5, 80].

Один из таких музеев – Амурский городской краеведческий музей, учреждённый 29 декабря 1972 г. по решению Амурского райкома КПСС и инициативной группы под руководством А. А. Реутова – советского/российского художника-примитивиста, скульптора, фотокорреспондента и краеведа, действительного члена Русского географического общества, почётного гражданина г. Амурска. Основанный как народный музей, сегодня он является учреждением культуры администрации городского поселения «город Амурск». Общая площадь музея составляет 440 м², экспозиционно-выставочная – 350 м². Общий фонд на 1 января 2024 г. насчитывает 16 802 единиц хранения, основной фонд – 12 430 единиц хранения [2].

Экспозиция музея состоит из трёх залов. Первый – зал нанайской культуры и быта, рассказывающий об археологии района, культуре аборигенного населения (конец XIX – начало XX вв.), а также традиционном искусстве нанайцев. Здесь же представлена реконструкция нанайского жилища (1-я половина XX в.). Второй – зал первостроителей, посвящённый материальной и духовной культуре славян-переселенцев (конец 1880-х – начало 1910-х гг.), включая реконструкцию красного угла и крестьянского дома начала XX в., и началу строительства Амурского промышленного комплекса (1958-1967 гг.). В переходе между этими двумя залами находится экспозиция «Навеки в памяти народной», посвящённая жителям городов – участникам Великой Отечественной войны.

Ежегодно музей посещают более 12 тыс. чел. (при общем населении г. Амурска около 38 тыс. чел.), проводятся экскурсии, музейные занятия для детей самого разного возраста, лекции, фольклорные праздники, тематические программы и др. [6]. В последние годы музей активно внедряет инновационные технологии в основные направления своей работы: экспозиционно-выставочную, фондовую, просветительскую, связанную с расширением информационной доступности коллекций и др.

В 2022 г. в музее был разработан проект «Оживающая история» с «использованием технологий дополненной реальности (AR)» (см. рис. 1). «Он создан на основе набора открыток, на каждой из которых представлена одна из достопримечательностей г. Амурска в период его строительства – в сравнении с современным видом этого места. При наведении камеры смартфона на открытку начинается воспроизводиться видео из хроники строительства города» [14, 142]. Целевая аудитория проекта обширна – это сегодняшние жители Амурска и Амурского района (начиная буквально с 6 лет), бывшие амурчане, уехавшие в другие регионы, люди, никогда не бывавшие здесь, но интересующиеся Дальним Востоком. Сегодня такие «живые» открытки – это наиболее востребованный сувенирный продукт музейного магазина, который покупатели везут в качестве подарка не только в разные уголки нашей Родины, но и за границу.



Рис. 1. Проект «Оживающая история»

Благодаря проекту «Оживающая история» обычный набор открыток стал уникальным. Появилась возможность не только показать редкие кадры кинохроники (популяризировать видеоколлекцию музея) самому широкому кругу зрителей, но и рассказать об истории и сегодняшних достижениях г. Амурска, привлечь в Амурский район туристов из разных регионов. Проведённое сотрудниками музея анкетирование посетителей музейного магазина показало, что благодаря открыткам с дополненной реальностью о г. Амурске узнали не только жители России и стран ближнего зарубежья, но и за границей: в Германии, Франции, Китае и др.

Логическим продолжением проекта «Оживающая история» стал проект «Оживающая история 2.0», получивший в 2023 г. финансовую поддержку Министерства культуры Хабаровского края. Он предполагает создание в музее второй экспозиции, скрытой при обычном просмотре экс-

понатов, на базе российского сервиса дополненной реальности «Оживи!». У учреждения культуры при этом появляется возможность показать и рассказать посетителям о той части музейных коллекций, которая требует особых условий хранения и экспонирования. Проект ориентирован на привлечение индивидуальных посетителей с детьми, подростков с целью просвещения и повышения культурного уровня, приобщения к историческим ценностям, формирования чувства патриотизма и любви к малой родине.

После всестороннего анализа было принято решение использовать платформу дополненной реальности на базе мобильных устройств (смартфонов и планшетов). Этот выбор был обоснован рядом факторов, таких как относительно низкая стоимость, широкая распространённость мобильных гаджетов среди посетителей музея, а также гибкость и масштабируемость данного решения. Одним из самых важных факторов, повлиявшим на выбор, стал тот факт, что для просмотра контента дополненной реальности не требуется скачивать приложение. Для многих платформ, представленных на рынке, непременное условие – установка приложения, однако, как показал анализ реакции посетителей, не все хотят устанавливать на свой телефон дополнительное приложение, которое имеет ценность только в музее. Практика дальнейшей работы над проектом подтвердила верность этого решения.

После выбора технологической платформы и оборудования для реализации AR-проекта в Амурском городском краеведческом музее следующим важным этапом стала разработка содержания дополненной реальности. Этот процесс потребовал тесного сотрудничества команды разработчиков с сотрудниками музея, историками и экспертами по культуре региона. Поскольку увлечение технологией как таковой может нарушить культурно-историческую концепцию существующей экспозиции, на основе консультаций с музейными специалистами было определено, что AR-контент должен быть направлен на обогащение опыта посетителей и углубление их понимания истории и культуры Амурского района: «формировать интерес к выставочным предметам нужно на основе взаимодействия человека и предмета» [9, 60]. Для этого были изучены топографические описи залов и инвентарные книги поступлений, а также коллекция видеохроники строительства г. Амурска, в результате чего были выбраны двадцать наиболее интересных экспонатов постоянной экспозиции музея, с которыми и продолжили работу.

После определения ключевых экспонатов началась работа над содержанием AR-проекта, которое включало в себя интерактивные элементы, отрывки из хроники строительства г. Амурска, визуальные эффекты и дополнительную информацию об объектах. На этом этапе шёл сбор информации о выбранных экспонатах в фондах музея, краеведческой литературе, научных статьях для создания сценариев, по которым разработчики будут создавать интерактивный контент.

Первоначально проект «Оживающая история 2.0» задумывался как продолжение проекта «Оживающая история», который создавался с целью популяризации видеокolleкции музея посредством наложения с помощью платформы дополненной реальности видеохроники из фондов музея на открытки с видами г. Амурска. Однако в ходе работы стало очевидно, что дополнять музейные экспонаты только видеохроникой однообразно и утомительно для посетителей. Поэтому часть экспонатов решено было «оживить» с помощью видеороликов с применением фотографий, часть – с помощью искусственного интеллекта, технологии, которая позволяет анимировать портреты, а часть – с помощью приёмов театрализации. Таким образом, проект технически становился более сложным, но интересным и многогранным.

В литературе неоднократно обращалось внимание на то, что столь популярное сегодня использование мультимедиа в музейной экспозиции даёт много возможностей, но и создаёт определённые проблемы: «Музеи ориентируются на современную аудиторию, которая воспринимает мир через призму спецэффектов, но забывают, что посетителю в первую очередь нужны не эффекты, а, как в любых экранных искусствах, история и сюжет. Сюжет же часто остаётся в стороне, отдавая первенство технологиям, вызывающим у посетителей большее внимание, связанное с эффектом новизны» [7, 238].

В процессе реализации проекта «Оживающая история 2.0» эти вопросы также потребовали своего решения: разрабатывались сценарии, различные по наполнению и представлению, находи-

лись необычные формы воплощения задуманного. Некоторые сценарии предусматривали озвучивание визуального ряда закадровым голосом, некоторые были выстроены как театральные миниатюры. Соответственно, остро встал вопрос с поиском тех, кто будет читать закадровый текст и участвовать в театральных миниатюрах. Нужны были профессиональные актёры, особенно для чтения закадрового текста, поскольку человеку голосом, его интонациями нужно передать эмоции и переживания, удерживать внимание посетителя музея, создать ситуацию доверительного общения.

В поисках актёров сотрудники музея обратились в детский образцовый театр «Маска.Рад», работающий на базе Дворца культуры г. Амурска. Однако ребята, привыкшие играть на сцене с другими актёрами, столкнулись с определёнными трудностями: они не могли передать чувства только голосом, эмоционально рассказывая невидимому собеседнику историю. Решение пришло неожиданно, когда на мероприятие в музей привели группу ребят, состоящих на учёте в комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав. Эти ребята с удовольствием приняли участие в проекте.

На этапе предварительной работы перед съёмкой театральных миниатюр решалось несколько задач:

- показать посетителям творчество первостроителей города и частично их быт. Для этого в том числе была проведена работа по изучению стиля одежды комсомольцев 1960-х гг., приехавших на строительство в Комсомольск-на-Амуре и Амурск. На основе этих сведений из музейных фондов производилась комплектация костюмов для театрализации;

- продемонстрировать звучание музыкальных инструментов, находящихся в палатке первостроителей;

- рассказать о паневном комплекте, экспонируемом в зале славянской культуры.

После съёмок и монтажа видеоролики были загружены на платформу. Предварительная презентация созданного контента, в котором приняли участие сотрудники музея и ребята-волонтёры, показала, что не учтённым оказался важный момент – длительность просмотра. Для воспроизведения дополненной реальности пользователь наводит смартфон на объект и держит гаджет в руке. Максимально комфортное время просмотра контента в таком положении составляет 1,5-2 минуты. Однако созданные видеоролики длились пять минут, соответственно, у многих ребят в группе уставали руки, некоторые после двух минут просмотра просто теряли интерес к происходящему. В результате сценарии видеороликов потребовали значительного сокращения, оставлено было самое интересное (в оценке «интересно/не интересно» опирались на мнение ребят), добавлены визуальные эффекты, частично изменено музыкальное сопровождение.

Для разработки анимации и «оживления» фотографий с помощью технологии искусственного интеллекта в проект был приглашён специалист, основная задача которого состояла в создании интерактивного и привлекательного контента, способного заинтересовать и удивить посетителей музея. Экспонаты должны были «заговорить» – шевелить губами под записанную ранее речь, моргать, двигаться... На данном этапе стояла задача таким образом составить сценарии, чтобы анимационная составляющая не перегружала информативно-познавательную, а «оживление» экспонатов вызвало бы у посетителей не смех, а заинтересованность информацией, удивление и восторг по поводу дизайнерского решения.

Наиболее сложной в этой части оказалась работа с ребятами, читавшими закадровый текст. Авторы проекта полагали, что во время просмотра контента у посетителей должно было возникнуть чувство, что собеседник рассказывает историю именно ему. Однако для непрофессиональных чтецов-волонтёров эта задача оказалась сложной: никак не получалось передать эмоции, как при разговоре с живым человеком, и создать ситуацию межличностного доверительного общения, психологического контакта. Ребятам было предложено порепетировать друг с другом, рассказать товарищам свои монологи. Этот опыт дал положительный результат: во время записи актёры говорили не с пустотой, а с живым человеком, сидящим напротив, рассказывали ему истории своих героев, делясь переживаниями и эмоциями.

Одним из важных этапов работы над проектом стало наложение звуковой дорожки на анимацию. В статье «Как звук рисует пространство» Е. Русинова отмечает: «Одной из тенденций раз-

вития кино является стремление “поместить” зрителя внутрь кинопространства, сделать его непосредственным участником, а не сторонним наблюдателем события. Звук был призван обеспечить наибольшую естественность показа событий на экране, максимально приблизив рассказ в движущихся картинках к реальному представлению человека об окружающем мире» [10, 239]. Именно поэтому для максимальной иммерсивности было необходимо качественно выстроить звуковую дорожку, добавив не только музыкальное сопровождение, но и различные шумы, такие как звук дождя, шелест листьев, телефонные гудки, шум транспорта и другие звуки города, прописанные в сценарии. Также особое внимание было уделено монтажу звуковых, шумовых и музыкальных эффектов.

Важным этапом стали совмещение разработанного контента с маркерами на платформе «Оживи!», а также проверка и тестирование на предмет восприятия материала аудиторией. Это позволило выявить возможные ошибки и недочёты, а также сделать корректировки для оптимизации пользовательского опыта.

На этапе апробации проекта в музей приглашались люди разного возраста и разных социальных групп для тестирования контента. Разработчикам проекта были важны реакции: досмотрели ли они до конца или перешли к другому видео, по выражению лиц старались понять, интересно или нет, анализировали их отзывы. Экспериментально, вне целевой аудитории, были приглашены люди с очень слабым зрением (люди с инвалидностью), им помогли установить приложение на телефоны, объяснили, как это работает. Реакция этой части посетителей была восторженной, а в отзывах отмечалось, что «... даже не видя почти ничего, можно слушать интересный рассказ, узнавать что-то новое». Те видео, которые вызвали наибольший эмоциональный отклик у аудитории, были включены в окончательный вариант проекта «Оживающая история 2.0».

В помощь посетителям был подготовлен путеводитель, который можно взять во входной зоне музея или в любом из его залов. С одной стороны брошюры поместили инструкцию по подключению к дополненной реальности (см. рис. 2), а с другой – схему залов с фотографиями «оживлённых» экспонатов и указанием мест их расположения. Это позволяет начать осмотр виртуальной экспозиции из любого зала, не возвращаясь за путеводителем.

Цифровые технологии в музее – это сложные механизмы, требующие постоянного внимания и контроля. Поэтому, помимо обязательного в каждом музее «Журнала измерения температурно-влажностного режима в экспозиции и фондохранилище», в музее г. Амурска появился «Журнал мониторинга работы цифрового оборудования». В начале каждой недели сотрудник музея, ответственный за цифровое оборудование, проводит тестирование корректной работы всех маркеров дополненной реальности в залах музея, а также сувенирной продукции, включает интерактивную песочницу и пол, проверяя калибровку и цветопередачу. Данные о проверке и устранённых неисправностях, если они имели место, заносятся в «Журнал мониторинга работы цифрового оборудования».

После успешного внедрения технологий дополненной реальности в экспозиции Амурского городского краеведческого музея было важно оценить эффективность данного нововведения. Для этого были собраны данные о посещаемости музея, а также проведены опросы и интервью с целью получения обратной связи от аудитории. Статистика посещаемости показала значительный рост интереса к музею со стороны различных групп населения, особенно молодёжи: в первые месяцы после запуска AR-проекта количество индивидуальных посетителей увеличилось на треть в сравнении с прошлым годом. Это наглядно свидетельствует о том, что внедрение инновационных технологий, таких как дополненная реальность, способствует привлечению новой аудитории и повышению популярности музея. Кроме того, внедрение AR-технологий привлекло внимание средств массовой информации и общественности к деятельности Амурского музея. Освещение данного проекта в новостях, социальных сетях и других медиаканалах позволило повысить осведомлённость широкой аудитории о богатстве и разнообразии культурного наследия Амурского района, о важности его изучения и сохранения.

1. Отсканируйте с помощью камеры телефона QR-код.
Пройдите по открывшейся ссылке.
2. Если хотите установить приложение , то нажмите кнопку «скачать», если хотите просмотреть контент без скачивания приложения—нажмите «попробовать».
3. После загрузки приложения  или открытия его страницы еще раз отсканируйте QR-код и дождитесь загрузки контента.
4. Наведите камеру на экспонат и наслаждайтесь волшебством.



Рис. 2. Инструкция для просмотра дополненной реальности в музее

Успех внедрения AR-технологий в Амурском городском краеведческом музее также вдохновил другие учреждения культуры региона на апробирование инновационных подходов и технологий для повышения привлекательности и доступности своих экспозиций. Это способствовало созданию своеобразной «цепной реакции», повышающей общий интерес к культурному наследию Хабаровского края среди различных слоёв населения, особенно среди молодёжи, а также способствовало привлечению внимания общественности к этой важной теме.

Одним из направлений развития технологии дополненной реальности в Амурском городском краеведческом музее является сувенирная продукция. С помощью AR-технологий был преобразован набор открыток «Амурск». В декабре 2023 г. было разработано два варианта настольного календаря на основе фондовой коллекции, которые в дополненной реальности показывают ежедневный гороскоп для всех знаков зодиака. Ежегодно ассортимент сувенирной лавки в музее пополняется продукцией, созданной на основе фондовых коллекций, которая также будет изменена с помощью новой технологии. В частности, один из проектов – создание детских книг с дополненной реальностью по славянской, а затем и нанайской культуре и быту.

Подводя итог, хотим отметить, что взаимодействие культуры, историко-культурного наследия и рынка с его жёсткими экономическими законами в отечественной традиции всегда было темой неоднозначной, но именно это взаимодействие является определяющим в сфере развития креативных индустрий. Именно поэтому так важно сегодня его осмыслить не только в теории, но и на практике. В одном из интервью, обращая внимание на эту сторону музейной деятельности, М. Б. Пиотровский подчеркнул: «Зарабатывать деньги – важный вопрос... Но зарабатывать деньги – это одно, а получение прибыли как единственная цель – другое: это бизнес и совсем другая психология. Музеи могут зарабатывать много, но никто не должен этого от них требовать» [15]. И тем ценнее опыт музеев, пример которых показывает, как технологичные подходы, не подменяя историко-культурные ценности, могут способствовать донесению до посетителей подлинных смыслов, носителями которых выступают музейные собрания, и различных качественных продуктов, созданных на основе этих коллекций.

Амурский городской краеведческий музей, бережно сохраняя историко-культурное наследие своего региона, имея определённый потенциал для разработки и продвижения музейных продуктов и товаров, в настоящее время делает первые шаги в направлении креативных индустрий. Внедрение интерактивных форм работы, современных технологий, корректно интегрированных в

экспозиционное пространство, придаёт привлекательность имиджу музея, повышает активность посетителей и спрос на музейные услуги. В перспективе обозначенная деятельность формирует экономическую устойчивость, способствует стабильному интересу публики, укрепляет желание постоянно возвращаться в музей и регулярно его посещать.

ЛИТЕРАТУРА

1. О внесении изменений в Основы государственной культурной политики, утверждённые Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808: Указ Президента Российской Федерации от 25 января 2023 г. № 35 // Официальное опубликование правовых актов. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202301250004/> (дата обращения: 01.06.2024). – Текст электронный.
2. Амурский городской краеведческий музей: сайт. – URL: <https://museum.amursk.ru/> (дата обращения: 01.06.2024). – Текст электронный.
3. Белокрылова, О. С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России / О. С. Белокрылова, Е. С. Дубская // Пространство экономики. – 2013. – № 4-2. – С. 5-11.
4. Бороноева, Т. А. Национальный музей Республики Бурятия как ресурс региональной креативной экономики / Т. А. Бороноева // Вестник БГУ. Экономика и менеджмент. – 2021. – № 3. – С. 19-26.
5. Каверина, Е. А. Музей как субъект креативных индустрий: предыстория / Е. А. Каверина // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2022. – № 3 (64). – С. 80-85.
6. Музей Амурск: официальная группа МКУК «Амурский городской краеведческий музей» // Социальная сеть ВКонтакте. – URL: <https://vk.com/public217482332> (дата обращения: 05.07.2024). – Текст электронный.
7. Набиуллин, А. Ф. Проблемы внедрения стационарных интерактивных мультимедиа систем в музейные экспозиции. Риски и решения / А. Ф. Набиуллин, А. С. Шакиров, И. Г. Мухтов // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2018. – № 31. – С. 235-243.
8. Овечкина, А. А. Креативные индустрии как понятие социально-культурной деятельности / А. А. Овечкина // Культура: теория и практика. – 2017. – № 2 (17). – С. 7-8.
9. Прокофьева, В. Ю. Музейное пространство города Ельца: муниципальное бюджетное учреждение культуры «Елецкий городской краеведческий музей» / В. Ю. Прокофьева, М. А. Назаров // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2021. – № IV-2 (52). – С. 56-61.
10. Русинова, Е. Звук рисует пространство / Е. Русинова // Киноведческие записки. – 2004. – № 70. – С. 237-249.
11. Сапанжа, О. С. Музей как центр креативных индустрий: технологии разработки научных проектов / О. С. Сапанжа // Международный форум «Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития», 29 ноября – 1 декабря 2017 г. – URL: http://www.flagshipuniversity.ntf.ru/sites/default/files/4_%D0%A1%D0%B0%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B6%D0%B0.pdf (дата обращения: 02.07.2024). – Текст электронный.
12. Степанов, М. А. Внедрение технологий дополненной реальности в музейные экспозиции / М. А. Степанов, Д. В. Хоршев, С. С. Елесин // Гуманитарная информатика. – 2017. – № 13. – С. 12-20.
13. Устав Международного совета музеев (ИКОМ), принят на 16-й Генеральной Ассамблее ИКОМ (Гаага, Нидерланды, 5 сентября 1989 г.), дополнения и изменения внесены на внеочередной Генеральной Ассамблее ИКОМ (Париж, Франция, 9 июня 2017 г.). – URL: https://icomrussia.tmweb.ru/upload/uf/925/%D0%A3%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%20%D0%98%D0%9A%D0%9E%D0%9C_2017.pdf (дата обращения: 01.07.2024). – Текст электронный.
14. Хомчук, А. В. Музей в виртуальном культурном пространстве (на примере проекта «Оживающая история» Амурского городского краеведческого музея / А. В. Хомчук // Личность, творчество, образование в социокультурном пространстве Дальнего Востока России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона: материалы междунар. науч.-практ. конф. (30 ноября 2022 г., г. Хабаровск) / ред. Е. В. Савелова, сост. Е. Н. Лунегова; Министерство культуры Российской Федерации, Хабаровский государственный институт культуры. – Хабаровск: [б. и.], 2023. – С. 139-144.
15. Шилова, А. Михаил Пиотровский: «Место музея – посередине между храмом и Диснейлендом» / А. Шилова, Н. Жукова // Ведомости. 4 октября 2019 г. – URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/characters/2019/10/03/812835-mihail-piotrovskii> (дата обращения: 06.07.2024). – Текст: электронный.