

# **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.*

# **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.*