

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МУЗЕЙНЫХ КОЛЛЕКЦИЙ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Эркаева Барно Абдурахимовна

Преподаватель Каршинского государственного университета

Аннотация: Цифровизация музейных фондов играет ключевую роль в развитии туристической отрасли, открывая новые возможности для ее роста. Процесс цифровизации музеев позволяет представить их коллекции широкой аудитории через различные электронные платформы. Это, в свою очередь, создает интерактивные и увлекательные условия для туристов, предлагая им уникальный опыт взаимодействия с культурным наследием. В статье освещены ключевые аспекты использования современных цифровых технологий в деятельности музеев. Рассматривается практическое значение цифровых технологий в данной сфере.

Ключевые слова: музеи, туризм, цифровые технологии, инновации, виртуальные туры, 3D-туры, электронные выставки.

ВВЕДЕНИЕ В последние годы музеи трансформировались из учреждений, ориентированных только на хранение артефактов, в центры, ориентированные на посетителей. Во всем мире музеи претерпели парадигматический сдвиг, чтобы оставаться актуальными для широкой публики. Эта трансформация усиливает роль музеев как цифровых платформ, центров культурного туризма и онлайн-обучения для глобального сообщества.

В данном исследовании предлагается концепция развития музеев через три ключевых аспекта: цифровые платформы, культурный туризм и онлайн-обучение. Исследование показывает, что музеи постепенно переходят от традиционных охранных функций к современным образовательным и развлекательным учреждениям. Оно подтверждает, что современные музеи активно внедряют цифровые технологии, онлайн-обучение и культурный туризм для привлечения как местного населения, так и иностранных туристов.

По мере ослабления пандемийных ограничений в разных странах мира туристическая отрасль демонстрирует уверенное восстановление. Например, в Узбекистане в первом квартале текущего года было зарегистрировано 610 тысяч иностранных туристов, что в 2,5 раза превышает показатель аналогичного периода

прошлого года.[1] Для дальнейшего роста турпотока и увеличения количества международных туристических поездок необходимо эффективно использовать имеющиеся возможности. Одним из самых перспективных объектов для развития туризма считаются музеи.

Крупнейшие музеи мира регулярно организуют международные выставки, демонстрируя богатое историческое и культурное наследие Узбекистана. Такие выставки проходят в Германии, Франции, Великобритании и других странах, способствуя укреплению культурного имиджа Узбекистана за рубежом. В Европе культура посещения музеев хорошо развита, и музеи занимают лидирующие позиции среди туристических достопримечательностей. Согласно данным сети европейских музейных организаций (NEMO), ежегодно музеи в странах Европейского Союза посещают более 500 миллионов человек, что превышает посещаемость спортивных мероприятий. Активное цифровое присутствие музеев и доступность информации в Интернете позволяют туристам легко знакомиться с музейными коллекциями онлайн.

В настоящее время в Узбекистане функционирует более 120 музеев и их филиалов, из которых 49 являются основными музеями, 75 — филиалами, а 7 — музейными заповедниками.[3]

СТИЛЬ И МАТЕРИАЛЫ В данной статье анализируется роль туристического сектора в развитии туристического потенциала страны, основанная на результатах анализа и исследования ряда ученых.

По мнению зарубежного эксперта Т. Весенина, культурное наследие может приносить доход, если превратить его в бренд, сохранив при этом его физическую и духовную сущность [4].

Ученые А. Киралова и И. Страка подчеркивают, что туризм тесно связан со своей целью. В этом контексте они также рассматривают взаимосвязь между историзмом, музеологией и туризмом [4].

По мнению местного исследователя А. Худоярова, паломнический туризм включает в себя поездки к святым местам, почитание великих предков, ознакомление с их жизнью, культурным, архитектурным и историческим наследием, участие в религиозных и светских церемониях.

Исследователь Н. Ибрагимов изучил научные основы формирования бренда и имиджа конкурентоспособного туристического региона. Он разработал научно обоснованную концепцию позиционирования региона на рынке и в сознании

потребителей, включая модель бренда, методика его изучения, а также элементы бренда, такие как название, логотип и слоган.

РЕЗУЛЬТАТЫ Музейный туризм включает создание выставок, организацию экскурсий, проведение общественных мероприятий и образовательных программ. Основными задачами организаторов музейного туризма являются:

Определение туристической специализации музея;

Обеспечение постоянного потока туристов в музей;

Разработка туристических программ и маршрутов;

Организация рекламных кампаний.

Сегодня развитие музейного туризма зависит от следующих факторов:

Разработка программ для различных возрастных групп туристов;

Создание программ для представителей различных социальных слоев;

Расширение многообразных программ внутри арт- и культурных центров;

Организация международных программ для искусствоведов и экспертов в области искусства.

Кроме того, современные музеи должны интегрироваться в цифровое пространство, предоставляя электронные публикации и доступ к информации на глобальном уровне. Это позволит музеям эффективно рекламировать себя, увеличивать аудиторию и налаживать быстрое и удобное взаимодействие с зарубежными коллегами. Современные цифровые технологии помогают популяризировать музейные коллекции среди широкой общественности, особенно среди молодежи.

Особенно заметны изменения в роли музеев с развитием цифровых технологий и Интернета. Если раньше основными каналами распространения культурной информации были печатные издания, телевидение и радио, то сегодня цифровые технологии становятся основными инструментами взаимодействия музеев с аудиторией.

ОБСУЖДЕНИЕ Одним из важнейших направлений деятельности музеев является цифровизация фондов. Этот процесс не только способствует развитию общества, но и помогает в систематизации документации и социальной информации.

Основной целью цифровизации музейных фондов является повышение их доступности, улучшение изучения экспонатов и расширение возможностей использования музейных коллекций. Кроме того, цифровизация позволяет создать удобные инструменты для поиска информации и анализа музейных экспонатов.

Глобальное развитие цифровых технологий приводит к росту их использования в музейной сфере. Современные музеи должны соответствовать этим изменениям, внедряя новые технологии для эффективного управления своими фондами и привлечения посетителей.

Развитие музейной деятельности имеет важное значение для туристической индустрии. В связи с этим президент Республики Узбекистан поручил провести цифровизацию музейных фондов, создать электронные базы данных экспонатов, повысить квалификацию музейных работников и реализовать ряд других мероприятий по модернизации музеев [1].

Для успешного функционирования современных музеев необходимо внедрять информационные технологии, расширять аудиторию и активно продвигать свои коллекции. Помимо традиционных публикаций, электронных каталогов, видео- и аудиоресурсов, музеи должны активно использовать социальные сети и участвовать в международных интернет-проектах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ Одним из ключевых форматов современных экскурсий являются 3D-экскурсии, которые позволяют виртуально посещать культурные объекты и города. Виртуальные туры представляют собой интерактивные панорамы, позволяющие пользователям самостоятельно перемещаться по территории с помощью компьютерной мыши. Дополнительно к визуальному контенту могут быть добавлены текстовые данные, аудиозаписи, графики и элементы управления.

Таким образом, в условиях глобализации все отрасли экономики должны активно внедрять цифровые технологии и инновации. Это особенно актуально для туристической сферы, включая музеи. Цифровизация музейных фондов способствует развитию отрасли и повышению ее конкурентоспособности на мировом рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

- Выступление Президента Республики Узбекистан на видеоселекторном совещании, посвященном возможностям развития туризма (26 апреля).
- Годовые отчеты Департамента туризма при Статистическом агентстве при Президенте Республики Узбекистан за 2017–2023 годы.
- Разработано автором на основе данных Департамента туризма при Статистическом агентстве при Президенте Республики Узбекистан.
- Kiráľová, A. & Straka I. (2013). Влияние глобализации на маркетинг направлений.

- Ekopress.Yaroshenko N.N. Civilization development in the context of empty time values // Moscow state culture and art university Newsletter. 2011. No. 6. P. 66-72
- Erkayeva Barno, Normurodova Zebo. turizmda xizmat ko'rsatish sohasini takomillashtirish istiqbollari. // Aktuar moliya va buxgalteriya hisobi ilmiy jurnali, -2024, Vol.4 Issue 08 pp.146-149 ISSN:2181-1865
- Erkayeva Barno. HUDUDLARDA ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA TURISTIK BRENDLARNING AHAMIYATI. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, - 2/2023, mart-aprel (№ 00064)
- Ro'ziyev, B., & Xushvaqto'v, R. (2024). QASHQADARYO VILOYATIDA SAFARI TURIZMINI RIVOJLANTIRISH MASALALARI. DIGITAL TRANSFORMATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE, 2(6), 145-149.
- Jabborova Z.A. Improvement of economic mechanisms of state support of innovation activities in tourism. //Innovation technologies scientific journals, -2023. - No. 2(50), -145-149 p.
- Usmonova D.K. Features of the formation of the tourism product and promising directions for its development. Abstract. – Samarkand, SamISI, 2009. – 25 p.
- Z Jabborova. Turizm sohasi rivojlanishining istiqbollari // YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, -2024. – 68-72 p.
- Vayskulov, R., & Xushvaqto'v, R. (2024). O 'ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING O 'RNI. YANGI O 'ZBEKISTONDA MILLIY TURIZM ISTIQBOLLARI, 1(01).Jabborova Zukhra. [Effective use of the experience of advanced foreign countries in state support for tourism](#). - OAK Journal of Management Value & Ethics April special issue. 23 Vol. 13 No.04 SJIF 8.001 & GIF 0.626 ISSN-2249-9512 2023yil. (08.00.00№6)
- Vayskulov, R., Xushvaqto'v, R., & Turayev, J. (2024). O 'zbekiston turizm industriyasida ekoturizm iyerarxiyasi: yuqori iqtisodiyot–jamoaga asoslangan ekologik tiklanish. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, 2(11).