

Научный журнал «Костюмология» / Journal of Clothing Science <https://kostumologiya.ru>

2022, №1, Том 7 / 2022, No 1, Vol 7 <https://kostumologiya.ru/issue-1-2022.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/14IVKL122.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Барсукова, Н. И. Медиапространство музея как поиски нового формата / Н. И. Барсукова, Н. В. Родионова // Костюмология. — 2022. — Т. 7. — № 1. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/14IVKL122.pdf>

For citation:

Barsukova N.I., Rodionova N.V. The Museum's media space as a search for a new format. *Journal of Clothing Science*, 1(7): 14IVKL122. Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/14IVKL122.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 74.01/09

Барсукова Наталия Ивановна

АНО ВО «Национальный институт дизайна», Москва, Россия

Профессор

Доктор искусствоведения (17.00.06 техническая эстетика и дизайн),
профессор по специальности «техническая эстетика и дизайн»

E-mail: bars_natali@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9222-4885>

Родионова Наталия Владиславовна

АНО ВО «Национальный институт дизайна», Москва, Россия

Аспирант

E-mail: nataliya_rodionova@mail.ru

Медиапространство музея как поиски нового формата

Аннотация. Современные музеи ищут новые способы взаимодействия и сотрудничества с участниками единого медиапространства, которое формируется при помощи возможностей цифровой среды и мультимедийных технологий. В данной статье рассматриваются наиболее распространённые интерактивные технологии и платформы, которые повлияли на новый формат музея и добавили традиционному музейному пространству медийное расширение. В контексте раскрытия данной темы ставится вопрос о роли музейных интерактивных технологий, аудиогидов, виртуальных туров и интернет-экскурсий, приложений дополненной реальности (AR). Предложены новые обозначения современного медиапространства с учётом музейного брендинга и сторителлинга — внутреннее медиапространство музея и внешнее единое музейное медиапространство города, района или страны.

Проанализированы цифровые проекты современных музеев моды, быта и декоративного искусства — «Галерея моды» Музея Виктории и Альберта (Лондон), МВЦ «Музей моды» (Москва), «Музей археологии» (Роза хутор, Сочи). На примере аудиогuida пешеходной экскурсии «Швейный путь» показан пример соединения внутреннего медиапространства отдельного музея — Музей утюга, Музей старинных швейных машин, Музей крестьянского быта — с внешним музейным медиапространством города Переславля-Залесского в единую концепцию.

Исследовано музейное пространство нового интерактивного «Музея археологии» (Роза хутор, Сочи), показаны принципы дизайна экспозиций, приёмы реконструкции эпох, быта и исторического костюма. Создан аудиогид для Музея керамики Юрия Новикова (Сочи). Сформулированы несколько типов использования приложений дополненной реальности: изучение маршрута музейной выставки; знакомство с коллекцией музея; восстановление формы и первоначального вида предмета по его структуре; демонстрация процесса или

действия; получение дополнительной информации при помощи «точек интереса»; реконструкция быта и исторического костюма.

Ключевые слова: медиапространство музея; музеи моды и быта; реконструкция быта и костюма; аудиогиды для музеев; AR-приложение; медиадизайн

Введение

Отличительной чертой современных музеев становится их открытость для всех социальных и возрастных групп. При помощи цифровых технологий появилась возможность знакомиться с музейными коллекциями находясь дома через Интернет. Помимо очевидных способов отображения мультимедийного и интерактивного контента (отображение видео на мониторе, проекции, голограммы, интерактивные информационно-справочные киоски, проигрывание аудиофайлов и пр.) современные цифровые технологии не только сопровождают человека во время посещения музея, но формируют его маршрут, создают опыт посещения. Развитие цифровой среды и мультимедийных технологий трансформировало методы, формы и технологии организации музейного пространства. В современных музеях получают свою реализацию различные цифровые технологии и мультимедиа, позволяющие посетителю получить дополнительную информацию непосредственно в залах музея. Для этого нужно скачать приложение или воспользоваться музейным планшетом. Внедрение современных мультимедийных и интернет-технологий в музейное пространство началось с момента создания музеями собственных сайтов, использования социальных сетей и в итоге медийного расширения и создания собственного медиапространства.

Само явление медиапространства осмысливается как феномен современной культуры [1]. Изучение медиакоммуникаций в контексте журналистики и телевидения привело исследователей к выдвиганию концептуальных положений о неизбежной трансформации медиапространства, подразумевающей слияние журналистских и нежурналистских элементов при создании востребованного информационного продукта [2]. Особенно стремительно это произошло в сфере музейной деятельности в резко изменившихся условиях социальной изоляции — процесс был ускорен социальными проблемами и ограничениями, вызванными пандемией, карантинами, вынужденным введением дистанционного формата деятельности. И если поначалу речь шла о специфике медиакоммуникаций в музейном пространстве, определении роли современного музея в системе медиапространства и изучению его в качестве нового средства массовой информации (СМИ), трансформирующего современное медиапространство [3], то на сегодняшний день уместно заявить о создании полноценного собственного медиапространства у музея с большой иллюстративной функцией медиадизайна.

Тема музейного медиапространства уже затрагивалась нами неоднократно [4–6]. Так, например, медиапространство проанализировано как новая среда коммуникаций и интегративная культурная форма, отличающаяся структурным и функциональным разнообразием [4]. Этому способствуют новые коммуникации, такие как: интерактивный диалог с сотрудниками и возможность получения любой консультативной помощи, развитие мышления и потенциальных способностей участников медиапространства, общение, сотрудничество и взаимодействие друг с другом через комментарии в социальных сетях и каналы обратной связи на сайтах, наличие многонаправленной информации об экспонатах и онлайн-экскурсии. Можно сравнить медиапространство музея с форумом, где проходит общение и взаимодействие онлайн-посетителей друг с другом и с сотрудниками музея. В медиапространстве музеев удалось создать культуру сотрудничества, постоянного обучения, развития мышления, модерирования опыта и соучастия.

Музеи активно развиваются параллельно с современным искусством, наукой и технологиями, добавляют новые формы взаимодействия с посетителями, меняют внешний вид и внутреннюю структуру [7; 8]. Создание собственного медиапространства музея усилило конструктивную роль цифрового дизайна. Помимо традиционной разработки сайтов, мобильных приложений и программного обеспечения, дизайнер цифровой среды теперь создает все компоненты медиапространства. Шрифтовые композиции, логотип, фирменный стиль, инфографика, цвет и структура повествования, бренд и айдентика — все является конструктивной составляющей медиапространства.

Рассмотрены функции медиа-дизайна как фактор продвижения медиа-продукта и его синтетическая специфика [2]. Показана роль медиадизайна в контексте появления новых музейных онлайн-стратегий, ориентированных на новое, цифровое медиапространство музея [6]. Был затронут вопрос и расширения функций дизайна в создании цифровой среды музеев [5], вычленения самостоятельной роли медиадизайна в формировании медиапространства музея как модификатора коммуникационной системы [9]. Медиадизайн воспринимается как проектирование цифрового контента с точки зрения целостности и единства графической и текстовой составляющей: графические схемы и логотипы, шрифтовые композиции и текстовое сопровождение, цветовые решения и фирменный стиль, инфографика и структура повествования, бренд и айдентика [6].

Медиадизайн в медиапространстве современных музеев играет большую роль. Он создаёт доминирующую визуальную составляющую медиатекстов мобильной цифровой среды, формирует и закрепляет актуальные и традиционные культурные коды [10]. В статье используется трактовка медиадизайна как знаковой системы, выполняющей иллюстративную и коммуникативную функции, формирующей новый формат общения музеев через медиапространство посредством виртуальных туров, аудио и медиагидов, AR-технологий. При этом главным становится уникальное художественное решение, оригинальная идея или дизайн-концепция. Медиадизайн создаёт и дополнительные возможности для погружения в сюжет, занимается разработкой деталей экспозиции. Система коммуникативного дизайна в XXI веке подразумевает комплексную модель взаимодействия с посетителями как в виртуальном пространстве, так и в самом пространстве музея, в дополненной реальности.

В данной статье помимо изложения общих музейных тенденций в сфере медийных технологий показаны результаты эмпирического исследования, проведённого в новых, так называемых малых музеях г. Сочи — «Музее керамики Юрия Новикова» и «Музее археологии» (Роза хутор). Показано как передаётся информация посредством новых онлайн-стратегий и цифровой среды и формируется единое медиапространство. Выявляется коммуникативная роль медиадизайна в реконструкции исторических эпох и предметов быта. Одно из самых распространённых направлений здесь — создание виртуальных туров, интернет-экскурсии, аудиогидов и виртуальных выставочных проектов.

Благодаря AR-технологиям информацию можно получить о памятниках, находящихся за сотни километров от музеев. Например, мобильный палеонтологический AR-тур Государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника «Казанский Кремль» выполняет роль «ожившей афиши»: его показывают, выезжая в районы республики, чтобы рассказать о музее. Благодаря музейным аудиогидам посещение выставки или музея превращается в полноценный самостоятельный культурный семинар. Аудиогиды могут быть как в виде специальных устройств, так и в формате мобильных приложений.

Интересна и платформа izi.travel для путешественников, которая помогает собрать воедино все маршруты к достопримечательностям того или иного города. При помощи удобной и понятной навигации турист может самостоятельно составить свой маршрут уличной прогулки с посещением достопримечательностей и сценарий изучения музеев благодаря

приложению «Ваш мобильный экскурсовод». Автоматический запуск городских туров на улице с помощью GPS доступен и в оффлайн режиме. Интерактивные аудиогиды насыщены викторинами, квестами, фотографиями и видео на выбранном языке туриста. Во время прогулки истории могут запускаться автоматически по GPS, либо с помощью QR-кодов или номеров экспонатов.

Так, например, пешеходный городской тур «Прогулка по Москве Серебряного века» посвящена художнику Александру Головину и включает все театры, с которыми он был связан. Аудиогид заканчивается посещением Третьяковской галереи, где выставлены картины художника. А пешеходная экскурсия «Швейный путь» представляет собой единый концептуальный маршрут г. Переславля-Залесского с музеями, показывающими как индустриальная эпоха меняла историю труда и вещей — Музей утюга, Музей старинных швейных машин, Музей крестьянского быта. Так внутреннее медиапространство конкретного музея подключается к внешнему общему музейному городскому медиапространству. Автомобильный этнографический маршрут «Национальные особенности культуры деревень города Михайловска» соединил в единое целое внешнее музейное медиапространство в контексте всей екатеринбургской области.

На платформе *izi.travel* размещают информацию о себе и известные музеи мира, что даёт им дополнительные возможности самопрезентации. Музей Виктории и Альберта (Лондон) создал здесь самостоятельный музейный продукт под названием «Галерея моды», аудиогид которой показывает реконструкцию исторического костюма (рис. 1, 2). Галерея вмещает в себя одну из самых значительных и обширных коллекций истории моды в мире. В аудиогиде исторические костюмы расположены в хронологической последовательности — с XVIII века по настоящее время.



Рисунок 1. Платье эпохи Регентства.

Код доступа: <https://www.izi.travel/ru/5259-galereya-mody-muzey-viktorii-i-alberta/ru#cf5d-plate-epohi-regentstva/ru>

Экспонаты с описанием и озвученной историей представляют собой ручную графику, напоминающую детские цветные рисунки. Так информация становится более доступной и для молодого поколения — описание включает историю, черты стиля и кроя, особенности ткани и фактуры. На примере вечернего пальто Эльзы Скиапарелли показываются господствующие тенденции моды 30-х годов и эксцентричного стиля дизайнера. Стремление создать произведение искусства, а не «просто модную вещь» заставило её использовать рисунок художника и поэта Жана Кокто, представляющий оптическую иллюзию — можно увидеть два лица в профиль под потолком из роз или урну на колонне с розами в ней. Небольшой формат

на платформе побуждает медиадизайнеров создавать цифровой продукт коммуникативным и познавательным.



Рисунок 2. Вечернее пальто Эльзы Скиапарелли.

Код доступа: <https://www.izi.travel/ru/5259-galereya-mody-muzey-viktorii-i-alberta/ru#d0a9-vechernee-palto-elzy-skiaparelli/ru>

Первый музей в России, занимающийся изучением, исследованием и популяризацией истории моды как важной части материальной культуры Музейно-выставочный центр «Музей Моды» создан недавно, он был открыт в Москве (Гостинный двор). Коллекция Музея включает платья, костюмы, головные уборы, аксессуары и обувь конца XIX–XXI века и насчитывает более двух тысяч экспонатов из России, Западной Европы и США, в том числе, множество авторских и безымянных вещей, как массовых, так и уникальных. Музей активно собирает коллекцию советских платьев и аксессуаров 1920–1980-х годов.

Аудиогид Музея моды представляет на платформе, прежде всего полную информацию о выставках. Выставка «И шёлк привидится в дыхании песков... Хранители вышивки Узбекистана» посвящена национальной вышивке «сюзане» разных периодов, представлены ткани и узор «икат», костюмы 70–90-х гг. XX в., современные наряды и украшения (рис. 3).



Рисунок 3. Национальные узбекские платья с традиционной вышивкой сюзане.

Код доступа: <https://www.izi.travel/ru/cba6-vystavka-i-shyolk-prividitsya-v-dyhanii-peskov/ru#0593-vyshivki-syuzane/ru>

Как видим, платформа izi.travel с аудиогидами музеев не является их цифровым или виртуальным аналогом, это дополнительные возможности для коммуникации с будущим посетителем.

Мы создали на этой платформе аудиогид для сочинского «Музея керамики Юрия Новикова», который включает в себя маршруты по музею в соответствии с тематикой экспозиций и описание экспонатов. Так выглядит список музеев в поисковике платформы izi.travel (рис. 4) и страница Музея керамики Юрия Новикова (рис. 5):



Рисунок 4. Аудиогид «Музея керамики Юрия Новикова».

Автор-составитель Родионова Н.В. Код доступа: <https://www.izi.travel/ru/588e-sochi-muzey-keramiki-yuriya-novikova/ru>



Рисунок 5. Структура Аудиогuida «Музея керамики Юрия Новикова» на платформе izi.travel. Автор-составитель Родионова Н.В. Код доступа: <https://www.izi.travel/ru/588e-sochi-muzey-keramiki-yuriya-novikova/ru>

Также перспективным направлением в поисках новых онлайн-форматов является платформа дополненной реальности с мобильным приложением «Артефакт», разработанная Министерством культуры РФ для государственных и частных музеев. Она имеет удобную панель управления для формирования нескольких уровней подачи информации. На её основе медиадизайнеры совместно с сотрудниками музеев могут самостоятельно создавать цифровой продукт: аудиогиды, интерактивные выставки и статьи, помещать краткие факты о картине или её персонаже в так называемых «точках интереса» по принципу — наведи, распознай, узнай! При наведении камеры гаджета на экспонат, «Артефакт» идентифицирует его и выводит поверх

его изображения интерактивные точки с пояснениями к ключевым деталям, интересными фактами биографии художника или писателя, истории создания произведения, в том числе и в форме длинных текстов, насыщенных мультимедиа. Такая подготовительная работа медиадизайнера с музейными материалами и его собственные разработки позволяют с помощью «Артефакта» рассмотреть в деталях эскизы картины и проекты, архитектурные объекты и скульптуру со всех сторон, графику и живопись.

Медиапространство музея может выходить за пределы выставочных залов: посетители могут увидеть и те материалы, которые не представлены на выставке офлайн — ранние эскизы художников, процесс реставрации работы, дополнительные архивные документы. Связывать физическое пространство с виртуальным помогают различные технологии, прежде всего технологии дополненной реальности (AR). Преимущества технологии дополненной реальности в том, что они определяют экспонат по его изображению и создают новую реальность при этом не меняя дизайн выставочного пространства (рис. 7).

Еще одним направлением использования информационных технологий в концептуальном плане является использование цифрового оборудования в качестве музейных предметов, например в экспозиции технических музеев. Посетителю музея это даёт возможность знакомиться с экспонатами самостоятельно, используя при этом приложение или планшет с технологией дополненной реальности. Именно по такому принципу создан интерактивный Музей Археологии, который посвящен истории местности «Роза Хутор» и бассейна реки Мзымта начиная с эпохи Каменного века до эпохи Нового времени в контексте мировой истории.

В Музее представлены экспонаты, найденные в период олимпийского строительства «Зимней олимпиады Сочи-2014»: оружие, предметы быта различных эпох, артефакты. Перед посещением музея рекомендуется скачать мобильное приложение «Музей Археологии» или уже при посещении арендовать планшет, чтобы с помощью технологий дополненной реальности и 3D-моделирования «оживить» экспонаты. Основу экспозиции музея представляет черно-белая графика рисунков с описанием — визуально статичные, они являются базой, точкой отсчета для получения более подробной информации при помощи мобильного приложения или планшета (рис. 6, 7). Современные технологии дополненной реальности позволяют восстановить форму и первоначальный внешний вид предметов по структуре или продемонстрировать процесс или действие.



Рисунок 6. Восстановление формы и внешнего вида вазы по ее структуре (фото авторов статьи)



Рисунок 7. Восстановление процесса изготовления каменных орудий труда (фото авторов статьи)

Основу экспозиции Музея археологии составляют интерактивные комплексы, которые рассказывают о животных горного Причерноморья, быте средневековой кавказской усадьбы, о событиях Русско-Кавказской войны. Так, например, интерактивный комплекс «Средневековая кавказская усадьба» включает в себя план усадьбы, на котором расположены точки интереса, выделенные зелёным цветом. При нажатии на них появляются сцены крестьянского быта и можно увидеть «ожившие исторические изображения», виды деятельности обитателей усадьбы как отдельно, так и вместе (рис. 8). Раньше подобный эффект достигался размещением qr-кодов, расположенных на экспонатах, теперь интерактивные технологии позволяют сохранить дизайн экспозиции.



Рисунок 8. Точки интереса, выделенные зелёным цветом на схеме расположения средневековой кавказской усадьбы (фото авторов статьи)

Благодаря 3D-технологиям в музее воссоздан облик русского офицера, дипломата, писателя, разведчика, участника и героя Кавказской войны, очень смелого и мужественного человека барона Ф.Ф. Торнау. Для этого была сделана реконструкция военного русского мундира офицера царской армии и внешнего вида барона Торнау в целом по рисункам того времени (рис. 10). Со страниц своей книги «Воспоминания кавказского офицера» он собственной персоной рассказывает посетителям о важнейших исторических событиях происходивших на этих землях в середине XIX века и своих приключениях (рис. 9). Книга и

сегодня остается единственным источником информации о быте, местных обычаях и нравах народов горного Причерноморья того периода. Экспозиции «Музея археологии» построены на основе личных воспоминаний барона Торнау.



Рисунок 9. Автор статьи Н. Родионова, листая мультимедийную мега-книгу, становится частью дополненной реальности — страницы книги «оживают» на экране. Музей Археологии, Роза Хутор (фото авторов статьи)



Рисунок 10. Автор и главный герой книги барон Торнау рассказывает о событиях Кавказской войны (фото авторов статьи)

Таким образом, можно сформулировать несколько типов использования приложений дополненной реальности в современных музеях:

1. Изучение маршрута музейной выставки.
2. Знакомство с коллекцией музея.
3. Восстановление формы и первоначального вида предмета по его структуре.
4. Демонстрация процесса или действия.
5. Получение дополнительной информации при помощи точек интереса.
6. Реконструкция быта и исторического костюма.

Использование данных технологий в экспозиционном пространстве музея позволяет реализовывать как образовательную, так и коммуникативную функции данного учреждения. Можно выделить две модели взаимодействия экспозиции и цифровых технологий: первая вспомогательная роль при интерпретации экспозиции, вторая — технология сама выступает в качестве музейного предмета. Перспективный музейный онлайн-формат «Артефакт» — гид по музеям России с технологией дополненной реальности формирует музейное медиaprостранство. Однако наряду с активным изменением формата музея необходимо

отметить проблемные вопросы. До каких пор возможно медийное расширение? Есть ли здесь ограничения? Как нам кажется, существует опасность уйти в чрезмерную игру и насыщение развлекательными элементами без постижения глубины вопроса и таким образом оторваться от самой сути музея.

Заключение

Как видим поиски нового формата современных музеев тесно связаны с расширением цифровой среды и созданием собственного медиапространства, которое становится еще одним средством массовой информации (СМИ). Границы между ними прозрачны — внутреннее медиапространство музея и внешнее общее медиапространство музеев города легко соединяются. Этому способствует медиадизайн, который формирует схемы построения и создаёт определённые точки притяжения и интереса потенциального пользователя. Полноценное собственное медиапространство музея, его наглядность, логичность и удобство существуют благодаря возможностям иллюстративной функции медиадизайна. Концептуальный аспект предполагает использование цифровых технологий для создания дополнительного информационного пространства музеев, образовательного и имиджевого контента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Водопьян В.Г. Медиапространство как феномен современной культуры // Труды института бизнес-коммуникаций. — Том 1. — СПб.: СПбГУПТД — 2017. — С. 204.
2. Цветкова П.И. Современные техники медиа-дизайна в телевизионной сфере как фактор продвижения медиа-продукта // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2019. — С. 3–2.
3. Пустовойт Ю.В. Классифицирование мультимедийных технологий в экспозиционно-выставочном пространстве современного музея // Культурное наследие России. — 2019. — № 1. — С. 62–67.
4. Барсукова Н.И., Родионова Н.В. Коммуникативный потенциал медиапространства современного музея // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. — 2021. — № 55. — С. 123–131.
5. Родионова Н.В., Барсукова Н.И. Роль медиадизайна в развитии цифровой культуры // Концепции в современном дизайне. / Сб. мат. II Всеросс. Научн. онлайн-конференции с межд. участием. — М.: РГУ. — 2020. С. 67–70.
6. Родионова Н.В., Барсукова Н.И. Медиадизайн и онлайн-стратегии современного музея // Архитектура и дизайн в цифровую эпоху / коллект. монография по матер. Межд. науч. конф. — М. — 2021. — С. 113–119.
7. Майстровская М.Т. Новая архитектура и экспозиции в музейном строительстве России. XXI век // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2021. — № 1–1. С. 22–23.
8. Майстровская М.Т. Футурологические музеи современности // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2021. 4–2. — С. 8–19.
9. Волкова В.В. Специфика медиадизайна / Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика — 2014. — № 4. — С. 5–21.
10. Барсукова Н.И. Культурные коды в дизайн-проектировании городской среды // Образование. Наука. Культура // Мат. межд. научн. форума. — 2018. — С. 116–119.

Barsukova Natalia Ivanovna

National Design Institute, Moscow, Russia

E-mail: bars_natali@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9222-4885>

Rodionova Nataliya Vladislavovna

National Design Institute, Moscow, Russia

E-mail: nataliya_rodionova@mail.ru

The Museum's media space as a search for a new format

Abstract. Modern museums are looking for new ways of interaction and cooperation with the participants of a single media space, which is formed using the capabilities of the digital environment and multimedia technologies. This article discusses the most common interactive technologies and platforms that influenced the new format of the museum and added media expansion to the traditional museum space. In the context of the disclosure of this topic, the question is raised about the role of museum interactive technologies, audio guides, virtual tours and Internet excursions, augmented reality (AR) applications. New designations of the modern media space are proposed, taking into account museum branding and storytelling — the internal media space of the museum and the external unified museum media space of a city, district or country.

Digital projects of modern museums of fashion, everyday life and decorative art are analyzed — "Fashion Gallery" of the Victoria and Albert Museum (London), IEC "Fashion Museum" (Moscow), "Museum of Archeology" (Rosa Khutor, Sochi). The example of the audio guide of the walking tour "Sewing Way" shows an example of connecting the internal media space of a separate museum — the Iron Museum, the Museum of Antique Sewing Machines, the Museum of Peasant Life — with the external museum media space of the city of Pereslavl-Zalessky into a single concept.

The museum space of the new interactive "Museum of Archeology" (Rosa Khutor, Sochi) is investigated, the principles of exposition design, techniques of reconstruction of epochs, everyday life and historical costume are shown. An audio guide has been created for the Yuri Novikov Ceramics Museum (Sochi). Several types of augmented reality applications are formulated: exploring the route of a museum exhibition; getting acquainted with the museum's collection; restoring the shape and original appearance of an object by its structure; demonstrating a process or action; obtaining additional information using "points of interest"; reconstruction of everyday life and historical costume.

Keywords: media space of the museum; fashion and everyday life museums; reconstruction of everyday life and costume; audio guides for museums; AR application; media design