

Алексеев Сергей Ильич

ассистент

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный

университет им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

ВИРТУАЛЬНЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ МУЗЕИ

***Аннотация:** виртуальные музеи служат эффективным средством объединения цифровых технологий и культурного наследия, что позволяет пользователям в интерактивном формате знакомиться с историей электротехнической отрасли. Ключевыми достоинствами являются адаптивность подачи материалов, цифровая сохранность объектов, универсальный доступ для разных групп посетителей и широкие возможности для инноваций. Такие музеи укрепляют связь между образованием, культурой и социальной сферой, что не только популяризируют реальные музейные пространства, но и обеспечивают инклюзивность, делая знания доступными для всех людей.*

***Ключевые слова:** виртуальные музеи, история, электропромышленность, документальное наследие.*

Виртуальные музеи являются интерактивной платформой, объединяющие технологический прогресс и культурное наследие. Они помогают изучать историю электротехники через цифровые экспонаты, что обеспечивает сохранность артефактов и доступность для всех категорий пользователей. Они вбирают в себя множество ролей, от образовательной и мотивационной функций до поддержки инклюзивности и повышения интереса к реальным музеям.

Макеева В.А. пишет: «Музеи, как главные хранители и трансляторы культурного наследия и исторической памяти, переходят на качественно новый уровень работы с артефактами, требующими музейного хранения, расширяют свое пространство и влияние с помощью информационных технологий. В последнее время значительно активизировалась деятельность виртуальных музеев, которая рассматривается практиками и теоретиками музейного дела и как

самостоятельный феномен, и как направление деятельности традиционного музея» [1].

Максимова Т.Е. пишет: «Факты культурной жизни свидетельствуют об огромном влиянии интернет-практик на культурные процессы в России. В настоящее время интернет стал одной из основных потребностей общества, быстро и успешно охватывая всё новые культурные области и быстро интегрируясь в традиционные, «нецифровые» сферы культуры. В условиях, когда изоляция от интернета становится практически невозможной, «нецифровая» составляющая культурной среды постепенно уменьшается. На современном этапе развития интернет пространства особое внимание заслуживают виртуальные музеи. Являясь цифровым ресурсом виртуальные музеи предоставляют упрощённый доступ к культурному наследию. Высокую значимость этого вида ресурсов показывает статистика посещаемости, отслеживаемую на сайтах» [2].

В настоящее время к таким инструментам прибегают не только традиционные музеи, но и корпоративные, что позволяет сохранять историю компаний не только в реальности, но и в цифровом варианте. Корпоративные виртуальные музеи представляют собой цифровые платформы, созданные компаниями для сохранения, презентации и популяризации своей истории, технологических достижений и корпоративной культуры. Их развитие тесно связано с прогрессом в области 3D-моделирования, VR/AR-технологий, интерактивного контента и облачных решений.

Первые подобные проекты появились в конце 1990-х – начале 2000-х годов и носили преимущественно статичный характер в виде фотогалерей или текстовых архивов. Однако с распространением высокоскоростного интернета и развитием цифровых инструментов виртуальные музеи трансформировались в интерактивные пространства с возможностью виртуальных экскурсий и мультимедийных экспозиций, что кардинально поменяло представление о виртуальном музее.

На данный момент корпоративные виртуальные музеи служат мощным инструментом формирования устойчивого позитивного имиджа компании, де-

монстрируя её историческую значимость и вклад в развитие отрасли. Через интерактивные экспозиции и цифровые архивы компания может наглядно показать свои ключевые достижения, инновационные проекты и социальные инициативы, что усиливает доверие со стороны клиентов и партнёров. Виртуальный музей становится своеобразной «витриной» корпоративной культуры, подчёркивая преемственность традиций и приверженность корпоративным ценностям. Современные технологии, такие как VR, делают подачу информации более эффективной, что повышает уровень вовлечённости аудитории и способствует распространению контента. Кроме того такие проекты часто используются в СМИ, что привлекает внимание и укрепляет репутацию компании как технологически продвинутой и социально ответственной организации. При этом создаётся функционал в обучении и профессиональном развитии. Сотрудники, студенты и всем людям предоставляется доступ к уникальным знаниям об истории и технологиях компании. Виртуальные экскурсии, видеоархивы и интерактивные лекции, все эти новые форматы интерактивной среды позволяют в новой увлекательной форме изучать эволюцию производственных процессов, ключевые изобретения и отраслевые инновации. Музеи помогают новым сотрудникам быстрее погрузиться в корпоративную культуру и понять миссию компании. Учебные заведения могут использовать эти ресурсы для профориентации студентов, демонстрируя реальные примеры карьерного роста и инновационные решения в отрасли. В пример можно привести ресурсный центр ЧЭАЗ, одним из основных направлений его деятельности определена работа по подготовке потенциала для обеспечения квалифицированными кадрами предприятий, выпускающих электротехническую продукцию и эксплуатирующих эту продукцию [3].

Сайт компании «ЭЛАРА» содержит богатый исторический раздел, который мог бы стать основой для корпоративного виртуального музея, посвящённого развитию приборостроения и радиоэлектроники в России. Особый интерес представляют ключевые вехи развития предприятия, начиная с момента начала строительства в 1968 году и до современного этапа работы предприятия. Сюда

бы вошли такие события как выпуск первой продукции – устройств на полупроводниковых элементах сер. «Логика-П» для станков с числовым программным управлением. Создание испытательного центра в декабре 1972 года. Также не осталось без внимания заслуги трудового коллектива: Премия Совета Министров СССР за досрочное освоение проектных мощностей и Орден «Трудового Красного Знамени» за удвоение объёмов производства без привлечения дополнительной рабочей силы и производственных площадей и множество других наград на современном этапе жизни предприятия. С начала 1990-х годов на предприятии начало развиваться производство гражданской продукции: автомобильной электроники, банковского оборудования, изделий для теплоэнергетики, электронного навигационного оборудования и средств связи. Также значимым моментом является присвоение имени основателя Чебоксарского приборостроительного завода Глеба Андреевича Ильенко. Отдельно можно было бы показать значимость предприятия на Российском рынке, показав, что заказчиками наукоемкой продукции выступают такие крупные организации, как ОАО «РЖД», АО «Трансмашхолдинг», ПАО «Силовые машины», «Группа ГАЗ», ПАО «КАМАЗ». Это могло бы повысить узнаваемость и перспективность работы для будущих работников [4].

Виртуальный музей мог бы наглядно представить эволюцию продукции предприятия – от простейших измерительных приборов до сложных автоматизированных комплексов. Особую ценность экспозиции придали бы оцифрованные архивные материалы, такие как исторические фотографии производственных цехов, техническая документация первых разработок и интервью с ветеранами предприятия. Интерактивные 3D-модели легендарных приборов могли бы позволить посетителям изучить их устройство и принципы работы. Отдельный раздел также можно посвятить выдающимся инженерам и конструкторам, внёсшим значительный вклад в развитие предприятия. Технологии виртуальной реальности сейчас позволяют воссоздать атмосферу разных периодов работы завода и показать процесс сборки приборов в разные десятилетия. Такой музей не только сохранил бы историческое наследие предприятия, но и стал бы мощ-

ным инструментом профессиональной ориентации молодежи, демонстрируя престиж инженерных профессий.

Заключение

Корпоративные виртуальные музеи представляют собой инновационный инструмент сохранения исторического наследия предприятий и передачи корпоративных ценностей в эпоху развитого интернета. Сейчас они перестали быть просто цифровыми архивами, сейчас они становятся ключевым элементом корпоративной коммуникации, образования и помогают сохранить историческую память. Их дальнейшее развитие будет определяться технологическими трендами, однако главная задача останется неизменной – это связывать прошлое, настоящее и будущее компании в едином интерактивном пространстве.

Список литературы

1. Макеева В.А. Виртуальный музей как креативная практика проектирования / В.А. Макеева // Культурные инициативы: материалы 53-й Всероссийской (с международным участием) научной конференции молодых исследователей (Челябинск, 15 апреля 2021 года). – Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2021. – С. 70–72. – EDN JSWJMI.
2. Максимова Т.Е. Виртуальные музеи: анализ понятия / Т.Е. Максимова // Вестник МГУКИ. – 2012. – №2 (46) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnye-muzei-analiz-ponyatiya> (дата обращения: 02.06.2025).
3. Сайт АО «ЧЭАЗ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cheaz.ru/> (дата обращения: 02.06.2025).
4. Сайт АО «ЭЛАРА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elara.ru/about/history/> (дата обращения: 02.06.2025).