

Егор Яковлев

10

советов по
созданию
музейного
аудиогuida



The logo for AMK (Association of Museum Managers) consists of the letters 'AMK' in a bold, blue, sans-serif font.The logo of the Fund of Presidential Grants features a stylized orange and yellow graphic element resembling a folded ribbon or a stylized 'F' to the left of the text.

ФОНД
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

The logo for the Museum Travel Festival includes a stylized blue house-like shape with a face and arms, and a blue star-like shape below it.

Фестиваль музейных путешествий
**Музейный
РЕТРИТ**

Серия подготовлена в рамках проекта «Управление наследием: независимый сектор» Ассоциацией менеджеров культуры (amcult.ru) с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов

Цель проекта «Управление наследием: независимый сектор» — проявить роль частного и общественного сектора (негосударственных субъектов) в сохранении и актуализации локального культурного наследия, а также в формировании и развитии культурной инфраструктуры и продвижении культурных инноваций на конкретных территориях.



Проект реализован АМК в 2018–2019 гг.
<https://independentmuseums.ru/>

Егор Яковлев

10

**советов по
созданию
музейного
аудиогuida**

Москва: Ассоциация менеджеров культуры, 2020

Концепция серии:

Инна Прилежаева
Леонид Копылов
Юлия Мацкевич

Под общей редакцией

Леонида Копылова
Юлии Мацкевич
Инны Прилежаевой

Дизайн:

Шабуров Александр,
Светлана Карташевская

Фотографии:

из архива автора

Корректурa:

Андрей Бауман,
Ксения Генрих

Яковлев Е. А. 10 советов по созданию музейного аудиогuida / Е. А. Яковлев ; под общ. ред. Л. Ю. Копылова, Ю. Ю. Мацкевич, И. В. Прилежаевой ; Фонд президентских грантов ; Ассоциация менеджеров культуры. — 2-е изд., доп. — М., 2020. — 40 с.

ISBN 978-5-9243-0290-4

© Ассоциация менеджеров культуры (идея проекта, 2019)

© Яковлев Егор (текст, 2020)

© Бауман Андрей (корректурa, 2020)

© Шабуров Александр (дизайн, 2019)

© Карташевская Светлана (дизайн, верстка 2020)

Этой серией мы открываем разговор с сообществом о том, что для нас важно и чем хочется делиться. В жанре авторского высказывания, советов и вопросов мы искали легкость и возможность рассказать коллегам о своем опыте, проблемах и решениях, профессиональных открытиях. Это начало разговора, и, мы надеемся, в нем заложена партитура для многих голосов — многих авторов, работающих в музейной сфере и в поле социокультурного проектирования.



Инна Прилежаева, исполнительный директор Ассоциации менеджеров культуры, руководитель проекта «Управление наследием: независимый сектор»

Передача опыта любой деятельности строится в логике «делай так, как я делаю». Модель работает идеально там, где практика описывается четкими алгоритмами. Но есть такая сфера музейной работы, которая не подчиняется четким правилам. Секреты творчества открываются другой логикой — «попробуй понять, почему я так делаю». Именно так, наблюдая за мастером, учились подмастерья средневековых цехов. Так создавались и некоторые современные теории, система Станиславского, например. Наш проект не спорит с вузовскими программами, курсами повышения квалификации, учебниками или сборниками тезисов музейных конференций. Мы предлагаем вернуться к точке отсчета для любой теории — понаблюдать за тем, как работают музейные проектировщики сегодня. На какие вопросы каждый из них считает важным ответить в первую очередь? Что держит их в творческом тонусе? На какие достижения товарищей по музейному цеху ориентируются? Мы стремились максимально сохранить авторскую интонацию. Рассказ от первого лица — приглашение к творчеству: я делаю так, а ты будешь делать иначе.



Леонид Копылов,
эксперт проекта

Это издание адресовано тем, кто посчитал музей местом своей самореализации, тем, кто на сегодня ощутил потребность в общении с себе подобными. Тем, кто понял, что главный инструмент движения вперед — участие в сообществе. Сообщество — то место, где можно делиться успехами, обсуждать трудности и, что гораздо более важно, задавать неочевидные, а самое главное — очевидные вопросы. Поскольку в переломные моменты именно очевидные вопросы требуют новых ответов. Как мы формулируем то, что называем музеем? Какие его составляющие должны сохраняться, чтобы он не потерял себя? Куда он должен двигаться? Каковы критерии успешности этого сложного организма? В какой мере личность определяет его движение вперед? Это те вопросы, которые так остро поставил перед нами проект о частных музеях.



Юлия Мацкевич, руководитель
направления музейно-проектной
деятельности Ассоциации менеджеров
культуры, куратор проекта



Добрый день!
Меня зовут Егор Яковлев, я сооснователь и директор по развитию платформы izi.TRAVEL, крупнейшей в мире платформы музейных и городских аудиогидов. А также член АДТИТ (Ассоциации по документации и новым информационным технологиям в музеях) и член президиума Совета по цифровому развитию музеев при ИКОМ России.

В мае 2013 года на «Интермузее» в Москве мы с коллегами впервые представили профессиональному сообществу совершенно новый инструмент, позволяющий любому музею (и не только) самостоятельно и абсолютно бесплатно создать собственный аудиогид, который посетители смогли бы прослушать на своем смартфоне.

С тех пор izi.TRAVEL стала безусловным мировым лидером в сфере мобильных аудиогидов. Сегодня на нашей платформе размещено 15000 аудиогидов в 3000 городах, 110 странах, на 70 языках. Более двух тысяч музеев мира используют izi.TRAVEL, чтобы представить аудиогид своим посетителям. Помимо музеев с нами работают тысячи других партнеров: городские власти, издательства, университеты, частные экскурсоводы и блогеры, туристические фирмы и т.д.

В этом издании собраны 10 главных советов, которые помогут вам сделать собственный качественный аудиогид и избежать множества типичных ошибок.

Предисловие

Всего несколько лет назад каждый крупный музей, следуя общей моде, делал собственное мобильное приложение. А те музеи, что не могли себе такого позволить, мечтали когда-нибудь сделать свое.

Сегодня мобильным приложением уже никого не удивишь. А современные технологии создания мультимедийных гидов — в виде бесплатных платформ — стали доступны каждому музею.

Значит, наступило удивительное время, когда самый маленький музей может на равных конкурировать с крупнейшим федеральным музеем, не менее успешно вовлекая посетителя. Ведь сегодня все решают не технологии — как уже сказано выше, они теперь доступны каждому. Сегодня правит бал КОНТЕНТ!

И это касается не только музеев: блогеры на YouTube не менее популярны, чем федеральные телеканалы, авторы аудиоподкастов обгоняют целые радиостанции.

В этой методичке мы разберем 10 простых тезисов: как, не тратя ни копейки на технологии, полностью раскрыть потенциал музея и использовать свою креативность как действенное конкурентное преимущество.

Делайте аудиогиды: это важнее, чем кажется

А надо ли вообще делать аудиогиды? Нужны ли они посетителям? Давайте будем откровенными: почти у каждого из нас есть негативный опыт использования аудиогuida в музее, когда монотонно-безэмоциональный голос зачитывал скучные длинные энциклопедические тексты, перенасыщенные бесполезными датами и незнакомыми именами. И, вспоминая свои ощущения, мы думаем: «Да ну-у-у-у, аудиогид — это для узкой прослойки самых дотошных посетителей».

Но что, если эти истории станут яркими, эмоциональными, лаконичными и, возможно, даже ироничными? Что, если они будут рассказаны бодрыми голосами и в них появится драматургия?

Современный посетитель весьма требователен и уже не хочет довольствоваться простым созерцанием экспонатов. Он ожидает от музея

Hey Girl, do you
have an audio tour
cos I want to hear
all about you...

Источник: museumheyril-blog-tumblr.com

JUST
JARED

не просто витрин, а настоящего погружения в истории, скрывающиеся за внешним обликом предметов.

При этом он ожидает того же уровня подачи, к которому привык на ТВ, YouTube, в кино или театре, на радио и в образовательных подкастах...

В последнее десятилетие музеи во всем мире осознали, что они отстают от ожиданий посетителей и должны искать новый язык общения с ними. Слово *storytelling*, которое обозначает искусство рассказывать истории, стало едва ли не главным на всех музейных конференциях последних лет.

И аудиогид — один из важнейших современных инструментов коммуникации с посетителем. Такой же, как сайт или соцсети. Только гораздо более мощный и важный, потому что ориентирован на самую дорогую аудиторию — тех, кто уже пришел и купил билет. Подробнее о том, почему работа с посетителями так важна, читайте в совете № 5.

Только не стоит относиться к аудиогиду как к конкуренту живого экскурсовода. Многие исследования показывают, что это не так. Есть люди, которые хотят живого общения (например, экстраверты), а есть те, кто, наоборот, старается его избегать и предпочтет аудиогид (интроверты). И эти группы почти не пересекаются. То есть если вы не предоставите интроверту аудиогид, он, скорее всего, уйдет из музея без тех знаний, которые мог бы получить.

Итак, если я вас убедил, что аудиогид — это важно, нужно и это то, чего хочет посетитель, смело переходите к следующим советам!

Фокусируйтесь на контенте, а не на технологиях

Как я уже писал выше, аудиогид — это в первую очередь про контент, а не про технологии.

К сожалению, многие музеи до сих пор пытаются привлечь посетителя технологическими новинками: AR, VR, iBeacon, 3D, интерактивные экраны, голограммы, проекции, лазеры...

При этом чаще всего ставку делают именно на «модные» технологии, а о специальном контенте для них забывают. Так и появляются нелепости, когда около картин вместо табличек вешают айпады с аннотациями, а на новейшем 4K-экране крутится старый и плохо снятый фильм с VHS-кассеты.

Но если бы посетитель хотел увидеть технологические новинки, то он пошел бы на выставку электроники или, в крайнем случае, в магазин.

В музей же человек идет за историями (помимо самих экспонатов, конечно, однако мы сейчас не о них). Вот именно на историях и надо фокусироваться. И для начала следует научиться их хотя бы рассказывать, делать это очень качественно и интересно.

Примечательно, что для рассказывания историй не придется потратить ни копейки на технологии. Наша платформа izi.TRAVEL доступна совершенно бесплатно и позволяет делать мультимедийные гиды, работающие прямо на смартфонах посетителей. Конечно, речь не только про аудио, но и про тексты, изображения, видео, интерактивные викторины, квесты, навигацию внутри и снаружи зданий и пр. Подавляющее большинство из



Ваш контент должен пережить любые технологии

2 500 музеев — партнеров izi.TRAVEL используют лишь базовые возможности платформы и приложения, но и этого уже достаточно, чтобы вовлечь своих посетителей и сделать их довольными.

Важно отметить, что бесплатные платформы — характерная черта сегодняшнего дня. Вам нужно сделать сайт — есть Tilda или Wix, надо поделиться видео или фото — YouTube и Instagram, хотите делиться новостями и общаться с аудиторией — Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники», Twitter и пр. Хотите аудиогид — izi.TRAVEL, AR-гид — Artefact и т. д.

Какой бы контент вы ни захотели создать и распространить, почти наверняка для него найдется бесплатная платформа. А если нет, то стоит задуматься дважды: ведь раз для него еще не появилась специализированная платформа — значит, выбранный подход еще недостаточно востребован пользователями.

Помимо бесплатности преимущество платформ заключается в том, что через них вы достигнете более широкой аудитории. И речь не только о собственных пользователях, но и об интеграции с другими сервисами. Например, загруженный на izi.TRAVEL музейный аудиогид легко экспортируется в приложения Artefact и «Яндекс.Алиса», а уличная экскурсия — в приложение MapsMe.

Резюмируя вышесказанное:

- идите не от технологий, а от историй, от того, что и как вы хотите рассказать;
- самая обычная, но блестяще рассказанная аудиоистория будет в тысячу раз интереснее для посетителя, чем очень модная, но плохо сделанная VR-экскурсия (блестяще сделать VR-экскурсию тоже можно, однако это крайне дорого — и не факт, что нужно);
- многие технологии доступны вам совершенно бесплатно благодаря платформам, используйте их. Не пишите своих приложений, они могут казаться нужными вам, но не вашим посетителям;
- все освободившиеся ресурсы сфокусируйте на создании качественного контента.



Учитесь рассказывать интересно

Мир не стоит на месте. Совершенствуются не только технологии, медицина, образование, но и способы коммуникации. Появляются новые подходы, художественные приемы, инструменты эмоционального воздействия... в общем, все то, что в мире называют словом *storytelling*. И если вы хотите, чтобы посетителю было интересно у вас, вы должны учиться ими пользоваться.

Вот несколько простых приемов, которые может использовать каждый музей:

- Запишите директорскую экскурсию. Посетителям будет очень интересно пройти по музею в компании его директора. Вот пример из Музея-заповедника «Царицыно» — здесь его директор Елизавета Фокина проведет вас по выставке «Дачное Царицыно». В рассказ также



добавлены различные звуковые эффекты: от гудка паровоза до музыкальных фрагментов.

- Вряд ли кто-то сможет рассказать о выставке больше, чем ее куратор, сделать это живее и эмоциональнее. Запишите рассказ на диктофон — и ваш аудиогид готов! В этом примере  Георгий Никич, сын художника Анатолия Никича и по совместительству куратор его выставки, рассказывает о своем отце.
- Музей — это не только про предметы, но и про людей! Предложите сотрудникам рассказать об их любимых предметах. Это поможет посетителю узнать душу музея.
- Создайте детские аудиогиды, например с учениками музейной студии или дружественной школы. Здесь я бы предложил посмотреть два примера, чтобы оценить разные подходы: 1) дети сами выбрали экспонаты,  при помощи взрослых подготовили истории и записали звук; 2) преподаватель детской студии подготовила тексты,  адаптированные для детского восприятия, а дети в формате диалогов записали их, также были добавлены звуки природы и музыка.

- Добавьте интерактив, создав аудио-гид, с вопросами. Посмотрите этот пример, который сделали ребята из клуба юных экскурсоводов. Только открывайте именно в приложении izi.TRAVEL, а не на сайте.
- Пригласите знаменитостей (главу города, известного человека) рассказать их личные истории, связанные с какими-либо произведениями. Интересны именно



Нравится izi.travel.ru и другим

vladimir.golbert Выставка мастера пейзажной живописи Архипа Куинджи в Третьяковской галерее пользуется популярностью у любителей живописи всех возрастов, правда не всем удаётся устоять до конца экспозиции. Всем хорошего настроения и приятных выходных.

неформальные, живые истории.

Вы можете попросить сделать запись на диктофон и прислать вам файл.



- Благодаря игре актеров, звуковым эффектам ваш аудиогид превратится в спектакль. В этом примере слушатель присутствует при беседе двух персонажей: скептически настроенного посетителя и музейного работника. Или вот еще пример из Музея связи: подростки придумали фантастический сюжет, который опирается на экспозицию, и озвучили его своими голосами. А вот пример иммерсивного променада по выставке.



Больше информации
смотрите здесь.



Расширяйте стены, выходите на улицу

Зачем ограничиваться стенами музея? Выходите на улицу и используйте городское пространство как продолжение экспозиции. Не важно, краеведческий вы музей, художественный, литературный, технический или какой-либо еще. Вы можете рассказывать об истории, архитектуре, людях, событиях в самом городе. Вот несколько примеров для вдохновения:

- Маршрут, приводящий к вам.
К примеру, маршрут может начинаться в центре города и приводить буквально к вашим дверям, а по дороге вы расскажете и о городе, и истории из вашей тематики.
- Истории жителей города. Почему бы не дать рассказать о городе самим горожанам? Соберите, к примеру, истории ваших соседей.
- Межмузейный проект. Объедините усилия с другим музеем и создайте



маршрут между вашими музеями, как сделали музеи Цветаевой и Маяковского.



- Театрализованная экскурсия по городу.

Пусть по городу ведет персонаж, про которого вы рассказываете в вашем музее. К примеру, Федор Достоевский. Или академик Иван Павлов.



- «Говорящая» уличная выставка. Готовите уличную выставку? Дайте ей голос. Просто запишите истории и разместите QR-коды на каждом объекте, как в этом примере из Казани.



Больше информации
смотрите здесь.





Рассказывайте об аудиогиде посетителям. Буквально каждому!

Сделать аудиогид — это лишь половина дела. Если о нем не рассказать посетителю, то его никто не услышит. А значит, вся ваша работа окажется совершенно бесполезной!

Поэтому очень (ОЧЕНЬ!) важно с самого начала продумать то, как вы будете информировать посетителей. Решите, где будут висеть и как будут выглядеть плакат и значки аудиогuida у экспонатов. Макет можно взять [здесь](#).



Вот самые важные советы по продвижению аудиогuida:

- Сообщите потенциальному посетителю об аудиогиде еще на стадии подготовки к визиту (сайт, соцсети).
- В самом музее многократно напоминайте об аудиогиде: плакаты рядом с кассой

и у гардероба, на входе в экспозицию.

- Самый эффективный способ информирования — личное общение. Просто говоря каждому посетителю при проверке билета фразу «У нас есть бесплатный аудиогид», вы повысите количество слушателей аудиогuida минимум в 10 раз!

Подробнее о 40 разных способах продвижения аудиогuida можно [прочитать здесь](#).

А примеры, как это делают другие музеи, [посмотреть здесь](#).

Аудиогид значительно повышает качество визита в музей. Довольные посетители обязательно приведут к вам своих знакомых! [Посмотрите, как это работает!](#)



Помните, каждый ваш посетитель — это ваш бесплатный эсэмэщик. Люди очень любят делиться в соцсетях полезными лайфхаками и давать рекомендации друзьям.



izi. TRAVEL



Используйте разные каналы для размещения своего контента

Итак, вы создали замечательный контент для аудиогuida. Но почему бы не использовать этот же контент и в других средствах коммуникации или в других приложениях?

Например, вы можете использовать отдельные истории или их фрагменты для рассказа о вашей экспозиции, публикуемого в соцсетях. Ведь мы всегда в поиске, о чем бы написать, а у вас уже есть готовый и интересный контент! Поделитесь им!

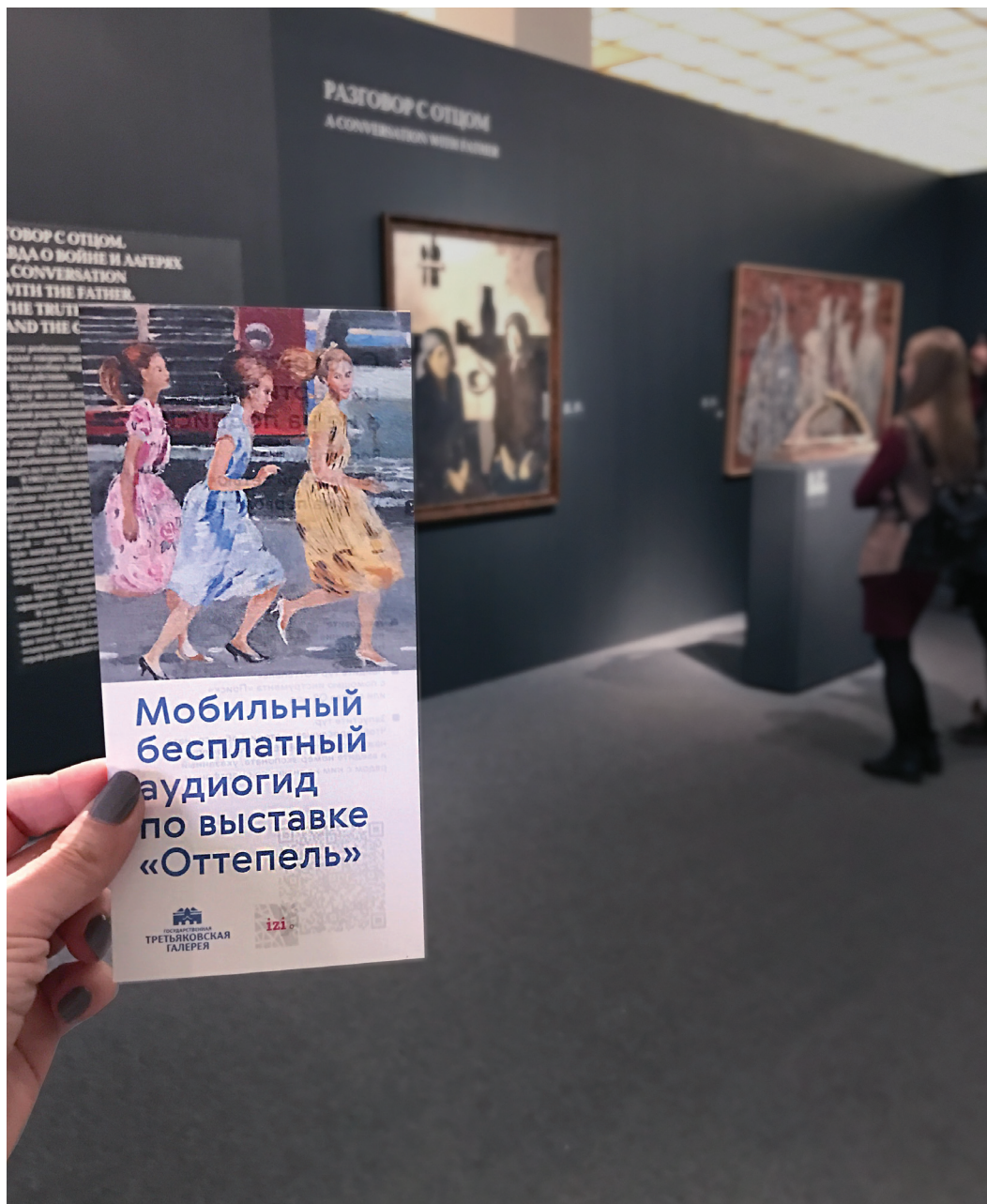
Также советуем выкладывать ваш контент не только на izi.TRAVEL, но и в другие приложения. А чтобы вам не пришлось два раза делать одну и ту же работу, мы уже наладили техническую связь с самыми популярными из них: Artefact (просто отметьте галочкой, что вы хотите подгрузить аудиогид из izi.TRAVEL) и «Яндекс.Алиса» ([подробнее здесь](#)).



Создайте регламенты для выставочных проектов, введите создание аудиогидов в привычку

Будьте готовы к тому, что вначале у вас наверняка возникнут какие-то организационные накладки. Например, в последний момент куратор выставки скажет, что подготовленные вами номерки у экспонатов для аудиогuida не соответствуют стилистическому оформлению, и не позволит их повесить. Либо, наоборот, номерки уже будут висеть, а гид еще не будет озвучен... Поверьте, с этим сталкиваются ВСЕ музеи, независимо от размера, бюджета и статуса.

Главное, набив все шишки, записать алгоритм работы над аудиогидом, адаптированный именно под ваш музей, и включить его в регламент подготовки каждой выставки. Тогда в следующий раз все пойдет намного проще и быстрее.



Сотрудничайте с туристическими организациями

Это может показаться странным, но в наличии у вас аудиогидов заинтересованы множество других организаций. Например, туристско-информационные центры и отели. Они максимально заинтересованы в том, чтобы туристу понравилось в городе, чтобы он захотел вернуться и позвал сюда знакомых.

Ваши аудиогиды, как по музею, так и по городу (см. совет № 4), повышают качество визита путешественника в город, наполняют его смыслом, эмоциями, воспоминаниями.

Такие партнеры будут рады порекомендовать ваш аудиогид своим гостям. Обязательно общайтесь с ними!

Подробнее и с примерами можно посмотреть [в этом видео](#).



А еще:

- Зарегистрируйтесь на TripAdvisor.
- Создайте аккаунты в соцсетях.

- Познакомьтесь с местными гидами, блогерами, службами такси, арендодателями сервиса Airbnb, отелями.
- Объединитесь с другими музеями и достопримечательностями вашего города и создайте единый аудиогид.
- Работайте с родительскими форумами и группами в соцсетях.
- Дружите с известными людьми.

Подавайте заявки на гранты, работайте со спонсорами

Создание аудиогида на платформе izi.TRAVEL не требует денег. Для этого нужно только время. Но если вам потребуется профессиональная озвучка/перевод аудиогuida на другие языки или вы захотите привлечь редактора для написания текстов, возникнет вопрос: где же взять деньги?

И хотя в совете № 3 описано много приемов, посредством которых контент можно сделать своими силами, с деньгами все процессы идут легче и лучше.

К счастью, в России существует большое количество частных и государственных грантовых программ разного уровня: от федеральных до местных. При некотором старании и опыте получать гранты на аудиогиды (и не только) — совершенно реалистично.

На izi.TRAVEL размещены сотни аудиогидов, созданных на гранты.

Для удобства мы собрали в [эту таблицу](#) десятки примеров с разбивкой по типам грантов и ссылками на проекты.



< Аудиогиды ↑ 🔍



Махачкала в перечне

Пеший тур – 2 ч (7,3 км)

RU + ↓



НАЧАТЬ

ПРЕДПРОСМОТР

★★★★★ (13)

>

ПЕШИЙ ТУР

В 2017 г. проект Музея истории города

 Все Гиды

 Лучшее

 Прогулка

 Профиль

 QR-сканер

Делитесь своим опытом, это вам же и пригодится

Когда вы пользуетесь платформами, ваш аудиогид — это не просто ваш локальный продукт, это важный кусочек огромной экосистемы, куда вовлечены десятки тысяч других авторов, сотни крупных технологических партнеров и миллионы пользователей. И чем эта экосистема больше, тем больше преимуществ получает каждый ее участник.

Например, люди, установившие приложение в соседнем музее, увидят в нем ваш музей и придут и к вам в гости, ведь пользователям удобно иметь все экскурсии в одном приложении. А корпорации вроде Google и «Яндекс», увидев тысячи экскурсий, собранных в одном и том же месте, начинают интегрировать их в свои продукты. Например, в карты, навигаторы, голосовые ассистенты, которыми пользуются сотни миллионов людей.

И с каждым новым участником экосистема мобильного сторителлинга приобретает все бóльшую ценность для каждого из них.

Поэтому очень важно, сделав хороший проект, рассказывать о нем не только посетителям, но и партнерам и коллегам. Делитесь своим опытом на профессиональных выставках и в прессе, рассказывайте при личном общении.

Вместе мы добьемся большего и сделаем этот мир лучше!

Практические рекомендации по созданию аудиогuida

Как создать музейный аудиогид на платформе
izi.TRAVEL?

- Зарегистрируйтесь в cms.izi.travel (черная кнопка «Создать» на сайте izi.TRAVEL) и оформите вашу авторскую страницу (профиль контент-провайдера).
- Создайте музейный тур, оформите его обложку (на ней — красочное фото вашего музея, дружелюбное приглашение посмотреть ваш музей и пара слов про то, что у вас есть интересного. Вот тут пример).
- Создать экспонаты и подгрузить в каждый из них текст, фото и аудио. Тут пошаговая инструкция.
- Проверить и опубликовать аудиогид.
- Рассказать о нем посетителям.



Как написать интересную историю об экспонате?

- История должна быть короткой — на 1–2 минуты (100–200 слов).
- История должна быть простой и понятной (избегайте заумных формулировок и искусствоведческого снобизма, не копируйте тексты из каталогов, экскурсионных методичек и этикеток).
- Надо стремиться к стилю познавательной, но все же дружеской экскурсии, которая оставит приятные впечатления и запомнится.
- Избегайте использования точных дат: в основном люди игнорируют их. Но легко запоминают такие, как «в конце XX века» или «в середине 30-х годов», или фразы вроде «художнику было 25 лет».
- Избегайте большого количества имен, вряд ли все они знакомы людям, особенно иностранцам. Мы рекомендуем использовать не более одного-двух имен на историю.
- Пишите на разговорном языке. Помните, что письменная речь отличается от устной (избегайте длинных и сложных предложений).
- Общайтесь со слушателем («посмотрите», «обратите внимание», «вспомните» и т. п.).
- «Заставьте» слушателя поделиться историей.

Как усилить впечатление посредством звука?

- Попробуйте не читать текст, а «проживать» его, включите актерские навыки.
- Чередуйте мужской и женский голоса; если будут цитаты, вставляйте их подходящим голосом.
- Добавляйте стихи, цитаты, музыкальные фрагменты, звуки природы, города, соответствующие эпохе.

Как самостоятельно озвучить историю?

- Можно использовать диктофон в смартфоне (15 сантиметров от лица, держите аппарат справа или слева).
- Найдите тихое помещение без посторонних шумов и сделайте запись.
- Не бойтесь ошибаться и спотыкаться. Просто тут же перезаписывайте неудачный кусок. Потом его можно будет удалить в программе Audacity.
- Редактировать звук, накладывать музыку или звуковые эффекты можно в программе Audacity.

Другие советы по записи и обработке звука

[можно найти здесь.](#)



Полезные информационные ресурсы

Статья: 40 способов рассказать о вашем аудиогиде.

Группа в Facebook «Мобильный сторителлинг».

Это открытое сообщество для энтузиастов мобильного сторителлинга. Коллеги из музеев и туристических офисов, библиотек и университетов, издательств и исторических обществ делятся опытом использования мобильного сторителлинга. Разные приемы, идеи, результаты. Пробы и ошибки, находки и успехи.



Примеры отличных сторителлинговых проектов:

Arzamas — ресурс, рассказывающий самыми разными способами о литературе, искусстве, истории и других гуманитарных науках, то есть о самом интересном в мире. Мы рассказываем самыми разными способами о литературе, искусстве, истории и других гуманитарных науках, то есть о самом интересном в мире.



«Искусственный отбор» — цикл программ на ТК «Культура», посвященный художникам разных веков и направлений, чье творчество и личная жизнь стали уникальным примером противостояния нормам эпохи.



OhMyArt — авторский проект Юлии Панкратовой о выставках, фестивалях, биеннале, музеях, живописи, скульптуре, архитектуре, публичном искусстве, стрит-арте.



АМК

Ассоциация менеджеров культуры основана в 2002 году. Это профессиональное сообщество, объединяющее менеджеров, консультантов и экспертов в сфере событийного маркетинга и брендинга территорий, музейного проектирования и информационных технологий, развития территории средствами культуры и работы с местным сообществом, фандрайзинга и продюсирования проектов.

Проекты Ассоциации менеджеров культуры содействуют формированию и поддержке сообщества, профессиональной среды, обмену опытом между членами АМК, их известности в профессиональном сообществе.

Проекты могут быть инициированы как исполнительной дирекцией АМК, так и его членами, партнерами и экспертами. Приглашаем к сотрудничеству!



<http://amcult.ru/services>

От автора и команды **izi.TRAVEL**

В 2011 году мы поставили перед собой цель — дать всем путешественникам новый способ почувствовать себя ближе к историческому и культурному наследию человечества, создав глобальную, открытую и бесплатную систему для всех историй мира. Примерно такую, как Википедия.

Мы хотим помочь всем и, прежде всего, организациям сферы культурного наследия и туризма донести свои истории до заинтересованных слушателей самым простым и современным способом. С помощью нашей системы мы надеемся сделать для них посещения городов и музеев более интересными и впечатляющими.