

Музейные исследования и практики

УДК 004:069

DOI: 10.28995/2686-7249-2024-7-110-119

Трансформация деятельности современных музеев в условиях цифровой культуры

Евгения Ю. Смыкова

*Институт социологии НАН Беларуси, Минск, Беларусь,
evgsmukova@gmail.com*

Аннотация. В статье предпринята попытка интерпретации музея в контексте новой современности, формируемой в условиях структурных изменений социального порядка. В результате активного внедрения цифровых технологий в музейное пространство существенно трансформировалась эффективность его культурного потенциала, а представленность в глобальной сети привела к усложнению моделей репрезентации. Двойственная природа музея, воспроизводимая как в физическом, так и в цифровом пространствах, позволяет существенно разнообразить процесс коммуникации с посетителями и внедрить качественно новые практики интеракций. Реализованные кейсы музеев, представленные в цифровом пространстве, являются своевременным ответом на запрос со стороны посетителей и выступают альтернативой расширения их культурного капитала. В условиях новых социокультурных трендов коммуникация между музеем и посетителем основывается на принципе равноправия, а не соподчиненности, и находит реализацию в формате партисипаторного музея. В современном мире сфера деятельности музеев вышла за рамки их классического понимания, и сегодня они являются социальными инноваторами в области решения значимых проблем социума.

Ключевые слова: музей, доцифровая культура, цифровое пространство, виртуальный музей, партисипаторный музей, «третье место», сверхреальность

Для цитирования: Смыкова Е.Ю. Трансформация деятельности современных музеев в условиях цифровой культуры // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2024. № 7. С. 110–119. DOI: 10.28995/2686-7249-2024-7-110-119

© Смыкова Е.Ю., 2024

Transformation of the activities of modern museums in the context of digital culture

Evgeniya Yu. Smykova

*Institute of Sociology of the NAS of Belarus, Minsk, Belarus,
evgsmykova@gmail.com*

Abstract. The article is attempted to interpret the museum in the context of a new modernity, formed in the context of structural changes in the society. As a result of the active introduction of digital technologies into the museum space, the content of cultural potential has been significantly transformed and representation in the global network has led to the complication of representation models. The dual nature of the museum – physical and digital spaces, makes it possible to diversify the process of communication with visitors, introduce qualitatively new interaction practices. The realized cases of museums are a timely response to the request from visitors and act as an alternative to expanding their cultural capital. In the context of new sociocultural trends communication between the museum and the visitor is based on the principle of equality not subordination, it is implemented in the format of a participatory museum. In the modern world the scope of museums has gone beyond their classical understanding. Today museums are social innovators in solving significant problems of society.

Keywords: museum, pre-digital culture, digital space, virtual museum, participatory museum, “third place”, hyperreality

For citation: Smykova, E.Yu. (2024), “Transformation of the activities of modern museums in the context of digital culture”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies” Series*, no. 7, pp. 110–119, DOI: 10.28995/2686-7249-2024-7-110-119

Общество современного типа находится в сфере влияния глобальных трендов, которые задают магистральные направления его развития. Наряду с такими мегатрендами, как рост мирового населения, загрязнение окружающей среды, урбанизация и т. д., принципиально важное значение отводится цифровизации. Динамика современного общества в большинстве случаев детерминирована последствиями интенсивного внедрения цифровых технологий во все общественные сферы, в том числе и сферу культуры.

Глобальный доступ посредством Интернета к феноменам культуры выступает одним из инструментов, обеспечивающим расширение форм их представленности и репрезентации в разнообразных проявлениях. Интенсивное распространение современ-

ных технологий и впоследствии их активное внедрение в культурное пространство охватывает все большее количество феноменов культуры и тем самым сводит на нет факт их изолированного функционирования. Структурные трансформации культурного пространства, обусловленные преимущественно экспансией цифровых и интернет-технологий, затронули сферу деятельности, казалось бы, традиционных по своей сути учреждений – музеев.

Целью статьи является изучение качественных изменений практик работы современных музеев в условиях новых трендов развития социального порядка. В рамках современного социогуманитарного знания исследование цифровой культуры осуществляется в русле двух ключевых направлений. С одной стороны, исследование проблемных областей цифровой культуры предполагает смещение акцента с ее феноменов как таковых на замер трансформаций, которые обнаруживаются в культуре в условиях широкого распространения цифровых технологий. Подобного рода исследовательский ход позволяет расширить предметное поле изучения культуры. С другой стороны, имеет место быть и исследовательская перспектива, основанная на изучении культуры посредством анализа ее феноменов, преимущество которой состоит в определении ее специфических особенностей.

Сегодня понимание цифровой культуры, по большей части в англоязычной литературе, все больше уходит в плоскость Интернет-пространства. Если мы говорим о культуре в целом в традиционном ее понимании, то цифровизация, в первую очередь, затронула формы ее репрезентации, которые принимают следующий вид: копия наличествующих феноменов культуры (виртуальный музей, электронная библиотека и др.), а также вторичное восприятие цифровой копии феноменов культуры (блог, посвященный культурному опыту посещения мероприятия, учреждения; отзыв на книгу и др.). Подобные основания для классификации произведений культуры были предложены американским исследователем Дж. Ланиром: произведения первого порядка или, другими словами, оригинальные произведения и произведения второго порядка как фрагментарные реакции на оригинальное произведение¹. При всем при этом автор утверждает, что именно благодаря технологии Web 2.0 (по аналогии, с которой был разработан партисипаторный музей, или «музей 2.0»), которая предполагает не только чтение, свойственное для Web 1.0, но и запись в Сети, существует большое количество произведений второго порядка, которые своим массовым переключением переключают первичные.

¹ Ланир Д. Вы не гаджет: Манифест. М.: Corpus, 2011. С. 215.

Динамизм и изменчивость как ключевые определители современной эпохи – эпохи активного доминирования цифровых технологий – трансформируют способы и алгоритмы формирования культурного опыта, в том числе и музейного. Традиционные практики получения музейного опыта при наличии существенного культурного потенциала актуальны как для доцифровой, так и цифровой культуры. В настоящее время содержание подобного рода практик приобретает качественно иное наполнение, становясь основанием для реализации принципиально новых их форм. Культурный смысл реализации музейных практик выходит за пределы физического пространства музея как такового.

Цифровые технологии значительно ускоряют процессы, происходящие в пространстве музея. Причем, к примеру, в контексте коммуникативных практик влияние цифровых технологий носит неоднозначный и скорее амбивалентный характер, одновременно облегчая и затрудняя интеракции музея и посетителя. Именно в контексте современной реальности, именуемой в рамках конкретных парадигм как постмодерн, определителями которой являются виртуализация, симулятивность, осуществляется построение модели музея, представленного в формате «цифры». Традиционный музей в сложившихся обстоятельствах находит продолжение в цифровом пространстве посредством создания виртуального музея². Физическое пространство музея выступает по факту основанием для формирования цифровой модели музея, за счет чего и осуществляется расширение границ музейного пространства в целом. Данная модель музея, используя терминологию постмодерна, представляет собой симуляцию его физического пространства, а экспонаты, в свою очередь, выступают имитацией реальных музейных предметов. При всем при этом цифровое пространство музея, при наличии определенных возможностей, в полной мере не может реализовать весь функциональный потенциал реального музея и в особенности обеспечить полноценную коммуникацию с посетителями. Подобные ограничения ряд исследователей связывает с господством мнения о том, что в виртуальных музеях отсутствуют подлинные объекты. По факту, как отмечает Е. Гиациарди, традиционный музей, как и представленные в нем экспонаты, можно также считать виртуальными, поскольку объект, извлеченный из первоначальной среды обитания, инкорпорируется в принципиально новое пространство – «мета-место» [Giaccardi 2006, p. 29].

² Следует отметить, что содержание самого понятия «виртуальный музей» до сих пор остается предметом дискуссий в профессиональной среде [Мальцева 2022; Савицкая 2022].

Идея создания виртуальных музеев заключается в расширении возможностей для воспроизводства ключевого посыла музея. В подобном контексте необходимость создания полноценной копии реального музея, только уже в цифровом пространстве, отсутствует. Виртуальные музеи, преследующие в первую очередь коммуникативные цели, более успешны, чем те, которые ориентированы на репрезентацию точной копии реального музея. Задача виртуальных музеев состоит в расширении их функциональности, а также содержательной наполненности; он должен представлять собой нечто большее, чем просто электронную визитную карточку.

По сути, виртуальные музеи выступают пространством, лишенным каких-либо ограничений в действиях посетителя, последний самостоятельно задает траекторию получения культурного опыта. Большинство практик, реализуемых в физическом пространстве музея, адаптированы к «механике» работы виртуального музея и представлены в виде онлайн-практик. Другими словами, офлайн-практики, при соблюдении определенных условий, конвертируются в онлайн-практики. Помимо того, что в виртуальное пространство музеев включены так называемые «вещи», постепенно осуществляется оцифровка и некоторых иных культурных форм, к примеру, практик народных ремесел, промыслов и др. Схожесть позиций офлайн и онлайн-практик заключается в возможности посетителями руководствоваться принципами избирательности, тактильности, выбора траектории перемещения, а также фотофиксации экспонатов и др. Однако ряд практик традиционного музея не нашли форму реализации в цифровом пространстве в силу его специфических особенностей. В случае наличия виртуального музея в реальности мы можем говорить о том, что музей рассматривается как цельное пространство физического и цифрового мира. Благодаря виртуальному музею значительно расширяются альтернативы получения культурного опыта, и в особенности это актуально для тех, у кого отсутствует возможность физического присутствия.

В эпоху распространения цифровых технологий информация выступает одним из числа важнейших стратегических ресурсов современности. Увеличение количества информационных потоков, содержащих в том числе фейковую и непроверенную информацию, с которой сталкивается субъект в современной реальности, значительно затрудняет поиск истины. Подобный факт актуализирует необходимость наличия критического мышления у субъектов, потребность в формировании у них чувства аутентичности, укреплении навыков различения «подлинного» и «поддельного». В данном случае именно музеи выступают пространством, в кото-

ром воспроизводится достоверное знание за счет использования в своей деятельности подлинных экспонатов. Сегодня музей может становиться такой площадкой, на которой, чем меньше вещей будет выставляться, тем больше это будет цениться³. Иными словами, по мере более широкого вовлечения информационных технологий в повседневные практики увеличивается потребность субъектов в непосредственном взаимодействии с музеями, которые в восприятии посетителей выглядят хранителями и носителями подлинных культурных ценностей.

Существует и противоположная точка зрения, заключающаяся в том, что эффект от внедрения информационно-коммуникационных технологий в музейное пространство будет иметь скорее негативное воздействие, чем позитивное. Связано это с тем, что по мере включения новейших технологий в музейное пространство будет расширяться культурный капитал и вкладываемые в него смыслы. Таким образом, количество феноменов, событий, которые не получают должного истолкования в музейном пространстве как в физическом, так и в цифровом, существенно возрастает. В подобных условиях современной реальности музей может становиться пространством, «лишенным своего смысла, без назначения...», или, согласно терминологии М. Оже, так называемым не-местом [Augé 1992, p. 100]. Формирование сверхреальности, которая выступает оппозицией современной реальности, раздвигает рамки интерпретации музея в качестве «не-места». Определителем сверхреальности, по мнению М. Оже, выступает категория переизбыток, применяемая относительно: 1) событий, требующих своевременной интерпретации; 2) пространства, предполагающего отсутствие ограничений в плане перемещений; 3) индивидуализации – превосходство собственного «я» [Скопина 2013, с. 69]. Результатом обозначенных выше трансформаций, как полагают авторы, станет то, что современные технологии могут стирать границы между настоящим и прошлым и фактически заменят последнее (прошлое). Коммуникация, в виде диалога между музеем и индивидом, будет осуществляться в одностороннем порядке и превратится, по сути, в монолог, в котором главенствующая роль отводится посетителю, самостоятельно интерпретирующему смысл феноменов без обращения к первоисточникам. В конечном итоге, возникнет вопрос относительно соответствия действительности сформированным индивидом смыслов после посещения музейного пространства,

³ *Леценко А.* Какое будущее ждет музеи? О скорой «эмансипации» посетителя // Aksenov Family Foundation. 2016. 28 дек. URL: <http://aksenovff.com/ru/kakoe-budushhee-zhdet-muzei/> (дата обращения 15 мая 2023).

в связи с чем появятся все основания рассматривать музей как «не-место».

В настоящее время музей выступает своего рода площадкой для коммуникации. В рамках разворачивающихся форм коммуникации существенно трансформировалась система ролей «музей–посетитель». В первую очередь трансформации связаны с изменением статуса посетителя в структуре отношений с музеем. Соподчиненность позиций музея и посетителя, которая четко прослеживалась до недавнего времени, сегодня, в условиях новых социокультурных трендов, нивелирована, в связи с чем позиции субъектов культурного взаимодействия «музей–посетитель» равнозначны.

Подобного рода тренды, связанные с расширением вовлеченности человека в повседневность музея, наличием у него (человека) партисипаторных стратегий, являются магистральными идеями культуры участия. В целом появление нового типа культуры – культуры участия – связывают с более широким вовлечением новых информационно-коммуникационных технологий в пространство повседневности, когда зона действий субъекта не ограничивается только потреблением информации, а создается и воспроизводится в качественно новом состоянии. Фактически культура участия пришла на смену культуре потребления, которая доминирует достаточно продолжительный период времени. По сути, культура участия выступает оппозицией категории «потребление», в котором позиция потребителя различных товаров, услуг, в том числе и культурных, носит пассивный характер.

Сегодня культура участия является наиболее перспективной площадкой развития музея современного типа. Именно опираясь на принципы культуры участия, в музейном пространстве сформировался «партисипаторный музей», или, в рамках терминологии Нины Саймон, «музей 2.0»⁴. На деле идеи культуры участия в музее реализуются, в первую очередь, в музейных практиках посетителей путем их включенности в культурные, социально значимые и другие проекты учреждения. Определяется партисипаторный музей как пространство, в деятельности которого активную позицию занимают его субъекты – посетители, «друзья», члены местного сообщества и т. д., задающие вектор его развития. По мере включенности субъектов в музейное пространство происходит двусторонний процесс культурного обмена – с одной стороны, музей, выступая первоисточником информации по раз-

⁴ Саймон Н. Партиципаторный музей / Пер. А. Глебовской. М.: Ад Маргинем Пресс, 2017.

личным проблемным областям, транслирует ее социуму и тем самым способствует формированию определенной картины мира, ценностных установок, жизненных приоритетов и т. д. С другой – музей перенимает личный опыт, суждения, знания субъектов и, исходя из этого, выстраивает стратегию дальнейшей музейной коммуникации.

Традиционные по своему содержанию учреждения, музеи функционируют в контексте доминирующих тенденций социума. В условиях современных трансформационных процессов музей является своеобразным «зеркалом» не только культуры, но и социума в целом. Поэтому не случайно, что концепция партисипаторного музея, которая является одним из трендов современности в области музейного дела, предполагает решение не только вопросов культурного значения, связанного с построением экспозиции, определением тематики выставки и др., она охватывает широкий пласт проблем, в том числе и социальной направленности.

Постепенное расширение функционала современного музейного пространства приводит к тому, что музей включается в решение задач, которые реализуются иными феноменами повседневности. Подобные тенденции позволяют идентифицировать музей в рамках теории американского социолога Р. Ольденбурга как «третье место», где «первое место – это дом, где вы живете; второе – где вы постоянно работаете; крайне важны третьи места, *third place*, – городские пространства для учебы, работы и деловых встреч (антикафе, коворкинги, библиотеки и др.)» [Ольденбург 2014, с. 342]. По существу, третье место – это своего рода пространственная площадка, за исключением работы и дома, используемая для реализации преимущественно рекреационных практик, или, иными словами, «нейтральное место для социального взаимодействия» [Ольденбург 2014, с. 341].

Музеи современного формата выступают своего рода социальными инноваторами, привнося новые идеи, приемы, механизмы решения социально значимых проблем как регионального, так и общемирового масштаба, приводящие к качественным трансформациям общества. Реализация музеями различного рода инициатив, сферная направленность которых носит крайне разнообразный характер (природосберегающие инициативы, инициативы в области городского пространства, волонтерские проекты и т. д.), возможна при условии их активной социальной позиции. Предлагаемые музейные инициативы, которые разрабатываются исходя из общественных запросов, выступают еще одним актуальным способом коммуникации, формой установления диалога с социумом в целях реализации социокультурной миссии музея. А волонтерство, как

общественно значимый феномен, выступает в качестве своего рода посредника и представляет собой перспективный ресурс развития музеев и общества в целом.

Музеи находятся в состоянии перманентных трансформаций, в связи с чем вынуждены адаптироваться к сложившимся обстоятельствам путем внедрения новых направлений работы, форм коммуникации с посетителями, технологических новинок и др. Новые характеристики, приобретенные музеем – интерактивность, виртуальность, участие и т. д., позволяют им оставаться в русле общемировых тенденций сферы культуры, задействуя цифровое пространство. Расширение представленности и форм актуализации музея в глобальном пространстве обеспечивает воспроизводство принципа культурного разнообразия. По мере включения музеев в контекст общемировых тенденций отношения с посетителями выстраиваются по пути формирования горизонтальных, а не вертикальных связей, как это было ранее. В заключение следует отметить, что традиционные по сути учреждения, музеи сегодня выполняют аналогичные по содержанию функции, трансформации коснулись только форм их реализации, исходя из сложившейся социокультурной ситуации решается все больший спектр вопросов.

Литература

- Мальцева 2022 – *Мальцева С.С.* Виртуальный музей: понятие, инструменты работы, перспективы использования // Документ. Архив. История. Современность: Сборник научных трудов. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-а, 2022. Вып. 22. С. 14–23.
- Савицкая 2022 – *Савицкая К.Д.* Понятие, признаки, правовой режим виртуальных музеев // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. 2022. № 5. С. 83–89.
- Скопина 2013 – *Скопина М.В.* Феномен «места» и «не-места» в постиндустриальном городе // Вестник МГСУ. 2013. № 1. С. 66–71.
- Ольденбург 2014 – *Ольденбург Р.* Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 456 с.
- Augé 1992 – *Augé M.* Non-lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité. P.: Seuil, 1992. 155 p.
- Giaccardi 2006 – *Giaccardi E.* Collective storytelling and social creativity in the virtual museum: a case study // Design Issues. 2006. Vol. 22. No. 3. P. 29–41.

References

- Augé, M. (1992), *Non-lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Seuil, Paris, France.
- Giaccardi, E. (2006), “Collective storytelling and social creativity in the virtual museum. A case study”, *Design Issues*, vol. 22, no. 3, pp. 29–41.
- Maltseva, S. (2022), “Virtual museum. Concept, work tools, prospects for use”, in *Dokument. Arkhiv. Istoriya. Sovremennost’: Sbornik nauchnykh trudov* [Document. Archive. Story. Modernity. Collected scientific works], iss. 22, Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta. Ekaterinburg, Russia, pp. 14–23.
- Oldenburg, R. (2014), *Tret'e mesto: kafe, kofeini, knizhnye magaziny, bary, salony krasoty i drugie mesta “tusovok” kak fundament soobshchestva* [Third place. Cafes, coffee shops, bookstores, bars, beauty salons and other hangouts as the foundation of the community], Novoe literaturnoe obozrenie, Moscow, Russia.
- Savitskaya, K.D. (2022), “Concept, signs, legal regime of virtual museums”, *Vestnik Polotskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya D. Ekonomicheskie i yuridicheskie nauki*, no. 5, pp. 83–89.
- Skopina, M.V. (2013), “Phenomenon of ‘site’ and ‘non-site’ in the post-industrial city”, *Vestnik MGSU*, no. 1, pp. 66–71.

Информация об авторе

Евгения Ю. Смыкова, кандидат социологических наук, Институт социологии НАН Беларуси, Минск, Республика Беларусь; 220072, Республика Беларусь, Минск, ул. Сурганова, д. 1/2; evgsmkova@gmail.com

Information about the author

Evgeniya Yu. Smykova, Cand. of Sci. (Sociology), Institute of Sociology of the NAS of Belarus, Minsk, Republic of Belarus; 1/2, Surganov St, Minsk, Republic of Belarus, 220072; evgsmkova@gmail.com