

УДК 069:[316.77+004.9]

В. Ю. Себруковіч

Медыя ў інфармацыйна-камунікатыўнай прасторы музея

Разглядаюцца сутнасныя асновы працэсу медыятызацыі музейных інстытуцый. Аналізуецца практычны вопыт інтэграцыі айчынных і замежных музеяў у сучасную медыяпрастору праз рэалізацыю віртуальных праектаў. Пераважным дэтэрмінуючым аспектам дадзенага феномена адзначаецца фактар знешняга ўплыву ў выглядзе агульных крызісных з'яў, звязаных з экспансіяй каранавіруснай інфекцыі COVID-19, якая набыла характар пандэміі. Актуалізуецца камунікатыўны прынцып рэалізацыі ініцыятыў музея, у выніку якога фарміруецца лічбавае культурнае асяроддзе з пэўнымі правіламі і механізмамі існавання, якія садзейнічаюць адкрытасці, дынамічнай дзейнасці музейнай установы.

Імклівы рост аб'ёмаў інфармацыі і распаўсюджванне яе пры дапамозе інфармацыйна-камунікатыўных каналаў закранае і змяняе ўсе сферы жыцця і дзейнасці чалавека. Віртуальнасць і інтэрактыўнасць аформіліся ў якасці адных з адметных характарыстык сучаснага грамадства.

Усеагульная дыгіталізацыя і інфарматызацыя, дынамічнае пранікненне медыя ў сферу культуры і як вынік – фарміраванне новага асяроддзя лічбавай камунікацыі – усё гэта патрабуе актыўнай навуковай дыскусіі, тэрміналагічнага замацавання і тэарэтычнага асэнсавання пытанняў медыятызацыі культурных працэсаў і інстытуцый, у прыватнасці музейных устаноў, а таксама наступстваў трансфармацый, звязаных з пераасэнсаваннем ролі і месца сучаснага музея, форм яго прэзентацыі ў кантэксце сацыякультурных змен.

Праблемы навуковага аналізу функцыянавання музея ў межах сучаснай медыякультуры і трактоўкі самой інстытуцыі ў якасці «новых медыя», а таксама міждысцыплінарныя даследаванні, якія так ці інакш тычацца прадстаўніцтва музея і культурных артэфактаў у медыяпрасторы, разглядаюцца даследчыкамі А. А. Гужалоўскім [2], Т. А. Джумантаевай [3], Л. У. Нургалеевай [11] і інш.

Беларускія навукоўцы Т. А. Джумантаева і А. А. Гужалоўскі прысвяцілі шэраг прац тэме практычнай рэалізацыі інавацыйнай палітыкі ў беларускіх музеях, а таксама пытанням тэарэтычнага асэнсавання працэсу медыятызацыі музейнай прасторы Беларусі.

Адносна праблемы вызначэння канцэпцыі камунікацыі музея і фармату яе рэалізацыі ва ўмовах эпахальнага злому камунікатыўнай культуры [4] навуковы дыскурс часам набывае адценне занепакоенасці

і крытычнасці з боку той часткі навукоўцаў, якія ў першы шэраг ставяць аксіялагічны аспект узаемадзеяння музея і медыяпрасторы. У прыватнасці, праблемы пераламлення аксіялагічнага статусу і ўспрымання культурнага артэфакта, які праходзіць шлях трансфармацыі ад рэальнай рэчы да сваёй электроннай копіі ў віртуальнай прасторы, суадносін арыгінала і яго копіі, ураўноўвання прафесійнага мастацтва і масвай культуры. Адзначаныя пытанні надзвычай актуальныя, таму што тэхнічныя сродкі ў сукупнасці з мультымедычнымі тэхналогіямі і Інтэрнэтам ствараюць шырокія магчымасці да варыятыўнасці выкарыстання аблічбаванай копіі пэўнага музейнага прадмета. Галоўнае, каб пры такой шматграннасці вобразаў, якія набывае пэўны прадмет у якасці рэкламнага прадукту ці выявы на афішы і г. д., захоўваліся глыбінныя сэнсы і правільныя асацыяцыі, якія закладзены прадметам-арыгіналам.

Відавочна, што на сённяшні дзень у навуковай супольнасці не існуе ўзгодненасці адносна вызначэння канцэпцыі інтэграцыі музея ў сучасную медыяпрасторы, а таксама яе фармату, ступені інтэнсіўнасці і прагнозаў уздзеяння медыясферы на воблік і місію музея, яго сэнсавую, структурную складаючыя. У сувязі з гэтым вельмі трапным здаецца разважанне Л. У. Нургалевай аб тым, што можна спрачацца аб наватарскім патэнцыяле мультымедычных тэхналогій, але цяжка адмаўляць, што іх прымяненне садзейнічае фарміраванню новых уяўленняў аб культурнай дынаміцы [11].

Тым не менш, нягледзячы на вялікую колькасць пытанняў адносна ўзаемаадносін музея і медыя, адзначаецца ўпэўненая тэндэнцыя да віртуалізацыі музейнай прасторы, насычэння ўсіх сфер дзейнасці аўдыявізуальнымі, мультымедычнымі сродкамі, з аднаго боку. З другога – бачыцца перспектыва надання сучаснаму музею статусу «новых медыя» з усімі характэрнымі рысамі, а менавіта – лічбавым фарматам, інтэрактыўнасцю, мультымедычнасцю. Трансфармацыя і пераарыентацыя музея адбываецца на тэхналагічным і камунікатыўным узроўнях. Прычым камунікатыўны аспект ініцыятыў сучаснага музея з'яўляецца, на нашу думку, надзвычай актуальным. У выніку трансляцыі музеям культурнай спадчыны праз інфармацыйна-камунікатыўныя каналы адбываецца фарміраванне лічбавага культурнага асяроддзя са сваімі асаблівымі правіламі і механізмамі існавання, якія садзейнічаюць адкрытасці, дынамічнасці музея. Гэтая трансфармацыя знаходзіць адлюстраванне ў формах прадстаўніцтва музея ў глабальнай Сетцы, найперш у сацыяльных сетках і Інстаграм як найбольш дэмакратычных і нефармальных па форме трансляцыі інфармацыі, агульнай камунікацыі і магчымасці прадастаўлення дыялагічнага фармату зносін з віртуальнымі наведвальнікамі.

У кантэксте артыкула варта звярнуцца да разгляду тэарэтычнай рэфлексіі тэрмінаў «медыя», «медыяпрастора». Гэтыя паняцці, нягледзячы на пранікненне ва ўсе сферы жыцця і дзейнасці чалавека, актыўнае іх ужыванне, асабліва ў галіне сацыяльна-гуманітарных ведаў, не атрымалі канвенцыянальнай згоды ў сваіх вызначэннях.

Л. Алгаві і Д. Аль-Ханакі, разглядаючы варыятыўнасць тлумачэння тэрміна «медыя», вылучаюць наступныя яго фармуліроўкі, зыходзячы з мэт і форм іх існавання: 1) медыя як сродак (сукупнасць прылад, носьбітаў для перадачы інфармацыі); 2) медыя як спосаб (сукупнасць тэхналогій, прыёмаў па перадачы інфармацыі); 3) медыя як асяроддзе (сукупнасць у прасторы і часе аб'ектаў, якія ўплываюць на сістэму) [1, с. 126].

Аднак з пункту гледжання ўзнятай у артыкуле праблематыкі, найбольш актуальным падаецца вызначэнне Я. У. Калеснікава, які тлумачыць тэрмін «медыя» як «сродкі інфармавання і камунікацыі суб'екта (суб'ектаў) з іншым суб'ектам (іншымі суб'ектамі) зносін і ўзаемадзеяння, што з'яўляюцца крыніцамі і носьбітамі інфармацыі, якія бяруць на сябе функцыю перадачы, пераносу, трансляцыі, трансмісіі некаторых звестак з дапамогай выкарыстання той ці іншай тэхналогіі ці ў рамках дзейнасці сацыяльнай арганізацыі і якія ўстаюць паміж суб'ектамі камунікацыі» [7, с. 292].

Што датычыць дэфініцыі «медыяпрастора», яна мае мноства сінанімічных альбо блізкіх па значэнні абазначэнняў: «медыясфера», «інфармацыйна-камунікатыўная прастора», «масмедыйная прастора», «медыясістэма» і інш. [10, с. 57].

Тэарэтычныя разважанні на тэму аналізу працэсу медыятызацыі музейных інстытуцый пацвярджаюцца практычным увасабленнем віртуальных праектаў у айчынных і замежных музеях.

Шматлікія музеі свету развіваюць дыгітальныя тэхналогіі ў сваёй дзейнасці. Апошнім часам назіраецца ўсплёск актыўнасці музеяў у медыяпрасторы, а таксама прагназуецца далейшае пашырэнне разнастайнасці фарматаў лічбавай прысутнасці музея. Гэтая дынаміка тлумачыцца агульнымі крызіснымі з'явамі, звязанымі з экспансіяй каранавіруснай інфекцыі COVID-19, якая набыла па характары распаўсюджвання планетарны маштаб. Безумоўна, сацыякультурныя трансфармацыі закранаюць і сферу культуры, у прыватнасці музеі. Таму сітуацыя з каранавірусам, ва ўмовах якой усе музеі часова закрытыя для наведвальнікаў, адкладзены на нявызначаны час адкрыццё выставак, адукацыйныя праекты і г. д., на наш погляд, з'яўляецца індыкатарам сталасці і гатоўнасці музея да інтэграцыі ў сучасную медыяпрасторы. Гэта менавіта той час, калі ў экстрэмальных умовах вострага абмежавання жывых зносін з наведвальнікамі ствараюцца ўмовы да ўзнікнення раз-

настайных форм віртуальнай камунікацыі. За чатыры месяцы эпідэміі, паводле вынікаў даследаванняў, праведзеных Супольнасцю еўрапейскіх музейных арганізацый (NEMO), на 06.04.2020 г. зачыненымі для рэальных наведвальнікаў застаюцца і будуць такімі ў бліжэйшы час больш за 90 % музеяў па ўсім свеце [5]. Аднак актыўнасць музеяў у віртуальнай прасторы надзвычай дынамічная і, на нашу думку, цалкам апраўдана ў такіх умовах. Згодна з даследаваннямі музейнай камунікацыі, адзначаная арганізацыя выявіла, што больш за 60 % музеяў павялічылі сваю прысутнасць у Інтэрнэце. Па прычыне прынятых сацыяльных мер дыстанцыявання музеі на 13,4 % павялічылі свой бюджэт для анлайн-дзейнасці [6].

Замежныя музеі розных краін прапаноўваюць варыянты далучэння да свету культурнай спадчыны ў лічбавым фармаце. Так, музей Метраполітэн у Нью-Ёрку на сваім сайце прапаноўвае праект Art at home (Мастацтва дома), які аб'ядноўвае адукацыйныя і забаўляльныя лічбавыя пляцоўкі, дзе можна не толькі пачытаць кнігі па гісторыі мастацтва, але і пазнаёміцца з музеем дзякуючы праекту Met 360°, які складаецца з 360 відэаролікаў на платформе YouTube. Унікальныя і незвычайныя ракурсы дазваляюць віртуальна наведаць музей з адчуваннем поўнай прысутнасці.

Віртуальныя туры прапаноўваюць таксама Музей Ван Гога ў Амстэрдаме, Брытанскі музей, Эрмітаж, Дзяржаўны рускі музей у Санкт-Пецярбургу, Нацыянальны музей у Кракаве, Музей Нью-Ёрка і інш. Многія з музеяў размяшчаюць свае віртуальныя праекты на платформе Google Arts & Culture, дзе ў адным месцы сабраны набыткі розных культур з усіх краін свету. Вялікая колькасць музеяў адкрыла доступ да сховішчаў і дэманструе магчымасць для публічнага агляду і знаёмства са сваімі калекцыямі. Так, Лонданская галерэя мадэрнісцкага і сучаснага мастацтва (Tate Modern) прапануе азнаёміцца з архівам, які складаецца з больш як 70 000 аблічбаваных твораў у анлайн-галерэі [15]. Галерэя Уфіцы таксама прадстаўляе дыгiтальны архіў унікальных твораў жывапісу музеяў Фларэнцыі, дзе даступна больш за 600 000 выяў і больш за 300 000 твораў мастацтва [14].

Атрымалі папулярнасць і іншыя формы лічбавых фарматаў камунікацыі, такія як анлайн-экспедыцыі, анлайн-лекцыі, анлайн-квэсты, віртуальныя майстар-класы.

Беларускія музеі таксама актывізавалі віртуальную прысутнасць у Інтэрнэце. Буйнейшыя музеі краіны прапаноўваюць цікавыя адукацыйна-забаўляльныя праекты, з якімі можа пазнаёміцца і далучыцца кожны жадаючы. Актыўнымі ініцыятывамі ў сацыяльных сетках адзначыўся Нацыянальны гістарычны музей Рэспублікі Беларусь, які па выніках аналізу папулярнасці музеяў гісторыі і культуры СНД

і прапаноў віртуальных тураў па музеях турыстычнага партала ТурСтат, знаходзіцца на другім месцы рэйтынга [9].

Адным з цікавых праектаў музея, своеасаблівым водгукам на нестабільную сітуацыю ў свеце, звязаную з распаўсюджваннем каранавіруса, з'яўляецца анлайн-акцыя пад хэштэгам #красота_спа-сёт_мир [8]. У пустой зале музея, свабоднай ад наведвальнікаў, мастакі, танцоры, музыканты, літаратары праз сваё мастацтва даносяць пачынаючы стваральнай энергіі, добры настрой і ўпэўненасць у тым, што мастацтва валодае жыватворнай выратавальнай сілай і падтрымкай у любых абставінах. Як адзначаюць аўтары, галоўная ідэя праекта – паказаць, што такія непарушныя катэгорыі, як прыгажосць, любоў, дабро, вера і мастацтва, існавалі ў самыя складаныя часы і сёння застаюцца вышэйшымі духоўнымі каштоўнасцямі чалавека [Там жа]. Акрамя гэтага, Нацыянальны гістарычны музей Рэспублікі Беларусь запусціў цыкл анлайн-экскурсій па выстаўцы «Вайна і мір. Вяртанне», адкрыццё якой таксама трансліравалася ў прамым эфіры на платформе Instagram.

Анлайн-трансляцыю выставак, а таксама віртуальных экскурсій прапаноўваюць Нацыянальны мастацкі музей Рэспублікі Беларусь, Дзяржаўны літаратурны музей Янкі Купалы, Віцебскі мастацкі музей, Музей гісторыі Магілёва, Мінскі абласны краязнаўчы музей, Нацыянальны Полацкі гісторыка-культурны музей-запаведнік, Гродзенскі дзяржаўны гісторыка-археалагічны музей, Гарадоцкі раённы краязнаўчы музей і іншыя музеі краіны.

Нельга не адзначыць актыўную інтэграцыю ў медыяпрасторы і рэгіянальных музеяў. Асабліва цікавымі і карыснымі падаюцца адукацыйныя праекты. Так, Веткаўскі музей стараабрадніцтва і беларускіх традыцый імя Ф. Р. Шклярава распачаў цыкл анлайн-лекцый пад агульнай назвай «Среда общения». Віртуальныя лекцыі плануецца праводзіць адзін раз на тыдзень на працягу красавіка. Важна дадаць, што лекцыі адбываюцца ў фармаце прамога эфіру ў сацыяльных сетках ВКонтакте і Instagram-акаўнце [12].

Аналагічныя віртуальныя лекцыі наладзіў Беларускі дзяржаўны музей гісторыі Вялікай Айчыннай вайны, але ўжо пры дапамозе праграмы Skype. Галоўная карысць дадзенай формы прадстаўніцтва музея ў віртуальнай прасторы – гэта магчымасць дзялягічнага фармату камунікацыі [13].

Такім чынам, музеі іграюць важную ролю ў фарміраванні сучаснага культурнага ландшафту ва ўмовах усеагульнай дыгіталізацыі і інфарматызацыі.

Па-першае, сёння мы назіраем трывалую тэндэнцыю да «вызвалення» музея са сваіх сцен і пераходу з рэальнасці ў віртуальную прастору пры дапамозе розных форм яго прадстаўніцтва ў медыяпрасторы.

Асаблівую актыўнасць замежныя і айчыныя музеі праяўляюць у сацыяльных сетках, найбольш набліжаных да фармату жывой камунікацыі, дынамічных, нефармальных па характары прадастаўлення інфармацыі.

Па-другое, крызісныя працэсы, звязаныя з пандэміяй, аказалі моцны ўплыў на музеі свету ў кантэксце змен і пашырэння форм і прыярытэтаў прэзентацыі ў бок частковай або поўнай медыятызацыі. Сучасныя музеі становяцца не толькі актыўнымі ўдзельнікамі медыяпрасторы, але з'яўляюцца яе часткай, дзе адбываюцца глабальныя структурныя і змястоўныя трансфармацыі, якія маюць уплыў на фарміраванне новых фарматаў камунікацыі з наведвальнікамі ў выглядзе анлайн-праектаў, лекцый, экскурсій, перформансаў.

1. Алгаві, Л. О. Термин «новые медиа» и его содержание в современной науке / Л. О. Алгаві, Д. А. Аль-Ханаки // Журналистика и общество : сб. науч. тр. / Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2014. – № 16. – С. 124–134.

2. Гужалоўскі, А. А. Гісторыя музейнай справы Беларусі : вучэб. дапам. / А. А. Гужалоўскі. – Мінск : БДУ, 2012. – 303 с.

3. Джумантаева, Т. А. Музеефікацыя культурнай прасторы Полацка: традыцыі і навацыі : дыс. ... канд. культуралогіі : 24.00.03 / Т. А. Джумантаева. – Мінск, 2010. – 170 л.

4. Злобек, М. Постмодерн не болезнь, но интернет – его осложнение [Электронный ресурс] / М. Злобек // Republic. – Режим доступа: <https://republic.ru/posts/1/1200255>. – Дата доступа: 30.03.2020.

5. Инициативы и действия музеев в условиях коронавирусного кризиса : исслед. NEMO, 6 апр. 2020 г. [Электронный ресурс] / Сообщество европ. музейн. орг. // ИКОМ России. – Режим доступа: <http://icom-russia.com/data/events/vliyaniya-situatsii-covid-19-na-muzei-v-evrope/>. – Дата доступа: 16.04.2020.

6. Исследование влияния ситуации COVID-19 на музеи в Европе : исслед. NEMO, 6 апр. 2020 г. [Электронный ресурс] / Сообщество европ. музейн. орг. // ИКОМ России. – Режим доступа: <http://icom-russia.com/data/events/vliyaniya-situatsii-covid-19-na-muzei-v-evrope/>. – Дата доступа: 16.04.2020.

7. Колесников, Е. В. Понятие «медиа»: критический анализ [Электронный ресурс] / Е. В. Колесников // Молодой ученый. – 2017. – № 18 (152). – С. 292–295. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/152/43152/>. – Дата доступа: 21.02.2020.

8. Красота спасет мир [Электронный ресурс] // Нац. ист. музей Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://histmuseum.by/ru/news/2488>. – Дата доступа: 16.04.2020.

9. Лучшие Музеи СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turstat.com/tormuseumcis>. – Дата доступа: 16.04.2020.

10. Монастырева, О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию / О. В. Монастырева // Вестн. Амур. гос. ун-та. – 2010. – Вып. 50. – С. 56–62.

11. Нургалеева, Л. В. Особенности конструирования художественной реальности в условиях развития мультимедийной культуры [Электронный ресурс] / Л. В. Нургалеева // Гуманит. информатика. – 2008. – № 4. – С. 91–103. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-konstruirovaniya-hudozhestvennoy-realnosti-v-usloviyah-razvitiya-ultimediynoy-kultury>. – Дата доступа: 10.04.2020.

12. Онлайн-лекторий «Среда общения» [Электронный ресурс] // Веткаўскі музей і філіял у Гомелі. – Режим доступа: https://vk.com/vetkamuseum.fial?w=wall-31627766_3438. – Дата доступа: 16.04.2020.

13. Онлайн-лекцыі [Электронны рэсурс] // Беларус. гос. музей історыі Вялікай Айчыннай вайны. – Режим доступу: <http://www.warmuseum.by/index.php/component/k2/item/1173-onlajn-lekciï>. – Дата доступу: 16.04.2020.

14. Più di 600.000 immagini a disposizione e più di 300.000 opere d'arte nei musei [Electronic resource] // Le Gallerie degli Uffizi. – Mode of access: <https://fotoinventari.uffizi.it/it/>. – Date of access: 17.04.2020.

15. Tate Images [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.tate-images.com/>. – Date of access: 17.04.2020.

V. Sebrukovich

Media in the information and communication space of the museum

The article reviews essential foundations of museums mediatisation process and analyses practical experience of Belarusian and foreign museums integration into modern media space by means of virtual projects realization. A predominant defining aspect of this phenomenon is the factor of external influence in the form of common crisis events connected to coronavirus infection (COVID-19) spread that has grown into a pandemic.

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 07.05.2020.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ