УДК 069.5+130.2. DOI: 10.24151/2409-1073-2020-1-109-115

Виртуальный музей и рождение новой философии экспозиционного пространства

Е.С. Шарапова[1], Т.В. Растимешина[2]

[1]Санкт-Петербургский государственный институт культуры (СПбГИК)

[2]Национальный исследовательский университет «МИЭТ»

rast-v2012@yandex.ru

Авторы ставят перед собой задачу проанализировать трансформации понятия «музейного пространства» в контексте создания и развития феномена виртуального музея. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в последние десятилетия в связи с развитием нового типа взаимоотношений между музеем и его аудиторией, меняются и социальные функции, и задачи самого музея: из традиционного института сохранения и трансляции культурного наследия музей превращается в открытое пространство взаимодействия экспозиции зрителя. Меняется и сам зритель: расширяются его запросы по отношению к экспозиционному пространству. Одним из ответов музея на вызовы глобализации, демократизации и либерализации образовательного пространства становится интернет-платформа — виртуальный музей.

Ключевые слова: музей, виртуальный музей, социокультурное пространство, кибер-платформа, экспозиционное взаимодействие.

Virtual Museum and the birth of a new philosophy of exhibition space

E.S. Sharapova[1], T.V. Rastimeshina[2]

[1]Saint-Petersburg State University of Culture and Arts

[2]National Research University of Electronic Technology

rast-v2012@yandex.ru

The authors research the transformation of the concept «Museum space» in the context of the creation and development of the virtual Museum phenomenon. The relevance of this task is due to the fact that in recent decades, in connection with the development of a new type of relationship between the Museum and its audience, the social functions and tasks of the Museum itself are changing: from a traditional institution for the preservation and broadcasting of cultural heritage, the Museum is becoming an open space for interaction between the viewer's exposition. At the same time, the viewer himself is changing: his requests in relation to the exhibition space are expanding. One of the Museum's responses to the challenges of globalization, democratization and liberalization of the educational space is the Internet platform (virtual Museum).

Keywords: Museum, virtual Museum, socio-cultural space, cyber platform, exposition interaction.

Данная статья посвящена анализу возникновения феномена виртуального музея в контексте поисков новых механизмов и инструментов коммуникации экспозиционного пространства музея со зрителем, которые ведутся крупнейшими музеями мира.

Актуальность этих поисков заключается в необходимости осознать трансформации самого понятия музея, его роли в культуре и обществе, происходящих в науке, а также ростом роли современных технологии в восприятии человеком музеиного пространства. Музей – явление, существующее несколько столетий, и все годы существования коммуникация, субъектами которой являются «зритель – экспонат», находится в процессе развития. В этом развитии можно зафиксировать определенные революционные точки: первая революция произошла после Второй мировой войны, когда требования новой глобальной рыночной экономики и порожденной ей массовой культурой стали вызовом для закрытого элитарного музейного пространства. Именно в этот период оформилась концепция «Новой музеологии» [1. С. 22], в соответствии с которой социальные функции и социальная миссия музея подверглись существенной трансформации. Так, культурная идентификация и культурная социализация, которая для большинства людей проходила вне музейного пространства, была фактически возложена на плечи музея нового типа.

В настоящей статье музей рассматривается не просто как физическое пространство, а как кибер-платформа, ставящая перед организатором экспозиций и посетителем более сложные задачи, чем традиционные сохранение и экспонирование для музейного работника и созерцание для посетителя. В этом отношении виртуальный музеи, о котором пойдет речь, в большей степени неотделим от своей аудитории, чем музей традиционного типа: у него совершенно особенные, демократичные и либеральные взаимоотношения со своим посетителем, причем взгляды музея и посетителя друг на друга также находятся в непрерывной трансформации на основе взаимодействия и взаимозависимости.

Исследования трансформации воспитывающеи и обучающей функции виртуального музея в контексте глобальнои демократизации социокультурного пространства сейчас является актуальной задачей для теоретика и практика музейного дела, поскольку вызвано процессами поиска новых моделей воздействия на посетителей, изучением их потребностей. Музей уже в XX века из выставки редкостей трансформировался в образовательную, просветительскую организацию, которая должна развиваться в единстве социокультурного пространства и во взаимодействии с другими социальными институтами, во многом базируясь на нуждах и интересах публики. Эти трансформации отразились и на концептуальном понимании музея. В науке идея «музея визита» была коренным образом пересмотрена и преобразована в концепцию «музея участия». Ее коренное отличие заключается в том, что зритель из созерцателя и реципиента преобразуется в активного сотворца содержания и формы музейной экспозиции, наполняя ее новыми идеями и смыслами, придавая ей соответствующие формы [2]. В этой новой концепции задачей музея становится не только и не столько представление экспозиции пассивному зрителю, сколько налаживание коммуникации и поиск новых языков и сигналов для активизировавшейся зрительской аудитории. Вместе с тем, многие, особенно самые крупные традиционные музеи мира, находят собственный путь в новом социокультурном простаранстве, размеченном новыми нормами и принципами, среди которых демократизм и открытость, в новом коридоре возможностей, сопряженных с определенными рисками. К числу новых рисков относится опасность «пойти на поводу у массового зрителя», утратить статус хранителя мировых сокровищ, смысл и значение которых доступны лишь единицам.

Традиционные формы экспозиционного взаимодействия сегодня все в большей степени дополняются и даже замещаются новыми формами: активными, а порой интерактивными экспозициями. Наиболее яркой, новой и одновременно спорной для научного

сообщества формой активного взаимодействия экспозиции и зрителя стали виртуальные экспозиционные площадки. В чем же предмет споров? В первую очередь, традиционалисты опасаются, что виртуальные музейные площадки не обладают главным свойством традиционного музея – они не содержат подлинников, виртуальная экспозиция представляет собой не более чем симулякр, поскольку путем оцифровки сохраняются и транслируются не сами предметы, а только их виртуальные копии [3]. Вместе с тем, их оппоненты – музейные либералы, считают, что виртуальные экспозиции следует воспринимать не как замещение, а как дополнение к основной.

На наш взгляд, единственным выходом разрешения этого противоречия является такое развитие музея, которое сопрягает ценности нового гуманизма и демократии и задачи, которые ставит перед собой традиционный музей – оставаться социальным институтом изучения, сохранения и трансляции подлинного культурного наследия. В этом развитии музей должен избежать опасности превращения в институт масскульта: императив открытости и демократизации не должен привести к выхолащиванию социокультурной функции музея.

Несмотря на интенсивные исследования музеиной сферы, остаются неразрешенными принципиально важные вопросы: специфичность места виртуального музея в социокультурном пространстве, с точки зрения основ музеологии, его общественная миссия в рамках социологических и культурологических парадигм, взаимодеиствие посетителя с феноменом виртуального музейного пространства. По большей части опубликованные в последние годы книги, монографии носят специфический музееведческий характер. Насущной необходимостью становится осмысление музеиной реальности и места определения феномена виртуального музея в этой реальности в контексте современной социокультурной ситуации, специфическое приложение философских, культурологических теорий и концепций, научных предположений и гипотез к актуальным музейным практикам.

На данный момент большинство музеев заинтересованны в использовании возможностей интернета для обмена информацией и обретенным опытом. Впервые эта тенденция дала о себе знать в 1997 на конференции «Museums and the Web» [4]. Для Европы и Америки она стала основополагающей в определении их дальнеишего развития в сфере культуры. Непосредственно перед деятелями музеологии начали вставать вопросы: какие возможности и перспективы открывают музеям информационные технологии? Как данные технологии способны расширить возможности музея в репрезентации экспозиции? Оправдает ли себя использование интернета как базы данных и системы коммуникации?

Появление первых полноценных виртуальных музеев на интернет-платформах можно отнести к 1991 году. Их появление предопределили уже тогда формирующиеся и использовавшееся мультимедииные технологии, несмотря на низкую пропускную способность сетей и невысокую скорость доступа. Понятие интернет-музея только формировалось в связи с ограниченностью электронных ресурсов.

Самые ранние интернет-платформы, связанные с музеями, первоначально появились в США. В качестве примеров выступают Музей палеонтологии Калифорниского университета в Беркли и виртуальная выставка библиотеки Конгресса Соединенных Штатов Экспо, которая и сегодня существует на интернет-порталах. Необходимо учитывать, что вначале 1990-х веб-порталы были гораздо примитивнее современных, несмотря на это тенденция развивалась и служила отправной точкой в создании новых интернет-ресурсов. Ярким примером является открытие Виртуального музея вычислительной техники лабораторией Оксфордского университета. Его уникальность обусловливается тем, что это отдельный интернет-портал, не являющийся виртуальным ресурсом существующего музея. Исходя из этого примера, встает вопрос об определении самого понятия «виртуальный музей». В настоящее время диапазон смыслового наполнения

этого словосочетания обусловлен множеством споров.

Исследование языковых данных показывает, что выражения *виртуальные, компьютерные, мультимедиинные, цифровые, электронные музеи, веб-музеи, гипермузеи, кибермузеи, интернет-музеи и музеи-онлайн* используются как синонимы. Их употребление в различных контекстах зависит строго от авторского замысла. Исходя из практики, в названиях сайтов традиционных музеев и библиотек нередко термин музей заменяется терминами *выставка, галерея, коллекция, виртуальная галерея Эрмитажа, виртуальные выставки Россиской государственной библиотеки* [5]. Статистика выявляет, что пользователи Интернета наиболее часто применяют в поисковой строке словесныи оборот «виртуальный музей» [6].

Зарубежные эксперты полагают, что атрибутивным признаком для определения понятия виртуальный музей является свободный доступ пользователя, имеющего среднестатистическое компьютерное оборудование, к музейным коллекциям на онлайн- сервере. Так, по мнению Дж. Боуэна и П. Вайбеля, «экспозиция не должна требовать для просмотра программы, слишком сложные или находящиеся в ограниченном доступе» [7]. При обращении к российским источникам, затрагивающим это определение и описывающим его с точки зрения основ музеологии, наиболее яркое мы находим у Т. Смирновой: «Несмотря на прочное утверждение понятия в повседневнои лексике, однозначного термина виртуальныи музеи на сегодняшнии не существует. По мере развития информационных технологии понятие будет совершенствоваться и развиваться» [8 С.25].

Приведенным определениям полностью отвечает интернет-платформа музея Гуггенхайм в Нью-Иорке. Этот музей в 1997 году выступил с крупной инициативой, финансируемой Фондом Бохена в целях приобретения и демонстрации произведений цифрового искусства для нового присутствия в Интернете. Виртуальный музей ознаменовал собой первый в истории шаг крупного американского музея в представлении интерактивных компьютерных произведений искусства[1]. Он был запланирован как еще одно место в сети пространств Гуггенхайма, которое включало в себя здание Фрэнка Гери в Бильбао и структуру Фрэнка Ллоида Раита в Нью-Иорке. По заказу Фонда Гуггенхайма этот проект был предназначен для создания совершенно нового трехмерного цифрового организма, никоим образом не имитирующего архитектуру знаменитого Гуггенхаима, созданный FL Wright, чтобы люди могли исследовать музейное пространство в режиме реального времени через интерфейс на основе VRML. Виртуальный музей выступил бы в качестве цифрового центра для всех объектов Гуггенхайма по всему миру [9].

Хани Рашид и Лиз Энн Кутюр, руководители Asymptote Architecture, разработали динамическое трехмерное виртуальное пространство, спиральная форма которого была свободно основана на архитектуре Райта. Хотя виртуальный музей был реализован только в качестве прототипа, он был задуман как лаборатория для дальнейшего преобразования того, чем должен быть музеи. Создание музея, существующего только в киберпространстве, привело также к амбициозной идее: такой музей, вместо демонстрации цифровых представлений реальных произведений искусства, мог бы стать домом для новой формы искусства – кибер-искусства, созданного, сохраненного и представленного с помощью цифровых устройств. В оригинальных 1990-х годах успех «развитой» формы искусства, живущей исключительно в массовых воспоминаниях о компьютерах, в перспективе рассматривался как достижимая реалия в ближайшие несколько лет.

На данный момент сайт музея Гуггенхайма, представляющий собой канал связи между организацией и будущими посетителями, на самом деле представляет собой не более чем одну страницу, которая направляет пользователей на местные сайты любого из музеев

[1] Официальныи саит музея «Гуггенхайм» [Электронныи ресурс] URL : https:// www.guggenheim.org

Гуггенхайма в Венеции, Бильбао, Берлине, Лас-Вегасе и Нью-Йорке. При просмотре сайта www.guggenheim.org пользователи увидят простое меню (на основе изображений), в котором пользователь должен указать, на какой из пяти веб-сайтов музеев Гуггенхайма он хочет перейти. На самом деле это меню Icon Menu, где метка отображается в верхнем левом углу и как эффект прокрутки на изображении.

В разделе «Выставки»[2] дается обзор текущих и предстоящих выставок. Очевидно, что обычно существует не так много выставок, поскольку для фиксированных пунктов «Предстоящая в ближайшее время», «Коллекция онлаин», «Глобальные выставки», «Прошедшие выставки» можно выделить только две выставки. Для каждой выставки есть мини-сайт с небольшим количеством страниц. Каждый мини-сайт имеет свой собственный стиль с небольшой связью с Гуггенхаймом, кроме используемого шрифта. Таким образом, будущий посетитель имеет представление о будущих событиях, что являет собой наглядную функцию интернет-платформы музея, заключающуюся в привлечении новых масс.

Обращаясь к онлайн-коллекциям Гуггенхайм[3] и рассматривая их с точки зрения музеологии и важности феномена виртуального музея, раздел предоставляет доступ к большой базе данных предметов, которые являются частью коллекции. В левом фрейме экрана расположена область поиска, правая сторона зарезервирована для возможных результатов поиска. Существует также ссылка на страницу кредитования в правом фрейме, так как это внешний сайт, дающий наиболее полное представление о предметах, таким образом выполняющий образовательную функцию.

Собрание можно просматривать двумя различными способами: выполнять поиск или просматривать различные категории, в которых хранятся объекты. Таким образом, это среднее между окном поиска и расширенным поиском. Для поиска необходимо использовать поле поиска. При вводе одного или нескольких ключевых слов и нажатии на кнопку «перейти» пользователь получает результаты поиска в нужном кадре.

Раздел «Образование», играющий важную роль в контексте музеологии – простой раздел с некоторои базовой информацией для студентов, преподавателей и других заинтересованных сторон. Большинство страниц – просто длинные тексты и ссылки, где вся информация указана с некоторой внутристраничной суб-навигацией «Sackler Center» и «Works & Process», – снова ведут к внешним сайтам, включая, изменение основной навигации, и выглядят несколько иначе, чем в других разделах [10, С. 128-138].

Музеиный магазин на самом деле является стандартным магазином, размещенный в Yahoo, но похожим на раздел Гуггенхайма [11]. Магазин представляет собои сайт электронной коммерции, но у него есть некоторые особенности: некоторая «скрытость», латентность стоимости покупки и способов оплаты и доставки товара. Это дает некоторые основания для того, чтобы предположить, что коммерциализация платформы не является первостепенной задачей организаторов виртуального музея Гугенхайма.

Таким образом, складывается представление о понятии виртуальной платформы, в свою очередь являющейся киберпространством существующего музея. Формируется представление о взаимодеиствий будущего посетителя и феномена виртуального музея в контексте западного представления о музеологии, как о науке, отвечающей на вопросы о синтезе потребностей современного посетителя и представления фондов музея в интернет-пространстве США.

Опыт музея Гугенхайма показывает, что новый музей, в отличие от традиционного, не бывшего активным субъектом формирования своей аудитории, имеет новые социальные функции и ищет актуальные формы и способы их реализации. Благодаря процессу виртуализации меняется даже роль музея в общественной жизни. Следуя

[2] www.guggenheim.org

[3] Официальныи саит виртуальнои платформы музея «Гуггенхаим» [Электронныи ресурс] URL : http://bohen.org/project/virtual-museum

необходимости ответить на вызов демократизации, музей вынужден предоставить своей аудитории право на открытость, простоту и доступность, создав интернет-платформу и отказавшись от статуса закрытого элитарного учреждения. Однако музей уже воспринимается как часть культурного досуга, входящего на рынок услуг, в результате этого посетитель становится клиентом. Музей изучает потребности публики, предоставляя ей возможность брать верх над ситуацией, обустраивать музейное пространство привычным для нее образом: воссоздается комфортная обстановка, знакомая потребителю среда, внедряются информационные технологии и разработки, предпочитаемые потребителем, происходит вовлечение публики в те или иные процессы. Таким образом, по мере того как киберпространство трансформируется, модернизируется само понятие феномена виртуального музея из электронной базы данных в интернет платформу, служащую для удовлетворения потребностей современного пользователя и посетителя.

Музей претерпевает разнообразные пути развития, опираясь на многие внешние факторы, которые одновременно и позволяют ему сохранить свою самобытность и удовлетворить нужды общества потребления. Несмотря на это, все более и более актуален вопрос о разделении понятий виртуального музея как об уникальном способе хранения объектов культуры и продуктов массмедиа. Происходит своего рода наложение смыслов друг на друга и, как следствие, – «провокация новых ценностных установок под влиянием актуальных доминант» [12, С.70].

Описанные процессы демонстрируют ориентированность современного музея на производство продукта, удовлетворяющего в первую очередь массового потребителя. В условиях постоянного возрастания интереса к новым приоритетам посетителей проблема развития духовной и интеллектуальной сфер становится все более явной и актуальной, что подвергает сомнению изначальное определение музея как института духовной культуры и предполагает видоизменение его основных функций. В стремлении к новому самоопределению и к доступности для всех слоев населения, виртуальный музей все больше отдаляется непосредственно от индивида и забывает о его желании остаться наедине с собой в музейном пространстве. Однако у авторов нет сомнений в том, что в рамках современной глобализации музей не потеряет своего посетителя, а путем самоанализа и нахождения новых решений проблем останется востребованным.

Литература

1. ***Верго П.*** Новая музеология. Москва: ИКОМ России, 2012.
2. ***Simon N.*** The Participatory Museum [Electronic resource] // The Participatory Museum: a book by Nina Simon. 2010. URL: // www.participatorymuseum.org/preface/ (дата обращения 12.11.2019).
3. ***Максимова Т.Е.*** Виртуальные музеи VS традиционные музеи: преимущества виртуальных экспонатов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Изд-во «Грамота». № 4-3(30). 2013. С. 109—111.
4. Museums and the Web: An International Conference Los Angeles, CA, March 16—19, 1997 [Электронный ресурс] // MuseWeb: [сайт]. Conferences. URL: https://www.museumsandtheweb.com/mw97/mw97toc.html (дата обращения 12.11.2019).
5. Количество пользователей интернета в России [Электронныи ресурс] // Интернет в России и в мире: [сайт]. URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (дата обращения 12.11.2019).
6. ***Бернштеин Ш.*** Куда мы теперь пойдем? Продолжение работы с Web 2.0 в Бруклинском музее [Электронный ресурс] // Музеи и интернет 2008: Материалы конференции. Торонто: Архивы и Музей Информатики. URL: https://www.museumsandtheweb.com/mw2008/papers/bernstein/bernstein.html (дата обращения: 12.11.2019).
7. ***Вайбель П.*** Музеи 2.0 / Пер. А. Патрикеева // Искусство. [Музей: настоящее прошлое]. №2(581). 2012.; URL: https://iskusstvo-info.ru/muzej-2-0/ (дата обращения 10.03.2020).
8. ***Смирнова Т.*** Виртуальный музей в современном культурно-информационнном пространстве // Музеи. 2010. № 8. С. 24—26.
9. ***Доич Д.*** Структура реальности [Электронный ресурс]. URL: http://digitalphysics.ru/pdf/The_Fabric_of_Reality—David_Deutsch.pdf (дата обращения: 08.09.2019).
10. ***Шамликашвили В.А.*** Виртуальный туризм как новыи вид туризма // Креативная экономика. М.: Изд-во «Креативная экономика». 2014. № 10(94). С. 128—138.
11. Measuring the Information Society 2013 [Electronic resource] / International Telecommunication Union. Geneva. 2013. URL : https://www.itu.int/en/ITU-D/

Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf (дата обращения 12.11.2019).

12. ***Гриф А. В.*** Стратегия выбора виртуального пространства музея // Прикладная информатика. М.: МФПУ «Синергия». № 2(20). 2009. С. 69—77.

Поступила 10.03.2020

Шарапова Елизавета Сергеевна — студентка, факультет мировой культуры Санкт-Петербургского государственного института культуры (СПбГИК) (Россия, 191186, Санкт-Петербург, Дворцовая наб., д. 2), *riidza@mail.ru*

Растимешина Татьяна Владимировна — доктор политических наук, профессор кафедры философии, социологии и политологии Национального исследовательского университета «МИЭТ» (Россия, 124498, Москва, Зеленоград, пл. Шокина,1), *rast-v2012@yandex.ru*

References

1. Vergo P. Novaja muzeologija. Moskva: IKOM Rossii, 2012.

2. Simon N. The Participatory Museum [Electronic resource] // The Participatory Museum: a book by Nina Simon. 2010. URL: // www.participatorymuseum.org/preface/ (data obrashhenija 12.11.2019).

3. Maksimova T.E. Virtual'nye muzei VS tradicionnye muzei: preimushhestva virtual'nyh jeksponatov [Virtual museums vs traditional museums: virtual exhibits advantages] // Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologija i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki. Tambov: Izd-vo «Gramota». № 4-3(30). 2013. S. 109—111.

4. Museums and the Web: An International Conference Los Angeles, CA, March 16—19, 1997 [Jelektronnyj resurs] // MuseWeb: [sajt]. Conferences. URL: https://www.museumsandtheweb.com/mw97/mw97toc.html (data obrashhenija 12.11.2019).

5. Kolichestvo pol'zovatelei interneta v Rossii [Jelektronnyi resurs] // Internet v Rossii i v mire: [sajt]. URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (data obrashhenija 12.11.2019).

6. Bernshtein Sh. Kuda my teper' pojdem? Prodolzhenie raboty s Web 2.0 v Bruklinskom muzee [Jelektronnyj resurs] // Muzei i internet 2008: Materialy konferencii. Toronto: Arhivy i Muzej Informatiki. URL: https://www.museumsandtheweb.com/mw2008/papers/bernstein/bernstein.html (data obrashhenija: 12.11.2019).

7. Vaibel' P. Muzei 2.0 [Museum 2.0] / Per. A. Patrikeeva // Iskusstvo. [Muzej: nastojashhee proshloe]. №2(581). 2012.; URL: https://iskusstvo-info.ru/muzej-2-0/ (data obrashhenija 10.03.2020).

8. Smirnova T. Virtual'nyi muzei v sovremennom kul'turno-informacionnnom prostranstve // Muzei. 2010. № 8. S. 24—26.

9. Doich D. Struktura real'nosti [Jelektronnyj resurs]. URL: http://digitalphysics.ru/pdf/The_Fabric_of_Reality—David_Deutsch.pdf (data obrashhenija: 08.09.2019).

10. Shamlikashvili V.A. Virtual'nyi turizm kak novyi vid turizma [Virtual Tourism as a new kind of tourism] // Kreativnaja jekonomika. M.: Izd-vo «Kreativnaja jekonomika». 2014. № 10(94). S. 128—138.

11. Measuring the Information Society 2013 [Electronic resource] / International Telecommunication Union. Geneva. 2013. URL: https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf (data obrashhenija 12.11.2019).

13. Grif A. V. Strategija vybora virtual'nogo prostranstva muzeja [Strategy of a choice of museum's virtual space. Technological and budgetary restrictions] // Prikladnaja informatika. M.: MFPU «Sinergija». № 2(20). 2009. S. 69—77.

Submitted 10.03.2020

Sharapova E.S. undergraduate student, Faculty of World Culture, Saint-Petersburg State University of Culture and Arts (Russia,191186, St. Petersburg, Dvortsovaya naberezhnaya,2), riidza@mail.ru

Rastimeshina T. V. Doctor of Political Sciences, Professor at the Department of Philosophy, Sociology and Political Science of National Research University of Electronic Technology (MIET) (Russia, 124498, Moscow, Zelenograd, Shokina Square, 1), rast-v2012@yandex.ru