



Музееведение

DOI 10.34685/NI.2020.28.88.006

Саркисова Е.Г.

Коммуникационные практики музеев в период пандемии

Аннотация. В статье рассматриваются различные аспекты деятельности отечественных музеев в условиях пандемии коронавируса и режима самоизоляции. Анализируются различные формы и виды музейных коммуникаций, освоения новых социокультурных практик, расширение музейной аудитории, углубление освоения и актуализация культурного наследия как новые доминантные тенденции современных музейных коммуникаций.

Ключевые слова: музей, музейные коммуникации, диверсификация коммуникационной активности, социокультурные практики, целевые аудитории, образовательная деятельность, просветительская деятельность.

Современное социокультурное развитие, динамика социокультурных практик целевых аудиторий музеев свидетельствовали о необходимости активной медиатизации музейной деятельности, настоящей потребности присутствия в медиапространстве и социальных сетях. Импульсом к развитию новых форматов музейных коммуникаций послужила ситуация с пандемией Covid-19.

Уже в нулевые годы с развитием Интернета, социальных сетей, трансформацией средств массовой информации в электронные форматы выявилась потребность в выработке новой стратегии развития коммуникационной политики музеев. Наряду с поиском новых форматов репрезентации музейных экспонатов возникла потребность в освоении новых сегментов потенциальных аудиторий – семей с маленькими детьми, лиц с ограниченными возможностями здоровья, пользователей социальных сетей, жителей удаленных регионов, туристских дестинаций, волонтеров, представителей бизнеса и общественности. Это соответствовало как формированию стратегии открытости и доступности музейного коммуникативного пространства, так и потребности цифровизации музейной среды в ответ на глобальную цифровизацию, и

http://cr-journal.ru/rus/journals/520html&j_id=45

совершенствования форм партнерства с различными социокультурными институтами и акторами социокультурного пространства [1, с. 103-104; 2].

Пандемия коронавируса Covid-19, как показал опыт функционирования музеев в форс-мажорных обстоятельствах, нарушила привычные алгоритмы и протоколы работы, например, в сфере стратегического планирования, но при этом вызовы самоизоляции активизировали деятельность по развитию различных форм музейных коммуникаций. Как отметил руководитель Союза музеев России М.Пиотровский, в условиях мировой пандемии и паники доступность как одна из важных музейных функций «временно переходит в online, что вполне соответствует духу времени» [3].

В рамках стратегии открытости коммуникационная политика музеев должна выражаться не только в расширении доступа в экспозиционные залы музеев, развитии лекционно-просветительской деятельности, но и представлении новых возможностей знакомиться с хранящимися в музеях экспонатами, не отраженными в действующих экспозициях. Реализация стратегии диверсификации каналов коммуникации музеев с социокультурными институциями, научными учреждениями, бизнес-сообществом, волонтерами приводит к расширению присутствия в медиaprостранстве и социальных сетях, в сфере современных культурных индустрий, что влечет за собой и расширение сотрудничества музеев с арт-бизнесом, индустрией дизайна, любительскими объединениями [1, с. 104, 107; 4; 5].

Меняются роль музея и содержание его отдельных функций в современном динамичном социокультурном развитии: «В современном мире на первый план выходит социальная функция музея. Все большее значение он приобретает в качестве культурного и образовательного пространства, места проведения досуга для всей семьи» [6, с. 13].

Как показывает опыт российских, в том числе провинциальных музеев, при творческом подходе к организации музейных коммуникаций можно значительно расширить и разнообразить присутствие музеев в коммуникативном пространстве. Например, расширение тематики и форматов выставочных проектов, развитие ивент-деятельности по организации тематических мероприятий, расширение лекционно-просветительской работы в интерактивных формах, проведение мастер-классов и творческих конкурсов по обучению традиционным народным ремеслам, проведение индивидуальных и костюмированных экскурсий, формирование и углубление связей с туристскими агентствами, развитие региональных, всероссийских и международных научных связей музейных сообществ в дистанционном формате, разнообразная публикационная активность, прежде всего, в электронных форматах, создание групп в социальных сетях [7].

Современные музеи в рамках инновационной урбанистики превращаются в один из важных ресурсов воспроизводства и использования культурного, образовательного и человеческого капиталов, опытные площадки реализации креативных проектов в сфере культуры и искусства [8, с.68; 9]. Как справедливо полагает Е.Н.Мастеница, раскрытие музейного пространства в городское с их последующим взаимопроникновением является «эффективной стратегией

решения колоссально трудной задачи реновации городской среды – превращения ее в социокультурное пространство, достойное современного человека» [8, с. 72].

Условия самоизоляции в пандемию коронавируса послужили своеобразным акселератором развития сферы музейных коммуникаций, активизации творческого проектирования, ориентированных на новые условия деятельности в рамках административных противоэпидемических мероприятий. Большинство акций музеев, реализованных в период наибольших ограничений, не предусматривали получение прибыли, потому что подавляющая часть интернет-пользователей не готовы пока платить за предоставленные музеями возможности знакомиться с мультимедийными продуктами. В силу этого коммуникационная деятельность музеев, в том числе и в формате онлайн, не была рассчитана на получение доходов, да и обходилась создателям таких краткосрочных онлайн-проектов гораздо дешевле, нежели организация крупных выставочных мероприятий [10].

Одним из первых попытался адаптироваться к новым условиям деятельности при ограничениях, вызванных пандемией, частный Музей современного искусства «Гараж». Он перевел свои проекты в онлайн-формат, создав на сайте музея специальный раздел «Самоизоляция» с целью «прояснить новые компетенции музея как точки схода различных отношений, интеллектуальных контекстов, отдельных голосов» [11]. В новом разделе сотрудники музея в дистанционном режиме реализовывали свои творческие проекты, демонстрируя кураторские тексты, мобильные гиды, спецпроекты с художниками, представителями современного искусства и т.п.

Многие музеи в условиях эпидемиологических ограничений пошли по пути дифференциации содержания своих онлайн-экскурсий и видеогидов, стремясь к использованию понятного массовому зрителю языка, избегая сложных терминов, разъясняя содержание комментариев в доступных формах в рамках концепции разнообразия: «Принимая концепцию разнообразия, музей становится социальным и политическим агентом, способствующим коренным изменениям в обществе [12]».

Архангельский «Северный морской музей» разработал несколько онлайн-игр, предоставив возможность пользователям поучаствовать в решении фотозагадок. Как отметил директор музея Е.Тенетов, «Мы объединили наши онлайн-активности под хештегом #морскойlive, запущена мемо-игра по типу пасьянса с карточками, где нужно соотнести портреты легендарных личностей, связанных с морской историей Архангельска, с их именами, у нас много фотографий в фонде, и мы загадываем загадки», а для детей подготовили тематические познавательные раскраски, которые помогут узнать конструкции плавучего космического старта, маяка и ледника [13].

Экспозиционная деятельность музеев переместилась в мультимедийные форматы интернет-присутствия. Музеи организуют виртуальные туры по залам и коллекциям, сопровождаемые виртуальными гидами и разнообразным контентом, включая детализацию репродукций, репрезентацию эскизов. Представление оцифрованных коллекций столичными российскими музеями, как свидетельствует практика, пока еще отстает от ведущих западных музеев, таких,

например, как Альбертина (Вена), представившего 225000 репродукций в цифровом формате, Дрезденской галереи, МоМа (Нью-Йорк), представившего 84000 оцифрованных репродукций, Прадо (Мадрид) [12]. В качестве контента к репродукциям музеи предоставляют дополнительные сведения об истории и технике написания, истории владения, в ряде случаев сопровождая репродукцию рентгенограммой.

В Государственном музее изобразительных искусств им. А.С.Пушкина оцифровали выставку картин «От Дюрера до Матисса», сделав доступной для пользователей бета-версию проекта, включающую 12 тыс. цифровых репродукций картин [14].

В отечественной музейной практике создан уникальный прецедент виртуального представления сайта Государственного музея нового западного искусств, созданного в 1923 г. и упраздненного в 1948 г. Его коллекции были распределены между Эрмитажем и Государственным музеем изобразительных искусств им. А.С.Пушкина, где экспонируются 800 произведений живописи Мане, Ван Гога, Матисса, Дега и других западноевропейских художников [15; 16].

Виртуальные экскурсии в период пандемии были организованы в Эрмитаже, ГМИИ им. А.С.Пушкина, Государственной Третьяковской галереи, Государственного исторического музея. Они сопровождались разнообразным визуальным контентом, раскрывающим разнообразные аспекты социокультурного контекста биографий художников и их картин.

Важным направлением коммуникативной деятельности музеев в условиях пандемии стала просветительская активность, прежде всего, в сфере знакомства разнообразных целевых аудиторий с историей искусства. В ГМИИ им. А.С.Пушкина продвигается просветительно-образовательная платформа «Академия», на которой размещены различные образовательные ресурсы (видеолекции и различные дополнительные материалы) по истории мировой культуры. Программа дополнительного образования состоит из трех ступеней: семейного «детского блока», «Интро» – программы для осваивающих основы истории мировой культуры и «Про» – для продвинутых пользователей. Наряду с этим в рамках коммодификации образовательных продуктов, представлен углубленный платный курс видеолекций «Интро. Мировая история искусств. Избранное» для желающих получить наиболее полные знания в доступной для усвоения форме. А Государственная Третьяковская галерея предложила, наряду с видеолекциями и виртуальными экскурсиями, проведение популярных среди молодежи виртуальных квестов [16].

Руководители музеев и музейных подразделений организовали в онлайн-формате конференцию, на которой обсудили опыт и проблемы работы музеев в условиях пандемии [17]. Модератором дискуссии выступила директор «Музея Москвы» А.Трапокова. В обсуждении приняли участие представители Музея истории Дальнего Востока им. В.К.Арсеньева, Музея истории Екатеринбурга, Музея Норильска, Музея современного искусства PERMM, Музея истории Петербурга. Участники видеоконференции отметили необходимость развития различных форматов музейной деятельности, акцентировав внимание на роли музеев в период

самоизоляции, как социализирующих и интегрирующих общество социокультурных институций, формирующих позитивную мотивацию и оптимистический настрой музейных аудиторий в медийном пространстве. При этом участники видеоконференции подчеркивали важность сохранения коммуникаций с целевыми аудиториями потенциальных посетителей, для которых онлайн-форматы не заменят стремления видеть подлинные музейные артефакты в реальном музейном экспозиционном пространстве. Как отметил директор Эрмитажа М.Б.Пиотровский, «как мы будем жить дальше, во многом зависит от психологического настроения людей. Проблем много, их не избежать. Но искусство и культура – одно из лекарств, проверенных временем» [18].

В заключение стоит отметить, что в условиях пандемии музеи сформировали и использовали разнообразные формы поддержания коммуникации с лояльными и потенциальными посетителями. Этот факт свидетельствует о значительном адаптивном потенциале отечественного музейного сообщества и перспективах развития коммуникативного присутствия современных музеев в социокультурном пространстве российских городских сообществ.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1] *Зиновьева Ю.В.* Стратегии коммуникации музея: 20 лет постсоветской трансформации // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 3. – С. 102-107.

[2] *Макарова И.И.* Российский художественный музей в современном социокультурном пространстве: стратегии коммуникации: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00. 01. – М., 2011. – 20 с.

[3] Пиотровский призвал музеи противопоставить пандемии виртуальную доступность. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/67811/> (дата обращения: 04.12.2020).

[4] *Хезмондалш Д.* Культурные индустрии / пер. с англ. Инны Кушнаревой. 2-е изд. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2018. – 453 с.

[5] Социально-культурное производство и культурные индустрии: культурологическое и социологическое измерение : междисциплинарное исследование / [Кудинова А.В., Куликов А.Ю., Лаво Р.С. и др.]. – Краснодар: Открытый центр культурных индустрий, 2014. – 340 с.

[6] *Средняк К.В.* Музейная коммуникация в зеркале современных образовательных программ // Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Сер.: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. – 2014. – № 3. – С.10-15.

[7] *Мушкалов С.М.* Музей-communication // Гуманитарные исследования. – 2015. – № 1. – С. 84-85.

- [8] *Мастеница Е.Н.* Музей в социокультурном пространстве мегаполиса: преодоление границ // Сохранение, изучение и популяризация наследия: опыт участия и векторы развития : материалы Всерос. науч.-прак. конф. 18 апреля 2019 г. Т. 1. – Улан-Удэ: ВСГИК, 2019. – С.68-72.
- [9] *Радаев В.В.* Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экономическая социология: электронный журнал. – 2002. – Т.3. – № 4. – С. 20-32. – URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205038/ecsoc_t3_n4.pdf#page=20 (дата обращения: 04.12.2020).
- [10] *Зеркалева А.* Как индустрии выживают в период пандемии: театры и музеи. – URL: <https://style.rbc.ru/impressions/5eba83679a79475f7ccd40a7> (дата обращения: 04.12.2020).
- [11] Искусство в изоляции: что предлагают музеи в период карантина. – URL: <https://artguide.com/posts/1956> (дата обращения: 04.12.2020).
- [12] *Щекочихина М.* Концепция разнообразия в искусстве. – URL: <https://artguide.com/practices/1994> (дата обращения: 04.12.2020).
- [13] Театры, музеи и библиотеки регионов подготовили онлайн-программы на период пандемии. – URL: <https://news.rambler.ru/other/43925245-teatry-muzei-i-biblioteki-regionov-podgotovili-onlayn-programmy-na-period-pandemii/> (дата обращения: 06.12.2020).
- [14] *Курдюкова Д.* Пушкинский музей запускает революционный проект. – URL: https://yandex.ru/turbo/ng.ru/s/culture/2020-05-14/7_7861_museum.html (дата обращения: 06.12.2020).
- [15] [NeWestMuseum. Музей нового западного искусства](http://www.newestmuseum.ru/) : сайт. – URL: <http://www.newestmuseum.ru/> (дата обращения: 04.12.2020).
- [16] Где живет искусство во время пандемии коронавируса? – URL: <https://zen.yandex.com/media/znanio/gde-jivet-iskusstvo-vo-vremia-pandemii-koronavirusa-5e736248e912d67be5796657> (дата обращения: 04.12.2020).
- [17] Городские музеи в новых условиях: от Санкт-Петербурга до Владивостока. – URL: <http://mosmuseum.ru/news/p/gorodskie-muzei-v-novyih-usloviyah-ot-sankt-peterburga-do-vladivostoka/> (дата обращения: 04.12.2020).
- [18] *Пиотровский М.* Роскошь, доступная всем. – URL: http://www.souzmuseum.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=22369:mikhail-piotrovskij-roskosh-dostupnaya sem&catid=10596&Itemid=185 (дата обращения: 04.12.2020).

Саркисова Елена Геннадьевна,

юриисконсульт,

Краснодарский краевой художественный музей им Ф.А.Коваленко (Краснодар),

e-mail: gorlik93@mail.ru

Sarkisova E.

Museum activities during the pandemic

Abstract. The article discusses various aspects of the activities of domestic museums in the context of the coronavirus pandemic and the regime of self-isolation. Various forms and types of museum communications, the development of new socio-cultural practices, the expansion of Museum audiences, the deepening of the development and actualization of cultural heritage as the new dominant trends of modern Museum communications are analyzed.

Key words: museum, museum communications, diversification of communication activities, socio-cultural practices, target audiences, educational activities, educational activities.

Sarkisova Elena Gennadievna,

legal advisor,

Krasnodar Regional Art Museum named after F.Kovalenko (Krasnodar)