

8. Шибеко, З. В. Минск: Страницы жизни дореволюционного города / З. В. Шибеко, С. Ф. Шибеко. – Минск : Полымя, 1990. – 352 с.
9. Гісторыя Мінска / пад рэд. У. А. Бабкова. – Мінск : Беларус. Энцыкл., 2006. – 694 с.
10. Карпиевич, В. А. Буржуазия Беларуси конца XIX – начала XX вв. и ее роль в жизни общества / В. А. Карпиевич // Национальные культуры в межкультурной коммуникации (Новая парадигма охраны культурного и природного наследия) : сб. науч. ст. по материалам Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11–12 апр. 2019 г. / ред. кол.: Т. С. Супранкова (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Коллоград, 2019. – С. 11–19.

АКТУАЛІЗАЦЫЯ КУЛЬТУРНЫХ АРТЭФАКТАЎ У СУЧАСНАЙ МЕДЫЯПРАСТОРЫ МУЗЕЯ

В. Ю. Себруковіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў,
факультэт інфармацыйна-дакументных камунікацый,
вул. Рабкораўская, 17, 220007, Мінск, Рэспубліка Беларусь
E-mail: veronikasebrukovich88@tut.by

Артыкул прысвечаны асноўным праблемам тэарэтычнага асэнсавання функцыянавання музея ў кантэксце сучаснай медыякультуры, а таксама тэндэнцыям у пытаннях актуалізацыі культурных артэфактаў у медыяпрасторы. Акцэнт зроблены перш за ўсё на мадыфікацыю розных кірункаў дзейнасці музея і вызначэння ім стратэгіі па арганічным уключэнні культурных артэфактаў у медыяпрасторы. Засяроджана ўвага на праблеме пераламлення аксіялагічнага статусу і ўспрымання культурнага артэфакта, які праходзіць шлях трансфармацыі ад рэальнай рэчы да сваёй электроннай копіі ў віртуальнай прасторы. Разглядаюцца канцэпты «медыя», «медыяпрастора». Адзначана тэрміналагічная няўзгодненасць у даследаванні дадзеных тэрмінаў.

Ключавыя словы: музей; пост-музей; медыя; медыяпрастора; культурны артэфакт.

ACTUALIZATION OF CULTURAL ARTIFACTS IN CONTEMPORARY MEDIA SPACE OF MUSEUM

V. Yu. Sebrukovich

Belarusian State University of Culture and Arts
Faculty of Information and Document Communications
17 Rabkorauskaya St., 220007, Minsk, Republic of Belarus
E-mail: veronikasebrukovich88@tut.by

This article reviews fundamental issues of theoretical understanding of museum operation in the context of contemporary media culture as well as trends regarding actualization of cultural artifacts in media space. The emphasis is placed primarily on modification of different areas of museum activities and defining its strategy for natural inclusion of cultural artifacts in media space. The problem of axiological status alteration and perception of cultural artifact, which transforms from the real object to its electronic copy in virtual space, is highlighted. Concepts of “media” and “media space” are covered. Terminological inconsistency in research of these terms is specified.

Key words: museum; post-museum; media; media space; cultural artifact.

Сучасны музей уключаецца ў працэсы, звязаныя з актыўнай экспансіяй інфармацыйных тэхналогій ва ўсе сферы жыцця і дзейнасці грамадства. Нельга не прызнаць неабходнасць абмеркавання дадзенага факта і ў сферы культуры як праблемы, якая прадвызначае сур'ёзны імпульс да мадыфікацый розных кірункаў дзейнасці музея і вызначэння ім (музеем) стратэгіі ініцыятыў па арганічным уключэнні музейных артэфактаў у медыяпрасторы.

Погляды многіх даследчыкаў зыходзяцца на думцы аб тым, што музей сёння паступова перастае быць толькі рэтранслятарам гісторыі, а «з'яўляецца адным з пераўтвараючых, актыўных стратэгічных рэсурсаў і культурных фактараў глабальнай культурнай прасторы» [3]. Такім чынам, можна лічыць, што музей як інстытуцыя, уцягнутая ў працэсы ўсеагульнай глабалізацыі і дыгіталізацыі, мае перадумовы для таго, каб стаць у авангардзе патокаў культурных трансфармацый і стварэння новых культурных кантэкстаў у сферы музейнай дзейнасці. Пытанні аб правільнасці выбранага кірунка тым ці іншым музеем застаюцца пакуль што без адказу.

Праблемы тэарэтычнага асэнсавання функцыянавання музея ў кантэксце 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 шматлікімі айчыннымі і замежнымі даследчыкамі: М. П. Васільевай, Т. А. Джумантаевай, Н. Лосевай, Т. Я. Максімавай, М. А. Раманавым і інш.

У сваіх працах навукоўцы разглядаюць розныя бакі ўзаемадзеяння музея і медыя як у кантэкстце тэхнічнага абсталявання, так і з боку зменаў у фарматах актуалізацыі культурных артэфактаў у медыяпрасторы.

Сярод айчынных даследчыкаў трэба адзначыць Тамару Джумантаеву, якая прысвяціла шэраг сур'ёзных прац тэме засваення інтэрнэта музеямі Полацка. Немалаважны і той факт, што назапашаная тэарэтычная база дала магчымасць Нацыянальнаму Полацкаму музею-запаведніку да практычнага ўвасаблення: у ліку першых сярод музеяў Беларусі распачаць камп'ютарызацыю сваёй дзейнасці [4, с. 204].

На сённяшні дзень партал «Музеі Беларусі» – адзіны рэсурс у інтэрнэце, які ўтрымлівае інфармацыю аб усіх музеях нашай краіны, таксама з'яўляецца праектам Нацыянальнага Полацкага гісторыка-культурнага музея-запаведніка. Гэтая распрацоўка атрымала першае месца ў конкурсе «ТИБО-2009» у намінацыі «Культура і мастацтва» [5].

Перш чым акрэсліць вызначаную дадзеным артыкулам праблему актуалізацыі культурных артэфактаў у сучаснай медыяпрасторы музеяў, варта звярнуцца да разгляду тэарэтычнай рэфлексіі асноўных тэрмінаў: «медыя», «медыяпрастора».

Тэрміны «медыя», «медыяпрастора» і вытворныя ад іх формы, нягледзячы на характар усеабдымнага пранікнення ва ўсе сферы жыцця і дзейнасці чалавека, актыўнага іх ўжывання, асабліва ў галіне сацыяльна-гуманітарных ведаў, тым не менш не атрымалі канвенцыянальнай згоды ў іх вызначэнні.

Дэфініцыя «медыя» (ад лац. *medium* – 'пасярэднік') як паняцце выкарыстоўваецца ў мове філасофіі пачынаючы з XVII ст., а ў XVIII ст. прымяняецца да гістарычна першага сродка масавай камунікацыі – газетам [10, с. 12] і да сённяшняга часу шматлікімі даследчыкамі трактуецца як сінонім тэрміна «сродкі масавай камунікацыі».

Варыятыўнасць тлумачэння тэрміна «медыя» былі абагульнены ў працы навукоўцаў Алгаві і Аль-Ханакі, якія вылучаюць наступныя фармуліроўкі «медыя», зыходзячы з мэтай 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].

3 вышэй адзначанага выдавочна, што дэфініцыя «медыя» даволі шматгучная ў сваім разуменні. У сувязі з гэтым падаецца актуальным вызначэнне Я. У. Калеснікава, дзе «медыя» – гэта «сродства інфармування і камунікацыі суб'екта (суб'ектаў) з другим суб'ектам (другімі суб'ектамі) абшчэня і ўзаемадзействія, явялючыся істочнікамі і носіцелямі інфармацыі, то ёсць беруць на сябя функцыю перадачы, переноса, трансляцыі, трансмісіі некаторых сведенняў з дапамогай іспользавання той ілі іной тэхналогіі ілі ў рамках дзейнасці сацыяльнай арганізацыі і ўстаючыя межу суб'ектамі камунікацыі» [6, с. 292].

Адносна вызначэння паняцця «медыяпрастора» таксама існуе паліфанія думак у навуковых колах. У шырокім неаформленым значэнні пад медыяпрасторуай разумеецца ўсё поле магчымасці выкарыстання патокаў інфармацыі [8, с. 6]. Таксама разам з вызначэннем «медыяпрастора» сустракаецца мноства іншых сінанімічных альбо блізкіх па значэнні абазначэнняў: «медыясфера», «інфармацыйна-камунікатыўная прастора», «масмедыйная прастора», «медыясістэма» і інш.

Музей сёння – гэта актыўны ўдзельнік, частка медыяпрасторы, які бачыць стратэгічны накірунак па інфармаванні і прыцягненні патэнцыйнай аўдыторыі, стварэнні якаснага кантэнта ў Інтэрнэце, сацыяльных сетках, блогах, сайтах, пры гэтым выкарыстоўваючы інструментарый і тэрміналогію сучасных медыя, пакідаючы за сабой базавыя функцыі па выяўленні, захаванні, вывучэнні культурных артэфактаў. Так, на роўні з пашыранымі тэрмінамі «віртуальны музей», «віртуальная рэальнасць», «кантэнт», «хэштэг», «дыгітальныя тэхналогіі» ў музейную практыку паступова ўводзяцца такія дэфініцыі, як «музейны сторытэлінг» («мультымедычны сторытэлінг»), «лонгрыд» (longread), «сетынг», «імерсійная рэальнасць» і Beacon [7] і інш. як выдавочны прыклад узаемапраанікнення, а дакладней – «насычэння» музейнай дзейнасці тэрміналогіяй медыяпрасторы.

Большасць навукоўцаў разглядаюць праблему ўзаемадзеяння музея і медыа і іншыя вытворчыя канструкты ў ракурсе ідэй постмадэрнізма, якія, безумоўна, задаюць тон і вызначаюць стылістыку адзначаных працэсаў.

Многія постмадэрністычныя ідэі актыўна абмяркоўваюцца ў навуковых колах, больш таго, некаторыя даследчыкі, як замежныя, так і на постсавецкай прасторы, вызначаючы параметры так званага «новага музея», выкарыстоўваюць найбольш характэрны тэрмін «постмузей», які ўзнік у адказ на крытыку традыцыйных форм існавання музея. Цэнтральнай адметнасцю дадзеных пераўтварэнняў даследчыкі лічаць інтэрактыўнасць музея, яго адкрытасць [2].

На нашу думку, вызначальным, а дакладней, дэтэрмінуючым фактарам з'яўлення феномена «постмузей» з'яўляецца трывалая тэндэнцыя да віртуалізацыі музея.

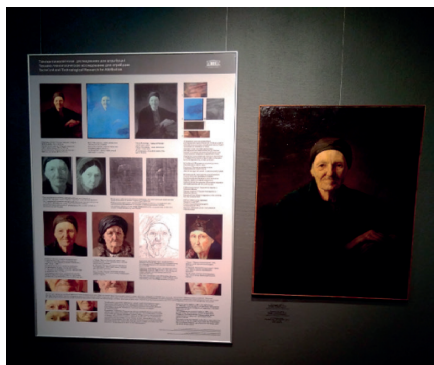
Выкарыстанне інфармацыйных тэхналогій, з аднаго боку, пашырае магчымасці публікацыі музеям уласных навуковых даследаванняў (зборнікі канферэнцый, манаграфіі), культурных здабыткаў (каталогі, інфармацыйна-даведачныя матэрыялы, альбомы, інтэрнэт-старонкі, сайты музеяў), а таксама палягчае вырашэнне задач улікова-фондавай работы, аднаўленню часткова або цалкам страчаных помнікаў і рэстаўрацыйных работ. З іншага боку, актыўнае «адкрыццё» музея для грамадскасці, яго даступнасць ствараюць падставу акрэсліць тэндэнцыю да масавасці музея, да ўраўноўвання прафесійнага мастацтва і аматарскай творчасці, да зменаў ва ўспрыняцці культуры і мастацтва. Тое інфармацыйнае поле, якое акружае сучаснага чалавека, напрыклад магчымасці Інтэрнэта знайсці і падрабязна паглядзець інфармацыю пра той ці іншы музейны прадмет, штодзённасць і стэрэатыпнасць, спрошчанасць інфармацыі і вобразаў, якія падаюцца СМІ, – усё гэта чыніць у нейкім сэнсе перашкоды ў менавіта коштаўнасным адэкватным успрыняцці артэфектаў культуры, рэальнага кантакту з імі, а таксама «закрывае каналы воспрятія сложных музейных “тэкстаў”, выводзя іх из поля зрения или воспрятія современного человека» [9, с. 163].

Такім чынам, мы бачым наспяванне праблемы пераламлення аксіялагічнага статусу і ўспрымання культурнага артэфекта, які праходзіць шлях трансфармацыі ад рэальнай рэчы да сваёй электроннай копіі (сімулякра) у віртуальнай прасторы. Калі разглядаць гэты працэс у кантэксце надання і далейшых зменаў каштоўнасных характарыстык музейнага прадмета, які атрымаў лічбавае ўвасабленне з далейшым тыражыраваннем яго ў сацыяльных сетках у якасці рэкламнага, сувенірнага прадукта музея і г. д., то можна прасачыць за-

канамернасць «страты каштоўнасці» музейнага прадмета ў кантэксце яго ўспрыняцця.

Трапляючы ў музей, артэфакт набывае не толькі юрыдычны статус музейнага прадмета, але і ў выніку яго папярэдняга вывучэння і даследавання канфенцыянальным вырашэннем музейных супрацоўнікаў набывае гістарычную, эстэтычную, мастацкую і іншую вартасць, гэта значыць становіцца музейнай каштоўнасцю. Лічбавая копія музейнага прадмета неабходна для далейшага яго прымянення ў фондавай, культурна-адукацыйнай, рэстаўрацыйнай і іншых відах музейнай дзейнасці, якія ў тым ліку выходзяць за межы чыста прафесійнага музейнага карыстання.

Яскравым прыкладам паспяховага ўкаранення інфармацыйных тэхналогій у сферу рэстаўрацыйнай дзейнасці з'яўляецца выстава Нацыянальнага мастацкага музея Рэспублікі Беларусь «Адкрыццё сапраўднага», прымеркаваная да 80-гадовага юбілею музея. Адкрыццё адбылося 25 студзеня 2019 г. У пяці залах музея размясціліся творы жывапісу і іканавіду, скульптуры, прадметаў дэкаратыўна-прыкладнога мастацтва, якія раскрыліся наведвальніку з новага ракурсу: праз розныя этапы работ па ўзнаўленні помніка з аднаго боку паказаны прафесійны падыход да аднаўлення твора, з другога боку наведвальнік нібы прыадчыняе заслону таямніцы працэса пераўтварэння прадмета, надання яму новага жыцця менавіта ў музейнай прасторы пры выкарыстанні найноўшых камп'ютарных праграм і тэхналогій (малюнак 1).



Малюнак 1. Выстава «Адкрыццё сапраўднага» (2019). Прыклад тэхніка-тэхналагічнага даследавання карціны

Трапляючы ў якасці двухмернай выявы ў лічбавым выглядзе ў Інтэрнэт, сацыяльныя сеткі, музейныя сайты, блогі і г. д., ужо копія музейнага прадмета становіцца матрыцай рэальнага музейнага прадмета, мае толькі «нанёсак» каштоўнасці на ўзроўні асацыяцый з прадметам-арыгіналам.

Напрыклад, афіша Нацыянальнага гістарычнага музея экспазіцыйнай прасторы «Старажытная Беларусь» з выявамі музейных прадметаў, якія з’яўляюцца знакавымі і каштоўнымі для ўстановы і культуры ў цэлым (малюнак 2). У гэтым кантэксце мы не можам спазнаць у поўным аб’ёме ўсю значнасць, «хараство» гэтых прадметаў, а хутчэй як знак, сімвал, элемент агульнай кампазіцыі дызайна афішы, якая дае гледачу пэўны пасыл, інфармацыю, візуальнае ўяўленне. З іншага боку, калі чалавек зайшоў у музей, пазнаёміўся з кожным з гэтых рэальных прадметаў, якія з’яўляюцца часткай агульнай экспазіцыйнай кампазіцыі, дзе прадметна адлюстроўваецца пэўная тэма нацыянальнай культурнай спадчыны, у музейнай асяроддзі, інфармацыйнае насычэнне ад камунікацыі з «жывым» сведкам мінулага будзе ясна іншым. Пры гэтым экспанат, сама экспазіцыйная прастора, дызайн экспазіцыйнай залы, асвятленне і афармленне вітрын, дапаможныя матэрыялы – усё гэта разам стварае пэўную камунікатыўную субстанцыю, якая з’яўляецца нябачнай платформай для спазнання праўды, садзейнічае раскрыццю ўсіх каштоўных і іншых характарыстык музейнага прадмета.



Малюнак 2. Афіша выставачнай прасторы «Старажытная Беларусь» (2019)

Сітуацыя аксіялагічна не змяняецца, калі музейны прадмет у «лічбе» ізноў вяртаецца да сваёй прадметнай формы, але ўжо іншай якасці (сувенірыны выраб, друк на адзенні і інш). Напрыклад, адну з найбольш вядомых карцін нідэрладскага мастака-постім-прэсіяніста Вінсента Ван Гога «Зорная ноч» ведаюць ва ўсім свеце, ва ўсякім выпадку візуальна, далёка не толькі аматары сучаснага мастацтва. Канешне, заслугі майстра, яго геніяльнасці ніхто не адмяняў. Але ж відавочна, што дадзены твор мастацтва набыў шырокую папулярнасць дзякуючы масаваму тыражыраванню яго выявы ў Інтэрнэце, а таксама ў якасці аксэсуараў, прынта на адзенні, абутку і г. д. (малюнак 3, а, б).



Малюнак 3. Прыклады выкарыстання выявы карціны на аксэсуарах

Такім чынам, мы бачым, што прадмет, дзякуючы тэхналогіям, трансфармуецца і набывае самыя непрадказальныя формы.

Акрэліўшы асноўныя тэндэнцыі ў пытаннях акулалізацыі культурных артэфактаў у сучаснай медыяпрасторы можна зрабіць наступныя высновы:

1. Працэсы медыялізацыі музейнай прасторы характарызуюцца сваёй неадназначнасцю. Агульная дыгітылізацыя спарадзіла відавочную супярэчнасць: з аднаго боку ідуць актыўныя працэсы так званай віртуалізацыі музея, трансфармацыі культурных артэфактаў

з рэальнасці ў медыяпрасторы, што ставіць пад знакам пытання перспектывы актуальнасці, запатрабаванасці і адпаведнасці рэальнага музея з рэальнымі музейнымі прадметамі.

2. З іншага боку, уліваючыся ў агульную хвалю інфарматызацыі і медыятызацыі ўсіх сфераў дзейнасці грамадства, музей як частка сучаснай культурнай прасторы, крыніца дынамікі культурных працэсаў адказвае на заклікі сучасных тэндэнцый. Адбываецца фарміраванне новай мовы зносін з аўдыторыяй, якая вывучае музей усё часцей праз прызму экрана манітора ці мабільнага гаджэта, трансфармацыя разумення самага феномена музея, які выходзіць за межы экспазіцыі, будынка і ўспрымаецца перш за ўсё як крэатыўная прастора, прычым неабмежаваная ў сваіх дыстанцыйных характарыстыках – усё гэта бачыцца намі як лагічныя наступствы працэсу ўсеагульнай дыгіталізацыі ў кантэксце фарміруючага інфармацыйнага грамадства.

3. Заканамерным бачыцца пытанне разумнага, суразмернага варыянта ўзаемадзеяння медыя і музея, ашчаднага ўжывлення іншароднага цела ў цела музея, прынцыпы і метады жыццядзейнасці якога склаліся стагоддзямі.

Спецыфічнасць музея, яго унікальнасць праяўляецца ў каштоўнасці яго рэальных музейных прадметаў. Разам з тым для таго каб заставацца заўважаным сярод мноства актыўнасцей сацыякультурнай сферы, музеі вымушаны ў гэтым сэнсе кіравацца законамi мас-медыя: быць адкрытым, мабільным, прыцягальным, апэратыўным у рэагаванні на змены. А форма выкарыстання алічбаваных копіі музейных скарбаў паспяхова сябе зарэкамендавала ў якасці менавіта дапаможных тэхнік для прафесійнага музейнага карыстання, а таксама папулярызацыі культурнай спадчыны.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Алгави, Д. О. Термин «новые медиа» и его содержание в современной науке / Л. О. Алгави, Д. О. Аль-Ханаки // Журналистика и общество : сб. науч. тр. / Рос. ун-т дружбы народов. – 2014. – № 16. – С. 124–134.
2. Васильева, М. П. «Пост-музей» как интеллектуальный проект в контексте современного художественного образования [Электронный ресурс] / М. П. Васильева. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25717495>. – Дата доступа: 20.02.2020.

3. Говрилова, М. Ф. Роль современного музея в контексте глобализации [Электронный ресурс] / М. Ф. Говрилова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sovremennogo-muzeya-v-kontekste-globalizatsii>. – Дата доступа: 20.02.2020.
4. Джумантаева, Т. А. К вопросу об освоении Интернета музеями Полоцка / Т. А. Джумантаева // Музеі і культурная спадчына як частка глабальнай інфармацыйнай прастор : матэрылы міжнар. канф., Мінск – Полацк, 8–11 крас. 2002 г. / уклад.: А. Б. Сташкевіч, Т. А. Джумантаева. – [б.м.], 2002. – С. 204–205.
5. Музеи Беларуси [Электронный ресурс] : интернет-портал. – Режим доступа: <http://museum.by/node/2>. – Дата доступа: 16.02.2020.
6. Колесников, Е. В. Понятие «медиа»: критический анализ [Электронный ресурс] // Е. В. Колесников / Молодой ученый. – № 18 (152). – 2017. – С. 292 – 295. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/152/43152/>. – Дата доступа: 21.02.2020.
7. Лосева, Н. Музеи – это новые медиа : лекция на фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова / Н. Лосева // Радио «Моховая, 9». – Режим доступа: http://radio_mohovaya9.tilda.ws/mediatrends_loseva. – Дата доступа: 21.02.2020.
8. Монастырева, О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию / О. В. Монастырева // Вестн. Амур. гос. ун-та. – 2010. – Вып. 50. – С. 56–62.
9. Пиотровский, М. Б. Философия музея : учеб. пособие / М. Б. Пиотровский, О. В. Беззубова, А. С. Дриккер ; под ред. М. Б. Пиотровского. – М. : НИЦ Инфра-М, 2016. – 192 с. – (Высшее образование – Магистратура).
10. Черных, А. И. Мир современных медиа / А. И. Черных. – М. : Территория будущего, 2007. – 308 с.

«ЦИФРОВИЗАЦИЯ» В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ МУЗЕЕВ

Е. Л. Иванова

Национальный исторический музей Республики Беларусь,
ул. К. Маркса, 12, Минск, Республика Беларусь
E-mail: krasnovavitebsk@gmail.com

Статья обращается к рассмотрению актуальных для современного музейного дела вопросов, которые определяют специфику функционирования музея в условиях глобальной цифровизации культурных объектов.

Ключевые слова: музей; «цифровизация»; «фейк»; медиа.