

МЕДЫЯПРАСТОРА СУЧАСНАГА МУЗЕЯ: КАМУНІКАТЫЎНЫ АСПЕКТ

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*

У артыкуле разглядаецца праблема тэарэтычнага асэнсавання ініцыяцыі сучаснага музея ў медыяпрасторы, выпрацоўкі і ўдакладнення новых спецыфічных тэрміналагічных сістэм у музейзнаўчай тэорыі і практыцы, у прыватнасці канцэпта «медыяпрастора», узнікненне якіх звязана з актыўнымі працэсамі дыджыталізацыі сферы музейнай дзейнасці. Засяроджана ўвага на камунікацыйны аспект прэзентацыі музея ў медыяпрасторы.

Ключавыя словы: медыяпрастора; музей; музейная камунікацыя.

MEDIA SPACE OF THE MODERN MUSEUM: THE COMMUNICATIVE ASPECT

V. Yu. Sebrukovich

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

The article deals with the problem of theoretical understanding of the initiation of the modern museum in the media space, the development and refinement of new specific terminological systems in museum theory and practice, in particular the concept of «media space», the emergence of which is associated with the active processes of digitalization of the field of museum activity. The article focuses on the communicative aspect of the museum's presentation in the media space.

Keywords: media space; museum; museum communication.

Сучасныя музеі становяцца не толькі актыўнымі ўдзельнікамі медыяпрасторы, але ўжо 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, віртуальных лекцый, экскурсій, перфомансаў.

У рамках акрэсленай тэмы дадзенага артыкула варта, перш за ўсё, звярнуцца да тэарэтычнай рэфлексіі канцэпта «медыяпрастора» як феномена сучаснага інфармацыйнага грамадства, з'яўленне якога дэтэрмінавана агульнымі працэсамі дыджыталізацыі, што няўхільна паўплывала на мадыфікацыю агульнага культурнага ландшафта, і, у прыватнасці, музейных інстытуцый.

Шматаспектнасць, невычарпальнасць паняцця «медыяпрастора» і вытворчых ад яе сінанімічных абазначэнняў «медыясфера», «інфармацыйна-камунікатыўная прастора», «масмедыйная прастора», «медыясістэма» і інш. выклікае да неабходнасці актыўнай навуковай дыскусіі на тэму медыятызацыі музейнай дзейнасці, трансфармацыі самага музея як сацыякультурнага інстытута, перагляду сутнасці і формаў прадстаўніцтва музеяў у медыяпрасторы [6]. Гэта таксама з'яўляецца перадумовай для разгортвання навуковых дыскусій на тэму сутнасці самага канцэпту «медыяпрастора» ў кантэксце музеязнаўства, а таксама аб месцы, значнасці музейных устаноў у інфармацыйнай прасторы.

На сённяшні дзень аднак не існуе адназначнага навуковага погляду на змест і архітэктоніку вызначэння «медыяпрастора». У сувязі з гэтым вельмі важна прааналізаваць вышэйзгаданыя дэфініцыі, датычныя паняцця «медыяпрастора» для далейшага яго тэрміналагічнага ўдакладнення і фармалізацыі.

Спробы раскрыцця сутнасці дэфініцыі «медыяпрастора» знаходзяць сваё адлюстраванне ў навуковых працах гуманітарнай сферы замежных даследчыкаў і навукоўцаў на постсавецкай прасторы, у прыватнасці культуралогіі, журналістыцы, сацыялогіі, філасофіі і іншых сацыяльна-гуманітарных дысцыплінах.

Дэфініцыя «медыяпрастора» (англ. «media space») упершыню сустракаецца ў англамоўнай літаратуры ў 80-я гады XX ст.

Канцэптуалізацыя дадзенага тэрміна разумелася як «метафара фізічнай прасторы, яе сурагат» [9].

На сённяшні дзень, у шырокім, неаформленым значэнні пад тэрмінам «медыяпрастора» разумеецца ўсё поле магчымасці выкарыстання патокаў інфармацыі [4, с. 56]. Найбольш актыўныя дыскусіі апошнім часам назіраюцца сярод расійскіх навукоўцаў гуманітарнай сферы.

Расійскі даследчык І. М. Дзялашынскі абазначае тэрміны «інфармацыйная прастора», «інфармацыйнае поле», «інфармацыйнае асяроддзе» як сэнсавыя папярэднікі вызначэння «медыяпрастора» і бачыць пэўныя сінанімічныя суадносіны паміж дадзенай групай дэфініцый [2]. Грунтуючыся на кампанентным разуменні медыяпрасторы, аўтар абазначае тэрмін як з аднаго боку «нейкай умоўнай тэрыторыі, на якой размяшчаецца інфармацыя і яе носьбіты», а з другога – як «сістэмы адносін паміж вызначанымі суб'ектамі на конт вытворчасці, распаўсюджвання, перапрацоўкі і спажывання масавай інфармацыі» [3, с. 27].

У ракурсе сацыяльных узаемаадносін аўдыторыі і сродкаў масавай камунікацыі (СМК) А. М. Юдзіна разглядае тэрмін «медыяпрастора» як «асаблівую рэальнасць, якая з'яўляецца часткай сацыяльнай прасторы і арганізуе сацыяльныя практыкі і прадстаўлення агентаў, уключаных у сістэму вытворчасці і спажывання масавай інфармацыі» [6]. Такім чынам, даследчыца надае асэнсаванню феномена медыяпрасторы асаблівае месца як праекцыі на структуру і развіццё сацыяльнага грамадства, а таксама характарызуе дадзены тэрмін як «натуральна ўзнікшую сацыяльную структуру, частку сацыяльнай прасторы» [7, с. 152].

Раскрываючы сутнасць феномена «медыяпрастора» расійская даследчыца звяртае ўвагу на яго састаўны характар, вылучаючы наступныя формы рэпрэзентацыі медыяпрасторы:

1. Фізічная прастора (матэрыяльная і фізічная аснова вытворчасці і перадачы інфармацыі);
2. Прастора сацыяльных адносін (сацыяльныя адносіны агентаў медыяпрасторы);

3. Сімвалічная прастора (інфармацыйны сімвалічны прадукт, у форме якога распаўсюджваецца інфармацыя) [7].

У падтрымку А. М. Юдзінай даследчык В. Р. Вадап'ян раскрывае аўтарскае бачанне тэрміна «медыяпрастора» праз вызначэнне яго як «адкрытай сацыяльнай сістэмы, якая ствараецца ўзаемаабумоўленай цэласнасцю адносін вытворцаў і спажыўцоў масавай інфармацыі, якая перадаецца праз сродкі СМК» [1].

Тэма працэсаў медыятызацыі беларускіх музеяў, функцыянавання культурных інстытуцый у межах медыяпрасторы знаходзіць адлюстраванне ў навуковых разважаннях айчынных даследчыкаў Гужалоўскага А. А., Джуманатаевай Т. А., Мірончык В. У., Скакун Л. С., Трапянка У. А., Худніцкай А. В. У сваіх працах навукоўцы звяртаюцца да розных аспектаў функцыянавання і фарматаў прэзентацыі музея ў медыяпрасторы. Таксама абмеркаванне дадзенага пытання сустракаецца і ў публікацыях іншых аўтараў, у пераважнай большасці непасрэдна музейных спецыялістаў, у зборніках канферэнцый, навуковых артыкулах друкаваных і электронных выданняў.

Абагульняючы даследчыцы досвед, можна канстатаваць той факт, што дэфініцыя «медыяпрастора» даволі кампанентная, шматгучная ў сваім разуменні, што выклікае пэўныя складанасці ў яе канчатковай фармалізацыі. Відавочна, што ў кантэксце музейзнаўчай практыкі медыяпрастора разглядаецца не толькі як адзін з вызначальных і накіроўваючых фактараў успрыняцця іміджавага вобразу сучаснага музея, але і як дзейсны інструмент новага фармату ўзаемадзеяння з аўдыторыяй, хуткі спосаб інфармавання аб падзеях у музеі, платформа для прафесійных, творчых кантактаў, прэзентацыі дзейнасці музейных устаноў.

Асабліва сцю функцыянавання медыяпрасторы ў культурным асяроддзі з'яўляецца знакава-семантычная прырода першай. Тым самым, зыходзячы з узмацнення ролі інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій, медыяпрастора выступае у якасці істотнага рэгулятара грамадскіх адносін, а ў дачыненні да музейных інстытуцый садзейнічае фарміраванню спецыфічнага погляду наведвальнікаў на музей не толькі як на храм на-

вукі і культуры, з арыентацыяй на функцыі камплектавання і захоўвання. У гэтым выпадку музей становіцца больш адкрытым і даступным для шырокай аўдыторыі, пашырае свае межы і прэзентуе сябе як крэатыўная пляцоўка для творчай рэалізацыі, як жывы арганізм функцыянавання і інтэрпрэтацыі культурных сэнсаў, увасобленых у артэфактах культуры [5].

Трансфармацыя і пераарыентацыя музея адбываецца на тэхналагічным і камунікатыўным узроўнях. У рамках дадзенага артыкула лічым патрэбным засяродзіць увагу менавіта на камунікатыўным аспекце ініцыяцыі музея ў медыяпростору як актуальнага пытання. Праз трансляцыю музеем 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 сваё адлюстраванне ў формах прадстаўніцтва музея ў глабальнай сетцы, а менавіта, перш за ўсё, прадстаўніцтва ў сацыяльных сетках і Інстаграм як найбольш дэмакратычных і нефармальных па форме трансляцыі інфармацыі, агульнай камунікацыі і магчымасці прадастаўлення дыялагічнага фармату зносін з віртуальнымі наведвальнікамі. Трэба заўважыць, што працэс медыятызацыі музеяў двухбаковы. Гэта значыць, што разам з засваеннем музея медыяпростору адбываецца пранікненне характэрных рыс сферы медыя ў музейную прастору, такіх як віртуальнай і інтарактыўнай.

Музеі пашыраюць камунікацыйныя магчымасці, не толькі праз прэзентацыі сваёй дзейнасці ў медыяпростору на афіцыйных сайтах, сацсетках і інш. Таксама адбываецца насычэнне інтэрактыўных форм узаемадзеяння з музейнай аўдыторыяй за кошт мультымедыйнага суправаджэння экспазіцыйных і выставачных праектаў, якія дапамагаюць папулярываваць аб'екты культурнай спадчыны, далучыць і актывізаваць наведвальнікаў. У цэлым, агульная тэндэнцыя засваення сучаснымі музеямі свету медыяпростору, дазваляе бачыць даволі актыўную дынаміку ў гэтым накірунку. Апошнія падзеі, выкліканыя распаўсюджваннем пандэміі COVID-19, дэманструюць актывізацыю музейных

інстытуцый у пашырэнні форм віртуальнай камунікацыі праз ініцыяцыю віртуальных, анлайн-праектаў, віктарын квэстаў і г.д.

Беларускія музеі, кіруючыся агульнымі тэндэнцыямі лічбавых трансфармацый музейнай практыкі, прайшлі пэўнае выпрабаванне на гатоўнасць да інтэграцыі ў медыяпрасторы. На фоне пандэміі каранавіруса былі прадэманстраваны магчымасці дзяржаўных музеяў па прысутнасці ў прасторы Інтэрнэце.

Апошнім часам у музеях Беларусі актывізавалася работа па ўкараненні перадавых тэхналогій і новых метадаў работы ў медыяпрасторы. Большасць музеяў Беларусі, як рэспубліканскага ўзроўню, так і рэгіянальнага, ладзяць анлайн-трансляцыю выставак, віртуальных экскурсій, лекцый, праводзяць навуковыя мерапрыемствы ў анлайн-фармаце. Так, у Брэсцкім абласным краязнаўчым музеі стартаваў анлайн-праект «3 цемры на святло» аб фондавых калекцыях. Бярозаўскі гісторыка-краязнаўчы музей распрацаваў анлайн-праект «Гісторыя аднаго дня» аб важнейшых падзеях Беларусі і рэгіёнаў. Для забеспячэння аптымальных умоў наведвання філіяла Дзяржаўнага літаратурнага музея Янкі Купалы «Акопы» створаны віртуальны тур і ўсталявана візуальна-графічная камунікатыўная сістэма і інш. Цікавыя і разнастайныя фарматы лічбавай камунікацыі выкарыстоўваюцца ў Нацыянальным гістарычным музеі Рэспублікі Беларусь. Створаны 3D віртуальныя туры па выставах «1919: Беларуская Рэспубліка» і «#дакладнасць свет ваенных тапографіаў», цыкл анлайн-экскурсій па выставе калекцыянера У. Ліхадзедава «Вайна і мір. Вяртанне», адкрыццё якой таксама транслявалася ў прамым эфіры на платформе Instagram. Незвычайным таксама стаў медыя-праект Нацыянальнага гістарычнага музея Рэспублікі Беларусь «Кераміка: тутэйшае», які трансліраваўся ў сацыяльных сетках музея ў выглядзе выдэа-кантэнт.

У 2020 годзе былі створаны новыя сучасныя музейныя экспазіцыі. Сярод найноўшых – маштабная экспазіцыя «Абарона ўсходняга форту» ў Мемарыяльным комплексе «Брэсцкая крэпасць-герой», якая была адкрыта 3 ліпеня 2020 года.

Такім чынам, глабальная культурная прастора, ва ўмовах якой існуе і развіваецца сучасны музей, падвяргаецца сутнасным глыбінным зменам, выкліканымі імклівым укараненнем інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій па ўсіх накірунках дзейнасці культурных інстытуцый. Можна ўпэўнена гаварыць пра тэндэнцыю да віртуалізацыі сучасных айчынных музеяў, якая выклікана як уплывам знешніх фактараў, так і патрэбамі і спецыфікай інфармацыйнага грамадства.

Дэфініцыя «медыяпрастора» мае кампанентны, міждысцыплінарны характар. Адзначаецца таксама тэрміналагічная няўзгодненасць у даследаванні дадзенага тэрміна. Сучасныя беларускія музеі ў перыяд пандэміі паказалі ўзровень камунікацыі і прыцягнення наведвальнікаў, што пацверджана шэрагам забяўляльных, адукацыйных і іншых праектаў музейных інстытуцый.

Літаратура

1. Водопьян, В. Г. Медиапространство в сфере массовой коммуникации: социокультурная реальность [Электронный ресурс] / В. Г. Водопьян // Вестн. Адыгейск. гос. ун-та. Сер.: Регион.: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2017. – №1 (194). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-v-sfere-massovoy-kommunikatsii-sotsiokulturnaya-realnost>. – Дата доступа: 02.05.2021.
2. Дзялошинский, И. М. Медиапространство России: экологический аспект [Электронный ресурс] / И. М. Дзялошинский // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-rossii-ekologicheskij-aspekt>. Дата доступа: 24.04.2021.
3. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России : учеб. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский. — М. : Аспект Пресс, 2017. – 312 с.
4. Монастырева, О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию / О. В. Монастырева // Вестн. Амур. гос. ун-та. – 2010. – Вып. 50. – С. 56–62.
5. Себрукович, В. Ю. Музей в условиях современных социокультурных трансформаций [Электронный ресурс] // Огарев-online. – 2019. – №13. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/muzej-v-usloviyah-sovremennyh-sociokulturnyx-transformacij>. – Дата доступа: 01.05.2021.

6. Себруковіч, В. Ю. Прадстаўніцтва рэгіянальных музеяў Беларусі краязнаўчага профілю ў медыяпрасторы / В. Ю. Себруковіч // Першы Рэспубліканскі краязнаўчы форум Беларусі ў рамках Года малой радзімы: зборнік матэрыялаў. У 2 т. Т.1 / укл. : П. М. Сапоцька, Ю. В. Юшкевіч; рэдкал.: А. М. Карлюкевіч (старшыня) і інш. – Мінск : Чатыры чвэрці, 2020. – С. 279–283.
7. Юдина, Е. Н. Медиапространство как новая социологическая категория [Электронный ресурс] / Е. Н. Юдина // Преподаватель XXI век. – 2008. – №2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-kak-novaya-sotsiologicheskaya-kategoriya>. – Дата доступа: 02.05.2021.
8. Юдина, Е. Н. Развитие медиапространства современной России : (на примере телевидения) : автореф. дис. ... докт. социол. наук : 07.00.02 / Е. Н. Юдина; Моск. педагог. гос. ун-т. – М., 2008 – 35 с.
9. Media space report [Electronic resource] / prep. B. Stults // Virginia Tech.– Mode of access: <https://people.cs.vt.edu/srh/Downloads/Media%20Space%20Report.pdf>. – Date of access: 27.04.2021.