

**Кино и массмедиа**

УДК 008 / 069

ББК 77.5 /79.1

**Эвальё Виолетта Дмитриевна**

Кандидат культурологии, научный сотрудник сектора художественных проблем массмедиа, Государственный институт искусствознания, Москва

ORCID ID: 0000-0002-4531-4922

amaris\_evally@mail.ru

**Ключевые слова:** визуальная культура, произведение искусства, арт-объект, музей, цифровой музей, виртуальный музей, социокультурная среда, аура художественного произведения.

**Эвальё Виолетта Дмитриевна**

# Произведение искусства в цифровом музейном пространстве

В наше время тотальной цифровизации общей проблемой для всех видов искусства оказывается поиск возможностей их отображения в новой специфической среде — цифровом пространстве. Процессы попадания в эту среду, как правило, ведут к циркуляции произведений искусства в пространстве массовой культуры, с одной стороны, и к расширению спектра его толкований, с другой стороны. Данная статья посвящена проблемам цифровых модификаций музея в текущий период. Собственно, само отображение произведения искусства в цифровом музее уже является и его визуальной / вербальной / аудиальной трактовкой. Поле таких трактовок необычайно широко и характеризуется многообразием визуальных и синтетических форм, ориентированных на различные аудитории. Лектории, видеозаписи, виртуальные экспозиции и экскурсии, образовательные онлайн-проекты реализуют информационно-просветительские задачи.

**Evalyo Violetta D.**

PhD in Culture Studies, Researcher, Mass Media Arts Department, State Institute for Art Studies, Moscow

ORCID ID: 0000-0002-4531-4922

amaris\_evally@mail.ru

**Keywords:** visual culture, a work of art, art-object, museum, digital museum, virtual museum, sociocultural environment, an aura of a work of art.

**Evalyo Violetta D.**

## A Work of Art in a Digital Museum

In our time of total digitalization, a common problem for all types of art is finding opportunities to display them in a new specific environment — digital space. The processes of getting into this environment, as a rule, lead to the circulation of works of art in the space of mass culture, on the one hand, and to an expansion of the range of its interpretations, on the other hand. This article is devoted to the problems of digital modifications of the museum in the current period. Actually, the very display of a work of art in a digital museum is already its visual / verbal / auditory interpretation. The field of such interpretations is unusually wide and is characterized by a variety of visual and synthetic forms aimed at various audiences. Lecture halls, video recordings, virtual exhibitions and excursions, educational online projects implement information and educational tasks.

## Введение

В условиях глобальной цифровизации, общество по разным причинам не может воспринимать произведение искусства в его традиционной среде обитания. Таким образом, появляется проблема самого существования произведения искусства в современном мире. Одним из способов включения экспонатов в современность является активное использование цифровых технологий, в процессе внедрения которых частично утрачивается идентичность экспонатов. Взамен приобретается иная культурная ценность, характеризующаяся возникновением новых ассоциативных контекстов, форм коммуникации со зрителем.

Предпосылки выхода музеев в цифровое пространство начались с создания институций современного искусства как постмодернистских проектов еще в 1970-е годы [5, с. 205]. Сейчас на Западе практика оцифровки экспонатов, научных, литературных материалов широко распространена не только у музеев, связанных с современными художественными практиками, но и хранящих предметы классического искусства. Проблема успешности цифровых музейных коллекций многосоставная, в данной статье внимание в основном сосредоточено на циркуляции произведений искусства в массовой культуре, вариативности их цифровой репрезентации и информационного сопровождения.

Особый интерес к обозначенной проблеме обусловлен новыми процессами и социально-культурной значимостью внедрения цифровых и мультимедийных технологий в пространство музеев. Так, в области внедрения цифровых технологий в выставочную среду можно обозначить ряд ракурсов. Наиболее существенны, по нашему мнению, расширение информационного потенциала, сопутствующего коллекциям и произведениям искусства; разнообразие репрезентативных форм; попытки переосмысления ключевой роли музейных институций. Немаловажную роль играют взаимоотношения публики как с музейными институциями, так и с произведениями искусства, будь это привычная выставочная среда или цифровое пространство. Как уже отмечалось недавно, «на смену внешне сдержанной и пассивной рецепции, не подразумевающей параллельного, явного, открытого для лицезрения творческого

процесса, приходит эпоха встречных публичных творческих процессов — публики и авторов того произведения, которое уже завоевало для себя статус искусства» [10, с. 29]. Этот ракурс исследования представляется перспективным и требующим дальнейшего изучения. В данной статье внимание преимущественно будет сосредоточено именно на произведении искусства в его цифровой среде обитания, однако исследование было бы неполным без зарисовки характеристики нового зрителя, на которого во многом ориентирован цифровой музейный контент.

С точки зрения внедрения информационных технологий А. Лебедев выделяет ряд функций компьютеров в музейном деле: облегчающие работу по учету и хранению, поясняющие представленное в экспозиции и дополняющие ее [6, с. 507]. Ракурс расширения информационного потенциала обозначим наиболее показательными на наш взгляд работами. Так, Д. Феррьеро полагает, что цифровые технологии позволяют расширить информационное и общественное пространства [18, р. 12], а Т. Смирнова делает вывод, что цифровые технологии «способствуют раскрытию новых уровней размещения информации и интерпретации истории экспоната» [9, с. 15].

Некоторые исследователи рассматривают проблематику цифровых и виртуальных расширений музеев в ракурсе дополнения к впечатлениям посетителей. П. Марти на основании проведенного опроса делает вывод, что контент сайта музеев позволяет посетителю физического пространства дополнить свои впечатления [21]; М. Руссоу и Л. Пижоль пишут, что «цифровое повествование — это один из ресурсов, который музеи могут использовать с целью обогащения своего предложения для аудитории и общества в целом» [25].

Следующий аспект посвящен самому экспонату в связи с его цифровым оформлением. По мнению К. Хадсона, музеи обладают неоспоримым преимуществом репрезентации художественного объекта в его неподвижности [12, с. 73]. То есть цифровые технологии позволяют при необходимости преодолеть и статичность, разнообразив музейный «контент». Р. Ваз, П. Фернандес и А. Вейга выявляют здесь значение развлекающей составляющей, способствующей визуальному разнообразию [26].

Наиболее перспективными представляются ракурсы исследования относительно попыток сформулировать новое понимание концепта музея и его роли в социокультурной среде. К. Бадж и А. Бернесс считают, что цифровизация формирует тенденции к переосмыслению концепта музея, в первую очередь характеризующиеся потребностью посетителей взаимодействовать с музейными объектами посредством визуальных медиаплатформ [17]. П. Росс обнаруживает новую роль музейных образований, заключающуюся в переосмыслении, реорганизации культурного наследия [24]. С. Перри и его соавторы делают вывод, что виртуальные музеи имеют широкое поле возможностей для создания увлекательного культурного опыта [23].

В ракурсе данного исследования представляется справедливым вывод С. Феоктистовой, что «увеличилось многообразие посредников между экспонатами и зрителем. Экспонаты начали обрастать новыми интерпретациями и историями, а музейный дискурс — представлять различные точки зрения» [7, с. 42]. На наш взгляд, основой успешности цифровых расширений становится вариативность альтернативных авторских концепций, взаимодействующих с культурным наследием и обеспечивающих к ним широкий доступ посетителей. То есть внимание зрителя не всецело сосредоточено на произведении искусства, а относительно равномерно распределяется между шедевром как таковым и спектром его трактовок, что усиливает динамику коммуникации с цифровой средой, иначе — «идет постоянное переключение от „высокого“ искусства в привычной ему среде обитания к его циркуляции в массовом поле, и обратно. Продолжается размывание границ художественной и нехудожественной сред» [14, с. 481]. А значит, в цифровой музейной среде жизнь произведения искусства характеризуется многообразием форм его репрезентации. Не случайно сайты музеев представляют собой «топографические» карты с предусмотренными маршрутами к шедеврам искусства или к экспонатам, особо рекомендуемым экспертами.

В данной работе предприняты попытки осмысления процессов цифровизации, обостренных в период коронавирусного карантина 2020 года, и тенденций, связанных с циркуляцией произведений

искусства в границах виртуального музея. В связи с этим произведен анализ визуальных решений сайтов музеев.

## Цифровое музейное пространство

Цифровое пространство музея сегодня, как правило, характеризуется многообразием визуальных форм, ориентированных на различные аудитории. Это и дистанционные лектории, и разнообразные видеозаписи, реализующие основные информационно-просветительские задачи. В первую очередь стоит отметить возросшую публикационную активность музея в социальных сетях. Например, Дом-музей В.М. Васнецова, ранее довольно редко (хоть и регулярно) публиковавшийся на своей странице в Facebook, теперь каждую неделю выкладывает любопытные факты, фотографии из биографии художника, как правило, не включавшиеся в экспозиции и экскурсионный рассказ вне карантинной жизни музея. То есть существуют функции медийной жизни музеев, призванные поддерживать имиджевый статус институции, а публикации в интернет-среде реализовывали именно эти задачи.

Показательно имиджевым можно охарактеризовать фильм «Эрмитаж. Снято на iPhone», премьера которого состоялась 10 марта 2020 года, то есть накануне начала карантина в Москве. Камера в этом фильме ведет себя как вертовский кино-глаз, выхватывает «на бегу» эпизоды из жизни Эрмитажа, иногда застывает, любясь полотнами, иногда — словно прислушивается к музейной жизни «как она есть». Танцевальные пары плавно двигаются в контемпорари — Эрмитаж созвучен современности. «Случайными» героями фильма становятся художники, работающие непосредственно в залах, — Эрмитаж продолжает возвращать поколения творческих людей. Моряк почтительно замирает перед входом в зал, словно не было зала Авроры; простые посетители застыли, окутанные художественной аурой картины.

Эрмитаж открыт и новым формам в искусстве, синтезу стилистик. В балетное адажио включается современный танец — два мира сосуществуют, взаимодействуют. А кино-глаз движется дальше: черно-белая съемка зала с античными скульптурами; панора-



**Илл. 1.** Кадр из фильма «Эрмитаж. Снято на iPhone 11 Pro — кинопутешествие по великому музею». URL: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_MU73rsL9qE](https://www.youtube.com/watch?v=_MU73rsL9qE) (дата обращения 05.10.2020).

ма приводит к дверному проему, где проходит концерт. Движение в пространстве словно переносит и во времени: от античного искусства — к реальности, но не обыденной, а наполненной классической музыкой.

Камера отъезжает, словно ее уносит течение музейной жизни, но еще на несколько минут кино-глаз задерживается, чтобы зафиксировать интеграцию современности в классическое искусство музыки, в архитектуру Эрмитажа. Люминесцентные лампы, установленные над лестницей Эрмитажа, поочередно включаются и выключаются, создавая эффект стробоскопа, но пульсирующего плавно, отражаясь молниями Зевса на мраморных стенах. Закольцовывая фабулу, пары будто оживают на мгновение музыкального такта. Мгновение — и фигуры, музыка, свет — застывают, словно в ожидании снятия изоляции, потока посетителей.

Фильм «Эрмитаж. Снято на iPhone» показателен с точки зрения акцентирования имиджа музея. Однако в условиях коронави

русской пандемии и изоляции он обретает новые интерпретации, в связи с чем обнаруживается тенденция к более четкому разграничению музея и произведения искусства. В интернет-среде, по сути, существуют два главных арт-объекта: сам музей и его экспонаты. В некотором роде доказательством этому может послужить и онлайн-проект Государственной Третьяковской галереи 2017 года «Как Третьяковская галерея стала общественным музеем». Проект представляет собой хронику жизни галереи в период с 1892 по 1893 годы. Архитектура интернет-страницы состоит из десяти глав — блоков, каждый из которых имеет внутреннюю конструкцию и может расширяться. Можно «развернуть» внутренний блок с текстом, открыть прикрепленный изобразительный материал; подсказки дают возможность расширить информационную секцию. В проекте позиционируется интерактивность: интернет-страница становится виртуальным лэпбуком «на тему», со всеми окошечками, ячейками, таящими в себе дополнительную информацию. То есть как арт-объект цифровой музей, аналогично произведению искусства, «наращивает» информационную насыщенность, интерпретационную и репрезентативную вариативность.

Медианополнение сайтов музеев содержит и образовательные проекты, например 3D-модели черепов и слепков на канале Дарвиновского музея, 3D-реконструкции экспонатов ГМИИ им. А.С. Пушкина. Такие виртуальные реконструкции частично реализуют потребность покрутить, рассмотреть объект, присутствует и высокий уровень игровой эстетики при коммуникации с 3D-проектами. А. Пагано, Э. Пьетрони и И. Серато делают вывод, что «внимание посетителя цифрового музея может привлечь именно захватывающий контекст, моделируемый посредством трехмерных конструкций, обеспечивающих, помимо прочего, и „чувство прошлого“» [22, р. 10]. Речь идет о некоей сопричастности, иллюзии близости исторического прошлого и возможности «подержать» объект в руках, хоть и через посредника — компьютерную мышь или тачпад. В этом случае можно говорить о виртуальной интерактивности, усиливаемой в том числе и возможностью применения различных фильтров. Косвенно возникает и иммерсивность. Как мы отмечали ранее в своих исследованиях, «зачастую интерактивность гарантирует и эмоциональное погружение, которое не постулируется

в рекламных проспектах. Как правило, строгого деления на интерактивное и иммерсивное нет, оно бывает условным и характеризуется по большей части концепцией самого культурного продукта, но не сутью его „правил игры“» [13, с. 252].

Немаловажной представляется перспектива печати объектов на 3D-принтере, которая позволит дополнить впечатления за счет тактильного восприятия текстуры, шероховатостей, неровностей (хотя и очевидна «подмена» исходного материала современными аналогами). Однако Т.Ю. Юренева замечает, что еще в I веке н.э. в Риме «получило развитие массовое производство копий с прославленных оригиналов. И если бы не тысячи этих воспроизведений, вряд ли наша эпоха смогла бы написать историю античного искусства» [16, с. 31]. Таким образом, цифровые трехмерные копии экспонатов косвенно способствуют сохранению культурного наследия, а цифровизация дает им шанс на бессмертие. Однако данный вопрос можно рассмотреть и с другой стороны. Как отмечает О.В. Строева по отношению к мультимедиа-музею, «оригиналы этих картин начинают утрачивать свое значение <...> экран стирает границы между оригиналами и копиями, в принципе обесмысливая наличие или сохранность оригинала» [11, с. 82].

Как бы то ни было, медиаконтент сайтов демонстрирует тенденцию выхода музеев из амплу служителя высокого искусства навстречу массовому потребителю визуальной продукции и запуска артефактов в поле массовой культуры. Однако аура произведения искусства безвозвратно теряется после трансформации в цифровые коды, и остается лишь плоская картинка на экранной поверхности. В середине XX века В. Беньямин уже поднимал вопрос об утере ауры художественного произведения при его тиражировании [1], и в эпоху тотальной оцифровки, как резюмирует И. Захарченко, «репродуцируемое произведение утрачивает свою <...> уникальность. <...> Представляемая цифровыми копиями художественная информация оказывается „гламурной“ — более яркой и интенсивной. Художественное произведение упрощается до внешней презентации, превращается в одну из составляющих плотного медийного потока» [4, с. 109]. О. Хайлланд также делает вывод, что в условиях цифровизации, воспроизводства музейных объектов уникальность подменяется доступностью [20, р. 78].

Но можно диагностировать «обрастание» предметов искусства альтернативными «прочтениями» и новой — цифровой — аурой медиаконтекста.

Исследователи фиксируют ряд проблем, характерных для активного включения музейных экспонатов в дискурс виртуальности. И. Хельцль диагностирует утрату фиксированной связи между изображением и носителем изображения [19, р. 474]. И это во многом справедливо: активное включение экспонатов в поле массовой культуры лишает их исходных связей и контекстов, а циркуляция в медиасреде способствует фрагментации не только сопутствующих данных, но и самого предмета искусства. Так, А.С. Дриккер отмечает, что «художественное воздействие связывается с цельностью восприятия, сознание идет от общего к частному и деталям» [2]. При потреблении культуры и предметов искусства в цифровом виде, как правило, укрупнение ведет к фрагментации — «обрезанию» полноценного изображения границами экрана компьютера, планшета, смартфона. Стоит подчеркнуть, что и в виртуальных музейных решениях (экспозициях, выставках) в принципе отсутствует возможность перехода между разными уровнями «крупности» плана.

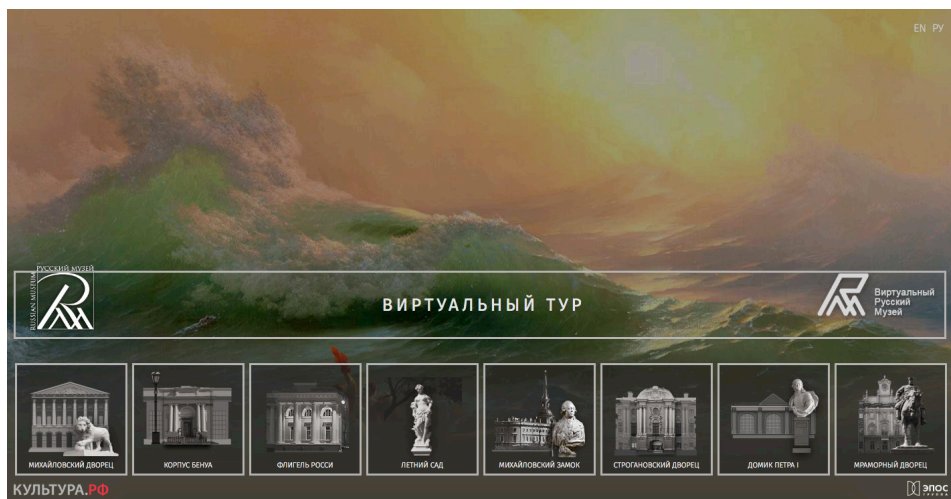
Итак, в интернет-среде музей можно рассматривать с точки зрения обособленного произведения искусства, который реализует ряд тенденций: является неотъемлемой частью имиджа институции как материального объекта, способен к включению в различные репрезентативные формы, несет в себе информацию.

## Вариативность репрезентативных форм

Важной частью цифрового расширения музеев является возможность виртуальных прогулок по экспозициям, например, стартовая страница Виртуального Русского музея и цифровая экспозиция Михайловского дворца.

Итак, стартовое окно Виртуального Русского музея представляет собой полиэкранно оформленное меню интернет-страницы. Большая часть экранного пространства отдана картинам коллекции. Цифровой отпечаток выполнен в очень хорошем качестве,





**Илл. 2.** Интернет-страница Виртуального Русского музея.  
URL: <https://virtual.rusmuseumvr.ru> (дата обращения 05.10.2020)

возможно разглядеть трещины и шероховатости на холсте, то есть фактуру исходного изображения. Изображение не статично, а панорамировано, что придает эффект динамичности внутриэкранной жизни. Стоит отметить, что изображение при этом не активно, оно является не дверью или окном, а конечной точкой. То есть оно — последняя инстанция, доступная для реципиента, блуждающего по цифровой экспозиции и само уже не оказывается «графически оформленным порталом для перехода в иные слои виртуальности» [8, с. 36]. И в этом — своего рода дань уважения оригиналу, его вещиности, автономности в реальном трехмерном пространстве, о наличии которого цифровой музей как бы тем самым напоминает и нам, и себе.

Чуть ниже центра страницы в полупрозрачном фризе расположены логотипы Русского музея (закругленный, демонстрирующий высокий уровень каллиграфического мастерства дизайнера) и его виртуального воплощения (прямые линии, маленький наклон напоминают первые цифровые эксперименты веб-дизайна). В нижней части экранного пространства в небольших квадратах

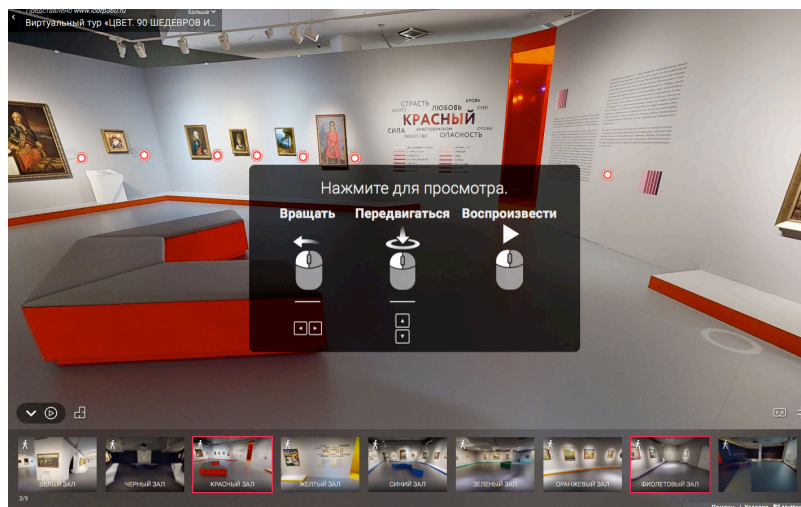
расположены восемь объектов, входящие в состав музейного комплекса и доступные для виртуальной коммуникации.

Страница Михайловского дворца представляет собой коллаж маршрутов и форм визуального контента. Музей предлагает несколько вариантов коммуникации с экспонатами: виртуальную прогулку, видеоконтент, картотечный каталог экспозиции или же подборку наиболее известных шедевров коллекции. Стоит отметить, что ядром цифрового контента остается конкретное произведение искусства. Конструкция сайта предполагает несколько способов приближения к нему: неспешно прогуляться по виртуальным залам, ознакомиться с шедевром в контексте той или иной подборки или, сократив маршрут, сразу оказаться в конечной точке — непосредственно перед цифровой копией экспоната. С одной стороны, можно зафиксировать парадоксальную ситуацию, которую четко сформулировала А.Л. Юргенева: «возникает идея глобальности шедевра, его существования вне географических координат, где-то над физическим миром, а также его принадлежности и доступности каждому из живущих» [15, с. 138]. С другой стороны, разнообразие маршрутов к конкретному произведению создает иллюзию его «прописки», «адреса» в цифровой реальности (разумеется, помимо очевидной ссылки на интернет-страницу объекта).

Довольно интересное решение для своего виртуального тура по выставке «Цвет. 90 шедевров из музеев Подмоскovie» реализовал музейно-выставочный комплекс Новый Иерусалим. В первую очередь стоит отметить, что данный контент подразумевает и полное погружение в виртуальную среду посредством VR-очков, но ряд концептов можно обозначить и вне этих процессов.

Виртуальный тур предполагает два способа коммуникации с цифровой выставочной средой: воспроизведение перемещений по залам (стоит отметить, что довольно динамичное, традиционно неприемлемое при непосредственном посещении музея), самостоятельный выбор направления движения и его скорости, переключение посредством выбора точек на плане выставки. Навигационная система довольно проста, тем не менее дополнена инструкциями — всплывающими на поле подсказками.

При таком ознакомлении с выставочной средой передвижения осуществляются посредством нажатия точек на полу, пред-



**Илл. 3.** Скриншот Виртуального тура «Цвет. 90 шедевров из музеев Подмосковья» // Музейно-выставочный комплекс Новый Иерусалим.  
URL: <https://my.matterport.com/show/?m=eqjieYYJLAq&brand=0>  
(дата обращения 05.10.2020)

полагающих удобный обзор. Любопытно, что не предусмотрена возможность автоматического выравнивания угла обзора шедевра, это приходится делать вручную кнопками «вправо-влево», что активирует игровой элемент всего зрелища — с одной стороны. С другой — подобные микродвижения рифмуются с физическим посещением выставки в условиях большого количества публики, когда приходится несколько раз менять положение собственного тела в пространстве, чтобы разглядеть картину. При наведении курсора мыши на точку рядом с картиной, автоматически, без физического нажатия всплывает плашка с описанием работы. Этот прием также ассоциируется с реальным присутствием в выставочном пространстве, где грамотный посетитель будет непременно обращаться к предметным информационным ресурсам, как правило, прикрепленным к стенам или установленным на специальных подставках, стендах и пр. Однако в реальном экспозиционном пространстве само наличие таких ресурсов не является сюрпризом, они не могут то появляться, то исчезать. Напротив, цель органи-

заторов экспозиции сделать информацию заметной, предельно доступной, удобной для восприятия. А в случае, описанном выше, само возникновение плашки с информацией выполняет функции дополнительного аттракциона, о наличии которого иногда зритель узнает, когда его, как волшебный невидимый предмет, случайно задевает курсором.

Интересно, что на картинах сохраняются блики и засвеченные вспышкой места, что не воспринимается как недостаток виртуального проекта, а напротив, усиливает эффект непосредственного присутствия на выставке. Визуальные впечатления от такой репрезентативной формы можно дополнить информацией в форме видеоэкскурсии, подготовленной сотрудниками музейного комплекса.

Аналогичным образом Новый Иерусалим реализовал и выставку «Стиль Фаберже. Превосходство вне времени», которая проходила 15.12.2018–24.03.2019. То есть реализуется довольно актуальная тенденция фиксации события в цифровом виде, включение его в медиaprостранство. Однако, как отмечают Д. Евстафьев и Л. Цыганова, «постглобальность несет за собой виртуализацию культуры, и ценность материальных артефактов девальвируется» [3]. Таким образом, с оглядкой на идеи В. Беньямина об утрате ауры художественного произведения в процессе его воспроизведения, можно заключить, что уникальности лишается не только произведение искусства, но и само зрелище — в цифровой форме оно, так или иначе, начинает существовать перманентно, многократно, перестает быть разновидностью живого зрелища, какой является экспозиция традиционного музея, воспринимаемая физически пришедшими посетителями.

В контексте цифровых музейных расширений и многообразия репрезентативных форм произведения искусства ожидаемо включаются в интерактивные образовательные проекты.

Онлайн-проект Государственной Третьяковской галереи «Уроки Куинджи» выглядит как традиционная интернет-страница с необходимостью пролистывания вниз. Контент представляет собой комплекс блоков, реализующих информационную задачу музея; также присутствуют элементы «обыгрывания»: по мере пролистывания

вания страницы вниз, «неумело» вырезанное изображение А. Куинджи встает «в контекст», занимая свое место на фотографии.

Интернет-страница имеет и горизонтальное расширение посредством интерактивного взаимодействия стрелочек. Например, блок «Как рисовать свет» представляет собой пошаговую инструкцию создания собственного шедевра в узнаваемой манере художника. Иллюстрируя каждый этап, картина А. Куинджи слой за слоем утрачивает свою завершенность до исходного «кода» — наброска. Можно зафиксировать процессы нивелировки художественной составляющей шедевра до категории «сделанности». Создается иллюзия элементарности и простоты работы художника, творческий процесс предстает ясным, визуализированным, словно его свидетелями были организаторы цифрового музея, а теперь — и зрители.

Финальным штрихом в развенчивании «мифа искусства» становится блок «Введение в мастер-класс „Как рисовать свет“». В небольшом треугольном окошке, представляющем собой типичную кнопку просмотра видео, открывается соответствующий видеоролик. Таким образом, информационные задачи контента решаются посредством игровых манипуляций посетителя интернет-страницы вкупе с комментариями эксперта в соответствующем окошке.

Контент страницы предлагает и игру-тест «Отличить Куинджи от других художников», представляющую собой пять вопросов и два варианта ответа. В роли подсказки выступает фрагмент картины, заключенный в замочную скважину. В первую очередь такая композиция напоминает первые опыты мастеров немого кино (например, фильмы *Par le trou de serrure*, реж. Ф. Зекка, 1901 и *Par le trou de serrure*, реж. Ж. Мельес, 1902). И, разумеется, присутствует элемент подглядывания «в учебник».

Таким образом, для данного онлайн-проекта в целом характерна игровая манера подачи информации, с ориентацией на привычки целевой аудитории в довольно поверхностном, но концептуальном обзоре темы, вставками лайфхак-контента. Детальный разбор техники художника реализует потребность «потрогать», разобраться и впоследствии собрать воедино некий предмет. Можно диагностировать, что подобные онлайн-проекты довольно закономерны как тенденция включения шедевров в трансмедийный дискурс. Речь идет о пазлах, раскрасках по номерам, вышивках, — а теперь и ин-

терактивные образовательные проекты и мастер-классы предлагают сделать шедевр «своими руками», по большей части если не нивелировав, то разделив «участь» соавтора с самим художником.

## Система противовесов: роль эксперта

Довольно показательна в ракурсе данного исследования выставка «Тату» (ГМИИ им. А.С. Пушкина), на сайте музея она дана в трех взаимодополняющих формах. В первую очередь стоит обратить внимание на многосерийные кураторские экскурсии, представляющие собой небольшие видео, записанные в мизансцене выставочной экспозиции. Кураторский рассказ — это по большому счету раскадровка концептуальной составляющей выставки, раскрытие наиболее ярких элементов. Например, в первой части экскурсоводы познакомили с «тактильным макетом», а именно — воссозданной ложечкой, оригинал которой хранится в коллекции музея. Это видится следующим шагом в формировании новой жизни произведений искусства, музейных предметов в материальной среде, но рожденных не в условиях обыденной реальности, а в цифровом пространстве.

В пространстве виртуальной выставки «Тату» полностью отсутствует возможность не только приблизиться к объектам, но и ознакомиться с описанием, то есть самостоятельная, приватная коммуникация с экспозиционным пространством не предусмотрена. Эта репрезентативная форма наглядно демонстрирует, что без информационного наполнения и/или концептуального, экспертного сопровождения, цифровой отпечаток предмета искусства, арт-объекта становится как бы закрытым, мало доступным для постижения его эстетической природы. Показательно, что такая проблема отсутствует при непосредственной созерцании объектов материальной музейной среды.

В связи с обозначенной выше особенностью цифрового решения выставки «Тату», виртуальная онлайн экскурсия на платформе Zoom представляется наиболее приближенной к своему аналогу в реальной жизни. Характер коммуникации экскурсовода с «посетителями» строится традиционным образом посредством актив-



ного использования дополнительных инструментов: виртуальной экспозиции, подготовленной презентации с фотографиями объектов и четко выстроенного рассказа. Интересен тот факт, что «жанр» онлайн-экскурсии обладает устойчивой аурой эксклюзивности, уникальности переживаемого зрелища. Его, как и офлайн-экскурсию, невозможно поставить на паузу, сохранить, посмотреть позже.

Таким образом, мы сталкиваемся, с одной стороны, с довольно широким ассортиментом цифрового контента, а с другой — с актуализацией роли специалиста и его необходимости для структуризации потоков информации, транслируемых в цифровом виде. В свете этого вывода важно обратить внимание на рубрику «Спросите хранителя», которая стала прямой реакцией Пушкинского музея на изоляцию и размещена на сайте ГМИИ им. А.С. Пушкина. Медиафайлы представляют записанный стрим события в Zoom, во многом созвучный виртуальным экскурсиям. Хранитель предлагает тему для беседы, сопровождая ее презентацией. Свои вопросы пользователи могут задавать в чате платформы или включившись в эфир. Эта визуальная форма рифмуется со звонками на радиостанции и телевизионные студии, ответами на «письма в редакцию». То есть все более значимую роль играет личность эксперта, профессионала, специалиста, формирующего сетку ориентиров в цифровой среде.

## Заключение

Мы рассмотрели ряд явлений, возникающих в сфере цифровых музейных расширений. Отвечая запросам нового времени, музеи стремятся расширять спектр виртуальных репрезентативных форм, ориентируясь как минимум на две из трех целевых групп: готовых дополнить впечатления непосредственного посещения выставочного пространства и ориентированных всецело на цифровой контент в силу разных причин (невозможности посещения, ориентации на интерактивную коммуникацию и др.).

Стоит отметить, что степень ухода от «классического» экспонирования у каждого музея разная. Можно выделить стадии, совместимые с традиционными формами репрезентации, частично

совместимые и несовместимые вовсе. Каждый этап во многом соотносится и с обозначенными зрительскими группами. Остается открытым вопрос о приемлемости манипуляций с классическими музейными формами или же допустимой степени оторванности от традиционной репрезентации.

С одной стороны, в гонке цифровизации полностью нивелируется концепт ауры художественного произведения, экспозиционного и даже музейного пространства. Несмотря на тщательное цифровое воссоздание реальной музейной среды, возможность «подойти вплотную» к шедевру (фактическое расстояние между объектом и реципиентом) становится неосуществимой. То есть в цифровой реальности произведение искусства как материальная единица больше не является «вещью в себе». Тем не менее негативная сторона цифровизации во многом компенсируется как вариативностью репрезентативных форм, так и активной работой экспертов, музейных хранителей и экскурсоводов. Попадая в цифровую среду, произведение искусства наращивает свой информационный и концептуальный потенциал, что дает ему новые перспективы существования в социокультурной среде.

## Список литературы:

- 1 *Беньямин В.* Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М.: Медиум, 1996. С. 15–65.
- 2 *Дриккер А.С.* Виртуальный музей: от информационных технологий к новому качеству художественных решений [Электронный ресурс] // Культура Архангельской области. URL: <https://www.culture29.ru/upload/medialibrary/1b71b728e7ad7bfabcb0de0be88d7963497.pdf> (дата обращения 16.05.2020).
- 3 *Евстафьев Д., Цыганова Л.* Трансформации социального пространства как предчувствие нового мира // Эксперт Online. 06.05.2020. URL: <https://expert.ru/2020/05/6/transformatiisotsialnogo-prostranstva-kak-predchuvstvie-novogo-mira/> (дата обращения 26.05.2020).
- 4 *Захарченко И.Н.* Цифровые презентации искусства в контексте мультимедийных экспозиций: проблемы восприятия // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2017. № 6 (27). С. 107–113.
- 5 *Кривцун О.А.* Музей 2.0 // Кривцун О.А. Основные понятия теории искусства: Энциклопедический словарь. М., СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2018. 448 с.
- 6 *Лебедев А.* Виртуализация музея или новая предметность? // Экранная культура. Теоретические проблемы / Отв. ред. К.Э. Разлогов. СПб.: Дмитрий Буланин, 2012. С. 507–522.
- 7 Музей в цифровую эпоху: Перегрузка / П.О. Васильева, Д.В. Качуровская, А.В. Михайлова, С.Э. Феоктисова. М.: Издательские решения, 2019. 190 с.
- 8 *Сальникова Е.В.* К предыстории внутриэкранный мизансцены компьютера на «рабочем столе» и за его пределами // Наука телевидения. 2016. № 12. Вып. 2. С. 30–58.
- 9 *Смирнова Т.А.* Цифровые технологии в экспозиционном пространстве музея: современные тенденции и перспективы развития // Вестник ЯрГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 4/1. С. 14–18.
- 10 *Соколов К.Б., Крутоус В.П.* Публика. К проблеме восприятия искусства [Электронный ресурс] // Художественная культура. 2019. № 3, т. 2. С. 22–33. URL: [http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/d3c/hk\\_2019\\_3t2\\_22\\_33\\_sokolov\\_krutous.pdf](http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/d3c/hk_2019_3t2_22_33_sokolov_krutous.pdf) (дата обращения 05.10.2020).
- 11 *Строева О.В.* Новый тип мимесиса в эпоху экранной культуры? // Наука телевидения и экранных искусств. 2016. № 12. Вып. 2. С. 73–85.
- 12 *Хадсон К.* Влиятельные музеи / пер. с англ. Л. Мотылев. Новосибирск: Сибирский хронограф, 2001. 194 с.
- 13 *Эвальдье В.Д.* Интерактивность и иммерсивность в современном культурном пространстве. К проблеме разграничения понятий [Электронный ресурс] // Художественная культура. 2019. № 3. С. 248–271. URL: [http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/9cf/hk\\_2019\\_3\\_248\\_271\\_ewallyo.pdf](http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/9cf/hk_2019_3_248_271_ewallyo.pdf) (дата обращения 23.05.2020).
- 14 *Эвальдье В.Д.* Музеи онлайн // Искусство в контексте пандемии: медиатизация и дискурс катастрофизма / под ред. А.А. Новиковой, Е.В. Сальниковой, В.Д. Эвальдье. М.: Издательские решения, 2020. С. 476–498.
- 15 *Юргенева А.Л.* Живописное произведение как универсальный мультимедийный слой // Наука телевидения. 2019. № 15.3. С. 127–144.
- 16 *Юргенева Т.Ю.* Музей в мировой культуре. М.: Русское слово—РС, 2003. 532 с.
- 17 *Budge K., Burness A.* Museum objects and Instagram: Agency and communication in digital engagement // Continuum. 2018. Vol. 32, issue 2. Pp. 137–150. DOI: 10.1080/10304312.2017.1337079.
- 18 *Ferriero D.S.* Information policy, Census and National Archives of the House Committee on Oversight and Government Reform // History museum or records access agency? Defining and fulfilling the mission of the National Archives and Records Administration: Hearing before the Subcommittee on Information Policy, Census, and National Archives of the Committee on Oversight and Government Reform, House of Representatives, One Hundred Eleventh Congress, first session, December 16, 2009. Washington: U.S. G.P.O., 2012. 92 p.
- 19 *Hoelzl I.* Screens – the place of the image in digital culture // Leonardo. 2012. Vol. 45, No 5. Pp. 474–475.
- 20 *Hylland O.M.* Even Better than the Real Thing? Digital Copies and Digital Museums in a Digital Cultural Policy // Culture Unbound. 2017. Volume 9, issue 1. Pp. 62–84. URL: <http://www.cultureunbound.ep.liu.se>
- 21 *Marty P.F.* Museum Websites and Museum Visitors: Before and After the Museum Visit // Museum Management and Curatorship. 2007. Vol. 22, issue 4. Pp. 337–360. DOI: 10.1080/09647770701757708.
- 22 *Pagano A., Pietroni E., Cerato I.* User experience evaluation of immersive virtual contexts: the case of the virtual museum of the Tiber Valley project // International conference on education and new learning technologies / Conference Paper, March 2017. Pp. 1–11. DOI: 10.21125/edulearn.2017.1735.
- 23 *Perry S., Roussou M., Economou M., Young H., Pujol L.* Moving beyond the virtual museum: Engaging visitors emotionally // 23rd International Conference on Virtual System & Multimedia (VSMM). Dublin, 2017. Pp. 1–8. DOI: 10.1109/VSMM.2017.8346276.
- 24 *Ross P.* Recoding the Museum: Digital Heritage and the Technologies of Change. London: Routledge, 2007. 192 p. DOI: 10.4324/9780203347485.
- 25 *Roussou M., Pujol L.* The museum as digital storyteller. Collaborative participatory creation of interactive digital experience // MW2015: Museum and the Web, 2015. URL: <https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/the-museum-as-digital-storyteller-collaborative-participatory-creation-of-interactive-digital-experiences/> (accessed 23.05.2020).
- 26 *Vaz R.I., Fernandes P.O., Veiga A.C.* Interactive Technologies in Museums: How Digital Installations and Media Are Enhancing the Visitors' Experience // Handbook of Research on Technological Developments for Cultural Heritage and eTourism Applications / Rodrigues J.M., Ramos C.M., Cardoso P.J., & Henriques C. (Eds.). Hershey, PA: IGI Global, 2018. Pp. 30–53. DOI: 10.4018/978-1-5225-2927-9.ch002.

## References:

- 1 Benjamin W. *Proizvedenie iskusstva v epohu ego tekhnicheskoy vosproizvodimosti* [A work of art in the era of its technical reproducibility]. Moscow, Medium Publ., 1996, pp. 15–65. (In Russ.)
- 2 Drikker A.S. Virtual'nyj muzej: ot informacionnyh tekhnologij k novomu kachestvu hudozhestvennyh reshenij [Virtual museum: from information technology to a new quality of artistic solutions]. *Culture of the Arkhangelsk region*. Available at: <https://www.culture29.ru/upload/medialibrary/1b71b728e7ad7bfabcb0de0be88d7963497.pdf> (accessed 05.16.2020). (In Russ.)
- 3 Evstafiev D., Tsyganova L. Transformacii social'nogo prostranstva kak predchuvstvie novogo mira [Transformation of social space as a premonition of a new world]. *Expert Online*, 05/06/2020. Available at: <https://expert.ru/2020/05/6/transformatsii-sotsialnogo-prostranstva-kak-predchuvstvie-novogo-mira/> (accessed 05.26.2020). (In Russ.)
- 4 Zakharchenko I.N. Cifrovye prezentacii iskusstva v kontekste mul'timedijnyh ekspozicij: problemy vospriyatija [Digital presentations of art in the context of multimedia expositions: problems of perception]. *Bulletin of the RSUH*, Series: Literary Studies. Linguistics. Culturology, 2017, no. 6 (27), pp. 107–113. (In Russ.)
- 5 Krivcun O.A. Muzej 2.0 [Museums 2.0]. Krivcun O.A. *Osnovnye ponyatiya teorii iskusstva: Enciklopedicheskij slovar'* [Basic concepts of art theory: Encyclopedic Dictionary]. Moscow, St. Petersburg, Centr gumanitarnykh iniciativ Publ., 2018. 448 p. (In Russ.)
- 6 Lebedev A. Virtualizaciya muzeya ili novaya predmetnost'? [Virtualization of a museum or a new objectivity?]. *Ekrannaya kul'tura. Teoreticheskie problemy* [Screen culture. Theoretical problems], ed. by K.E. Razlogov. St. Petersburg, Dmitry Bulanin Publ., 2012, pp. 507–522. (In Russ.)
- 7 *Muzej v cifrovuyu epohu: Perezagruzka* [Museum in the Digital Age: Reloading], P.O. Vasiliev, D.V. Kachurovskaya, A.V. Mikhailova, S.E. Feoktissova. Moscow, Publishing Solutions Publ., 2019. 190 p. (In Russ.)
- 8 Salnikova E.V. K predystorii vnutriekrannoj mizansceny komp'yutera na «rabochem stole» i za ego predelami [To the background of the on-screen mise-en-scene of the computer on the “desktop” and beyond]. *Nauka televideniya* [The Art and Science of Television], 2016, no. 12, issue 2, pp. 30–58. (In Russ.)
- 9 Smirnova T.A. Cifrovye tekhnologii v ekspozicionnom prostranstve muzeya: sovremennye tendencii i perspektivy razvitiya [Digital technologies in the exposition space of the museum: current trends and development prospects]. *Bulletin of the Yaroslavl State University*, Humanities Series, 2012, no. 4/1, pp. 14–18. (In Russ.)
- 10 Sokolov K.B., Krutous V.P. Publika. K probleme vospriyatija iskusstva [Public. To the Problem of Perception of Art]. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art and culture studies], 2019, no. 3, vol. 2, pp. 22–33. Available at: [http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/d3c/hk\\_2019\\_3t2\\_22\\_33\\_sokolov\\_krutous.pdf](http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/d3c/hk_2019_3t2_22_33_sokolov_krutous.pdf) (accessed 05.10.2020). (In Russ.)
- 11 Stroeva O.V. Novyj tip mimesisa v epohu ekrannoj kul'tury? [A new type of mimesis in the era of screen culture?]. *Nauka televideniya* [The Art and Science of Television], 2016, no. 12, issue 2, pp. 73–85. (In Russ.)
- 12 Hudson K. Vliyatel'nye muzei [Influential museums], trans. from English by L. Motylev. Novosibirsk, Siberian Chronograph Publ., 2001. 194 p. (In Russ.)
- 13 Evallyo V.D. Interaktivnost' i immersivnost' v sovremennom kul'turnom prostranstve. K probleme razgranicheniya ponyatij [Interactivity and immersiveness of the modern cultural media. The problem of differentiation of concepts]. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art and culture studies], 2019, no. 3, pp. 248–271. Available at: [http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/9cf/hk\\_2019\\_3\\_248\\_271\\_evallyo.pdf](http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/9cf/hk_2019_3_248_271_evallyo.pdf) (accessed 23.05.2020). (In Russ.)
- 14 Evallyo V.D. Muzei onlajn [Online museums]. *Iskusstvo v kontekste pandemii: mediatizaciya i diskurs katastrofizma* [Art in the context of a pandemic: the mediatization and the discourse of catastrophism], ed. by A.A. Novikova, E.V. Salnikova, V.D. Evallyo. Moscow, Izdatel'skie resheniya Publ., 2020, pp. 476–498. (In Russ.)
- 15 Yurgeneva A.L. Zhivopisnoe proizvedenie kak universal'nyj mul'timedijnyj sloj [A painting as a universal multimedia layer]. *Nauka televideniya* [The Art and Science of Television], 2019, no. 15, issue 3, pp. 127–144. (In Russ.)
- 16 Yureneva T.Yu. Muzej v mirovoj kul'ture [Museum in World Culture]. Moscow, Russkoe slovo – RS Publ., 2003. 532 p. (In Russ.)
- 17 Budge K., Burness A. Museum objects and Instagram: agency and communication in digital engagement. *Continuum*, 2018, vol. 32, issue, pp. 137–150. DOI: 10.1080/10304312.2017.1337079.
- 18 Ferriero D.S. Information policy, Census and National Archives of the House Committee on Oversight and Government Reform. History museum or records access agency? Defining and fulfilling the mission of the National Archives and Records Administration: Hearing before the Subcommittee on Information Policy, Census, and National Archives of the Committee on Oversight and Government Reform, House of Representatives, One Hundred Eleventh Congress, first session, December 16, 2009. Washington, U.S. G.P.O., 2012. 92 p. Available at: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.31822038361523&view=1up&seq=14> (accessed 16.09.2020).
- 19 Hoelzl I. Screens – the place of the image in digital culture. *Leonardo*, 2012, vol. 45, no. 5, pp. 474–475.
- 20 Hylland O.M. Even Better than the real Thing? Digital Copies and Digital Museums in a Digital Cultural Policy. *Culture Unbound*, 2017, vol. 9, issue 1, pp. 62–84. Available at: <http://www.cultureunbound.ep.liu.se> (accessed 23.05.2020).
- 21 Marty P.F. Museum Websites and Museum Visitors: Before and After the Museum Visit. *Museum Management and Curatorship*, 2007, vol. 22, issue 4, pp. 337–360. DOI: 10.1080/09647770701757708.
- 22 Pagano A., Pietroni E., Cerato I. User experience evaluation of immersive virtual contexts: the case of the virtual museum of the Tiber Valley project. *International Conference on education and new learning technologies, Conference Paper*, March 2017, pp. 1–11. DOI: 10.21125/edulearn.2017.1735.
- 23 Perry S., Roussou M., Economou M., Young H., Pujol L. *Moving beyond the virtual museum: Engaging visitors emotionally*. 23rd International Conference on Virtual System & Multimedia (VSMM). Dublin, 2017, pp. 1–8. DOI: 10.1109/VSM.2017.8346276.
- 24 Ross P. *Recoding the Museum: Digital Heritage and the Technologies of Change*. London, Routledge, 2007. 192 p. DOI: 10.4324/9780203347485.
- 25 Roussou M., Pujol L. The museum as digital storyteller. Collaborative participatory creation of interactive digital experience. *MW2015: Museum and the Web*, 2015. Available at: <https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/the-museum-as-digital-storyteller-collaborative-participatory-creation-of-interactive-digital-experiences/> (accessed 23.05.2020).
- 26 Vaz R.I., Fernandes P.O., Veiga A.C. Interactive Technologies in Museums: How Digital Installations and Media Are Enhancing the Visitors' Experience. *Handbook of Research on Technological Developments for Cultural Heritage and eTourism Applications*, Rodrigues J.M., Ramos C.M., Cardoso P.J., & Henriques C. (Eds.). Hershey, PA, IGI Global, 2018, pp. 30–53. DOI: 10.4018/978-1-5225-2927-9.ch002.