

Культура и искусство

Правильная ссылка на статью:

Кириллова Н.Б., Ляпустина П.А. Трансформация деятельности музея как социокультурного института в цифровую эпоху // Культура и искусство. 2025. № 11. DOI: 10.7256/2454-0625.2025.11.76883 EDN: JPZTFX URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=76883

Трансформация деятельности музея как социокультурного института в цифровую эпоху

Кириллова Наталья Борисовна

ORCID: 0000-0002-9187-7080

доктор культурологии

профессор; кафедра культурологии и социально-культурной деятельности; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

620083, Россия, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Ленина, 51, оф. 416

✉ urfo@bk.ru



Ляпустина Полина Александровна

ассистент; кафедра культурологии и социально-культурной деятельности; ФГАОУ ВО "Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина"

Россия, Свердловская обл., г. Екатеринбург, пр-кт Ленина, д. 51 ауд. 416

✉ lyapu.poly@yandex.ru



[Статья из рубрики "Культурное наследие, традиции и инновации"](#)

DOI:

10.7256/2454-0625.2025.11.76883

EDN:

JPZTFX

Дата направления статьи в редакцию:

21-11-2025

Аннотация: Предмет исследования в статье – трансформация функций музея как социокультурного института в цифровую эпоху. Эволюция деятельности музея как центра хранения исторически значимых реликвий приобретает в условиях цифровизации более объемное содержание, обеспечивая влияние новых музейных технологий на реальный культурный процесс. Опираясь на работы известных отечественных и зарубежных исследователей, авторы проводят культурологический анализ модификации

современного музея в условиях цифровизации. Цель статьи – доказать, что благодаря сетевым технологиям значительно расширились функциональные возможности музея, который из хранилища артефактов прошлого все больше превращается в открытое интерактивное пространство, ориентированное на диалог с посетителями, пробуждение их творческой активности и интеллектуального потенциала. Сетевые формы электронного взаимодействия стали создавать реальные перспективы обновления и развития многообразных культурных практик и социальных отношений. Материалы и методы исследования основаны на междисциплинарном подходе к изучению процессов трансформации деятельности современного музея как социокультурного института. Методологической базой являются теория музейной коммуникации, теория репрезентации культурно-исторической памяти ("memory studies"). Научная новизна исследования определяется спецификой постановки самой научной проблемы, связанной с анализом трансформации деятельности современного музея и методологией ее решения: актуализируется проблема виртуализации музейного пространства как фактора репрезентации и сохранения культурной памяти, рассматривается модификация музея как своеобразной модели коммуникативной культуры, выявляются его новые социальные функции в условиях медиатизации общества и развития креативных индустрий, определяется система механизмов влияния на социум и личность. Авторы доказывают, что взаимодействие музея с новыми медиа и его виртуализация превращают музейное пространство в своеобразную модель коммуникативной культуры, повышая его статус как актуального социального института в структуре современной креативной экономики. Виртуальные музеи, являясь новым пространством современной культуры, нуждаются в более глубоком изучении коммуникативной идеологии как научной парадигмы.

Ключевые слова:

музей, социокультурный институт, цифровая эпоха, культурно-историческое наследие, новые медиа, цифровизация, виртуальный музей, коммуникативная культура, диалог культур, креативная индустрия

Введение

Креативный потенциал музея в цифровую эпоху связан с модификацией музейного пространства и с трансформацией функций музея как социокультурного института. Благодаря сетевым технологиям, музей из хранилища и обозрения артефактов прошлого превратился в открытое интерактивное пространство, вовлекающее посетителя в диалог и взаимодействие. Процессы трансформации музея в условиях цифровизации – в исследовательском поле представителей разных гуманитарных наук: культурологии и музееведения, социологии и педагогики, что делает проблему развития современного музея особенно актуальной.

Так, З. Бонами, сравнивая традиционный (публичный) музей с модернизированным, подчеркивает, что в первом «коммуникация носила характер технологического процесса», для чего было достаточно «распределить все экспозиции по местам и снабдить их этикетками» [\[1, с. 188\]](#). А второй, трансформирующийся в 1980-е – 1990-е годы в музей нового типа, – это «особая информационно-коммуникационная система, производящая и транслирующая информацию», что вполне соответствует идеям развития информационного общества. Данный подход, по мнению исследователя, «дает представление о том, как с помощью разных музейных объектов, выступающих в

качестве “знаков” и “символов” готовится музейное сообщение и каким образом оно “читается” или “дешифруется” получателями, то есть посетителями музея» [Там же].

Это доказывает, что история модернизации музейного пространства связана с эволюцией форм классического музея, превращением его из традиционного социокультурного института в своеобразную модель коммуникативной культуры, инновационная стратегия которой – интерактивность как форма обратной связи и диалога с посетителями. При этом базовая для феномена музея «проблема культурной идентичности, как утверждает Т.М. Трошина, становится особенно актуальной сегодня в ситуации возросшей значимости музея... как места самоидентификации личности через культуру» [\[2, с. 199\]](#). Схематизируя выводы о функциях музея в современной медиасреде, Т. М. Трошина предложила следующую формулу: «наследие + интерактивность музеев + медиасреда + национальные программы = культурной самоидентификации личности гражданина новой России» [Там же, с. 207]. На основе данного синтеза музей, возвращаясь к своим истокам, превращается в «полифункциональный, мультимедийный общественно значимый институт». Таким образом, музейная репрезентации в электронной культуре – это возможность обращения к прошлому в форме, которая сочетает в себе высокий уровень образного и интеллектуального представления информации о прошлом.

Исходя из сказанного, цель данного исследования – доказать, что современный модернизированный (в том числе виртуальный) музей ориентирован не только на сохранение культурно-исторических традиций, но и направлен на духовное развитие посетителей, повышение их творческой активности и интеллектуального потенциала.

Полифункциональность музея в цифровую эпоху

Рассматривая новые функциональные возможности музея в условиях цифровизации его пространства, обратимся к его классическому определению: «Музей (лат. *museum* от греч. *museion* – храм муз) – культурная форма, исторически выработанная человечеством для сохранения, актуализации и трансляции последующим поколениям наиболее ценной части культурного и природного наследия» [\[3, с. 55-56\]](#).

Что касается виртуального музея, который является итогом цифровизации современной культуры, то его можно рассматривать как «свидетельство появления нового медийного социально-культурного поля, рожденного технологическим и информационным взрывом» [\[4, с. 38\]](#). Сетевые формы электронного взаимодействия стали создавать реальные перспективы обновления и развития многообразных культурных практик и социальных отношений. По мнению американского социолога М. Кастельса, «мы живем в условиях культуры виртуальной реальности. Именно это отличает культуру информационной эпохи: через виртуальность мы в основном и производим наше творение смысла» [\[5, с. 237\]](#). А исследователь Т. Роппола доказывает, что музей как институциональное явление служит «одним из ключевых факторов системы социального воспроизводства, помогая конструировать, синтезировать различные аспекты и понятия художественной реальности» [\[6, с. 43\]](#).

В условиях виртуализации музейного пространства, когда образы доминируют над реальностью, “симулируют” историю и действительность, сохранение глубинной связи времен посредством расширения музейной практики выступает одним из смыслообразующих элементов человеческого сознания и аксиологической мерой деятельности. Следует согласиться и с мнением медиолога Л. Мановича, который утверждает, что необходимо знать «визуальный язык компьютера как новую форму

описания культурных артефактов, опыта и динамики... Визуальные измерения лучше, чем человеческие языки, передают цвет, текстуру, контуры и другие характеристики музейных объектов» [\[7\]](#).

Развитие новой антропотехнической реальности и сетевого (цифрового) общества привели к трансформации самой организации музейного пространства. В современном медиатизированном музее существуют не только реалии физических объектов (причем, предметная коммуникация все чаще отходит на второй план), но и специфическое виртуальное пространство, содержащее как информационно-визуальный, так и программно-сервисный компонент. Актуальными становятся как интерактивные экскурсии, включающие диалоги с публикой, так и мастер-классы, викторины и другие проявления интерактивности. Музейные сайты также приобретают более интерактивный характер. То есть современный музей все чаще превращается в открытое коммуникативное пространство.

Новый тип музея в полном смысле слова стал восприниматься как уникальное явление современной коммуникативной культуры. Не случайно этот вопрос в XXI веке стал объектом интенсивного изучения как зарубежных, так и отечественных исследователей. Так, М. А. Беляева и Т. А. Ладыгина рассматривают современный музей в контексте новых коммуникационных технологий [\[8\]](#). Для З. А. Бонами, как мы отметили, он интересен с точки зрения эволюции своего статуса и языка общения с посетителями. Д. С. Василина считает виртуальный музей особым «феноменом современной культуры», констатируя, что это «пространство, использующее интерактивные возможности на электронных носителях, позволяющее пользователю "перемещаться" среди трехмерных залов и знакомиться с необходимыми изображениями и сведениями» [\[9, с. 97\]](#). А. Е. Н. Шапинская, анализируя функционирование музея в условиях рынка, воспринимает современный музей как составную часть креативных индустрий и «экономики впечатлений» [\[10\]](#).

Музей является базовой структурной моделью культуры, которая обеспечивает человеку осмысленное существование. Процесс медиатизации общества и формирование сетевой парадигмы привели к тому, что современная коммуникативная культура, основанная на интенсификации обмена образами и идеями, стала нести в себе признаки «единовременья» и «безвременья». По мнению Л.В. Нургалеевой, судьба музея как социального института обнаруживает два принципиальных подхода в этическом отношении к прошлому. Первый заключается в том, чтобы рассматривать прошлое как «абсолютную самодовлеющую ценность», независимо от того, как это прошлое функционирует в настоящий момент. Второй можно определить как «утилитаризм»: прошлое оценивается с точки зрения его актуальности, его «современной значимости». Оба типа ценностных ориентаций определяют как стратегии будущего, так и формы сохранения культурного наследия в сетевом обществе, «формируя новую коммуникационную парадигму», которая заключается в программах коллективного и индивидуального поиска разных форм взаимодействия в практике функционирования виртуальных музеев [\[11\]](#).

Об этом же размышляет А. Н. Балаш, рассматривая особенности репрезентации в перформативном музее [\[12, с. 6\]](#). Особый вопрос – модернизация сферы музейной деятельности в условиях рынка. Эта проблема активизировалась в начале XXI века, когда в стране одна за другой прошли конференции, посвященные реалиям и будущему музея: «Музейная коммуникация» (2002) и «Музей между миссией и рынком» (2003),

организованные Центральным музеем современной истории России; «Музей и рынок» (2006) и «Образ и понятие в художественном музее» (2007), организованные Эрмитажем. Эти конференции актуализировали проблемы реализации новой модели музейной коммуникации в его современной практике. Как известно, именно коммуникационный подход к музейному делу в процессе культурной самоидентификации территорий породил такую массовую интерактивную акцию как «Ночь музеев», приуроченную к Международному Дню музеев. Впервые эта акция была проведена в Берлине в 1997 году; в России право первенства принадлежит Красноярскому музейному центру (2002); в Санкт-Петербурге «Ночь музеев» прошла в 2006 году, а в Москве и Екатеринбурге в 2007. С тех пор эта акция в стране проходит повсеместно.

Необходимым условием для посетителей музея является способность понимать «язык вещей», а для создателей экспозиции – умение выстраивать с помощью экспонатов невербальные пространственные «высказывания». Виртуализация способствует интерактивности, то есть участию посетителя в процессе, диалогу между искусством и зрителем и становится важной составляющей современной музейной коммуникации. Во многих музеях внедряются мобильные приложения, используются интерактивные гиды, проводятся мультимедийные выставки. Это значит, что виртуализация радикально изменила сам способ организации музейного пространства и его внутренней структуры [\[13, с. 169\]](#). Результатом стало усиление новых функций музея – исследовательской, социокультурной, образовательной. Сегодня в виртуальном пространстве можно не только познакомиться с коллекцией, находящейся в музее в другой стране, но и увидеть те предметы, которые хранятся в его фондах и недоступны зрителю.

Известно, что первыми медиатизированными музейными пространствами стали Нью-Йоркский музей современного искусства, музей Метрополитен (США), парижский Лувр, Эрмитаж, Третьяковская галерея, Государственный Русский музей, флорентийская галерея Уффици и другие музеи мира. Интернет как пространство свободной глобальной коммуникации в значительной степени определил популярность многих музеев. К примеру, проект «Русский музей: виртуальный филиал» стал в начале 2000-х гг. информационно-образовательным Центром, открывшимся во многих региональных учреждениях культуры и образования. Виртуализация музея дала возможность любому пользователю интернета посетить Лувр или Эрмитаж, находясь при этом в разных точках земного шара. Отметим также, что в 2015 году в Москве, а с 2017 года во многих регионах России стали открываться исторические парки «Россия: моя история» (сегодня этот проект функционирует в 26 городах страны). Добавим еще один факт: в условиях пандемии медиапроект «Эрмитаж. Погружение в историю» стал самым массовым явлением такого виртуального путешествия, победив в номинации «Бренд 2020 года». Сегодня Эрмитаж как многовековой разносторонний музейный комплекс занимается образовательной деятельностью на разных социальных медиаплатформах и на своем сайте.

Музей как модель коммуникативной культуры

Итак, современный музей стал именно той институциональной структурой, которая содержит в себе равновесие между «экспансией» современных медиатехнологий и социальным потенциалом личности, открытой для коммуникации и ответственной перед будущим. В новом медийном пространстве музей расширяет свою коммуникационную деятельность, превращаясь из очага хранения культурных ценностей в процесс творческого взаимодействия индивидуумов, объединенных интересами не только интеллектуального познания исторических артефактов, но и конструирования

оригинальной картины мира. Это подтверждает тезис М. Кастельса о том, что «в пределах сетевого общества, разрушающего привычные представления о пространстве и времени, виртуализация культурного пространства обретает свой реальный смысл» [\[5, с. 151-152\]](#).

Реалиями современных музеев являются как модернизация форм их социокультурной деятельности, как и тот факт, что они функционируют в условиях рыночной экономики. В связи с этим и крупные столичные музеи, и музеи российской глубинки сегодня живут схожими проблемами – посещаемости, окупаемости, доходами от торговли сувенирной продукцией и т.д. Все это свидетельствует, что музейная деятельность сегодня – составная часть «креативной экономики».

Еще одной проблемой является тот факт, что в XXI веке под влиянием Интернета и цифровых технологий не только государственные средства массовой коммуникации теряют свое сакральное право на создание и распространение информации, у государственных музеев тоже появились конкуренты – частные лица и организации, для которых сохранение культурной памяти является разновидностью их деятельности, а цифровые технологии создают благоприятные условия для этого. Одиночки, как правило, – это коллекционеры с самыми разными сферами интересов или подвижники, увлеченные сохранением региональной или семейной истории. Среди организаций также есть те, которые сохраняют и оцифровывают свою летопись, делая это во имя корпоративной идентичности и укрепления собственного бренда, либо те, кто в имиджевых целях инвестирует средства в создание разных дорогих музейных коллекций.

И если в советский период роль музеев была идеологизирована и «приватизирована» государством, то в последние десятилетия у российских музеев, по мнению А.В. Смирнова, появилась возможность самим определять, как «контент культурной памяти будет транслироваться в общественное сознание, и насколько активно музей будет включен в общий процесс коммеморации» [\[14, с. 20\]](#).

Отметим, что Министерство культуры Российской Федерации еще в 1990-е годы инициировало создание Государственного каталога музейного фонда РФ – единого информационного ресурса основных сведений о музейных предметах и музейных коллекциях, хранящихся во всех музеях страны. Работа по созданию госкаталога оказалась непростой и осуществилась только с третьей попытки: первая состоялась в 1996-2009 гг., вторая – в 2009-2013 гг. В настоящее время решается задача – до 2025 года все находящиеся на учете предметы занести в электронный каталог. Сегодня на учете портала «Культура.РФ» в разделе «Музеи» – 5667 объектов [\[15\]](#).

Опираясь на данные российских и международных источников, становится очевидным, что прослеживается общая тенденция к повышению значимости цифровых носителей в мировой и российской индустрии развлечений, позволяя привлечь потребителя и дать ему возможность познакомиться с культурным продуктом дистантно, а затем рассчитывать и на очный диалог. Эту цель преследуют и проекты современного виртуального музея, что делает его знаковым явлением креативной индустрии.

Проведенное авторами исследование проиллюстрировало ряд проблем, связанных с модернизацией музейного пространства и функционированием виртуального музея как специфического социокультурного института цифровой эпохи и новой модели коммуникативной культуры. Результатом медиатизации музейного пространства становится усиление социокультурной, исследовательской и образовательной функций музея, что наглядно продемонстрировали виртуальные практики ведущих музеев России

и мира. Однако самым распространенным среди исследований является подход к интерактивному музею как к явлению, не просто качественно новому, а совершенно иному по сравнению с музеем традиционным. Интересна в этой связи точка зрения А. Галози, который предложил реальные и виртуальные музеи рассматривать «как разные сущности, находящиеся в одном континууме культуры, а не в противоположных углах построения реальностей», утверждая тем самым, что эти две музейных формы являются частью одной и той же музейной парадигмы» [16]. Следует признать и тот факт, что виртуальные музеи, являясь новым пространством современной медиакультуры, нуждаются в более глубоком изучении своей коммуникативной функции как научной парадигмы.

Необходимо обратить внимание и на подготовку специалистов для работы в музее нового типа. Нестандартный вариант обучения культуролога-музееведа вошел в практику кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, на базе которой в 2021-2022 гг. в учебную программу магистратуры было введено новое направление «Современный музей и творческие индустрии». Его цель – подготовка профессиональных менеджеров – организаторов музейного дела, а также специалистов по музейной педагогике, занимающихся вопросами образования и воспитания учащейся молодежи. В 2022 году кафедра культурологии и социально-культурной деятельности УрФУ инициировала проведение в Екатеринбурге межрегиональной научно-практической конференции молодых ученых «Институты культуры и творческие индустрии как факторы социокультурного развития информационного общества», которая собрала более ста музееведов, педагогов, аспирантов и студентов, объединившихся с целью разработки перспектив развития региональных музеев в условиях глобализации и цифровизации. Этой же проблеме была посвящена Международная научная конференция, проведенная в УрФУ 14-15 ноября текущего года по теме «Культурная память как объект изучения гуманитарных наук».

Выводы

Подводя итоги исследования, можно отметить следующее. Взаимодействие современного музея с новыми медиа и виртуализация музейного пространства являются перспективной формой его бытия, формой расширения его функций как культурного института и важного фактора сохранения культурно-исторического наследия в информационном пространстве социума. Реорганизация традиционного музея в своеобразную модель коммуникативной культуры не только повышает его статус в процессе культурного развития общества, но и расширяет его социальные функции в системе творческих индустрий, в образовательно-воспитательном процессе школ и вузов, способствуя формированию творческой, креативной личности.

Библиография

1. Бонами З.А. Как читать и понимать современный музей. Философия музея. Москва: АСТ, 2018. 224 с.
2. Трошина Т.М. Музы и звезды: сборник статей / Ред.-сост. Е. Южакова. Москва; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. 274 с.
3. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. № 5. С. 55-56. Режим доступа: http://museumstudy.ru/wp-content/uploads/2015/12/slovar_actualnuh_teminov.pdf (дата обращения 20.10.2025).

4. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования. Кол. монография / Под ред. Н. Б. Кирилловой. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 292 с.
5. Кастельс М. Галактика интернет. Размышление об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева; Под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
6. Roppola T. Designing to the museum visitor experience. L.-N.Y.: Routledge, 2012. 322 p.
7. Manovich L. Computer vision, human senses, and language of art // AI & SOCIETY. 2020. November 22. DOI: 10.1007/s00146-020-01094-9. EDN: LSNMKL.
8. Беляева М.А., Ладыгина Т.А. Новые музейные коммуникации // Мир науки. Серия: Социология, философия, культурология. 2018. № 4.
9. Василина Д.С. Виртуальный музей как феномен современной культуры // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3 (24). С. 96-102.
10. Шапинская Е.Н. Впечатления на продажу: современные тенденции в культуре потребления // Ярославский педагогический вестник. 2021. № 1 (118). С. 162-169. DOI: 10.20323/1813-145X-2021-1-118-162-169. EDN: OUZQBT.
11. Нургалеева Л.В. Виртуальный музей: новая коммуникационная модель // Информационные технологии и их использование в исследованиях источников по проблемам ментальности евро-азиатских сообществ: Материалы Всероссийской научной конференции. Томск, 2003. Режим доступа: <https://pandia.ru/text/80/279/31805.php> (дата обращения: 15.10.2025).
12. Балаш А.Н. Репрезентация в перформативном музее // Международный журнал исследований культуры. 2022. № 1 (46). С. 6-17. DOI: 10.52173/2079-1100_2022_1_6. EDN: RCPKCP.
13. Кириллова Н.Б., Ляпустина П.А. Практики современного музея как новой модели коммуникативной культуры и вопросы музейной педагогики // Культурология в условиях вызовов XXI века: новые тренды в образовании. Монография. Авторы: Астафьева О.Н., Девятова О.Л., Зубанова Л.Б. и др. Научн. ред. Н.Б. Кириллова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2024. С. 167-185.
14. Смирнов А.В. Современный музей: коммуникация или коммеморация // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3 (24). С. 17-24. EDN: WZJGCF.
15. Культура.РФ. Музеи. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.culture.ru/museums/institutes/location-russia> (дата обращения: 15.10.2025).
16. Gálosi A. Designing Authenticity in Virtual Museum Tours // Papers in Arts and Humanities. 2022. 2(2). С. 1-14. DOI: 10.52885/pah.v2i2.112. EDN: QTMMPV.

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия скрыта по просьбе автора