



modules/shkola/rus_readme.php?archive=1195938639&id=1194960196&start_from=&subaction=showfull&ucat=

2. Mankovskaya N. B. *Estetika postmodernizma = Esthétique postmoderne [Postmodernism esthetics]*. St. Petersburg, Aletheia Publ., 2000. 347 p.

3. Ogurtsov A. P. Postmodernistskii obraz cheloveka i pedagogika [Post-modernist image of the person and pedagogics]. *Chelovek [The Man]*. 2001, No. 3, pp. 5—17; No. 4, pp. 18—27.

4. Petrov A. E. Postmodernistskie kursy DO: praktika [Post-modernist courses of remote education: practice]. *Voprosy Internet obrazovaniya [Questions education Internet]*. 2003, No. 13—14.

5. Deleuze G., Guattari F. *Rhizome. Introduction*. P., 1976.

6. Orenstein A. C., Hunkins F. P. *Curriculum — foundations, principles, and issues*. Needham Heights, MA, 2003. P. 188.

*

В ИРТУАЛЬНЫЕ МУЗЕИ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

УДК 069:004.738.5

Т. Е. Максимова

Московский государственный институт культуры

Статья посвящена аналитическому обзору публикаций, прямо или косвенно связанных с виртуальными музеями. Виртуальные музеи представляют собой новый феномен культуры, обязанный своим появлением информационным технологиям. В статье показано, что к проблеме виртуальных музеев и к определению этого понятия существует несколько подходов. Виртуальные музеи можно рассматривать как часть медиакультуры, как особый вид публикации и как новую форму коммуникации, направленную на улучшение понимания человеком окружающего мира. Зарубежным авторам исследований, посвящённых виртуальным музеям, свойственно интегративное понимание термина «виртуальный музей», выходящее далеко за рамки музееведения и сайтов традиционных музеев. Кроме того, в настоящее время виртуальные музеи широко представлены в социальных медиа: социальных сетях, блогах и т.д.

Ключевые слова: виртуальный музей, цифровой музей, музей-онлайн.

T. E. Maksimova

Moscow State Institute of Culture, Ministry of Culture of the Russian Federation (Minkulturny),
Bibliotechnaya str., 7, 141406, Khimki city, Moscow region, Russian Federation

VIRTUAL MUSEUMS: AN ANALYTICAL REVIEW OF FOREIGN PUBLICATIONS

Article is devoted to analytical review of the publications linked to the virtual museums. Virtual museums are a new cultural phenomenon that appeared thanks to information technology. The author shows that to the problem of virtual museums and to the definition of this term there are several approaches. Virtual museums can be considered as part of media culture, a kind of publication and a new form of communication. Foreign authors describe virtual museums as a phenomenon that goes far beyond the traditional sites of museology and museums. In additions now the virtual museums are widely presented in social media: social networks, blogs, etc.

Keywords: virtual museum, digital museum museum online.

МАКСИМОВА ТАТЬЯНА ЕВГЕНЬЕВНА — докторант кафедры истории, истории культуры и музееведения социально-гуманитарного факультета Московского государственного института культуры

MAKSIMOVA TATYANA EVGENYEVNA — doctoral candidate of Department of history, cultural history and museology, Faculty of Social Studies and Humanities, Moscow State Institute of Culture

e-mail: maksimova-t@list.ru
© Максимова Т. Е., 2015



Тема виртуальных музеев активно обсуждается в различных областях социально-гуманитарного знания: в культурологии, социологии, политологии, музееведении.

В настоящее время можно констатировать тот факт, что существует множество подходов к определению роли виртуальных музеев в социокультурных процессах России и мира. Это обусловлено прежде всего отсутствием общепринятой дефиниции «*виртуальный музей*». В зависимости от своей научной позиции учёные трактуют этот термин совершенно по-разному.

Разнообразие трактовок вызвано тем, что виртуальные музеи, как культурная форма, отличаются большим многообразием видов и постоянно модифицируются, что затрудняет разработку их теоретической концепции.

Следствием этого является научная ситуация, при которой спектр научных позиций, мнений и предложений, которые имеются в области исследования виртуальных музеев, весьма широк.

Методом отбора публикаций для данной статьи явилось выборочное исследование массива научных работ, связанных с виртуальными музеями, которые автор статьи систематически изучала, начиная с 2011 года.

Основой выборки послужило наиболее частое упоминание представленных работ в профильных исследованиях и в справочном материале.

Изложение материала статьи сгруппировано по проблемному принципу: исследователи, изучающие виртуальные музеи, как правило, работают в междисциплинарном поле, и весь изученный массив публикаций может быть достаточно условно сгруппирован в два узловых блока.

В первый блок публикаций включены теоретические работы, посвящённые общим социокультурным проблемам современных информационных технологий и их взаимодействию с пользователями. Виртуальные музеи обязаны своим появлением именно информационным технологиям и представляют собой информационную систему, интернет-ресурс,

обеспечивающий определённые визуальные, звуковые и текстовые эффекты.

Во втором блоке проанализированы работы, непосредственно касающиеся проблематики виртуальных музеев.

Мы под термином «*виртуальный музей*» понимаем такой цифровой информационный ресурс, который находится в свободном доступе в сети Интернет, позволяет изучать культурно-исторический материал и обладает определёнными средствами коммуникации: обратной связью с пользователями и т.д.

Среди теоретических работ особенно актуальными для исследования феномена виртуальных музеев являются работы М. Кастельса [см.: 1; 11]. В последних работах он представил новаторский анализ новых культурных форм и движений, порождённых мобильными информационными технологиями, и показал, что мобильный Интернет произвёл революцию в мировой коммуникации. Развитие мобильных технологий, диктуя свои правила, ведёт к реструктуризации всей информационной отрасли и меняет самого человека: с одной стороны, у него резко модифицируется восприятие информации, а с другой — значительно увеличиваются возможности её изменения. Виртуальные музеи, хотя и не занимают ведущие позиции в освоении мобильных информационно-технологических новшеств, в настоящее время активно встраиваются в новые условия. Они завоёвывают своё место в мобильных гаджетах, таких как смартфоны и планшеты, которые широко распространены в молодёжной среде.

Виртуальные музеи, существующие в сети Интернет, являются неотъемлемой частью медиакультуры, представляя собой культурную форму, прямо связанную с современными медиа. Поэтому необходимым звеном «теоретического» блока публикаций являются исследования медиа. Важнейшую роль в эволюции теории медиа сыграл М. Маклюэн [2; 3], получивший известность благодаря исследованию воздействия электрических и электронных средств коммуникации на человека и общество. Его работы, опубликованные в 60-х



годах прошлого века, по-прежнему сохраняют свою актуальность, способствуя пониманию сложности такого культурного объекта, как виртуальный музей.

Одной из новейших концепций средств массовой коммуникации является теория «новых медиа», то есть средств массовой информации, использующих в коммуникации цифровые и сетевые технологии. Эта теория начала формироваться на рубеже XX—XXI веков. Л. Манович [10] описывает общие принципы, лежащие в основе «новых медиа», такие как представление культурных объектов в цифровой форме, возможность автоматического изменения и создания «новых медиа», высокая степень изменчивости, позволяющая существовать медиа-объектам в нескольких версиях, влияние «логики компьютера» на понимание и восприятие человеком медиа-объектов. Все эти принципы лежат в основе функционирования виртуальных музеев.

Польские исследователи «новых медиа» Б. Щивински, Д. Дабровски [12] характеризуют их как феномен, обеспечивающий интерактивную обратную связь с пользователями, что содействует творческому участию пользователей в процессе коммуникации. Именно творческий потенциал «новых медиа», с нашей точки зрения, является одним из важнейших аспектов этого явления, имеющего прямое отношение к виртуальным музеям. Творчество в процессе межличностной коммуникации, личная и коллективная импровизация создателей и посетителей виртуальных музеев, использующих «новые медиа», — всё это способствует повышению творческой активности населения.

Интерактивность, как важнейшее свойство «новых медиа», проанализирована в работах многих авторов, например в работах Д. Крото, В. Хойнс [6]. Эти исследователи отмечают, что сегодня в общем любой человек может создать интернет-ресурс, творчески работая с изображением, звуком и текстом. Эта мысль полностью подтверждается такой культурной формой, как виртуальные музеи, создатели которых активно используют все возможно-

сти «новых медиа» для создания своих коллекций.

Следующий — основной и центральный — блок публикаций составляют работы, связанные непосредственно с виртуальными музеями. Исследовательская позиция авторов, изучающих эту проблематику, во многом определяется их пониманием термина «*виртуальный музей*». Подробный анализ различных определений понятия «виртуальный музей» дан в нашей монографии, выпущенной в 2014 году [см.: 4, с. 44—59].

Кратко отметим, что музейеведы склонны рассматривать виртуальные музеи как представительства в Интернете традиционных музеев или как цифровые коллекции реальных музеев. Такой подход является исходным во временном аспекте, однако во многих отношениях не учитывает реалии сегодняшнего дня. Исследователи, больше связанные с компьютерными технологиями, считают виртуальные музеи типом веб-сайта или видом цифровых творений, указывая, что виртуальные музеи обязаны своему развитию сети Интернет и мультимедийным технологиям. Такая точка зрения была сформулирована в 90-х годах прошлого века.

В последнее время, когда массово распространились мобильные гаджеты, многие представители социально-гуманитарного знания, в том числе и музейеведы, начали расценивать виртуальные музеи как новую модель коммуникации, то есть как способ общения и взаимодействия, направленный на улучшение понимания окружающего мира [15]. Эта позиция представляется нам весьма конструктивной и актуальной, ведь коммуникация — это основа всей современной культуры.

Вероятно, можно прогнозировать, что с дальнейшим совершенствованием информационных технологий, компьютерных продуктов и программного обеспечения понятие «виртуальный музей» наполнится новыми смыслами.

Различие позиций авторов при трактовке термина «виртуальный музей» наглядно проявляется при анализе истории создания



виртуальных музеев. Музееведы рассматривают историю виртуальных музеев в русле того представления, что виртуальный музей — это эволюционирующая форма реального музея, явление, производное от традиционного музея и, соответственно, более позднее по времени. С этой точки зрения история создания виртуальных музеев выстраивается вдоль линии внедрения информационных технологий в музейную практику. Безусловно, такая точка зрения имеет право на существование: оцифрованные коллекции традиционных музеев и их сайты вызывают широкий общественный интерес.

Так, по оценке А. Я. Ноля, ещё в начале 1960-х годов зарубежные музейные специалисты начали использовать компьютеры для обработки данных о музейных коллекциях [5, с. 16]. Однако виртуальные музеи далеко не всегда создаются на базе традиционных музеев: их массово учреждают немuseumные организации и частные лица.

Другой подход к истории виртуальных музеев, широко распространённый в зарубежных, особенно англоязычных, научных кругах, базируется на позиции, что виртуальный музей — это феномен, существующий в сети Интернет и неразрывно с ним связанный. С этой точки зрения первые виртуальные музеи появились в начале 1990-х годов, например Museum of Computer Art (МОСА), основанный в 1993 году. Джонатан П. Боуэн [8] в качестве «исторического рекорда» среди виртуальных музеев, открытых частными лицами, упоминает виртуальный музей WebLouvre, созданный французским студентом Николя Пиошем (Nicolas Pioch) в 1994 году. Тогда же, в начале 1990-х годов, появился и сам термин «виртуальный музей». Сначала его использовали именно по отношению к таким «неофициальным» музейным ресурсам. Особую ценность исследованиям Дж. П. Боуэна, специалиста в области информационных технологий, придаёт тот факт, что он не только изучает виртуальные музеи как исследователь, публикуя единолично и в соавторстве работы на эту тему [см. на-

пример: 9], но и лично создал в 1994 году первый в мире каталог музеев, существующих онлайн.

К исследованиям виртуальных музеев обращались многие авторы из Великобритании, Германии, Италии, США, Турции и других стран, например: М. Виллингер (1999), В. Швайбенц (2001), Т. Фюрстнер (2003), Г. Маиер, Т. Фрицке (2004), Е. Гиациарди (2004), А. Гранелли, Ф. Трацло (2006), Ц. Щелгер-Барбоза (2001), Г. Азоулаы (2003), А. Матей (2007), Дж. П. Боуэн (2010), Г. МкКенн, Ц. Де Лооф, Е. Бонацини (2011), Э. Кыяк, Дж. Ясар, И. Алтынолук, Э. Улугергерли, А. ве Чалык (2012) и др.

Опыт работы по виртуализации музейной и выставочной деятельности также обобщён во многих зарубежных публикациях, но их анализ мы представим в другой статье.

Одной из первых работ на тему виртуальных музеев следует считать написанную в 1999 году магистерскую диссертацию в области информационных наук немецкого исследователя М. Виллингера [14]. Он справедливо отмечает, что, в отличие от цифровых архивов и библиотек, виртуальные музеи вовсе не ставят перед собой цель донести до пользователя «истинное» изображение реального прототипа экспоната. Наше собственное исследование виртуальных музеев подтверждает эту мысль: виртуальные музеи используют Интернет и информационные технологии больше для выражения концепции создателей музея, чем для достижения буквальной точности передачи оригинала.

С нашей точки зрения, вполне можно согласиться с другим немецким исследователем Т. Фюрстнером [13]. В 2003 году он высказал мнение о том, что виртуальный музей не должен копировать музей традиционный, вместо этого ему надо расширять функциональные возможности традиционного музея и увеличивать информативность музейного пространства.

Возражая оппонентам виртуальных музеев, обвиняющих их в «отсутствии подлинности», итальяно-американская исследователь-



ница виртуальных музеев Е. Гиациарди [7] отмечает, что любой традиционный музей, в принципе, является в определённом смысле «виртуальным», потому что показывает вещи, «вырванные» из их естественной среды происхождения, из той «реальности», для которой они были созданы. Поэтому любой экспонат любого традиционного музея транслирует совсем не те смыслы, которые были изначально заложены в оригинал. По мнению Е. Гиациарди, многие современные виртуальные музеи, существующие в Интернете, представляют собой своеобразный дневник, «публичный журнал» [7, р. 36], индивидуальный или коллективный рассказ о чём-либо. Ведение такого журнала, предполагающее работу с полным спектром мультимедиа — изображением, звуком, текстом, компьютерным дизайном, в значительной мере способствует развитию индивидуального и коллективного творчества. С нашей точки зрения, такой взгляд на виртуальные музеи представляется вполне правомерным. Кроме того, Е. Гиациарди рассматривает консолидирующую функцию виртуальных музеев, показывая на конкретном примере, как работа над региональным виртуальным музеем (краеведческим) объединила людей старшего и младшего поколений.

По нашему мнению, большим достоинством работ зарубежных авторов, посвящённых виртуальным музеям, является интегративное

понимание термина «виртуальный музей», не сводящееся к рамкам музееведения и сайтам традиционных музеев.

В настоящее время виртуальные музеи активно проявляют себя в «социальных медиа»: в социальных сетях, блогах и т.д. Существует значительное число исследований российских и зарубежных авторов, посвящённых проблематике социальных медиа. Среди зарубежных авторов следует упомянуть таких авторов, как Т. Ахлявист, А. Бэцк, М. Халонен, С. Хеинонен (2008), А. М. Каплан, М. Хаенлеин (2010), Й. Х. Киетцманн, К. Хермкенс, И. П. МкКарти, В. С. Силвестре (2011) и др.

К сожалению, подавляющее большинство зарубежных авторов (так же как и российских) говорят о представительствах в социальных сетях только музейных организаций. Между тем в социальных сетях существует множество разнообразных виртуальных музеев, созданных и частными лицами, и организациями немوزهйного профиля.

Как показывает анализ эмпирического материала — виртуальных музеев, а также имеющейся литературы, в настоящее время имеется обширный материал для исследования самих виртуальных музеев и их роли в социокультурных процессах России. К сожалению, хотя сама по себе идея виртуальных музеев не нова, исследования этой проблематики ещё не достигли необходимого уровня научного познания.

Примечания

1. *Кастельс М.* Галактика Интернет : размышления об Интернете, бизнесе и обществе / [пер. с англ. А. Матвеева, под ред. В. Харитонова]. Екатеринбург : У-Фактория : Издательство Гуманитарного университета, 2004. 327 с.
2. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга : становление человека печатающего / пер. И. О. Тюриной. 2-е изд. Москва : Гаудеамус : Академический Проект, 2013. 495 с.
3. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: внешние расширения человека / [пер. с англ. В. Г. Николаева]. Москва : Кучково поле, 2014. 462 с.
4. *Максимова Т. Е.* Виртуальные музеи: типология и функциональная специфика. Москва : Экон-информ, 2014. 160 с.
5. *Ноль А. Я.* Информационные технологии в деятельности музея : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 021000 — Музеология / Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Российский гос. гуманитарный ун-т, Фак. истории искусства, Каф. Музеологии. Москва : Российский государственный гуманитарный университет, 2007. 204 с.
6. *David Croteau, William Hoynes.* Media/Society: Industries, Images, and Audiences. Pine Forge Press, 2003. 409 p.



7. Elisa Giaccardi. Collective Storytelling and Social Creativity in the Virtual Museum: A Case Study. *Design Issues*, 2006, 22 (3). P. 29—41.
8. Jonathan P. Bowen. A Brief History of Early Museums Online. *The Rutherford Journal*, 2010, Volume 3. Available at: www.rutherfordjournal.org/article030103.html
9. Jonathan P. Bowen, Jim Bennett, James Johnson. *Virtual Visits to Virtual Museums*. Available at: www.archimuse.com/mw98/papers/bowen/bowen_paper.html
10. Manovich Lev. *The Language of New Media*. Cambridge, 2001. 394p ; Database as a Symbolic Form. *Convergence*. 1999, June, vol. 5, No. 2, pp. 80—99.
11. Manuel Castells. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge, 2012. 200 p. ; *Communication power*. Oxford/New York, Oxford University Press, 2009. 592 p.
12. Schivinski B., Dąbrowski D. *The Effect of Social-Media Communication on Consumer. Perceptions of Brands*. Gdańsk, 2013. 20 p.
13. Tom Fürstner. *Das virtuelle Metamuseum*. Available at: archive.today/H4jJw
14. Villinger Martin *Zur Virtualisierung von Museen — Angebots- und Organisationsformen*. Available at: kops.uni-konstanz.de/bitstream/handle/123456789/6305/309_1.pdf?sequence=1
15. *Virtual Museums Transnational Network*. Available at: www.v-must.net/sites/default/files/V-Must_introduction_0.pdf

References

1. Kastells M. *The internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press, 2001. (In Rus. ed.: Kastels M. *Galaktika Internet : razmysleniya ob Internete, biznese i obschestve [Galaxy Internet: reflections about the Internet, business and society]*. Ekaterinburg, Ufactory Publ., 2004. 327 p.)
2. McLuhan, Marshall. *The Gutenberg Galaxy*. University of Toronto Press, 1962. (In Rus. ed.: Maklyuen M. *Galaktika Gutenberga: stanovlenie cheloveka pechatayushchego [Gutenberg's galaxy: formation of the person printing]*. Moscow, Gaudeamus Publ., Akademicheskii proekt Publ. [Academic Project Publ.], 2013. 495 p.)
3. McLuhan, Marsh. *Understanding media: the extensions of man* (In Rus. ed.: Maklyuen M. *Ponimanie Media: vnesbnie rasshireniia cheloveka [Understanding of Media: external expansions of the person]*. Moscow, Kuchkovo field Publ., 2014. 462 p.)
4. Maksimova T. E. *Virtual'nye muzei: tipologiya i funktsional'naya spetsifika [Virtual museums: typology and functional specifics]*. Moscow, Ekon-Inform Publ., 2014. 160 p.
5. Nol' L. Ya. *Informatsionnye tekhnologii v deyatel'nosti muzeya [Information technologies in museum activity]*. Moscow, Publishing house of Russian State University for the Humanities, 2007. 204 p.
6. David Croteau, William Hoynes. *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. *Pine Forge Press*, 2003. 409 p.
7. Elisa Giaccardi. Collective Storytelling and Social Creativity in the Virtual Museum: A Case Study. *Design Issues*, 2006, 22 (3). P. 29—41.
8. Jonathan P. Bowen. A Brief History of Early Museums Online. *The Rutherford Journal*, 2010, Volume 3. Available at: www.rutherfordjournal.org/article030103.html
9. Jonathan P. Bowen, Jim Bennett, James Johnson. *Virtual Visits to Virtual Museums*. Available at: www.archimuse.com/mw98/papers/bowen/bowen_paper.html
10. Manovich Lev. *The Language of New Media*. Cambridge, 2001. 394p ; Database as a Symbolic Form. *Convergence*. 1999, June, vol. 5, No. 2, pp. 80—99.
11. Manuel Castells. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge, 2012. 200 p. ; *Communication power*. Oxford/New York, Oxford University Press, 2009. 592 p.
12. Schivinski B., Dąbrowski D. *The Effect of Social-Media Communication on Consumer. Perceptions of Brands*. Gdańsk, 2013. 20 p.
13. Tom Fürstner. *Das virtuelle Metamuseum*. Available at: archive.today/H4jJw
14. Villinger Martin *Zur Virtualisierung von Museen — Angebots- und Organisationsformen*. Available at: kops.uni-konstanz.de/bitstream/handle/123456789/6305/309_1.pdf?sequence=1
15. *Virtual Museums Transnational Network*. Available at: www.v-must.net/sites/default/files/V-Must_introduction_0.pdf

*