

Севастопольский художественный музей им. М.П. Крошицкого: медийные практики

Кайгородцева Софья Сергеевна

Студент (бакалавр)

Филиал МГУ имени М.В.Ломоносова в г. Севастополе, Историко-филологический факультет, Кафедра журналистики, Севастополь, Россия

E-mail: sofia kaygorodtseva@gmail.com

Как динамично развивающийся институт, современный музей реагирует на социальные, культурные и технологические тенденции, характерные для общества, постепенно превращается в гибрид виртуального и реального, что создает обширную площадку для работы дизайнеров, программистов и, в первую очередь, журналистов.

В конце XX века широкое распространение получила теория музейной коммуникации, согласно которой музейный предмет принимается за знак, экспозиция рассматривается в качестве системы знаков, а способ прочтения экспозиции посетителем в большей степени зависит от способа ее построения музейным сотрудником [1]. «Воспринимающий субъект» [2], посетитель, согласно личному культурному опыту, находит в музее благоприятную среду для интеллектуального и эмоционального переживания. В пространстве музея формируется особая картина действительности, «новая реальность», которая создается визуальными средствами: самой экспозицией, афишей, интернет-сайтом, социальными сетями, использованием интернет-платформ. В связи с этим на первый план выходит задача по созданию экспозиций с наибольшей пользой для общества, которые не только давали бы знания, но и «пробуждали вдохновение, порождали надежду, и давали глубокий эмоциональный заряд» [3].

В ходе теоретического исследования были проанализированы медиаресурсы главного художественного музея Севастополя - музея им. М.П. Крошицкого - а также была предложена модель упаковки контента, которая могла бы дополнить рассматриваемую систему. Кроме того, на примере севастопольского художественного музея им. М. П. Крошицкого демонстрируются пути развития выставочного пространства и сохранения постоянной аудитории в нестабильный период пандемии, а также капитального ремонта и реставрации здания.

Первый ресурс (платформа) - главный сайт музея, представляющий основной инструмент интернет-брендинга [4]. Он состоит из нескольких тематических разделов: «Посетителям», «Афиша», «Коллекции», «Музей», «Онлайн». Наиболее ценный раздел, погружающий посетителей в историю искусства - вкладка «Коллекция», в которой содержится краткое описание части экспозиции (западноевропейское искусство, русское искусство XVIII-начала XX веков, советское искусство). На сайте доступны записи прошедших офлайн-лекций, а также аудиогид (часть картин «озвучена» и доступна в специальном приложении izi.TRAVEL) [5]. К еще одному проекту по внедрению технологий дополненной реальности относится виртуальный тур по музею. У музея есть и собственные соцсети: ютуб-канал [6] и группа ВКонтакте [7]. Одна из будущих идей, по воплощению которой еще предстоит огромная работа - кабинет М.П. Крошицкого, рассказывающий историю жизни директора музея. Личные вещи, видеопроекторы, кадры эвакуации коллекции музея во время Великой Отечественной войны будут собраны в иммерсивный проект, который поможет гостям получить «глубокий эмоциональный заряд». Нельзя отрицать, что в непростое время карантина и реставрации главного здания (которая началась в июле 2018-го года)

- «инструменты» медиа помогли удержаться музеем «на плаву», сохранить четкую отметку посещаемости и кроме того, значительно расширить свое внутреннее информационное пространство.

Несмотря на небольшой объем и некоторую незавершенность онлайн экспозиций музея, мы считаем, что совокупность используемых форматов, платформ и ресурсов можно назвать «медиасистемой», хотя, конечно, этот термин характерен для более масштабных медийных образований. Мы считаем, что для развития виртуальной среды художественного музея им. М.П. Крошицкого, не хватает формата лонгрида.

Лонгрид (из англ. long. read - или длительное, долгое чтение) предполагает текст, разбитый на части мультимедийными элементами. Нечто общее он имеет с понятием фотомонтажа (используется в фотожурналистике и предполагает совмещение фотографий или их фрагментов) и музейной развески (взаиморасположение картин по тематическому или историческому признаку). В создании лонгридов поможет метод «междисциплинарных» параллелей. Ведь каждая картина несомненно имеет свою историю, каждое полотно косвенно связано с другими видами искусства. Картина «В коридоре окружного суда» Н.А. Касаткина прекрасно дополнялась бы строками Н.А. Некрасова из поэмы «Кому на Руси жить хорошо» и символическими предметами той эпохи. «Севастополь. Рыбачья бухта» К.А. Коровина - своеобразным экскурсом в жизнь дореволюционного города, «Античный пейзаж» В. Д. Поленова - отрывками из «Илиады» и «Одиссеи» Гомера, или же стихотворением Валерия Брюсова: «Я помню день — как щит лазурный . . .». Каждый лонгрид будет сочетать в себе несколько семантических направлений: исторические факты, литературу, музыку. Когда посетитель подходит к картине, он наводит камеру на QR-код (или подходит к портативным мониторам), запускается лонгрид, и гость открывает для себя новые взаимосвязи. Так происходит «внедрение» в пространство полотна.

Может показаться, что киберпространство постепенно вытеснит «живое» общение с картинами. Однако по словам заместителя директора по научно-исследовательской и фондовой работе музея Л.К. Смирновой, «заменить разговор с подлинным произведением невозможно», ведь только так можно понять, «что художник пытался рассказать об этом мире». Таким образом, музей им. М.П. Крошицкого, оставаясь в авангарде по использованию медиапрактик, сохраняет приверженность традиции, открывает новые возможности для внедрения журналистских форматов и демонстрирует, как найти баланс между виртуальным миром и реальностью.

Источники и литература

- 1) Сапанжа О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации / Сапанжа О. С. // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена [Текст]. - СПб., 2009. - N 103. - С. 245-252.
- 2) Мастеница Е. Н. Эвристический потенциал коммуникационного подхода в музееведении // Современные проблемы межкультурных коммуникаций. – СПб, 2007. – С. 295–302.
- 3) Интерактивные экспозиции: реакция посетителей // Международный журнал Museum (ЮНЕСКО), № 208, 2001 (с.53-59)
- 4) Главный сайт музея им. М.П. Крошицкого: <https://www.sevartmuseum.info/> (дата обращения: 01.02.23)
- 5) Аудиогид: <https://izi.travel/ru/82e2-sevastopolskiy-hudozhestvennyy-muzey-im-m-p-kroshickogo/ru> (дата обращения: 10.02.23)
- 6) Ютуб-канал музея им. М.П. Крошицкого: <https://www.youtube.com/channel/UCdfztU9MdDjtpAPe2Fp33Zg> (дата обращения: 09.02.23)

- 7) Группа Вконтакте музея им. М.П. Крошицкого: <https://vk.com/sevartmuseum> (дата обращения: 12.02.23)