

Специфика музейной коммуникации в условиях медиатизации

Юровская Анна Андреевна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: yurovskayaanna@gmail.com

На сегодняшний день важным социально-общественным процессом становится медиатизация. В связи с чем музеи, как и другие культурные институции, прибегают к переосмыслению своей деятельности: смещают акцент в позиционировании с презентации и хранения знаний на процесс коммуникаций и диалог с посетителем, помимо экспозиционной среды.

В основном изучением музейной коммуникации занимаются музееведы, которые разбирают взаимодействие посетителей с экспозицией. Для нас же важен иной подход: в данном исследовании основной акцент сделан на изучении коммуникации музея со своей аудиторией через формирование информационной среды.

Сегодня ведущей тенденцией в развитии информационной среды является ее глобализация [n4]. Информационное пространство, в котором мы находимся сегодня, располагает большими объемами информации, которые передаются с большой скоростью и распространяются с помощью разных источников в результате чего формируется «медиапространство». Компонент медиа проник в повседневную реальность настолько прочно, что иные социальные процессы, происходящие в обществе, рассматриваются лишь через призму медиапространства [n3]. И именно такое явление получает название «медиатизация».

Трансформация музейной деятельности в условиях медиатизации общества вынуждает говорить о расширении его функций. Понятие «музейная коммуникация» в научный оборот ввел Дункан Камерон. Его работы позволили взглянуть на музей как на место, в котором созданы все условия для общения посетителя.

Отечественные исследователи также говорят о возросшей важности коммуникативной функции, однако теперь важным становится не только общение посетителя с экспонатом. Музей становится медиатранслятором культурных ценностей [n7].

Американский исследователь Джаспер Виссер предлагает говорить о музеях, как о производителях медиа и выделяет три уровня работы музейной коммуникации: 1) новые и традиционные медиа, 2) мероприятия, 3) экспозиции, размещённые в здании [n8]. В отечественной научной среде музейную коммуникацию в рамках современного информационного общества изучает М. Г. Аверкин. Он выделяет несколько аспектов, которые важны для осуществления успешной коммуникации, среди которых также возникает наличие у музея определенной ниши в информационном пространстве и позиционирование себя в культурном пространстве (города, страны, мира) [n1].

М. Ю. Крежевских разделяет музейную коммуникацию на внутреннюю (все коммуникативные акты, происходящие в пределах экспозиционного пространства, ограниченного зданием музея) и внешнюю (коммуникационные процессы вне «стен» музея) [n2], а в классификации Б. А. Столярова возникает диалоговая модель, для которой важным аспектом становится общение, позволяющее посредством диалога между различными категориями посетителей выявить различные существующие в обществе ценностные установки [n6].

Анализ литературы позволяет сделать вывод о том, что музей как коммуникативное пространство существовало с момента появления первых музеев, а в настоящий момент оно лишь претерпело изменения в связи с медиатизацией общества. На сегодняшний

день для осуществления успешной коммуникации со своим посетителем музеем необходимо заниматься не только внутренней, но и внешней коммуникацией, а также занимать определённую нишу в информационном пространстве, используя все возможные формы взаимодействия.

Источники и литература

- 1) Аверкин М. Г. Модификация форматов коммуникативного взаимодействия современного музея / М. Г. Аверкин / Вопросы музеологии. 2010. №2. С. 157-164.
- 2) Кряжевских М. Ю. Модель коммуникационного пространства музея // Вестник ЧелГУ. 2012. №4. С. 64-67.
- 3) Наседкина Н. И. Сущность медиатизации как явления современного общества // Universum: филология и искусствоведение. 2018. №9. С. 15-17.
- 4) Пронина Л. А. Современная информационная среда как новая форма бытия человека // Аналитика культурологии. 2005. №4. С. 135-143.
- 5) Сапанжа О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. №103. С. 245-252.
- 6) Столяров Б. А. Музейная педагогика: история, теория, практика. М.: Высшая школа, 2004. 216 с.
- 7) Толстикова И. И. Трансформация культурно-коммуникативного пространства музея в информационную эпоху // Дискурс. 2017. №6. С. 11-18.
- 8) Visser, J. Integrated media strategies for museums // [Электронный ресурс]. URL: Culture & curiosity | Jasper Visser | Substack (дата обращения 11.11.2022).