

## МУЗЕІ Ў ЧАС КАРОНАВІРУСУ: НОВЫЯ МЕДЫЯ-РОЛІ АРТЭФАКТАЎ І НАВЕДВАЛЬНІКАЎ

**А.Л. Ластоўскі**, канд. сац. навук,  
Полацкі дзяржаўны ўніверсітэт, Беларусь

Пандэмія каронавіруса радыкальна паўплывала на жыццё ўсяго чалавецтва. Зараз мы яшчэ не можам пралічыць усе істотныя змены, найперш заўважныя эканамічныя наступствы, трансфармацыя цэлых сектараў эканомікі. Але відавочна, што змены пашыраюцца значна глыбей, і ўплываюць у тым ліку на прынцыпы працы інстытуцый, сацыяльныя паводзіны, каштоўнасці людзей. У гэтым дакладзе я хачу звярнуцца да тых прынцыповых зменаў, якія адбыліся ў сферы дзейнасці такіх важных культурных інстытуцый, як музеі.

Звернемся да канвенцыйнага вызначэння музеяў, прапанаванага Міжнародным камітэтам музеяў (ICOM): Музей – гэта некамерцыйная перманентная інстытуцыя, якая служыць грамадству і яго развіццю, адкрытая для публікі, якая набывае, кансервуе, даследуе, распавядае і выстаўляе матэрыяльную і нематэрыяльную спадчыну чалавецтва і яго асяроддзя з мэтай адукацыі, даследавання і забаўлення» [1]. Такім чынам, музеі спалучаюць у сабе два базавых прынцыпы: адзін скіраваны на захаванне важных сфераў культурнай актыўнасці, кансервацыю нейкіх важных культурных артэфактаў і адначасовае назапашванне адпаведнай веды. Але іншы аспект скіраваны на адкрыццё, папулярызацыю, працу з наведвальнікамі, без якіх таксама было немагчыма ўявіць музеі – да 2020 года. Паводле статыстычных дадзеных, да 2019 года колькасць наведвальнікаў музеяў у свеце пастаянна расла, некаторыя музеі давалі фантастычныя лічбы – так, Луўр у 2019 годзе наведалі 9,6 мільёнаў турыстаў. Відавочна, гэта давала магчымасць музейам атрымоўваць вялікія прыбыткі, якія былі скіраваныя на набыццё новых артэфактаў, арганізацыю вялікіх выстаў і іншыя накірункі актыўнасці.

Хоць у вызначэнні музеяў пазначана, што гэта некамерцыйныя інстытуцыі, але радыкальнае змяншэнне колькасці наведвальнікаў стварае для іх надзвычайныя цяжкасці ў фінансавым плане. Ужо заўважна, што сярод ахвяраў каронавірусу можна назваць кінатэатры і прыватныя тэатры, многія з якіх збанкрутавалі і вымушаныя назаўжды зачыніцца. Музеі пераважна трымаюцца на дзяржаўных датацыях, таму перад імі няма такой непасрэднай пагрозы існавання, але змяншэнне фінансавых магчымасцей таксама негатыўна ўплывае на арганізацыйныя перспектывы. І найбольш падатлівымі да змяншэння патокаў наведвальнікаў апынуліся прыватныя музеі, якія не маюць дзяржаўнай падтрымкі.

Але галоўнае, што пандэмія каронавірусу паставіла перад усімі музеймі прынцыповае пытанне: як працаваць ва ўмовах адсутнасці наведвальнікаў. Некаторыя музеі вырашылі, што гэта добры час для таго, каб правесці нейкія тэхнічныя рэнавацыі, ажыццявіць рамонт, але гэта толькі частковы адказ, які не вырашае праблему па сутнасці. Музеі былі змушаныя непасрэдна стаць перад выклікамі лічбавай эпохі, якія і раней былі заўважныя, але зараз яны выйшлі на першы план. Многія лічбавыя магчымасці выкарыстоўваліся і раней: лічбавыя каталогі, магчымасці зведваць экспазіцыю ў 3D,

адмысловыя музейныя аплікацыі, выкарыстанне сацыяльных сетак для распаўсюду інфармацыі і стварэння прывабнага вобраза музея. Але ў «дапандэмічны» час лічбавыя магчымасці мусілі ўзбагачаць візіт, дапаўняць яго інфармацыяй – ці рэкламаваць музей для патэнцыйных наведвальнікаў.

У першую хвалю пандэміі амаль ва ўсіх краінах свету (адным з нешматлікіх выключэнняў стала Беларусь) музеі былі зачыненыя. Гэта адразу ж выклікала вялікую хвалю сыходу музеяў у лічбавую прастору. Чаму гэта стала такім прывабным выйсцем? Лічбавая эпоха змяніла сярод іншага наша разуменне дзейнасці і прысутнасці, істотна абмежаванага раней фізічнымі рамкамі. Раней для паўнаwartаснага досведу рэчаіснасці трэба было знаходзіцца сваім фізічным целам у канкрэтным месцы, і медыя-прыстасаванні разглядаліся як каналы, якія замяшчалі гэты досвед. Але ўспрыняцце рэчаіснасці праз медыі ў такім выпадку выглядае субстытутам, меншым па вартасці. Праглядванне галівудскіх фільмаў не можа замяніць цалкам паўнату адчуванняў ад падарожжа ў Амерыку. Толькі з'яўленне і пашырэнне новай інтэрнэт-культуры, заснаванай на ўсёпаглынальным досведзе сацыяльных сетак, дало магчымасць для стварэння цалкам іншай сістэмы каштоўнасцей, дзе паўнаwartасным досвед рэчаіснасці можа быць толькі ў выпадку медыятызацыі. Досвед падарожжа пераўтварыўся ў стварэнне фотаздымкаў, якія мусяць быць распаўсюджаныя праз сацыяльныя сеткі – і толькі пазітыўны фідбэк асяроддзя дазваляе адчуць паўнату і ўдаласць экзістэнцыі. Гэты працэс можа весці да межавой сітуацыі, калі ўжо не патрэбны досвед падарожжа – дастаткова пазітыўнага водгуку сацыяльных сетак на фэйкавыя фотаздымкі. Але рух у гэтым накірунку яшчэ толькі ідзе.

Разам з тым, музеі засноўваюцца на іншай сістэме каштоўнасцей, дзе вялікае значэнне мае «аўтэнтычнасць». Гэта папулярная міфалогія, якая сцвярджае безумоўную вартасць захаваных артэфактаў, якім мы можам прыпісаць сапраўднасць. Артэфакты тады змяшчаюць у сабе безліч культурных сэнсаў, яны атрымоўваюць аўру, якая прыцягвае ўвагу і надае ім прыярытэт у культурным спажыванні. Музеі выступаюць як інстытуцыі, якія не проста захоўваюць аўтэнтычныя артэфакты, але і распаўсюджваюць вакол іх культурную міфалогію, што дазваляе ім прывабліваць наведвальнікаў і захоўваць пазіцыі ў канкурэнтнай барацьбе. Гэта дазваляе прыцягваць мільёны наведвальнікаў, якія хочуць зірнуць на аўтэнтычную «Мону Лізу» – ці нават важней, зрабіць фотаздымак на фоне карціны, які б дазволіў цалкам зафіксаваць уласны досвед спажывання гэтага культурнага прадукта. Зараз ёсць магчымасць ствараць паўнаwartасныя лічбавыя копіі карцін, напрыклад, я ў Тбілісі быў на выставе, складзенай з копіяў усіх карцін да Вінчы – але ажыятаж быў непараўнальным з маштабнай выставай да Вінчы ў Луўры, дзе квітка былі раскупленыя на некалькі месяцаў наперад.

Па ідэі, віртуальныя туры і анлайн-выставы могуць быць яшчэ больш інфарматыўнымі, даваць наведвальнікам магчымасць сузіраць творы мастацтва ў візуальнай паўнаце. Але музеі ў такім выпадку аказваюцца закладнікамі выгоднай жа менавіта для іх міфалогіі аўтэнтычнасці: культура стварае імідж музеяў, дзе паўнаwartасны досвед можа быць толькі непасрэдным знаходжаннем з арыгінальнай рэччу і магчымасцю сузірання. У іншым выпадку, свет бы хутка запоўніўся таннымі копіямі, якія як бы абяцэннавалі арыгіналы – і інстытуцыі, дзе яны захоўваюцца. Адпаведна, першая хваля лічбавых пра-

дуктаў (віртуальныя экскурсіі, анлайн-гутаркі з куратарамі і музейнымі супрацоўнікамі) заўжды суправаджалася рыторыкай «часовасці», гэтыя прадукты нагадвалі нам пра экстрэмальную сітуацыю, створаную пандэміяй, і мелі своеасаблівы настальгічны маркер – калі мы не можам наведаць музей ці выставу, то хоць пагледзім адтуль анлайн-экскурсію. Тут вельмі важнае размежаванне паміж часовасцю, змушанасцю актуальнай сітуацыі і жаданнем вярнуцца ў нармальны стан, калі музейныя залы зноў запоўняць наведвальнікі.

Але моцным штуршком для разбурэння гэтай настальгічнага адчування часовасці сталі новыя мастацкія практыкі, якія ўзялі для сябе пандэмію і самаізаляцыю як тэмы для асэнсавання. У гэтых мастацкіх формах часовасць становіцца ўласнай нормай, якая пераўтварае досвед чалавечай экзістэнцыі. Узнік «каронавірусны» тэатр, які ствараецца акцёрамі ў самаізаляцыі. Ужо ўлетку 2020 года прайшло некалькі мастацкіх выстаў, дзе новы досвед самаізаляцыі радыкалізаваўся. І для новых формаў мастацтва тады гэта мяжа паміж «аўтэнтчным творам» («артэфактам») і «копіяй» знікае, што разбурае сцены прывілегій, якія выбудавалі вакол сябе музеі. Мастацтва як творчасць перамяшчаецца ў віртуальную прастору, там яно можа размаўляць на важныя тэмы, знаходзіць шчыра зацікаўленую аўдыторыю, нараджаць дыскусіі. І паўстае практычнае пытанне: ці можа гэта імерсіўная сетка практык, тыповых для пандэміі, агулам адкінуць патрэбу ў такіх інстытуцыях, як музеі?

У актуальны момант, з новай хваляй каронавірусу і чарговым закрыццём музеяў, мы назіраем чарговую трансфармацыю музейнай лічбавай культуры. Лічбавыя прадукты, якія былі часовымі, былі субстытутамі аўтэнтчнага досведу, пачынаюць успрымацца ўжо інакш – як паўнаватасныя прадукты. Карэнным маркерам такога злomu стала пашырэнне продажу электронных экскурсій, так, напрыклад, у дадзены момант можна віртуальна наведаць выставу Артэмізі Джэнтылескі ў лонданскай Нацыянальнай галерэі разам з куратарам, заплаціўшы за гэта 8 фунтаў. Адчуванне аўтэнтчнасці ў гэтым выпадку апасродкавана медыямі, але мы ведаем, што гэтыя карціны сапраўды вісяць у галерэі, што дазваляе нам забывацца на штучнасць інтэрнэт-злучэння. Такім чынам, віртуальны прадукт набывае новую якасць, медыі ўжо не замяняюць досвед сутыкнення з культурнымі артэфактамі, наадварот – яго рэалізуюць. Падобны злом адбыўся і ў тэатральнай сферы (дзе таксама важная міфалогія прысутнасці ў залі і непасрэднага эмацыйнага назірання за гульнёй акцёраў), пасля працяглага крызіснага перыяду і хвалі трансляцый спектакляў, зараз анлайн-спектаклі – прадаюцца.

Але гэтае размыванне межаў аўтэнтчнасці і непасрэднасці можа весці музеі далей. Калі любы выхад за межы ўтульнай прасторы становіцца небяспечным, не застаецца месца для публічных практык – і інстытуцый. Калі досвед сузірання на маніторы ноўтбука не з'яўляецца горшым па сваёй якасці і ацэнцы ў культуры спажывання, то адпадае патрэба хадзіць у музей. Пакуль што музеі трывала трымаюцца за сваю рыторыку настальгіі, але магчыма і ім наканавана стаць ахвярамі новай лічбавай эпохі, як і кінатэатрам, якія паміраюць на нашых вачах.

#### Спіс выкарыстаных крыніц

1. Museum Definition. ICOM. [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступа: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>. – Дата доступа: 16.09.2020.

Министерство образования Республики Беларусь  
Полоцкий государственный университет

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей  
IV Международной научно-практической online-конференции

(Новополоцк, 26 ноября 2020 г.)

*Текстовое электронное издание*

Новополоцк  
Полоцкий государственный университет  
2020

**Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты** [Электронный ресурс] : электронный сборник статей IV Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 26 ноября 2020 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2020. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

*Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.*

**№ госрегистрации 3061815625**

**ISBN 978-985-531-720-4**

© Полоцкий государственный университет, 2020

2 – дополнительный титульный экран – производственно-технические сведения

Для создания электронного сборника статей IV Международной научно-практической online-конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» использованы текстовый процессор Microsoft Word и программа Adobe Acrobat XI Pro для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF.

Компьютерный дизайн обложки *М. С. Мухоморовой*  
Технический редактор *С. Е. Рясова, А. А. Прадидова*  
Компьютерная верстка *Т. А. Дарьянова*

---

Подписано к использованию 27.01.2021.  
Объем издания: 18,8 Мб. Заказ 019.

---

Издатель и полиграфическое исполнение:  
учреждение образования «Полоцкий государственный университет».

Свидетельство о государственной регистрации  
издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/305 от 22.04.2014.

ЛП № 02330/278 от 08.05.2014.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь  
тел. 8 (0214) 53 05 72,  
e-mail: i.pozdnyakova@psu.by