

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теоретической и социальной философии

**Цифровая культура в современной музейной среде**

**АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

магистранта 2 курса 213 группы  
направления 47.04.01 Философия (профиль «Цифровое общество и тех-  
нологическая этика»)  
философского факультета  
Сливной Зои Александровны

Научный руководитель  
профессор кафедры  
теоретической и социальной философии  
доктор философских наук, доцент \_\_\_\_\_ Тихонова С.В.

Заведующий кафедрой  
теоретической и социальной философии  
доктор философских наук, профессор \_\_\_\_\_ Устьянцев В.Б.

Саратов, 2021

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** Музеи сохраняют и представляют культурное наследие, укрепляют культурную идентичность. В музее аккумулируется и осмысливается опыт многих или нескольких поколений. И эта функция незаменима – ведь каждое новое поколение начинает свой путь с освоения духовного и материального богатства общества, проходит социальную и культурную адаптацию к современному миру. Музеи помогают обеспечить непрерывность и преемственность в развитии культуры.

В течение многих десятилетий развитие музеев во всем мире идет по пути совершенствования сложившихся традиционных направлений и форм деятельности. Однако, сейчас в условиях, когда усиливаются тенденции дегуманизации человечества, мировое сообщество осознает необходимость расширения и углубления социальной роли музея, его трансформации во влиятельную культурно-образовательную систему.

Российские музеи сегодня – одна из наиболее доступных и динамично развивающихся общественных институций, важный ресурс сохранения и развития культуры народов России и единства российского общества. При условии обеспечения доступности разным слоям общества, музей становится средством глубокого и эффективного воздействия на культуру широких масс.

В нашу эпоху бурного социально-культурного ускорения, на волне музейного бума множится не только число музеев, но и многообразие их специализаций (профилей), форм деятельности, типов организации. Одним из наиболее показательных для анализа серьезных трансформаций музейного мира, пожалуй, оказываются не только крупнейшие государственные музеи, но и небольшие частные.

Применение высоких технологий для создания креативных музейных проектов, свобода действий, отсутствие огромного коллектива и большого количества инстанций внутри самого музея, позволяют оперативней реагировать на зрительские запросы.

Сегодня меняется мировоззрение, мироощущение людей, их ориентиры, цели, уклад жизни. Учреждения культуры должны оперативно реагировать на социальные изменения и отражать перемены именно в духовном настроении людей.

Данная работа посвящена изучению дополненной реальности, как одного из средств увеличения привлекательности художественного музея. Актуальность избранной темы связана с существенным распространением исследуемого явления и состоит в необходимости разработки дополнительной оптики для взгляда на существование зрителя в новом мире.

Информационные технологии настолько прочно закрепились в повседневной жизни, что «продвинутый» зритель, входя в развлекательное (музейное) пространство, хочет получать новую для себя информацию уже привычным способом. Одной из таких относительно новых технологий является дополненная реальность. Основная идея данной технологии – наложение в поле зрения человека различного вида информации (2D и 3D графика, текст) на объекты реального мира. Чтобы пользователь мог полноценно взаимодействовать с дополненной реальностью, ему необходимо предоставить возможность создавать, изменять и размещать виртуальные объекты в окружающем реальном пространстве.

Дополненная реальность раскрывает и увеличивает ресурсный потенциал музейной деятельности, становится средством взаимодействия с органами власти, общественностью и партнерами. Специальные технологические возможности позволяют людям получить совершенно новые впечатления, принять участие в чем-то большем, чем просто выставка, стать частью мероприятия и воздействовать на его ход.

**Степень разработанности проблемы.** Базовые концепты ее изучения заданы трудами Маршалла Маклюэна, установившего зависимость восприятия

материалов культуры от способов их передачи<sup>1</sup>. Начало исследований цифровой культуры связано с программной статьей Ч. Гира, в которой было введено понятие digital culture<sup>2</sup>. Снижение противостояния цифровой контркультуры и массовой культуры в контексте распространения социальных медиа было показано С.В. Тихоновой<sup>3</sup>. К исследованиям, фиксирующим различные признаки цифровой культуры, можно отнести работы А.А. Лисенковой и А.Ю. Мельниковой<sup>4</sup>, Н.Л. Соколовой<sup>5</sup>, Е.В. Гнатышиной и А.А. Саламатовой<sup>6</sup>, Е.В. Листвиной и С.М. Фроловой, И.Д. Тузовского<sup>7</sup>. Формирование цифровой мифологии как основы погружения в интегрированные офлайн, сетевые, виртуальные и дополненные миры в условиях цифрового поворота отражено работами А.Г. Иванова и И.П. Поляковой<sup>8</sup>, В.Д. Соловья<sup>9</sup>, J. M. Losada и A. Lipscomb<sup>10</sup>, В.В. Савчука и К.А. Очеретяного<sup>11</sup>.

Связь культурного наследия и виртуального пространства изучалась Н.Н. Суворовым<sup>12</sup>. Анализ технологий дополненной реальности представлен статьями Е.В. Карповой<sup>13</sup>, К.В. Шиманского и Н.В. Никифорова<sup>14</sup>,

---

<sup>1</sup> Маклюен, М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. – М.: Кучково поле, 2020. – 464 с.

<sup>2</sup> Гир, Ч. Цифровая контркультура // Гуманитарная информатика. – 2004. – № 1. – С. 50-71.

<sup>3</sup> Тихонова, С.В. Социальные сети: проблемы социализации интернета // Полис (Политические исследования). – 2016. – № 3. – С.138-152.

<sup>4</sup> Лисенкова, А.А., Мельникова, А.Ю. Цифровые медиа как зеркало современной культуры // Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. – 2018. – №1. – С.17.

<sup>5</sup> Соколова, Н.Л. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху? // Международный журнал исследований культуры. – 2012. – № 3(8). URL: [https://www.culturalresearch.ru/files/open\\_issues/03\\_2012/IJCR\\_03%288%29\\_2012.pdf](https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2012/IJCR_03%288%29_2012.pdf) (дата обращения: 15.05.2021).

<sup>6</sup> Гнатышина, Е.В., Саламатов, А.А. Цифровизация и формирование цифровой культуры: социальные и образовательные аспекты // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2017. – № 8. – С.19-24.

<sup>7</sup> Тузовский, И.Д. К вопросу об атрибутивных чертах культуры цифровой эпохи // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. – Т. 4 (70). – 2018. – № 2. – С.46-59.

<sup>8</sup> Иванов, А.Г., Полякова, И.П. Социальная мифология в пространстве повседневности и масс-медиа // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2018. – Вып. 1. – С. 5-15.

<sup>9</sup> Соловей, В.Д. Цифровая мифология и избирательная кампания Дональда Трампа / В. Д. Соловей // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 5. – С. 1232-132.

<sup>10</sup> См.: Losada, J.M., Lipscomb, A. Myth and Audiovisual Creation. – Berlin: Logos Verlag. 2019. – 214 p.

<sup>11</sup> Савчук, В.В. Очеретяный, К.А. Цифровой поворот: глобальные тенденции и локальные специфики // Вопросы философии. – 2021. – № 4. – С. 5-16.

<sup>12</sup> Суворов, Н. Н. Памятник культуры как воображаемая реальность / Н. Н. Суворов // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2017. – № 4(33). – С. 76-80.

<sup>13</sup> Карпова, Е.В. Технологии дополненной реальности в пространстве музея // Молодежный вестник Санкт-петербургского государственного института культуры. – 2017. – №1(7). – С.59-61.

Д.А. Родионовой и А.В. Сергеева<sup>15</sup>. Интерактивность и иммерсивность медиасреды изучена В.Д. Эвалльё<sup>16</sup>. Эти работы носят преимущественно перспективный характер, поскольку направлены на описание потенциала дополненной реальности. При этом традиционно музей связывается с пространством экспонирования исторических артефактов и следов истории. Однако художественные произведения также являются своеобразным «слепок» как мировоззрения, так и мировосприятия эпохи, ее идеалов, социальных настроений и аксиологических иерархий. Погружение в иммерсивное поле художественного артефакта оказывает не только эстетическое воздействие, оно формирует синтетический образ Прошлого и задает вектор приобщения к нему через чувственную среду. Социокультурные основания погружения в нее, соучастия и события являются слабо изученными, а накопленный в научной литературе капитал исследования цифровизированной художественной среды имеет, скорее, гипотетический и прогностический характер, несмотря на то что многие музеи более двух десятков лет успешно осваивают технологии дополненной реальности. Таким образом, анализ изменения социальной среды художественного музея под влиянием встраивания механики дополненной реальности еще не проводился.

**Цель и основные задачи исследования.** Цель исследования – раскрыть социокультурную специфику цифровой культуры в современной музейной среде. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих научно-исследовательских задач:

- проанализировать подходы к определению цифровой культуры как базового концепта цифровой гуманитаристики;
- изучить трансформацию феномена социального мифа в контексте циф-

---

<sup>14</sup> Шиманский, К.В., Никифорова, Н.В. Технология дополненной реальности в музейном пространстве // Неделя науки СПбГПУ: Материалы научно-практической конференции с международным участием. – СПб.: Институт гуманитарного образования СПбГПУ, 2014. – С. 402-405.

<sup>15</sup> Родионова, Д.А., Сергеев, А.В. Технология дополненной реальности как перспективное направление развития музейного пространства на современном этапе // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – №33-2. – С.51-56.

<sup>16</sup> См.: Эвалльё, В.Д. Интерактивность и иммерсивность в медиасреде. К проблеме разграничения понятий // Художественная культура. – 2019. – № 3(29). – С. 248-271.

рового поворота, поскольку миф задает смысловые основания музейной среды;

- охарактеризовать новый тип музейного пространства, находящегося на стыке реального и виртуального, установив в нем распределение глобального и локального;

- раскрыть роль интерактивной драматургии дополненной реальности в художественном музейном экспонировании.

**Объектом исследования является** современный художественный музей как социокультурный институт, работающий с дополненной реальностью.

**Предметом исследования является** трансформация музейной среды в условиях цифровизации культуры.

**Методология исследования:** основана на методологической парадигме цифровой гуманитаристики, синтезирующей данные об использовании цифровых методов для изучения цифровых феноменов социокультурной реальности. Автор использовал коммуникационный и пространственный подходы, позволяющие установить характер детерминации социокультурных пространств появлением, распространением и функционированием цифровых каналов коммуникации.

**Новизна** исследования состоит в рассмотрении новых стратегий зрительского восприятия, сформированных цифровой культурой.

**Положения, выносимые на защиту:**

Цифровая культура может быть понята в рамках атрибутивного подхода как специфический этап развития культуры, связанный с господством цифрового контента. Ключевой единицей и, одновременно, базовым атрибутом цифровой культуры выступает медиатекст, определяющий новые практики чтения и творчества во всех сферах жизнедеятельности общества.

Мифозависимость является одной из важнейших черт современного быстроизменяющегося мира, строящегося на ярких эмоциональных образах, заполнивших массовую экранную культуру, репрезентирующую цифровой миф через новости, рекламу, кино, интернет-мемы, компьютерные игры и т. д. Циф-

ровизация музейной среды раскрывается в том числе в ее смысловых основах, детерминированных цифровой мифологией.

Коммуникативная среда музея интегрирует глобальное и локальное в интерпретации конкретного культурного образа, предлагая калейдоскоп сопряженных с ним символов и коннотаций в трехмерной панораме дополненной реальности.

Музейная драматургия в цифровую эпоху становится социальной в смысле И. Гоффмана, пригодной для совместного пребывания в музейном пространстве более чем одного зрителя, синтетической с жанровой точки зрения и многоуровневой с точки зрения воздействия. Погружение в музейную дополненную реальность подкрепляется сопровождающими, интерпретирующими и продвигающими медиаэкстами, включающими зрителя в смысловое поле дополненной реальности через образы цифровой мифологии.

**Теоретическая значимость** данной работы заключается в расширении представлений о социокультурном потенциале технологий дополненной реальности в пространстве музея

**Практическая значимость** данной работы заключается в применимости исследовательского материала при проведении выставок, а также при изучении вузовских дисциплин.

**Структура.** Работа состоит из введения в тему исследования, двух глав по два параграфа в каждой, заключения и списка использованных источников, насчитывающего 52 наименований (их них 7 на иностранном языке).

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность исследования, даётся формулировка объекта и предмета исследования, характеризуется уровень разработанности проблемы, также формулируются цель и задачи исследования, положения научной новизны. Обосновываются методологическая основа исследования, теоретическая и практическая значимость работы. Указывается апробация основных идей исследования. Описывается структура работы.

**В первой главе работы «Цифровая культура как среда медиапамяти»** рассматриваются сложившиеся в отечественной и зарубежной мысли подходы к определению цифровой культуры. Дается их авторская классификация. Прослеживаются основные направления развития цифровой мифологии.

В первом параграфе первой главы **§1 «Цифровая культура как базовый концепт цифровой гуманитаристики»** осуществляется анализ основных подходов к изучению феномена цифровой культуры. Цифровая культура трактуется как базовый концепт цифровой гуманитаристики, необходимый для формирования исследовательских программ социокультурного характера. Выделяются три основных подхода к определению цифровой культуры – медиальный, феноменологический и атрибутивный. Фиксируется консенсуальное установление атрибутов цифровой культуры в научной литературе, связанных со скоростью процессов производства и тиражирования, новой эмоциональностью, наглядностью, гибридностью. Медиаконтент интерпретируется как субстратная основа цифровой культуры, отличается вирусным характером распространения, не знающим биополитических границ для дисциплинарных времен и пространств Модерна. В контексте риторики постправды он всегда эмоционален и провокативен, что достигается смещением фигуративных изображений и текстовых смыслов в сообщении, гибридизацией жанров, интертекстуальностью, акцентирующей амбивалентность восприятия.

По мнению автора, механизмом формирования цифровой культуры является не клиповое мышление, а распространение цифрового чтения. Генезис чтения отражает не только способы интерпретации культуры, но и способы инкультурации.

Во втором параграфе первой главы **§2 «Цифровая мифология в контексте цифрового поворота»** дается подробный анализ феномена цифровой мифологии через призму концепта цифрового поворота. Термин «цифровой поворот» возникает как финальный в ряду методологических метафор «поворота» (онтологический, лингвистический, иконический, теологический, перформативный, нарративный, пространственный и др.), характеризующих развитие

философской мысли с начала XX в. и обусловлен появлением Digital Humanities — цифровой гуманитарной науки, направленной на изучение цифрового общества во всех его проявлениях. Социальный миф определяется как коммуникационный феномен, основой развития которого является появление новых видов коммуникации. Появление цифровой коммуникации неизбежно влечёт за собой трансформацию социальной мифологии в цифровую форму. Цифровизация социального мифа позволяет автору говорить о цифровой мифологии как феномене, характеризуемом цифровым способом производства и существования современного мифа в медиасреде. Автор показывает, как цифровые технологии и медиа создают и тиражируют социальные мифы, выступая равноакторными субъектами их воспроизводства, наравне с массами и отдельными индивидами, включенными в процессы мифологизации действительности. Цифровой миф возникает через новый визуальный коллективный опыт, отличный от восприятия мифа, имеющего материальное воплощение в виде изображений на утвари, одежде, артефактах, напоминая о смыслах в печатных текстах, которые создавали определенные барьеры между миром мифа и действительностью<sup>17</sup>. Цифровые коммуникации стирают эти барьеры, погружая человека в виртуальное пространство, настоятельно требующее визуализации мифологических мотивов.

Автор приходит к выводу о том, что в цифровых условиях знаки и образы привычного человеческого мира стали частью мира новых медиа, превратив реальность в медиареальность, наполненную цифровыми мифами. Повседневный культурный контекст наполняется мифонаративами, порождаемыми пользователями, ставшими мифозависимыми.

**Во второй главе работы «Дополненная реальность музея как социальный фактор формирования нового типа зрителя»** автор обращается к проблеме трансформации отношений музея и зрителя под влиянием технологий дополненной реальности.

---

<sup>17</sup> Лисенкова, А.А. Тульчинский, Г. Л. Новые форматы мифологизации в цифровом пространстве // Человек. Культура. Образование. – 2017. – № 4(26). – С. 26.

В первом параграфе второй главы **§1 «Музейное пространство на пересечении реального и виртуального»** показаны цифровые изменения музейного пространства. Музей рассматривается как институт социальной памяти обеспечивает сохранение памятников культуры и создает возможность для контакта с ними широким слоям населения. Автор подчеркивает, что эффективность функционирования современного музея во многом определяется техническим уровнем используемых способов хранения артефактов и организации музейного пространства, технологическая нейтральность в музейном деле является утопией. Не случайно на рубеже тысячелетий музеи по всей планете столкнулись с проблемой резкого падения посещаемости. Ее причиной был не столько рост интереса пользователей к бурно распространявшемуся Интернету сам по себе, сколько технологическая архаичность музейного пространства.

Рассмотрев сложившиеся подходы к определению понятия «дополненная реальность» автор приходит к выводу о том, что дополненная реальность как концепция работы с информацией нацелена на создание эргономичных отношений пользователя и контента, снижение нагрузок на нервную систему человека и повышение его лояльности к использованию информационных технологий. Дополненная реальность более «естественна» и комфортна для пользователя, так как не требует его тотального погружения в пространство канала-медиума и оставляет его достаточно свободным для офлайн и онлайн взаимодействий. Она комплексно воздействует на память, интеллект и эмоционально-чувственную сферу человека, усиливая общую восприимчивость к впечатлениям. Дополненная реальность посредством медиатекста связывает музей как институт памяти с новой цифровой медиакulturой, преодолевает консервативность его традиционного формата и трансформирует музей в активный агент социализации через прямое воздействие на личный опыт посетителей.

Во втором параграфе второй главы **§ 2 «Новые стратегии зрительского восприятия в дополненной реальности музея»** осуществляется обоснование выделения новых стратегий потребления цифрового музейного контента. Ключевой сферой применения дополненной реальности в музейном деле является

специфическая визуализация культурного наследия, отличающаяся такими характеристиками, как интерактивность и иммерсивность. Автор показывает, как цифровые технологии презентации арт- и музейных объектов преодолевают статичность экспонатов, повышая их зрелищность. Они же преодолевают равнодушие зрителя, лишая его «права» на скуку. Так образом формируется особый тип реципиента, характерного для цифровой эпохи, – вовлеченная цифровая толпа. Иммерсивность и интерактивность выступают стратегиями преодоления перенасыщенности пространства культуры визуальной информацией, определяют новую музейную драматургию, превращающую зрителя из наблюдателя в соучастника.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Данная выпускная квалификационная работа посвящена изучению специальных событий как одного из средств увеличения привлекательности художественного музея. Современный художественный музей рассматривался как социокультурный институт, работающий с новым типом зрительского восприятия через дополненную реальность. Востребованность аналитического рассмотрения темы связана с существенным распространением исследуемого явления и состоит в необходимости разработки дополнительных рекомендаций согласно совершенствованию музейной деятельности.

В ходе написания работы была изучена большая теоретическая база и проанализированы результаты ее практического применения. В рамках подготовки теоретического раздела были рассмотрены особенности зрительского восприятия нового типа.

Для достижения поставленной цели была изучена специфика применения специальных технологических возможностей и их роль в получении зрителями нового визуального опыта и формировании привлекательного имиджа музея.

По итогам, была изучена точка пересечения реального и виртуального пространств в музейной среде и оценена эффективность применения интерак-

тивной драматургии дополненной реальности в художественном музейном экспонировании.

Дальнейшие перспективы исследования могут быть обозначены следующим образом:

- изучение роли виртуальной реальности как иммерсивного механизма в музейной среде;

- анализ интеграции дополненной реальности музея с пространством социальных медиа через производство профессионального визуального контента и формирование пользовательских отзывов на него в практиках культурного участия;

- выявление механизмов включения цифровой музейной культуры в дополненную социальную реальность современной городской жизни, аккумулирующей локальные культурные события.

Полученные в квалификационной работе результаты могут позволить установить новую роль музея как института социальной памяти и актора формирования эстетического опыта, а также могут быть материалом для продолжения исследований проблем цифровизации культуры.