

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2018-11-1.35>

Рязанова Виктория Андреевна

МЕДИАПРОЕКТ "ARZAMAS" КАК ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ МУЗЕЙ

Автор рассматривает понятие "виртуальный музей" в контексте коммуникативистики. Обозначено пять критериев эффективности просветительского интернет-портала, выявлены его зоны влияния как субъекта сетевых коммуникаций, показаны проблемы, решаемые с помощью различных типов контента. Эмпирической основой исследования послужил просветительский медиапроект "Arzamas", который является своеобразным консолидатором гуманитарного знания в Рунете. В результате анализа была подтверждена гипотеза о высоком потенциале формата "виртуальный музей", который воплощает в себе актуальную для цифрового общества СМК-модель.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2018/11-1/35.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2018. № 11(97). Ч. 1. С. 165-168. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2018/11-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

SECULAR RELIGIOSITY PROBLEM IN IEREMIYA IOFFE'S THEORETICAL ART CRITICISM

Rykov Anatolii Vladimirovich, Doctor in Philosophy, Ph. D. in Art Criticism, Associate Professor
Saint Petersburg University
a.v.rykov@spbu.ru

The article is devoted to the problem of secular religiosity in the theoretical heritage of the Soviet art critic Ieremiya Ioffe (1888-1947). Particular attention is paid to his work "Synthetic Study of Art and Sound Cinema" (1937), where the issues of modern media philosophy are considered in the broad cultural and political context. The comparative analysis of the works by Ieremiya Ioffe and the Soviet philosopher Mikhail Lifshitz written in the 1930s makes it possible to clarify the research strategies of the two scientists. The author also touches on the problem of the correlation of Ieremiya Ioffe's creative works with Walter Benjamin's ideas.

Key words and phrases: Ieremiya Ioffe; Mikhail Lifshitz; Walter Benjamin; theory of art; secular religiosity; politics.

УДК 791.43; 778.5

Дата поступления рукописи: 21.08.2018

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2018-11-1.35>

Автор рассматривает понятие «виртуальный музей» в контексте коммуникативистики. Обозначено пять критериев эффективности просветительского интернет-портала, выявлены его зоны влияния как субъекта сетевых коммуникаций, показаны проблемы, решаемые с помощью различных типов контента. Эмпирической основой исследования послужил просветительский медиапроект "Arzamas", который является своеобразным консолидатором гуманитарного знания в Рунете. В результате анализа была подтверждена гипотеза о высоком потенциале формата «виртуальный музей», который воплощает в себе актуальную для цифрового общества СМК-модель.

Ключевые слова и фразы: виртуальный музей; образовательный музей; интегрированные коммуникации; цифровая коммуникация; коммуникация; коллаборативный музейный проект; мультимедийное пространство.

Рязанова Виктория Андреевна

Российский университет дружбы народов, г. Москва
viktoriaryazanova2070@gmail.com

МЕДИАПРОЕКТ "ARZAMAS" КАК ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ МУЗЕЙ

Актуальность данной статьи обусловлена недостаточным количеством работ, посвященных изучению виртуальных музейных пространств, в частности проекта "Arzamas", с точки зрения эффективной организации коммуникативного пространства в сети Интернет.

Целью работы является изучение типологических характеристик виртуального образовательного музея в контексте коммуникативистики.

В соответствии с заявленной целью в рамках исследования решаются следующие задачи:

- выявление и анализ критериев эффективности просветительского онлайн-проекта;
- апробация универсальных критериев эффективности виртуального образовательного музея на медиа-проекте "Arzamas".

Научная новизна статьи заключается в формулировке критериев, которые необходимо учитывать при разработке эффективной системы коммуникативного дизайна просветительских проектов в виртуальном пространстве.

Развитие цифрового общества, конвергентных медиа и мультимедийных креативных индустрий неизбежно привело к изменению методов, форм и технологий организации музейного пространства. Современные музеи зачастую уже не являются статичными средствами презентации и стремятся перейти от трансляции идей к интерактивности и дискуссионности [6, с. 696]. В контексте теории медиа это означает переход от *СМИ-модели* (однонаправленное распространение информации по типу традиционных средств массовой информации) к *СМК-модели* (разнонаправленное сетевое распространение информации по типу новых медиа – средств массовой коммуникации). Во втором случае аудитория музеев становится автором или соавтором контента, который формируется на основе собранных экспозиционных артефактов. Важно отметить ключевое слово – *коммуникация*, которое нередко уподобляют словосочетанию *распространение информации*, но это ошибка. *СМИ-модель* отражает передачу информации от одного человека (группы людей) другому человеку (группе людей), здесь есть адресант и адресат. В *СМК-модели* заложен механизм постоянной смены ролей «адресант» и «адресат». По Е. П. Тавокину, «нет никаких оснований отклоняться от первоначального смысла коммуникации – ВЗАИМОдействия равноправных субъектов информационного общения...» [8, с. 54].

Коммуникативная парадигма была осознана в качестве основы социальных и философских теорий XX века (К. Т. Ясперс, Ю. Хабермас, Г. М. Маклюэн, М. М. Бахтин, А. А. Ухтомский, Т. А. Флоренская и др.). В сфере музееведения пионером коммуникационного (иными словами, клиентоориентированного) подхода

был Д. Ф. Камерон [9]. По сути, его теория переориентировала музейную деятельность на гармонизацию лично-потребностного и общественно-потребностного [1, с. 55].

Модель СМК-музея получила своё идеальное воплощение в формате виртуального музея, поскольку именно Сеть – главный символ развития современной системы СМК, по Ю. П. Буданцеву [5]. В настоящее время виртуальные музеи, представляющие собой цифровой информационный объект, шагнули далеко за рамки классической модели музея, и зачастую характеристики виртуальных музеев практически ничем не напоминают параметры музеев традиционного типа [4, с. 136].

В виртуальном музее онлайн-портал является точкой входа в музейное сетевое пространство экранной коммуникации, посредником между участниками этой коммуникации ставится именно экран (компьютера, смартфона, планшета, смарт-часов). При такой модели взаимодействия создатели виртуальных выставок не могут предоставить посетителям возможность в прямом, физическом смысле прикоснуться к тому или иному произведению искусства, физически побывать и рассмотреть атрибуты музея-квартиры, поэтому при оценке эффективности виртуального музея следует использовать особые критерии анализа. К таким критериям можно отнести следующие:

- 1) удобство взаимодействия пользователя с объектом и привлекательный внешний вид этого объекта (UI/UX-дизайн сайта);
- 2) объединение и взаимосвязь разных типов контента и их предоставление на различных платформах (трансмедийность);
- 3) возможность вывести пользователя за рамки системы, наполнить предметы высшим смыслом (трансцендентность);
- 4) возможность пользователя быть частью экспозиции, участвовать в развитии действия (вовлеченность);
- 5) адаптивность пространства, подстроенность под интересы и запросы пользователя (пластичность).

Эти критерии важны при анализе любого виртуального музея, который стремится к роли просветительского онлайн-проекта.

Просветительский медиапроект “Arzamas” (<https://arzamas.academy/>) позиционируется как виртуальная онлайн-академия, посвящённая гуманитарному знанию. Кроме того, создатель проекта (главный редактор Ф. В. Дзядко) называет его магическим, а значит, проект должен быть необыкновенным и неожиданным по силе воздействия. Критерии оценки эффективности виртуального музея, вероятно, в чём-то действительно сопоставимы с магией. Поэтому интересно проследить, как “Arzamas” оправдывает свою декларируемую характеристику.

Проект также заявляет о себе как о своеобразном музее *знаний*, в его активе гуманитарные сериалы, видеолекции, кинохроники, фотогалереи, интервью с различными специалистами и многое другое, что помогает раскрыть тему литературы, искусства, а также таких гуманитарных наук, как антропология, философия и история. На сегодняшний день “Arzamas” насчитывает несколько коллаборативных проектов с ведущими музеями России и мира, а некоторые из этих музеев, как, например, Пушкинский музей, открыли свои представительства на “Arzamas”. Следовательно, онлайн-академия становится консолидатором просветительской информации в виртуальном пространстве. Протестируем медиапроект “Arzamas” по пяти критериям, которым должен соответствовать виртуальный музей.

1. UI/UX-дизайн. В настоящее время наблюдается активный синтез UI (user interface) и UX (user experience) дизайна как в офлайн-, так и в онлайн-среде. Это значит, что на первый план выходит сочетание удобства взаимодействия пользователя с объектом и привлекательный внешний вид этого объекта. В связи с этим главная задача дизайнера интерфейса – организовать большой объём информации, которая циркулирует в информационной среде, создать из него привлекательное по форме, доброжелательное сообщение для участников коммуникационного процесса.

В случае проекта “Arzamas” это, прежде всего, касается грамотной подачи просветительского контента. В связи с широкой деятельностью в сфере гуманитарного знания, редакторам проекта необходимо было грамотно консолидировать собранную информацию и подать её в интересной и увлекательной форме. Для этого дизайнеры создали разделы, предлагающие разные формы контента. Раздел «Курсы» дает возможность ознакомиться с аудио- и видеолекциями, которые разделены по гуманитарным наукам и темам в рамках этих наук. Сюда же входят и спецпроекты с музеями и университетами: привлечены видные учителя и педагоги, те, кто может увлечь, мотивировать и научить аудиторию (содержание), при этом задействованы талантливые дизайнеры (форма).

«Журнал» – один из базовых разделов виртуального музея, и это неслучайно. По мнению Е. Гиациарди [10, р. 36], виртуальные музеи представляют собой своеобразный журнал, ведение которого предполагает работу с полным спектром мультимедиа: текстом, изображением, звуком, дизайном и пр. Редакторы и дизайнеры “Arzamas” пошли ещё дальше: в их журнале можно найти тесты, таймлайны, «шпаргалки» по литературе, искусству и истории и другие типы мультимедийного и игрового контента. Это многоформатный рассказ, в дизайне которого присутствуют графические приёмы, формирующие положительное впечатление и увлекательные «посетителя музея». Таким образом, синтез UI и UX позволяет сделать зрителя участником коммуникации, «вовлекает его в определённое пространство, где он становится частью контента, так как объекты приходят в движение от взаимодействия с ними» [7, с. 254].

2. Трансмедийность. Трансмедийность предполагает объединение контента и его предоставление на различных типах устройств. По мнению некоторых теоретиков и экспертов, трансмедийность не только позволяет тиражировать контент и увеличивать количество способов взаимодействия с ним, но и поощряет обучение, поскольку является комбинацией формальной и неформальной форм обучения.

У проекта “Arzamas” кроме основного интернет-портала есть мобильная версия, приложение для смартфонов на базе IOS и Android. Это позволяет иметь гуманитарную энциклопедию в кармане, а также получать знания и «играть» с контентом вне зависимости от своего местоположения. Благодаря трансмедийности, “Arzamas” предлагает новый полезный и интересный вариант досуга, а тем, у кого нет возможности визуально и эмпирически взаимодействовать с контентом, “Arzamas” предлагает послушать своё собственное радио, запущенное в 2017 году. В аудиоприложении три раздела: курсы (короткие лекции известных учёных), подкасты (циклы аудиопрограмм, подготовленные редакцией: интервью, репортажи, расследования, обсуждения), материалы (аудиоверсии самых интересных материалов “Arzamas”, голоса из прошлого, самые разные образовательные и развлекательные материалы, прочитанные вслух).

«Онлайн-университет» – ещё один любопытный раздел сайта “Arzamas”. Проект, запущенный в конце января 2018 года, является образовательной платформой, которая позволяет обучаться у лучших специалистов со всего мира, сдавать экзамены и получать вознаграждение за свои результаты. Пока на проекте один курс – «История русской культуры»: 56 лекций, подготовленных профессорами ведущих российских вузов, а также университетов США и ФРГ. Лекции можно слушать в любом порядке, тем не менее участники курса получают системные познания в области культуры (так составлены модули). По итогам обучения можно сдать экзамены (тесты и эссе) и получить призы. Подобный коллаборативный проект позволяет отойти от традиционных форм образования.

3. Трансцендентность. Трансцендентность – это способность «бросить вызов своим пользователям и выйти за пределы системы, размывать каналы коммуникации и поощрять неформальное общение» [11, р. 70]. Социальные сети – один из вариантов неформального взаимодействия пользователей с виртуальным музеем.

Размещая контент в социальных сетях, “Arzamas” пытается говорить с аудиторией на одном языке, быть её помощником и другом в сфере гуманитарного знания. “Arzamas” интегрирует в *YouTube* весь свой видеоконтент, который пользуется большой популярностью: у канала более 288 тысяч подписчиков, а каждое видео набирает от 10 тысяч до 2 миллионов просмотров. “Arzamas” есть во «ВКонтакте» (316,5 тыс. подписчиков), на *Facebook* (119,9 тыс. подписчиков), в «Одноклассниках» (128,2 тыс. участников), *Instagram* (61,7 тыс. подписчиков), *Twitter* (118 тыс. читателей). Такое разнообразие даёт пользователю возможность выбрать наиболее удобный способ взаимодействия с материалом, а редакторам – использовать социальные сети для различного типа контента, с учётом целевой аудитории. Например, telegram-бот позволяет запрашивать информацию с сайта и получать персонализированный контент «лично в руки», а благодаря обсуждениям и комментариям в других социальных сетях появляется возможность объединения пользователей в сообщества по интересам. Эти примеры иллюстрируют возможность переосмысления использования социальных медиа с точки зрения трансцендентности в гуманитарной и образовательной сферах.

4. Вовлеченность. Вовлеченность пользователя в коммуникацию с текстом способствует более эффективной обучаемости и высокой удовлетворённости контентом, побуждает к совместному творчеству. В офлайн-среде вовлеченность реализуется с помощью пространств для совместного творчества и коворкингов, в онлайн-среде – за счет игрового контента и социальных сетей.

Различные формы игрового контента (тесты, карточки, инфографика, гипертекст, таймлайны) позволяют посетителю виртуального музея “Arzamas” совместить получение полезных гуманитарных знаний с игрой, с геймифицированными (игрофицированными) практиками. Особенно это актуально для поколения пользователей, родившихся в 1990-е годы: «...они росли параллельно с развитием игровой индустрии и были той самой целевой аудиторией, для которой и разрабатывались игры» [2, с. 42]. Благодаря реализации игровой парадигмы, редакторы сайта делятся своими полномочиями, разрешая аудитории «играть» с контентом, экспериментировать с текстами. Обсуждения в социальных сетях в данном случае выступают пространством для взаимодействия пользователей друг с другом. Такие взаимодействия сравнимы с мозговым штурмом, дискуссиями, совместным творчеством и генерацией идей. Благодаря взаимодействию и вовлеченности пользователей в образовательный и просветительский контент увеличивается способность к обучению, пониманию и запоминанию информации.

5. Пластичность. В данном случае под пластичностью понимается адаптация виртуального пространства под интересы и запросы пользователя. В случае с ресурсом “Arzamas” пластичность проявляется в вариантах предоставления контента аудитории проекта.

Поскольку “Arzamas” направлен на широкую аудиторию, то он пытается использовать все варианты взаимодействия: социальные сети, мессенджеры, коллаборации и даже офлайн-лекции. Видно, что контент в социальных сетях преподносится пользователям нативно и менее формально. Коллаборации, в свою очередь, позволяют иначе взглянуть на изучаемый предмет. Например, благодаря сотрудничеству с ГМИИ им. А. С. Пушкина посетитель портала “Arzamas” запомнит картины из коллекции музея, ведь ему предлагается самостоятельно собрать пазл «Старинные мастера» из этих картин за минимальное количество ходов. *Emoji Poetry* – проект-приложение для мобильных устройств, оно предлагает необычный способ чтения стихов – через запоминание: нужно подставлять эмодзи (символы) вместо слов, которые пропущены в шедеврах мировой поэзии, которых более двухсот на портале. Подобные универсальные интерактивные практики созданы академией “Arzamas” под запросы как молодой, так и взрослой аудитории, здесь нивелируются поколенческие различия в восприятии игр, в способах социализации [3, с. 289].

В 2017 году создатели проекта организовали несколько мероприятий в офлайн-среде: курс лекций «Путешествие русского авангарда» и цикл лекций «Как железные дороги изменили русскую жизнь». 11 марта 2018 года стартовал новый офлайн-проект «Искусство видеть: 8 лекций о картинах, фотографиях, музеях и домах». “Arzamas” совместно с Европейским университетом в Санкт-Петербурге и Государственным Эрмитажем

открыли новый лекторий в Российской государственной библиотеке. К каждой лекции сотрудники библиотеки готовили мини-выставки из своих фондов. Формат сторителлинга (рассказывание историй), который используется на подобных лекциях, является лучшим способом передачи сложной информации, а дополняющая рассказ экспозиция побуждает воспринимать информацию предметно.

Особенностью проекта “Arzamas” является его постоянная (несколько раз в день) обновляемость. Это касается как основного проекта, так и сообществ в социальных сетях. Внизу заглавной презентационной страницы «Как устроен Arzamas» (<https://arzamas.academy/about>) находится следующая фраза: «Каждый день мы придумываем что-нибудь новое. Пока вы читали этот текст, он, скорее всего, успел устареть. Мы счастливы, что вы с нами!». Вверху страницы-обложки (<https://arzamas.academy/>) – интерактивные сменяемые рубрики «язык дня», «комикс дня». “Arzamas” приобретает черты живого *периодического издания*, информационного портала, в котором присутствует элемент актуальности; виртуальный музей перерос традиционные рамки *хранителя*.

Таким образом, мы изучили понятие «виртуальный музей» в качестве одного из форматов взаимодействия представителей музейных и просветительских организаций с пользователями Рунета. Как видно из проведенного исследования, просветительский медиапроект “Arzamas” соответствует всем параметрам эффективности, присущим виртуальному музею СМК-модели. Практика виртуального музея “Arzamas” свидетельствует об изменении стиля потребления музейного контента, стандартов подачи этого контента и способов его доставки, что говорит о необходимости построения грамотной системы коммуникативного дизайна просветительских проектов в сети Интернет.

Список источников

1. Березин В. М., Волкова И. И., Грабельников А. А. Экранная коммуникация в современном информационном обществе. М.: Изд-во РУДН, 2009. 347 с.
2. Волкова И. И. К вопросу о функциональности игры и игровых коммуникаций в современных медиа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 12 (30). Ч. 2. С. 41-45.
3. Лазутова Н. М., Волкова И. И. Этическое и игровое в установках коммуникаторов разных поколений // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). 2013. Т. 1. № 11. С. 285-290.
4. Максимова Т. Е. Виртуальные музеи в социальных сетях // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 12 (62). Ч. 1. С. 136-139.
5. Пряхин М. Н. Типология систем средств массовой коммуникации (по Ю. П. Буданцеву) [Электронный ресурс]. URL: <http://rudn.monplezir.ru/ssmk.html> (дата обращения: 11.08.2018).
6. Рязанова Е. А., Сергеева А. А. К вопросу о коммуникативном потенциале музейного пространства // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2017. Т. 22. № 4. С. 696-702.
7. Салтанова М. В. Игровые стратегии музея современного искусства // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2009. № 101. С. 252-258.
8. Тавокин Е. П. Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России. М.: Либроком, 2012. 200 с.
9. Cameron D. A Viewpoint: The Museum as a Communication System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. № 1. P. 33-40.
10. Giaccardi E. Collective Storytelling and Social Creativity in the Virtual Museum: A Case Study // Design Issues. 2006. Vol. 22. № 3. P. 29-41.
11. McArthur J. Practical Lessons from User-Experience Design for Spaces for Learning // The ACEF Journal. 2011. Vol. 2. № 1. P. 65-76.

‘ARZAMAS’ MEDIA PROJECT AS A VIRTUAL EDUCATIONAL MUSEUM

Ryazanova Viktoriya Andreevna
Peoples' Friendship University of Russia, Moscow
viktoriaryazanova2070@gmail.com

The author considers the notion “virtual museum” in the context of communication science. Five criteria for the effectiveness of the educational Internet portal are identified, its areas of influence as a subject of network communications are revealed, and the problems that can be solved with the help of different types of content are shown. The empirical basis of the study is the educational media project ‘Arzamas’ that is a kind of the consolidator of the humanities knowledge on the RuNet. As a result of the analysis, the hypothesis about the high potential of the “virtual museum” format, which embodies the actual for the digital society mass communication model, is confirmed.

Key words and phrases: virtual museum; educational museum; integrated communications; digital communication; communication; collaborative museum project; multimedia space.