

**В. Г. Узунова****Социология музееведения:  
Исследования специфики потребностей и восприятия посетителей МАЭ**

Научная тема «Социология музееведения: исследование посетителей МАЭ РАН» была инициирована теми изменениями социальной ситуации, которые изменяли и прежние условия существования академической науки. Прикладное значение фундаментальных теоретических разработок стало осмысливаться как первостепенно значимое. В 1996 г. на базе Отдела русской и славянской этнографии МАЭ РАН началась подготовка, и в следующем, 1997 г., стали разворачиваться конкретные социологические исследования посетителей Музея. Нетрадиционные возможности исследования и теоретического осмысления полученных результатов открылись в связи с появлением новых технологических возможностей — началом компьютеризации Музея и подключением Отдела информационных технологий к Интернету. Нарботанный опыт и наша активность сделали нас регулярными и полноправными участниками международных конференций по применению новых информационных технологий в сфере культуры. Такие проекты, как «Виртуальная Кунсткамера», «Посетители реальных и виртуальных музейных миров», «Информационные запросы музейного посетителя и информационное пространство музея: поиск адекватности», «National Identity Network» и другие позволили МАЭ достойно представлять себя на уровне крупнейших музеев мира.

Изучение специфики восприятия специфики потребностей посетителей методами социально-психологической техники сбора информации оказалось чрезвычайно продуктивным. В новом исследовательском поле музейного пространства для нас был открыт и новый объект изучения — содержание диалога «посетитель—Музей—посетитель», его возникновение, закономерности протекания и результирующие. Не только методика музееведческой практики, но и методология музееведения стала подниматься на новый уровень осмысления своих интересов. Музейная база — классическое основание для академической науки — открылась как база исследования проблем современного человека.

Наиболее интересными, на наш взгляд, являются обозначившиеся в ходе исследования проблемы методологического свойства, без понимания и решения которых невозможно осуществление социологического проектирования в пространстве реального и виртуального музея. Особую сложность, связанную со спецификой антропологического и этнографического экспонирования, составляет детальный анализ проблем восприятия посетителей. Именно специфика восприятия должна быть подробно зафиксирована и осмыслена для выработки стратегии работы с посетителями в пространстве виртуального музея.



В нашей концепции посетитель является агентом информационного пространства Музея. Посетитель-агент это действующая причина, вызывающая новые явления в информационном пространстве Музея: он способен находить в этом пространстве даже то, что там объективно отсутствует. Он выбирает в реальном музейном пространстве аргументы для построения своего собственного виртуального мира, создавая его прямо на экспозиции на базе домыслов и игры воображения. Мы заимствуем из биологической науки и вводим в оборот термин «информосомы», призванные обосновать, как именно и до какой степени независимо от информационного поля Музея работает этот встречный информационный поток, исходящий от посетителя. В понятии «информосом» фиксируется принципиальное для нашей концепции утверждение, что посетитель есть сам анализатор себя как информационной системы. На основе своей способности к постоянно текущему самоанализу посетитель не просто получает сведения из информационного пространства Музея, но активно преобразует информацию, т.е. участвует в «информосинтезе», реорганизуя себя как систему.

Первый этап сбора информации и ее анализ привел нас к пониманию неудовлетворительности функционирования Музея по традиционной логике культурно-просветительской деятельности. На втором этапе исследования мы выделили те блоки содержательной информации, которые предлагает музейная экспозиция, и те «тематические круги», которые со своей стороны формирует сам посетитель. Среди многих выводов на этом направлении мы пришли к принципиальному для разработки виртуальных проектов соображению о роли воображения и домысливания (фантазирования) в процессе восприятия экспозиции. В виртуальное пространство Интернета могут быть отчуждены эти индивидуальные фантастические (возможные, желательные) миры.

Следующий этап изучения был посвящен анализу установочной предуготовленности к восприятию («диспозиционный анализ») посетителей МАЭ. И здесь мы столкнулись с непредвиденными препятствиями восприятия, когда посетитель демонстрирует неприятие предлагаемой формы подачи информации на основе самоопределения себя как: 1) носителя современности, 2) носителя урбанистичности, 3) носителя национальной принадлежности и 4) культурного прагматика. Последняя позиция требует краткого разъяснения. Отношение к культуре человека, прямо не востребованного к служению ей, сугубо прагматично и инструментально. Культура нужна ему не как самоцель, не как священное достояние, а как средство коммуникации, социальной ориентации, социальной мобильности, социального самоутверждения. Перед культурными прагматиками остро встает проблема культурного самоопределения.

Мы довольно тщательно прописывали «портрет» нашего посетителя и кратко перечисляем его характерные черты: чрезвычайная активность восприятия, требование открытого диалогового общения, несогласие с просветительской установкой Музея, провокационный стиль поведения как потребность вписать себя в контекст изложения экспозиционного показа. Стало очевидным, что решение сущностных проблем музееведения уже невозможно



только на пути улучшения методических разработок экскурсионного показа. В этой связи самой значимой способностью компьютерных технологий для нас оказалась их технологическая возможность вобрать в себя и продуктивно использовать фантазии посетителей Музея. Если в пространстве реальной экспозиции воображение посетителей является избыточным, преломляя восприятие научной информации самым причудливым образом, то создание мультимедийных продуктов (ММП) открывает возможности направить этот процесс в русло правильного осмысления. Итак, первое направление целевого вхождения в среду Интернет нами было осознано. Мы должны не только перехватить способность посетителей к воображению, но и направить его фантазии в русло творческого взаимодействия.

Кунсткамера Петра Великого (МАЭ РАН) возникла и продолжает существовать как социальная институция познавательной деятельности человека — музей науки. Краеугольным камнем познавательной деятельности человека является представление о метафоре как фундаментальном когнитивном механизме, проявляющемся на всех уровнях познания. Механизм освоения предмета через проекцию готовой системы на предмет и вращение нового в уже наличествующую схему как процесс перехода иллюзии в истину — две фазы единого процесса познания. Аквариум и театр были первыми метафорами виртуальной реальности. Сейчас мы работаем с иной метафорой виртуальной реальности — метафорой Брикена, которая разворачивается к изучению пространства и времени. Это — метафора истории через познающего себя человека, метафора самопознания или психологии человечества.

*Н. В. Ушаков*

## **Роль МАЭ РАН в этнографическом изучении Ленинградской области**

Роль МАЭ РАН в этнографическом изучении Ленинградской области целесообразно показать на фоне общей истории этнографического изучения этой территории и в сочетании с исследовательскими работами других учреждений, занимающихся этнографическим изучением Ленинградской области.

### **Ленинградская область — регион с полиэтничным составом населения**

И в конце XIX в., и сейчас в Ленинградской области живут не только русские. Это зоны расселения прибалтийско-финских народов, близких по