

# Анализ репрезентаций дарения в цифровой среде музеев Москвы

УДК 316.334

DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-2-70-80

Получено 10.04.2023

Доработано после рецензирования 23.05.2023

Принято 31.05.2023

**Виталий Дмитриевич Романов**

Аспирант

ORCID: 0000-0002-3132-8928

E-mail: vrmnov@gmail.com

Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург, Россия

## АННОТАЦИЯ

В статье представлены результаты исследования репрезентаций дарения на сайтах 170 музеев Москвы (федеральные, региональные, частные). Сбор данных и их интерпретация были построены вокруг двойственности музейного дара как смысловой единицы, представляющей следующие категории: 1) обращения и просьбы музеев о разных видах имущественной поддержки (новые предметы или денежные пожертвования); 2) ранее переданные музею дары, представленные в электронных каталогах. Данные, собранные по материалам сайтов московских музеев, показали, что обращения о помощи музеям, вне зависимости от вида благотворительности –удел меньшинства (8–15 %). В свою очередь, систематизирован-

ные электронные каталоги имеются у 82 музеев, среди них информацию о пути поступления предметов и через дар, в том числе в отдельную категорию описания чётко выделяет лишь 13 %. Учитывая давнюю историю влияния благотворителей на становление и развитие музеев, наличие свидетельств осуществляющихся сейчас практик поддержки музеев, автор рассуждает не о низкой интенсивности дарения в музейных институциях, а предлагает сделать вывод о связи между слабой артикуляцией дарительных намерений и даров в фондах с функционированием музейного поля Москвы, его правилами и разделяемыми нормами.

## Ключевые слова

Культурное производство, экономика дара, благотворительность, социология музеев, управление пожертвованиями, цифровая репрезентация, музейный дар, электронные каталоги

## Для цитирования

Романов В.Д. Анализ репрезентаций дарения в цифровой среде музеев Москвы // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 2. С. 70–80.

© Романов В.Д., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



# Gifting representations' analysis in the digital environment of Moscow museums

Received 10.04.2023

Revised 23.05.2023

Accepted 31.05.2023

**Vitaly D. Romanov**

Postgraduate Student

ORCID: 0000-0002-3132-8928

E-mail: vrmnov@gmail.com

North-West Institute of Management – Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,  
St. Petersburg, Russia

## ABSTRACT

The article presents the research results of gifting online-representations of 170 museums in Moscow (federal, regional, private). Data collection and its interpretation were structured around the duality of the museum gift as a semantic unit representing the following categories: 1) appeals and requests from museums for different types of property support (new items or monetary donations); 2) gifts previously given to the museum, presented in electronic catalogues. The data collected from the materials of Moscow museums' websites showed that appeals for assistance to museums, regardless of the type of charity, are the lot of a minority (8–15 %). In turn, 82 museums have

systematized electronic catalogues, among them only 13 % clearly distinguish information about the way of items' arrival and through a gift, including in a separate category of description. Considering a long history of philanthropists' influence on the formation and development of museums, and evidence of existing museum support practices, the author does not argue about low intensity of donations in museum institutions, but offers to draw a conclusion about the relationship between low articulation of gift intentions and donations in the collections and functioning of the museum field in Moscow, its rules and shared norms.

## Keywords

Cultural production, gift economy, charity, museum sociology, donations' management, digital representation, museum gift, electronic catalogues

## For citation

Romanov V.D. (2023) Analysis of gift-giving presentations in the digital environment of Moscow museums, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 2, pp. 70–80. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-2-70-80

© Romanov V.D., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



## ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Музейные институции за свою историю не сменяли миссию, самописание, выставочные и педагогические средства, подстраивались под современные реалии и социальные запросы. Согласно определению Международного совета музеев (англ. International Council of Museums, далее – ICOM) 2022 г., музей – это «Некоммерческое, действующее на постоянной основе учреждение на службе обществу, которое изучает, собирает, хранит, интерпретирует и экспонирует материальное и нематериальное наследие. Открытые для публики, доступные и инклюзивные музеи способствуют многообразию культур и устойчивому развитию общества. Музеи осуществляют свою деятельность и коммуникацию на основе принципов этики и профессионализма при участии сообществ, предлагая разнообразный опыт в целях образования, организации досуга, рефлексии и обмена знаниями»<sup>1</sup>. Определение, как кажется, дано с авансом (с ожиданиями изменений музеев в будущем), поскольку многие учреждения сегодня не прыгнут выше планки ICOM из-за нехватки элементов музейного «идеала», хотя по внутренним параметрам, самоопределению такие культурные учреждения вполне могут считать себя музеями. С одной стороны, это указывает на дифференциацию возможностей музейных институций, с другой, что в музейном поле потенциально существуют различия между практиками и идеальными типами, которые провозглашаются разными ансамблями музейного поля. В этой статье автор концентрирует внимание на феномене, вшитом в старые и новые определения музеев, но который подчас «выпадает» из научной и музейной рефлексии, а именно – дарения как практике и способе собирания культурного наследия в музеях. Цель статьи – продемонстрировать данные о представленности дарения как социальной практики в виртуальной среде музеев Москвы.

## ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ / THEORY AND METHODS

Опираясь на методологическую концепцию П.Бурдьё, автор руководствовался моделью трёхуровневого изучения профессиональных сообществ, институтов. В статье описываются результаты части исследования поля музеев Москвы – анализ дара по материалам музейных сайтов.

<sup>1</sup> ICOM Russia (2022). Перевод определения понятия «Музей» / События. Режим доступа: [https://icom-russia.com/data/events/perevod-opredeleniya-ponyatiya-muzey/?sphrase\\_id=1444568](https://icom-russia.com/data/events/perevod-opredeleniya-ponyatiya-muzey/?sphrase_id=1444568) (дата обращения: 03.03.2023).

Полученные данные демонстрируют управленческие, технические, практические качества поля музеев Москвы, что согласно П.Бурдьё, соответствует второму уровню анализа: «Во-вторых, анализ внутренней структуры литературного (и т.п.) поля, – универсума, подчиняющегося своим собственным законам функционирования и трансформации» [Бурдьё, 2000, с. 1]. Выборка составлена методом основного массива – всего 170 интернет-страниц учреждений (по авторской базе данных музеев Москвы) при генеральной совокупности 203 учреждений. Музеи разделены на три типа: федеральные, региональные (находятся в ведении департаментов и других органов власти Москвы) и частные. Материалы собирались с помощью описательного количественного контент-анализа с января по февраль 2023 г. Источниками данных были сайты музейных учреждений Москвы. Данные были дифференцированы на два типа:

1) разделы сайтов музеев, которые предлагают совершить: а) финансовую поддержку; б) передачу материальных объектов (книги, документы, техника, предметы искусства);

2) поиск систематизированных электронных каталогов музеев или их наличие на сайте Государственного каталога Музейного фонда Российской Федерации (далее – Госкаталог), поиск в них дара как способа комплектования фондов.

Первый тип ориентирован на задачу по обнаружению в виртуальной среде музеев Москвы обращений о финансовой поддержке, а также направленных на приумножение предметов в музейные собрания за счёт дара. Основными видами благотворительной помощи музеям в России являются дарение и пожертвование (движимое имущество), меценатская поддержка (пожертвования с более узкой целью), целевой капитал (эндаумент), гранты, фандрайзинг, краудсорсинг и краудфандинг – они потенциально образуют совокупность всех дарительных практик в музейном поле. Уже при предварительном сборе данных автором было обнаружено, что музеи почти всегда разделяют благотворительность на два типа: денежные средства и поддержка материальными предметами, поэтому в исследовании использованы именно эти единицы анализа. Следовательно, прямые денежные пожертвования, эндаумент, меценатская поддержка объединены в одну общую категорию финансовой поддержки, а предметы как часть научно-фондовой работы отделяются от них по профессиональным, а не юридическим причинам.

Второй тип данных направлен на изучение систематизации даров. Базовая задача состояла

в определении наличия или отсутствия на сайтах музеев электронных каталогов, ссылок на внутренние каталоги на внешних ресурсах. Разделение каталогов на внутренние музейные и базы Госкаталога обусловлено интересом к управленческим тенденциям в виртуальной среде, такой интерес свидетельствует об особенностях ведения фондового учёта. Последующей задачей был поиск по каталогам дара как категории поступления от предыдущих владельцев, что обычно фиксируется по правилам научно-фондовых описаний провенанса (от фр. *provenir* – поступать из).

### **МУЗЕЙНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ / MUSEUM TRENDS: HISTORY AND MODERNITY**

Погрузимся в изучение этой темы и наметим существующие принципы музейного производства культуры. Большую часть XX в., в том числе в России, музейные нарративы «представляли стройную систему взглядов на мир», «служили инструментом реализации основных направлений в области идеологии» [Шляхтина, 2009, с. 32]. Посетители скорее «воспитывались» культурными институциями и, не входя в околмузейные заведения, не являясь коллекционерами, почти никак не могли влиять на музей, участвовать в его жизни, пополнять коллекции. Свой вклад в сохранение материального наследия обыкновенно вносили представители аристократических, экономических, культурных элит. Их имена связаны с открытием и становлением известных музеев. С конца 1980 г. началась постепенная трансформация просветительских и экспозиционных установок в музейном поле, и изменения по времени совпадают с появлением концепции «новой музеологии» (англ. – *new museology*), которая стала руководящим принципом многих учреждений [Merriman, 2020]. В процессы культурной индустрии стали чаще включаться крупный бизнес, инвесторы. Именно в конце XX в. раздувается «пузырь» рынка современного искусства, становятся известны спекуляции вокруг аукционных домов «Сотбис» и «Кристас». Меняются и посетители: их потребности, работа и доходы; видоизменились аналитические инструменты стратификационных (и не только) измерений посетителей [Gürel, Nielsen, 2019].

Мультимедиа технологии, интерактивные инсталляции, 3D-сценография на выставках раскрывают иные способы взаимодействия с посетителями, например, геймификация (игрофикация), эдьютейнмент или игровое обучение (от англ. *education* и *entertainment*), форматы

виртуального музея [Giannini, Bowen, 2019]. С помощью мультимедийных средств музеи смещают внимание с функционала и фактов о предметах на социальные проблемы, которые связаны с этими экспонатами, нередко демонстрируя для посетителя значимость различных социальных идей, представлений, которые организаторы выставок, кураторы находят ключевыми (инклюзия, течения современного искусства и т.п.) [Bailey Ross и др., 2013]. Возможности цифровых технологий нередко становятся импульсом к созданию музейных учреждений (Музей криптографии) или экспозиций (Дом Лосева), актуализации устоявшихся постоянных экспозиций. Доминирование скрытых знаков, приоритета искусствоведческих, академических дешифровок предметов сменяется конструкцией «мультисенсорного музея», где посещение экспозиций сопровождается испытанием чувств, восприятием звуков и визуального ряда, тактильных ощущений, запахов [Левент, Паскуаль-Леоне, 2021]. В рамках концепции «партиципаторного» музея некоторые авторы даже говорят не о посетителях, а о публике, пользователях как участниках культурного производства [Саймон, 2017].

Наконец развитие технологий, цифровизация стали задавать тон в музейном управлении, гвернаментальности, самообучении, менять средства научно-исследовательской деятельности (от реставрации до искусствоведения и музейной педагогики). Бюрократизация научно-фондовой работы, «перевод» предметов в электронный вид позволяют сегодня демонстрировать те части фондов, которые годами хранились в запасниках. После пандемии Covid-19 музеи сохранили онлайн-регистрации, покупки билетов по времени, что можно связать с управлением потоками людей, маршрутами посещения. Средства, нарративы, о которых заявляют в авангарде музейных институций, потенциально образуют разрывы в профессиональном поле, если сравнивать с музеями, работающими инертно (которых немало) и лишь воспроизводящими себя как социальная институция. Чтобы утверждать, что озвученные тренды создали новую реальность, необходимо детально рассматривать каждый элемент музейной деятельности, например, восприятие на выставках [Budge, 2017].

Конфигурация социально-экономических различий музеев, как и посетителей, образует исключительные для каждой страны переплетения агентов в поле культуры. Бурдье в контексте возможности бескорыстной жертвы отмечал, что человек безвозмездно дарит, когда в обществе существуют социальные условия самой

безвозмездности (и в конкретном социальном поле) [Бурдьё, 2019]. Поэтому изучение дарения в музейном поле проводится вкупе с анализом базовых различий между музейными институциями, а цифровые репрезентации о даре (как и сами практики) сопоставляются с владением различными видами капитала, языковыми средствами, наличием предустановок и т.д.

### ДАРЫ МУЗЕЯМ / GIFTS TO MUSEUMS

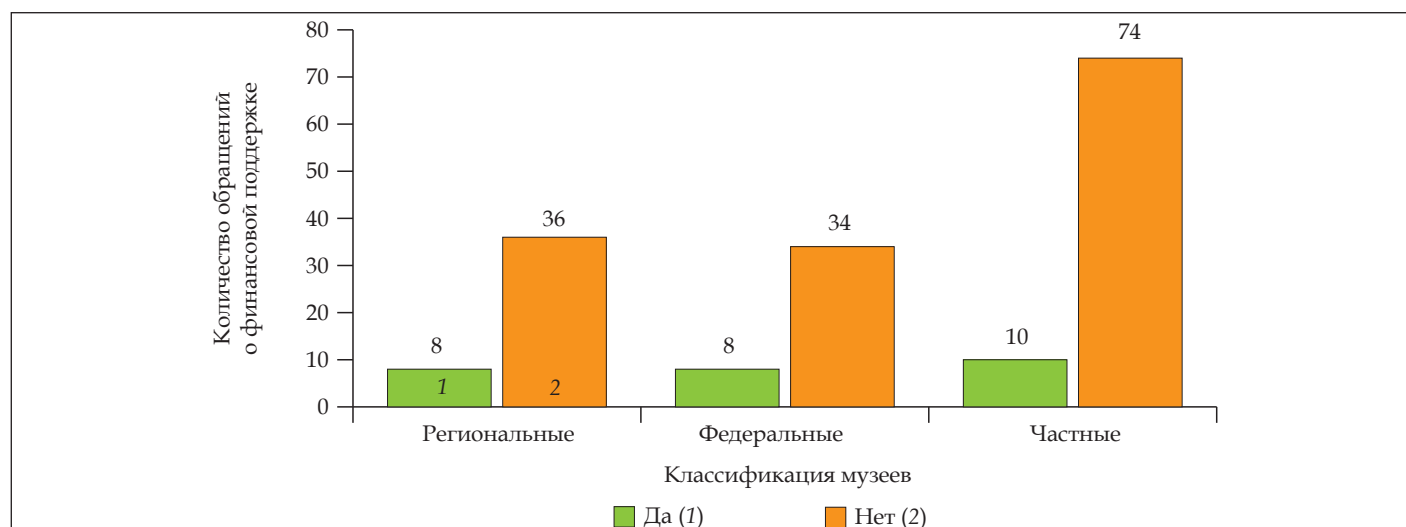
Практики безвозмездной передачи ценных предметов, артефактов, искусства или денежных средств осуществлялись ещё в протомузеях времён антикварианизма [Майстровская, 2018]. Подарками музейным институциям становились полотна мастеров, археологические находки, редкие письменные источники, которые аристократы и буржуа оставляли в наследство, передавали при жизни известным галереям и музеям по всему миру. Отношения долга, символической экономики, которые возникают при передаче ценных даров от сильных мира сего в пользу культурных институций – это связь социальных агентов, которая не равна по внутренним диспозициям ситуации даров художников, посетителей, пожертвований «по подписке». Передача ценностей и пожертвования музеям без последующего эквивалентного ответа – частные примеры общего корпуса дарительных практик, свободных даров, обменных систем. Выходит, музейные дары шире не только в материальном смысле, но и в контексте социальных отношений, вариаций «музей–даритель». Антропологи утверждают, что циркуляция материального наследия не имеет единой схемы, структуры, что правила дара определяются прак-

тической логикой и правилами конкретного общества [Parry, 1986]. Кроме даров-предметов музеи принимают финансовые пожертвования. И хотя в личных отношениях именно деньги нередко становятся плохим подарком, так как не создают равенство, напоминают плату и откуп, для организаций денежные пожертвования не могут стать более или менее ценными [Kupor, Flynn, Norton, 2017]. Таким образом, музейные подарки явно дифференцированы. К примеру, денежные средства, дары «фаворитов», «неудобные дары», символические дары и так далее. Автор допускает, что существуют и иные формы субъективно бескорыстной помощи музеям.

### РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH RESULTS

#### 1. ФИНАНСОВЫЕ ПОЖЕРТВОВАНИЯ И ДАРЫ ПРЕДМЕТОВ

В Москве на 2023 г. работает более 200 музеев (или порядка 500, если учесть филиалы). В ходе исследования выборки различные обращения к аудитории о финансовой поддержке были найдены на 26 сайтах музеев, то есть у 15 % учреждений. Большинство, то есть 144 музея Москвы (84 %), не публикует обращения к аудитории о финансовой помощи на сайтах. На рис. 1 видно, что типологические различия не существенны, в каждой группе незначительное число музеев имеет виртуальную репрезентацию для финансового пожертвования. Однако, это не отменяет существования, вероятно, структурной, экономической разницы между музеями, инкорпорировавшими поддержку в сети «Интернет» (далее – Интернет).



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

**Рис. 1. Репрезентации о финансовой поддержке на сайтах музеев Москвы**

Fig. 1. Representations about financial support on Moscow museums' websites



Среди музеев, ориентированных на получение безвозмездной помощи, встречались разные варианты и формы цифровых репрезентаций. Чаще всего музейные интернет-ресурсы содержали информацию для обратной связи по возможности дара денежных средств в виде опубликованных QR-кодов, реквизитов или различных систем платежей, которые интегрированы в структуру сайта. Куда реже потенциальным благотворителям предоставляется выбор вида пожертвования, целевое направление финансовой помощи. Такая вариативность, например, имеется у Московского музея парфюмерии и Государственной Третьяковской галереи. Сайт Государственной Третьяковской галереи даёт возможность совершить пожертвование Фонду поддержки галереи, а также через два целевых капитала: «Пополнение коллекций» или «Поддержка малых музеев». В основном музейные учреждения сообщают только об одном пути финансирования. Есть примеры, когда музеи демонстрируют готовность приёма денежных средств на безвозмездной основе, но не оставляют реквизитов или контактов для связи, как например у музея «Царицыно»<sup>2</sup>.

Значимость даров музеи часто сами подчёркивают на своих интернет-ресурсах, но обращения о передаче предметов оказались ещё менее встроены в их виртуальную среду. Всего 13 сайтов содержат публикации о возможности посетителей, аудитории предложить музею личные вещи, в свою очередь, у 157 музеев таких обращений нет (рис. 2). Как и с финансовой поддержкой, данные не отражают серьёзных диспропорций по типологиям. Различия

<sup>2</sup> Царицыно. Поддержать музей. Режим доступа: <https://tsaritsynomuseum.ru/podderzhat-muzej/> (дата обращения: 01.03.2023).

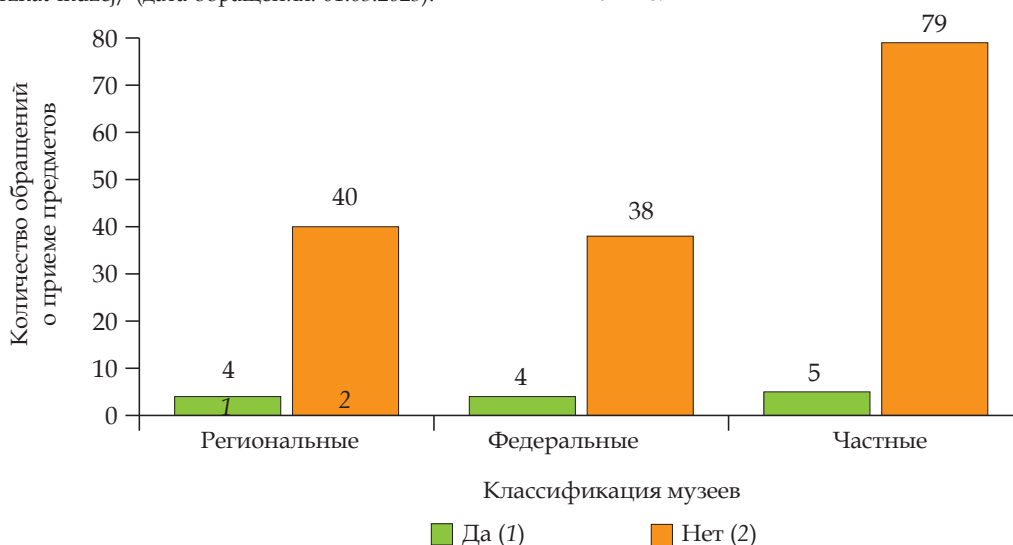
вновь обнаружались в репрезентации. Например, Музей Победы отметил возможность передать в дар документы, награды, ценные и памятные вещи в разделе «Вопросы и ответы», оставив контактный номер, тогда как Государственный центральный театральный музей имени А.А. Бахрушина в разделе «Для дарителей» скорее информирует о существовании музейных даров, но текст не содержит побуждений дарить и контактов для связи. Сообщается, что формы комплектования фондов музея «весьма разнообразны»: дар, безвозмездная передача, целевые заказы на выполнение некоторых работ и другие<sup>3</sup>.

Иной пример ориентации на потенциальных дарителей был найден у Политехнического музея, который на своём сайте описывает дар как один из источников пополнения фондов, ссылаясь на примеры именитых дарителей. Дары разделяются Политехническим музеем на две категории – книги и другие предметы. Передача печатных даров осуществляется лично, а в разделе библиотеки музея размещены контактные данные. Страница «Подарить предмет» – редкий пример, когда благотворитель может заполнить форму для предварительного рассмотрения музеем потенциальных подарков<sup>4</sup>. Форма включает информацию о дарителе, названии предмета, фото общего вида и фото надписей (при их наличии). Заранее предупреждается, что вещи могут быть не приняты, а библиотека «оставляет за собой право дальнейшего их перераспределения»<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Бахрушинский музей. Для дарителей / Коллекция. Режим доступа: <https://www.gctm.ru/collection/dlya-dariteley> (дата обращения: 01.03.2023).

<sup>4</sup> Политехнический музей. Подарить предмет. Режим доступа: <https://polymus.ru/pages/podarit-predmet> (дата обращения: 02.03.2023).

<sup>5</sup> Там же.



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

**Рис. 2. Репрезентации дарения предметов на сайтах музеев Москвы**

Fig. 2. Representations of donated objects on Moscow museums' websites

Схожим образом устроены интернет-страницы Государственного музея обороны Москвы и Государственного музея истории ГУЛАГа, которые принимают в дар тематические предметы, материалы, документы. Музей ГУЛАГа, кроме того, предлагает направлять устные истории и интервью, взятые у свидетелей массовых репрессий в СССР.

Анализ сайтов музеев Москвы показал низкую репрезентативность информации об имущественной помощи. Возникает вопрос. Могут ли данные указывать на то, что дары в целом не нужны музеям? Или что такие практики – нежелательная активность для музеев? Сайты музеев скорее говорят об обратном. Учреждения, даже которые не размещали на своих страницах просьбы о помощи, публиковали в разных разделах, новостях, уставах сведения о дарителях и подарках как о некотором общем месте. Найденные в электронных каталогах музеев экспонаты, поступившие в фонды через дар, также свидетельствуют об открытости культурных учреждений к помощи. Более того, многие музеи публикуют информацию о благотворительных акциях других организаций, фондов, которые подчас не связаны с производством культуры<sup>6</sup>. И наоборот, свидетельства критических замечаний о дарении, ненужности благотворительности на интернет-страницах музеев не были обнаружены.

## 2. ЭЛЕКТРОННЫЕ КАТАЛОГИ

В стенах институции музейные предметы подлежат особому учёту, хранению, поддержанию

<sup>6</sup> Музей Москвы. Подари жизнь / Выставки. Режим доступа: <https://mosmuseum.ru/exhibitions/p/12-podari-zhizn> (дата обращения: 05.03.2023).

их состояния и реставрации. В России это закреплено в ст. 6 Закона «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации»<sup>7</sup>. Но так было не всегда, поэтому многие детали, например, хронология владения, информация о предыдущих владельцах предметов часто терялись или просто не собирались. Восстановление полной картины перехода предмета от создания мастером до настоящего времени занимают исследователи провенанса. Искусствоведческая интерпретация значительно определяет судьбу экспонирования, интерес к предметам среди коллекционеров, посетителей. Поэтому знания о провенансе связаны с последующим определением ценности вещи, могут задавать новую художественную, научную или экономическую цену предметам. Один из элементов интерпретации и атрибут биографии предмета – источник или способ поступления, что во многих музеях мира именуется как кредитная линия (англ. credit line). С такой информацией мы можем столкнуться в пространстве постоянных и временных выставок, рядом с экспонатом на этикетке: к примеру, «Покупка музея», «Дар Л. Кузнецовой» и т.п.

С появлением электронных каталогов способы поступления, как и другая информация о коллекциях, стали публиковаться некоторыми музеями на сайтах. По проанализированным автором примерам музеев можно сказать, что происхождение предметов, и, в частности, подаренных музеям материальных ценностей, весьма разнообразно. Следует начать изучение с базовых

<sup>7</sup> Российская Федерация. Федеральный закон от 26.05.1996 №54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10496](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10496) (дата обращения: 05.03.2023).



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

**Рис. 3. Электронные каталоги музеев Москвы**

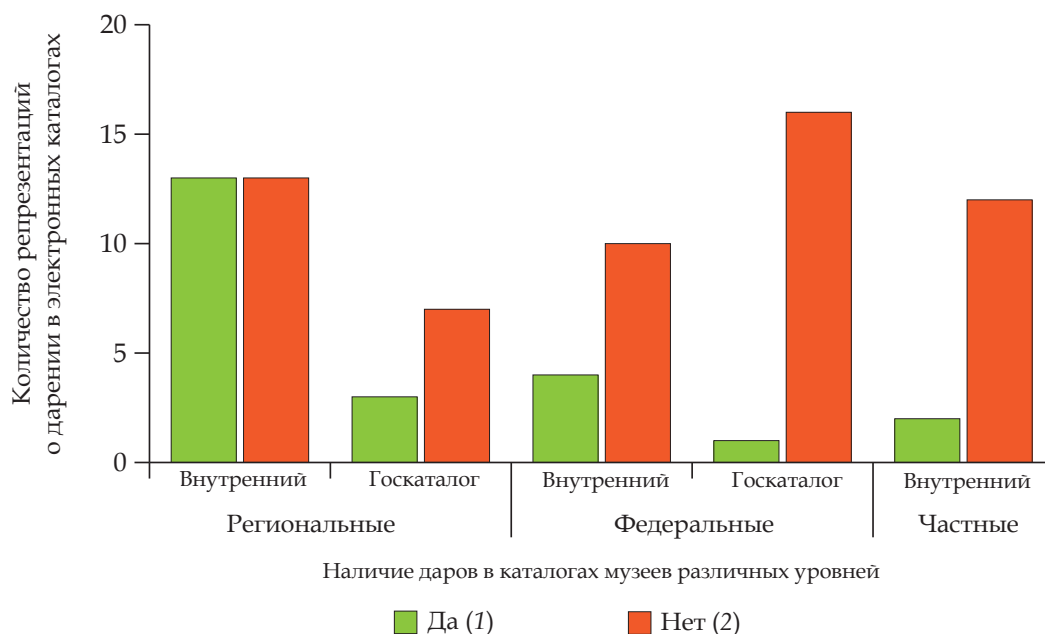
Fig. 3. Digital catalogues of Moscow's museums

положений об устройстве электронных каталогов московских музеев, переходя к представленности в них дарения. В целом оцифрованные в разной степени коллекции (включая и на сайте Госкаталог, и внутренние музейные коллекции) имеются у 82 музеев Москвы (рис. 3; 48 %), только в 23 из этих каталогов предметы чётко отмечаются как подаренные (4 – на сайте Госкаталог, 19 – во внутренних каталогах на сайтах музеев; рис. 4). Остальные 89 сайтов либо демонстрируют только некоторые экспонаты или части экспозиции, либо представляют информацию о предметах, которая не включает минимальные требования к электронному каталогу музея (отсутствуют как сам поиск, так и фильтры, категории поиска) и описанию единиц хранения (происхождение, дата поступления и т.п.).

О группе музеев, которая разместила информацию о коллекции на сайте Госкаталог, следует сказать отдельно. Показатель отсутствия у музея этой группы внутреннего каталога на своём сайте может указывать на некоторую повторяемую управленческую практику у музейных учреждений в Москве. При наличии у музея на веб-странице Госкаталога раздела «Предметы музея» большинство учреждений не размещает на своих основных сайтах информацию ни о каталоге в целом, ни о том, что их коллекция оцифрована на внешнем ресурсе. Также удалось обнаружить, что описания предметов на Госкаталоге практически никогда не содержат информации о способе поступления, происхождении или предыдущих владельцах. Признаком, что та или иная

единица хранения была куплена, найдена или подарена, удалось определить только в 4 случаях Госкаталога по аннотации или подробному описанию к предмету. При этом поисковая система Госкаталога считает запрос «дар» не как отдельные слова, но как его часть, из-за чего «дар» регулярно обнаруживается в ненужных словах.

Анализ «внутренних» электронных каталогов показал другие результаты. Под «внутренними» автор настоящей статьи понимает электронный музейный каталог, путь к которому (или он сам) размещен и однозначно представлен на сайте музея в отдельном разделе. В этой группе преобладают региональные музеи среди всех 23 каталогов (рис. 4), в провенансах которых отмечены дары. 13 из всех 19 внутренних каталогов – это каталоги подведомственных учреждений Москвы. Музеи, находящиеся в ведении департамента культуры Москвы, заполняют и публикуют на своих сайтах сведения о предметах через систему управления фондами «КАМИС». Кроме того, каталоги всех подведомственных музеев дублируются на портале «Музейная Москва онлайн». Здесь форма описания единиц хранения не содержит унифицированной категории «Поступление предмета» или «Происхождение», но в отличие от сайта Музейного фонда России, поиск по платформе позволяет находить именно подаренные предметы (что указывается в разделах «Описание», «Название» или «Персоналии»), а не только однокоренные слова. Единичны случаи, когда региональные музеи не сообщают на сайте, что их оцифрованная коллекция



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

**Рис. 4. Дар как категория провенанса в электронных каталогах музеев Москвы**

Fig. 4. Gift as a provenance category in the digital catalogues of Moscow museums



размещена на стороннем ресурсе (например, Государственный музей Владимира Высоцкого).

Электронные каталоги в той или иной форме представлены на сайтах большинства музейных учреждений Москвы. При этом государственные музеи больше, чем частные музеи, работают в Интернете над оцифровкой. Связано это, вероятно, с тем, что негосударственные учреждения не обязаны оцифровывать свои фонды для Госкаталога. Отсюда высокий показатель отсутствия электронных каталогов у 70 частных музеев (рис. 3). Причин может быть несколько: одни музейные учреждения могут не иметь трудовых ресурсов для подробной работы с оцифровкой фондов, другие руководствуются собственными представлениями и правилами об объёмах публикуемой информации, третьи считают, что виртуальные фонды – лишние для музея атрибуты. В итоге профессиональное отношение музеев к каталогам гипотетически отражает различия музеев не только в области представлений о предметах и их экономике, но и в стилях управления, в обладании ресурсами, принадлежности к определённым профессиональным коалициям.

### 3. ДРУГИЕ ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ДАРА

Перед заключением необходимо поделить наблюдения по ходу сбора основных данных. Собирая ключевые единицы анализа, в поле внимания также попадались сведения, которые имели немалую схожесть, но выходили за рамки заданных критериев отбора данных. Например, разделы «Новые поступления». Некоторые музеи ведут раздел (или публикуют идентичную информацию в новостной ленте), чаще всего именуемый «Новые поступления», где размещаются сведения о подаренных или купленных предметах, указываются дарители, покупатели. Государственный музей А.С. Пушкина до 2021 г. вёл сайт Отдела личных коллекций (сейчас закрыт), который, по сути, был площадкой, целиком посвящённой частным дарам. Необычный вариант репрезентации о своих дарителях имеется у сайта частного музея В.И. Даля, где публикуется список друзей музея. На нём указывается конкретная помощь, которую оказали люди: «финансировал издания музея», «установил указатель к могиле В.И. Даля», «осуществляет информационную поддержку»<sup>8</sup>.

Попадались сведения о мероприятиях и праздниках, тематических выставках, которые посвя-

щены различным коллекциям даров. Выставки подарков, полученных из разных источников, часто становятся самостоятельным высказыванием, о чём музеи пишут на сайтах<sup>9</sup>. Меньшие по масштабу мероприятия, связанные с музейной благотворительностью – чествования благотворителей или «дни дарителя», которые отдельные музеи проводят в своих стенах. Пожалуй, сильнее всего в Москве такой праздник укоренён в Государственном Дарвиновском музее, где мероприятие организуется каждый октябрь, начиная с 2010 г. Из описаний прошедших праздников можно заключить, что дарами были работы художников и скульпторов, книги, открытки, марки, останки животных или их экспонаты и другие. На 2021 г. более 400 человек сделали Дарвиновскому музею различные дары<sup>10</sup>. Упоминания о праздниках в честь дарителей встречались у Музея космонавтики (проводится с 2013 г.), у Государственного биологического музея им. К.А. Тимирязева. Приведённые примеры сложно представить в количественных показателях, но всё же они указывают на то, что дары и пожертвования порождают многие интеракции, а помощь музеям, как и её фиксация, существуют в реальном, живом взаимодействии с локальными сообществами, посетителями, партнёрами.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Полученные данные будут встроены в общую рамку изучения экономико-социальных различий музеев Москвы и вдобавок будут сопоставлены с качественными данными – интервью работников музейных учреждений. Результаты исследования виртуальных репрезентаций показали, что в интернет-среде музеев Москвы имеется редкая артикуляция о дарении. Исключениями оказались музеи, которые готовы одновременно принять и пожертвования деньгами, и предметами для коллекции. Таких музеев в Москве всего три: Музей ГУЛАГа, Политехнический музей и Московский музей парфюмерии. Уже сейчас можно сказать, что ограниченная работа музеев в виртуальной среде по выражению готовности принять помощь от других указывает на не до конца осмысленную роль, частотность или возможности дарительных практик. Ясно и то,

<sup>9</sup> Царицыно (15 октября 2021). Частные коллекционеры и музейщики встретятся на круглом столе в «Царицыне» / Новости. Режим доступа: [https://tsaritsyno-museum.ru/the\\_museum/press-center/news/chastnye-kolleksionery-vstretyatsya-na-kruglom-stole-v-tsaritsyne](https://tsaritsyno-museum.ru/the_museum/press-center/news/chastnye-kolleksionery-vstretyatsya-na-kruglom-stole-v-tsaritsyne) (дата обращения: 04.03.2023).

<sup>10</sup> Государственный дарвиновский музей. Список дарителей / Дарители музея. Режим доступа: <https://www.darwinmuseum.ru/section/dariteli-muzeya/spisok-daritelej> (дата обращения: 08.03.2023).

<sup>8</sup> Музей В.И. Даля. Дарители Музея / Друзья Музея. Режим доступа: <https://museumdal.ru/%D0%94%D1%80%D1%83%D0%B7%D1%8C%D1%8F%20%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D1%8F> (дата обращения: 06.03.2023).

что дарение предметов – не конвейер, и музеи, включая самые респектабельные и финансово преуспевающие, не могут и не хотят поставить на поток приём новых музейных предметов, что описали ещё в конце XIX в. [Федоров, 2015]. Но бесплатная помощь музеям, как отмечено автором, довольно вариативна, поэтому нельзя объяснить только этим фактом ограниченность музейной репрезентации о даре.

Музейную деятельность вокруг безвозмездной поддержки можно охарактеризовать в категориях Э. Гидденса как «практическое сознание», а не дискурсивное как контролируемое. Люди осуществляют практики, действуют, но не рассуждают об этом. Иногда, задаваясь вопросами о сути осуществляемых действий, мы приходим к выводу, что практика дарения переходит на уровень «дискурсивного сознания», которое способно артикулировать такие практики [Blunden, 2021]. Поэтому не вызывает удивления что, к примеру, музейный комплекс «Дом русского зарубежья имени Александра Солженицына», фонды которого состоят из даров дары, никак не выражает готовность получить новую имущественную помощь, но фактически принимает её.

Вдобавок, единственным публичным форматом знакомства с базой данных предметов являются электронные каталоги музеев. Но, к сожалению, дарение или любой другой путь поступления предмета в музей не представлены массово как унифицированная смысловая категория. Вернёмся к бескорыстности по Бурдьё. Предельно «чистый» дар присутствует там, где есть разделяемые всеми участниками поля соответствующих правил. Тогда о представленности жертвования и благотворительности на сайтах музеев Москвы можно сделать следующий вывод: либо правила есть, и они заставляют молчать более 80 % музеев, либо таких правил и установок нет, и поэтому как социально одобряемую норму их выражает музейное меньшинство Москвы. Заявления о намерениях дарить, опубликованные в Интернете, как и через физическое пространство музеев, для наблюдателя, посетителя могли бы стать элементом культурной индоктринации. Размещение информации о благотворительности на сайтах – пример того, как институции работают не только

с представлением своих интересов и себя обществу, себя через Интернет, но и с образом мышления о зрителе, о наблюдателе публикуемого контента. Только наблюдатель сайта или посетители экспозиций могут поразмышлять и задуматься над предложением к безвозмездной помощи. Только усвоенные, артикулированные разными способами знания об одобрении пожертвований создают дарительные связи, системы обмена, подобно тому, как языковое, социальное учение позволяет человеку именовать разными понятиями множество оттенков цветов, а не пользоваться базовыми цветами [Дойчер, 2016].

Дарения, декларируемые как бескорыстные действия, – дифференцированная сеть отношений, которая присутствует во всех уголках социального пространства, свидетельствует о глубоких предрасположенностях, обязанностях и ожиданиях, имеющихся у людей и социальных институтов, в данном случае – музеев и их благотворителей. Социология может изучать те связки «музей-посетитель», где дарение существует и выражено; находить причины, почему в подавляющем большинстве связок практика не становится эксплицитной, хотя наличествует по факту. Головной болью социологов не обязаны быть экспонаты, фонды как вещи, но музеи как социальные институты могут служить примером организационного неравенства, которое выражается как симптом, в частности, через умение говорить о помощи. Уважаемым картинным галереям, научно-техническим музеям, вероятно, требуется финансовая поддержка, но не нужны очереди из потенциально новых предметов, ведь они будут «трудными» дарами, в которых придётся отказать. А вот для малых музеев помощь (деньгами, предметами) вряд ли станет неудобным подарком. При этом разница возможностей музейных учреждений необязательно имеет связь со скрытыми реальными запросами на имущественную помощь, но вероятней будет отсылать нас к общим принципам функционирования поля культурного (музейного) производства, где доминирует невыраженность дарения, нежелание просить, получать и дарить в ответ.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бурдьё П. (2000). Поле литературы // НЛЮ. № 45. С. 22–87.

Бурдьё П. (2019). Экономическая антропология: курс лекций в Коллеж де Франс (1992–1993) / под ред. П.Шампаня, Ж.Дювала при участии Ф. Пуло, М.-К.Ривьер. Пер. с фр. Кралечкина Д. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. 416 с.

- Дойчер Г. (2016). Сквозь зеркало языка: почему на других языках мир видят иначе. Пер. с англ. Жуковой Н.Ю. М.: Издательство АСТ. 382 с.
- Левент Н., Паскуаль-Леоне А. (2021). Мультисенсорный музей: междисциплинарный взгляд на осязание, звук, запах, память и пространство. Пер. с англ. Гатитулин С., Лебедев А., Лебедева Н.М. М.: Garage. 496 с.
- Майстровская М.Т. (2018). Музей как объект культуры. XX век: искусство экспозиционного ансамбля. М.: Прогресс-Традиция. 682 с.
- Саймон Н. (2017). Партиципаторный музей. Пер. с англ. Глебовской А. М.: Ad Marginem. 368 с.
- Федоров Н.Ф. (2015). Музей, его смысл и назначение. Авангардная музеология. М.: V-A-C press. С. 45–113.
- Шляхтина Л.М. (2009). Основы музейного дела: теория и практика. М.: Высшая школа. 183 с.
- Bailey Ross C. et al. (2013). Enhancing Museum Narratives: Tales of Things and UCL's Grant Museum // *The Mobile Story Narrative Practices with Locative Technologies*. Pp. 276–289.
- Blunden A. (2021). Anthony Giddens on Structuration // *Hegel, Marx and Vygotsky*. Leiden: Brill. 430 p. [https://doi.org/10.1163/9789004470972\\_025](https://doi.org/10.1163/9789004470972_025)
- Giannini T., Bowen J.P. (2019). *Museums and Digital Culture: New perspectives and research*. London, UK: Springer. 590 p.
- Gürel E., Nielsen A. (2019). Art museum visitor segments: Evidence from Italy on omnivores and highbrow univores // *International Journal of Arts Management*. V.2, no.21. Pp 55–69.
- Kupor D., Flynn F., Norton M. (2017). Half a Gift Is Not Half-Hearted: A Giver–Receiver Asymmetry in the Thoughtfulness of Partial Gifts // *Personality and Social Psychology Bulletin*. V.12, no.43. Pp. 1–11.
- Merriman N. (2020). 30 Years after the New Museology: What's Changed? // *Prace Etnograficzne*. V.2, no.48. Pp 173–187.
- Parry J. (1986). The Gift, the Indian Gift and the «Indian Gift» // *Man*. Pp. 453–473.

## REFERENCES

- Bailey Ross C. et al. (2013), “Enhancing Museum Narratives: Tales of Things and UCL's Grant Museum”, *The Mobile Story Narrative Practices with Locative Technologies*, pp. 276–289
- Blunden A. (2021), “Anthony Giddens on Structuration”, *Hegel, Marx and Vygotsky*. Leiden: Brill, 430 p. [https://doi.org/10.1163/9789004470972\\_025](https://doi.org/10.1163/9789004470972_025)
- Bourdieu P. (2000), “The field of literature”, *New Literary Observer*, no. 45, pp. 22–87 (In Russian).
- Bourdieu P. (2019), *Economic anthropology: a course of lectures at the Collège de France (1992–1993)*, ed. by P. Champagne, J. Duval with participation of F. Poupeau, M.-C. Riviere, Trans. from French Kralechkin D., Delo Publishing house, RANEPА, Moscow, Russia (In Russian)
- Deutscher G. (2016), *Through the Language Glass: Why the World Looks Different in Other Languages*, Trans. from Eng. Zhukova N.Y., AST Publishers, Moscow, Russia (In Russian)
- Fedorov N.F. (2015), *Museum, its Meaning and Purpose, Avant-Garde Museology*, V-A-C press. Moscow, Russia (In Russian).
- Giannini T., Bowen J.P. (2019), *Museums and Digital Culture: New perspectives and research*, Springer, London, the UK.
- Gürel E., Nielsen A. (2019), “Art museum visitor segments: Evidence from Italy on omnivores and highbrow univores”, *International Journal of Arts Management*, vol. 2, no. 21, pp. 55–69
- Kupor D., Flynn F., Norton M. (2017), “Half a Gift Is Not Half-Hearted: A Giver–Receiver Asymmetry in the Thoughtfulness of Partial Gifts”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 12, no.43, pp. 1–11.
- Levent N., Pascual-Leone A. (2021), *The Multisensory Museum: Cross-Disciplinary Perspectives on Touch, Sound, Smell, Memory, and Space*, Trans. from Eng. Gatitulin S., Lebedev A., Lebedeva N.M., Garage, Moscow, Russia (In Russian)
- Maistrovskaya M.T. (2018), *Museum as an Object of Culture. XX Century: The Art of Exposition Ensemble*, Progress-Tradition, Moscow, Russia (In Russian).
- Merriman N. (2020), “30 Years after the New Museology: What's Changed?” *Prace Etnograficzne*, vol.2, no.48, pp 173–187
- Parry J. (1986), “The Gift, the Indian Gift and the «Indian Gift»”, *Man*, pp. 453–473
- Shlyakhtina L. M. (2009), *Fundamentals of Museum Business: Theory and Practice*, Vysshaya shkola Moscow, Russia (In Russian)
- Simon N. (2017), *The Participatory Museum*, Trans. from Eng. Glebovskaya A., Ad Marginem, Moscow, Russia (In Russian).