

Цифровая грамотность российских музеиных работников в условиях пандемии COVID-19

С.Г. ДАВЫДОВ*

*Сергей Геннадьевич Давыдов – кандидат философских наук, доцент, Департамент социологии; старший научный сотрудник, Международная лаборатория исследований социальной интеграции, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия, sdavydov@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>

Цитирование: Давыдов С.Г. (2025) Цифровая грамотность российских музеиных работников в условиях пандемии COVID-19 // Мир России. Т. 34. № 1. С. 82–105.
DOI: 10.17323/1811-038X-2025-34-1-82-105

Аннотация

Социальные процессы, связанные с цифровизацией и медиатизацией различных видов деятельности, протекают в социальных группах неравномерно. В статье приводятся результаты исследования цифровой грамотности российских музеиных работников, полученные в рамках общероссийского онлайн-опроса. Исследование было реализовано весной 2020 года в период действия социальных ограничений, связанных с пандемией COVID-19, что позволило также рассмотреть особенности адаптации сотрудников российских музеев к неожиданным изменениям условий труда.

Рассмотрены функциональная структура музеиной деятельности, отношение музеиного сообщества к цифровым ИТ-системам и уровень владения различными цифровыми компетенциями. В качестве данных для сравнительного анализа использованы результаты общероссийского телефонного опроса, проведенного компаниями ВЦИОМ и «Социал Бизнес Групп».

Результаты исследования позволяют сделать вывод о высоком технологическом оптимизме рассматриваемого профессионального сообщества и наличии консенсуса, связанного с принятием происходящей ИТ-модернизации, глубоком проникновении цифровых систем в повседневную практическую деятельность музеиного работника. К числу наиболее распространенных и активно используемых систем относятся музеиные сайты, корпоративные сервисы электронной почты и профили в социальных сетях. Озабоченность участников исследования связана с цифровой безопасностью цифровых систем и способностью обеспечить долговременную сохранность культурных ценностей.

Проведенная оценка уровня цифровых компетенций показывает, что из 17 предложенных позиций всего одна получила низкую оценку (монтаж цифрового видео), еще три – оценку ниже среднего (цифровая видеосъемка, работа с антивирусами и другими средствами защиты информации, установка и настройка программного обеспечения).

Статья подготовлена в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Статья поступила в редакцию в феврале 2024 г.

Кроме того, значения полученных оценок выше по сравнению с полученными на общероссийской выборке в целом, а также среди всех взрослых россиян с высшим образованием.

Адаптация музейных сотрудников к условиям самоизоляции в условиях пандемии COVID-19 рассматривается как травматичный опыт. В связи с необходимостью оперативного перехода на работу из дома отсутствовала возможность системной подготовки к изменившимся условиям как в части развития инфраструктуры, так и приобретения дополнительных цифровых навыков. Выявлены три типа факторов, затруднивших респондентам удаленную работу – технические, организационные и связанные с необходимостью доступа к музеинм фондам и/или помещениям. В то же время участники исследования позитивно оценивали новые возможности дистанционной организации музейного труда.

Ключевые слова: цифровая грамотность, цифровые компетенции, пандемия, COVID-19, музейные работники, социальные ограничения, самоизоляция

Цифровая грамотность как предмет социального исследования

Понятие «цифровая грамотность», вошедшее в академический дискурс после публикации одноименной книги П. Гилстера [Gilster 1997], активно используется в российской научно-практической литературе последние 15 лет. Интерес социальных исследователей к этому феномену объясняется прежде всего трансформациями, происходящими в обществе под влиянием процессов цифровизации и медиатизации.

Рассматривая теоретическую дискуссию последних лет вокруг проблем цифровой грамотности, следует учитывать определенную терминологическую специфику. Во-первых, отсутствует конвенциональное определение цифровой грамотности; исследователи, использующие данное понятие, вкладывают в него различное содержание, и значительную роль при этом играет дисциплинарная идентичность авторов. Анализ предметного поля позволяет выделить информационно-коммуникационную, психолого-педагогическую, медиа и информационную, индустриальную традиции изучения цифровой грамотности [Davydov et al. 2020].

Во-вторых, существует ряд близких, но не синонимичных понятий – компьютерная грамотность, новостная грамотность, Интернет-грамотность, медиаграмотность и тому подобное. В качестве зонтичного термина А. Букхорст предлагает рассматривать информационную грамотность [Букхорст 2013, с. 41–43], что не лишено оснований: любая грамотность имеет информационную природу. Д. Бакингем использует понятие «новая грамотность» (точнее, «новые грамотности» (*new literacies*) [Buckingham 1993]), противопоставляемая его классическим подходам к определению грамотности («старая» грамотность, или *old literacies*). Развивающие данный подход Ч. Кинцер и Д. Лью проводят различие между новой грамотностью и Новой Грамотностью, то есть написанными со строчных или заглавных букв. Новая грамотность (со строчных букв) уникальна для каждого человека и связана с определенным набором аппаратных и программных решений: «Каждое устройство имеет свои собственные требования, особенности и возможности. Каждое устройство и приложение при обновлении предлагают новый набор возможностей, формируют новые практики и навыки. По этим причинам деятельность в рамках перспективы новой грамотности предполагает способность адаптироваться к этим постоянным

изменениям» [Kinzer, Leu 2016, p. 2]. Новая Грамотность (с заглавных букв) предполагает более высокий уровень теоретического обобщения, который становится возможен благодаря изучению новой грамотности (со строчных букв).

Наконец, в-третьих, следует учитывать, что российский научный дискурс цифровой грамотности сформирован в контексте государственного и непосредственно с ним связанного медийного дискурса обсуждения и реализации мероприятий по развитию цифровой экономики. Сочетание слов «цифровая грамотность» неоднократно использовалось высшим руководством страны: например, на пленарном заседании Петербургского международного экономического форума в июне 2017 г. Президент РФ В.В. Путин заявил: «Намерены кратно увеличить выпуск специалистов в сфере цифровой экономики, а по сути, нам предстоит решить более широкую задачу, задачу национального уровня – добиться всеобщей цифровой грамотности»¹. Вопрос о том, насколько и как российский публичный дискурс цифровой грамотности соотносится с академическим дискурсом, требует отдельного исследования.

Исследование, результатам которого посвящена настоящая публикация, является логическим продолжением проекта изучения цифровых компетенций россиян во время пандемии, результаты которого см. в статье [Давыдов 2021]. Наше понимание цифровой грамотности в значительной степени пересекается с позицией Г.У. Солдатовой и Е.И. Рассказовой, использующих понятие «цифровая компетентность» [Солдатова, Рассказова 2014], хотя в отличие от указанных авторов мы в большей степени основываемся на традициях изучения общественного мнения, а не культурно-исторической психологии. В понимании предметной области анализа мы опираемся на разработанную А.В. Шариковым четырехкомпонентную модель цифровой грамотности, обобщающую существующие исследовательские подходы. В основе модели лежат две оси: «возможности – угрозы» и «социогуманитарные подходы – технико-технологические подходы». При их пересечении образуются четыре квадранта:

- технико-технологические возможности;
- технико-технологические угрозы;
- содержательно-коммуникативные возможности;
- социопсихологические угрозы [Шариков 2016, с. 91–94].

Методика исследования

В настоящей статье приводятся результаты исследовательского проекта «Цифровые компетенции сотрудников музеев», реализованного Советом по цифровому развитию ИКОМ России, Ассоциацией электронных коммуникаций (РАЭК) и НИУ ВШЭ при поддержке российского представительства компании Microsoft в 2020 г.². Основные задачи исследования включали выявление отношения российских му-

¹ Путин поставил задачу добиться в РФ всеобщей цифровой грамотности (2017) // ТАСС. 2 июня 2017 // <https://tass.ru/ekonomika/4307379>, дата обращения 29.01.2024.

² В рабочую группу проекта наряду с автором статьи вошли А. Гнедовский (ИКОМ России), К. Казарян (РАЭК), М. Сайкина (РАЭК), И. Окулевич (РАЭК), В. Определенов (ГМИИ им. А.С. Пушкина, НИУ ВШЭ), Е. Сливко-Колчин (Microsoft), И. Смирнова (Panasonic Россия), Ю. Строева (ГМИИ им. А.С. Пушкина), Д. Халикова (ИКОМ России). Сетевой анализ функций музейных работников выполнен Д. Мальцевой (Международная лаборатория прикладного сетевого анализа НИУ ВШЭ). Все аффилиации указаны на период проведения исследования.

зейных работников к цифровизации и цифровым технологиям, а также измерение уровня самооценки цифровой грамотности среди изучаемой целевой группы.

Полевые работы проекта были реализованы в период социальных ограничений, введенных государством в связи с пандемией коронавируса COVID-19, когда отечественные музеи были недоступны для посетителей, а их сотрудники в основном переведены на удаленную работу. График проведения исследования был составлен и утвержден заранее, и, несмотря на начало пандемии, было принято решение его не менять. С учетом актуального социального контекста в анкете был оперативно добавлен тематический блок, посвященный адаптации респондентов к условиям труда во время самоизоляции.

В рамках исследования была использована модель самооценки цифровых компетенций, исходно разработанная автором статьи для инициативного общероссийского исследования компаний ВЦИОМ и «Социал Бизнес Групп» (СБГ) [Давыдов 2021, с. 407–412]. Подготовительный этап исследования включил серию глубинных интервью с музеиными работниками, а также pilotирование количественной анкеты. На основном этапе был реализован количественный онлайн-опрос сотрудников музеев. Электронная анкета была запрограммирована на платформе EnjoySurvey исследовательской компании ОМИ. Тип выборки исследования – квотный. Период проведения полевых работ – с 27 марта по 30 апреля 2020 г.

Для рекрутирования респондентов использовались базы данных музеиных работников ИКОМ России. Активистам этой организации предлагалось не только самим принять участие в исследовании, но и пригласить к заполнению анкеты своих коллег. Контакты с потенциальными участниками исследования осуществлялись по электронной почте, мессенджерам и телефону. Отметим, что в специфических условиях социальных ограничений не удалось реализовать часть выборки, которая предполагала анкетирование музеиных работников, редко пользующихся или не пользующихся электронной почтой и мессенджерами, при помощи интервьюеров с планшетами.

В целях обеспечения разнообразия выборки осуществлялся ее контроль в соответствии с мягкими непрессекающимися квотами – регион респондента, профиль музея респондента, стаж работы респондента в музеях, категория работника, профессиональные функции респондента.

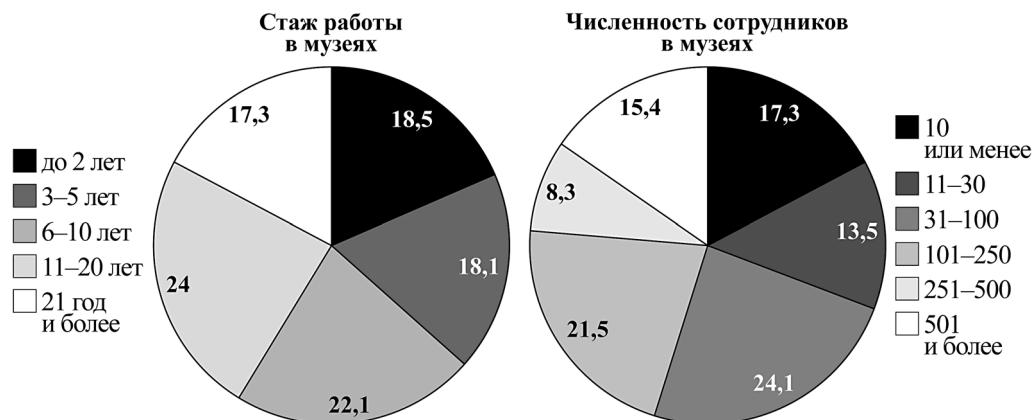
В рамках обработки результатов исследования собранный массив был взвешен по федеральному округу (с выделением Москвы и Санкт-Петербурга) на основании статистических данных численности музеиных работников Минкультуры РФ.

Итоговый объем выборки насчитывал 917 респондентов, представляющих 322 российских музея.

Основные характеристики выборки: функциональная организация работы в музеях

Приведем некоторые характеристики выборки проведенного исследования. Среди участников опроса преобладают женщины (81,2%). Распределение респондентов по возрастным группам следующее: 18–24 года – 4,2%, 25–34 года – 28,4%,

35–44 года – 29,5%, 45–54 года – 23,8%, 55–64 года – 10,9%, 65 лет и старше – 2,3%, не указан возраст в 0,8% случаев. Не имеют законченного высшего образования всего 5,7% респондентов, при этом у 14,0% респондентов есть два и более высших образования, а у 9,2% – ученая степень. Немногим менее половины опрошенных (49,2%) являются сотрудниками без руководящих функций. В то же время 19,7% участников исследования – руководители или заместители руководителей музеев, а 31,1% – руководители среднего звена. Распределение опрошенных по стажу работы в музеях, а также музеев по количеству сотрудников отражено на *рисунках 1 и 2*.



Рисунки 1–2. Стаж работы респондентов в музеях и численность сотрудников в музеях

Рассмотрим типологию музеев, сотрудники которых были представлены в выборке исследования. Наиболее широкое представительство получили музеи комплексного профиля (36,7%), музеи, посвященные направлению «искусство» (27,7%), и исторические музеи (22,3%). В меньшей степени представлены естественно-научные (4,0%) и научно-технические музеи (2,6%); 6,7% респондентов выбрали позицию «Другое». Более 9/10 музеев относятся к одной из трех групп: государственные федерального подчинения (37,4%), государственные регионального подчинения (34,9%) и муниципального подчинения (20,1%). Среди прочих типов наибольшее представительство имеют университетские (2,3%) и частные музеи (2,0%). В оставшиеся 3,2% входят корпоративные, ведомственные, общественные и прочие типы музейных институций.

Таким образом, в выборку исследования вошли все основные категории сотрудников музеев. В то же время в процессе реализации полевых работ с высокой долей вероятности были получены смещения выборки в сторону:

- активных пользователей Интернета (и цифровых технологий);
- сотрудников, занимающих руководящие должности;
- сотрудников с высоким уровнем образования;
- сотрудников, занимающихся основными направлениями музейной деятельности.

Данный фактор был принят во внимание при интерпретации полученных результатов.

Далее рассмотрим профессиональные функции, выполняемые опрошенными сотрудниками музеев. Сбор соответствующей информации был осуществлен с помощью двух вопросов. Сначала респонденту предлагалось выбрать основное направление деятельности из списка, включающего 12 закрытых альтернатив и открытую альтернативу («Другое»). Далее задавался вопрос в следующей формулировке: «Какими еще направлениями (помимо основного) Вы занимаетесь?». Список альтернатив во втором вопросе частично совпадает с первым; разница заключается в том, что открытая альтернатива «Другое» была заменена на вариант ответа «Ничего из перечисленного». Частотное распределение полученных ответов представлено в *таблице 1*. Из нее следует, что чаще всего в качестве основного направления работы респонденты называли хранение, учет и реставрацию; образовательную, просветительскую деятельность; общее руководство музеем. Среди дополнительных направлений работы наиболее часто фигурировали организация выставок, кураторство, специальные проекты, научно-исследовательская деятельность, образовательная, просветительская деятельность. Среднее количество функций, указанное одним опрошенным при ответе на оба вопроса, – 3,2.

Таблица 1. Направления деятельности сотрудников музеев, %

	Основное направление	Дополнительные направления	Суммарное значение
Организация выставок, кураторство, специальные проекты	9,1	38,2	47,3
Образовательная, просветительская деятельность	13,5	31,9	45,4
Научно-исследовательская деятельность	11,8	32,0	43,8
Экскурсионное обслуживание, сопровождающий сотрудник, администратор	5,9	30,8	36,7
Хранение, учет, реставрация	15,5	12,6	28,1
Маркетинг, связи с общественностью, международные отношения, фандрайзинг	8,2	18,8	27,0
Информационные технологии	7,1	16,2	23,3
Административно-хозяйственная деятельность	2,6	15,1	17,7
Общее руководство музеем	13,1	4,2	17,3
Бухгалтерия, финансы, правовое обеспечение	3,3	4,8	8,1
Безопасность, смотрители	0,8	5,9	6,7
Строительство, реконструкция	0,8	4,7	5,5
Другое / Ничего из перечисленного	8,3	11,9	–

Результаты ответов на два вышеприведенных вопроса были использованы также для проведения сетевого анализа. Была задействована матрица абсолютных значений частоты совстречаемости 12 вариантов ответа (исключая альтернативы «Другое» и «Ничего из перечисленного»). Для проведения анализа использовалась программа для анализа и визуализации больших сетей Pajek.

После удаления петлей – связей узла с самим собой, а также связей с весом ниже определенного экспертыным образом порогового значения³, не несущих существенной информации, в редуцированной сети для каждого узла была посчитана степень входящей центральности – количество входящих связей с учетом их веса (*weighted degree*). Полученная в итоге визуализация сети, где узлы имеют разный размер исходя из степени центральности, а связи – разную толщину исходя из их веса, представлена на *рисунке 3*.

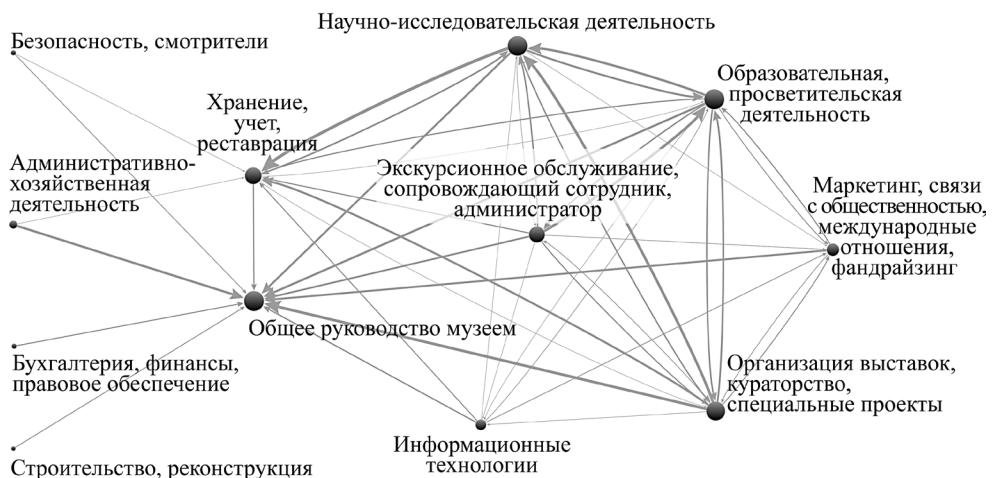


Рисунок 3. Визуализация редуцированной сети функций музеиных работников

На следующем этапе анализа была произведена кластеризация сетевых данных, при этом использовалась информация обо всех имеющихся связях в оригинальной полной сети. В результате использования процедуры иерархической кластеризации методом Уорда были выделены два кластера. К *первому кластеру* относится ряд вспомогательных функций, непосредственно не связанных с основной музейной деятельностью: это административно-хозяйственная деятельность; строительство и реконструкция; безопасность, смотрители; бухгалтерия и финансы. Перечисленные функции не связаны между собой, а также с другими функциями; исключение составляют общее руководство музеем и – в меньшей степени – хранение, учет, реставрация.

Восемь функций, которые вошли в *второй кластер*, включают основные направления музейной деятельности, а также некоторые вспомогательные

³ Были удалены все связи с весом менее 10, таковых было выявлено 58%.

функции (в частности, ИТ и маркетинг), которые могут сочетаться с основными. В этом кластере можно выделить два субкластера. В первый субкластер попадают экскурсионное обслуживание, образовательная и просветительская деятельность, хранение, учет и реставрация, научно-исследовательская деятельность. Второй субкластер составляют общее руководство музеем, информационные технологии, организация выставок и кураторство, маркетинг и связи с общественностью. Выделение указанных субкластеров позволяет говорить о двух смысловых центрах, вокруг которых организуется деятельность в российских музеиных институциях. Первый образуется вокруг высшего руководства музея и носит инфраструктурно-организационный характер⁴. Второй образуется вокруг деятельности, связанной с хранением, учетом и реставрацией. Данные направления включают научную, образовательную и экскурсионную активность.

Отношение к цифровизации музейной деятельности и практика использования цифровых систем

Для анализа отношения респондентов к цифровым технологиям и процессу их внедрения в музейную индустрию были сформулированы 12 пар противоположных утверждений (А и Б). Половина из них были связаны с общим отношением к цифровым технологиям; еще шесть пар утверждений – с отношением к цифровым технологиям в музеях. Для каждой из пар предлагалось выбрать один ответ из пяти вариантов:

1. полностью согласен с А;
2. скорее согласен с А, чем с Б;
3. в равной степени согласен/не согласен с А и Б;
4. скорее согласен с Б, чем с А;
5. полностью согласен с Б.

Полученное распределение ответов отражено на *рисунках 4 и 5*.

В целом, результаты свидетельствуют о высоком уровне технологического оптимизма исследуемой профессиональной группы. Так, 9 из 10 опрошенных выразили согласие с тезисами «Современный образ жизни и развитие общества невозможны без использования цифровых технологий» и «Мне нравится все новое и те возможности, которые мне открывают цифровые технологии», 83,2% респондентов разделяют утверждение «Цифровые технологии для меня – это свобода выбора, новые инструменты для самореализации и возможности для творчества».

Обратим внимание на распределение ответов по двум утверждениям. Во-первых, в паре тезисов о доверии/недоверии цифровым технологиям при высоком уровне поддержки позитивного утверждения (79,0%) необходимо отметить и значимую долю респондентов (16,8%), в равной степени согласных как с позитивным, так и с негативным утверждениями. Таким образом, ненадежность цифровой среды и инфраструктуры, временный характер технологических перемен проблематизируются определенной частью профессионального сообщества. Во-вторых, 13,8% опрошенных поддержали тезис «Преобладание цифровых

⁴ Напомним, что с высшим руководством музея связаны также функции первого – вспомогательного – кластера.

каналов коммуникации приводит к упрощению, формализации языка общения, а также к утрате навыков и культуры диалога». Еще 22,9% участников исследования в равной степени разделяют как этот тезис, так и противоположный: «Цифровые каналы коммуникации расширяют возможности для общения при соблюдении, как в любой форме общения, правил этикета». Другими словами, цифровизация межличностного взаимодействия значительной частью музейного сообщества воспринимается по меньшей мере неоднозначно.

Рассмотрим тезисы, связанные с цифровыми технологиями в музеях. В данном случае о консенсусе можно говорить применительно к трем из них: цифровые технологии воспринимаются как дополнительные профессиональные возможности (89,6%); их должны использовать все категории музейных работников (86,6%); внедрение цифровых технологий повышает эффективность и экономит время сотрудников (83,4%).

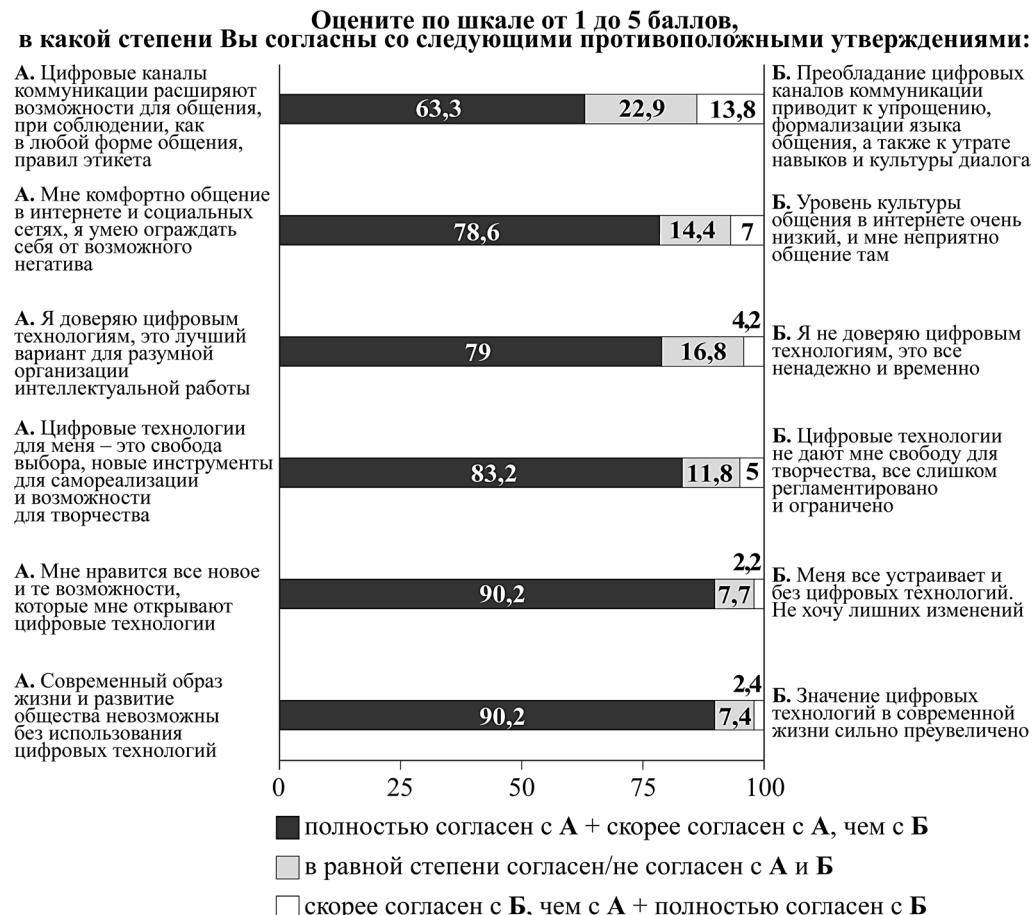


Рисунок 4. Степень согласия респондентов с утверждениями, связанными с общим отношением к цифровым технологиям, %

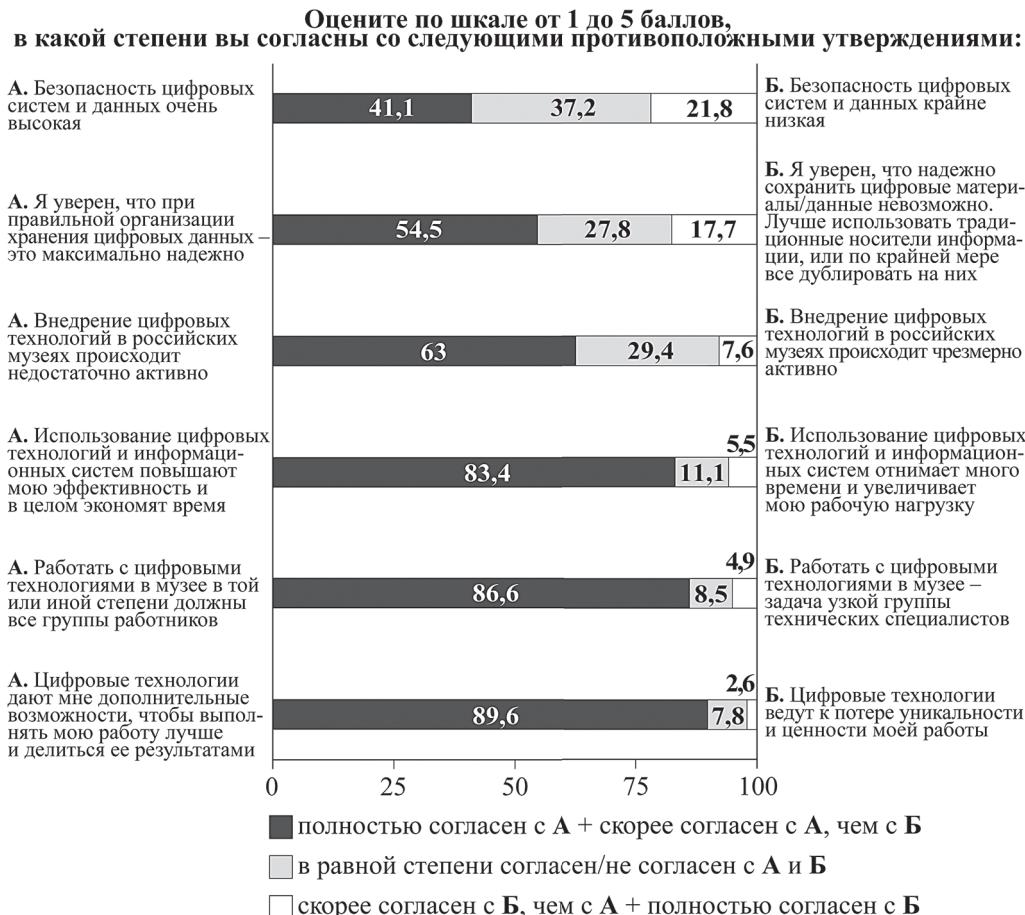


Рисунок 5. Степень согласия респондентов с утверждениями, связанными с отношением к цифровым технологиям в музеях, %

Наибольшие расхождения наблюдаются при оценке уровня безопасности цифровых систем и данных: если 41,1% респондентов согласны с тем, что она очень высокая, то противоположной точки зрения придерживаются 21,8%, еще 37,2% ответов носят нейтральный характер. Определенные сомнения музеиных работников связаны с надежностью хранения цифровых данных: 17,7% респондентов считают, что надежно сохранить цифровые материалы/носители невозможно, в связи с чем лучше использовать традиционные носители информации по крайней мере для дублирования данных; нейтральный вариант ответа выбрали 27,8%. Наконец, не всех устраивают темпы внедрения цифровых технологий: активность в данном вопросе считают чрезмерной всего 7,6% опрошенных, при этом сравнительно высокий уровень поддержки нейтральной альтернативы (29,4%) свидетельствует о неудовлетворенности части исследуемой группы практиками реализации цифровых инноваций.

Таблица 2. Использование и удовлетворенность цифровыми системами в музеях, %

№	Цифровая система	% пользую-щихся	% удовлетворен-ных («полностью» или «скорее»)	Необходимо уста-новить в ближай-шие 1–2 года, %
1	Сайт музея	68,4	38,4	3,2
2	Корпоративная электронная почта	65,7	54,6	10,9
3	Профили музея в социальных сетях	62,7	48,3	2,7
4	Система каталогизации экспонатов	39,6	27,2	10,0
5	Оборудование для мультимедийного оформления экспозиций (дисплеи, проекторы, hologрафические пирамиды и пр.)	38,6	20,8	11,5
6	Система аудиовизуального сопровождения мероприятий (в конференц-зале, лектории и пр.)	36,1	25,4	13,6
7	Система оцифровки экспонатов	32,6	21,2	16,6
8	Система электронного документооборота	31,0	20,8	22,0
9	Система онлайн-трансляций мероприятий	27,0	16,7	27,0
10	Виртуальные туры, 3D-технологии	23,2	12,7	25,7
11	Система видеонаблюдения	17,8	13,0	10,4
12	Системы автоматизации финансово-хозяйственной деятельности (бухгалтерия, закупки и т. д.)	16,2	12,3	15,5
13	Автоматизированная система пожарной безопасности	15,9	12,7	13,7
14	Электронные библиотечные системы	12,5	7,9	32,4
15	Система электронных информационных дисплеев (Digital signage)	12,0	7,8	27,3
16	Автоматизированная система продажи билетов (через кассу, терминалы)	11,6	8,4	25,4
17	Система контроля климата	9,6	7,1	32,5
18	Продажа билетов через сайт	9,3	6,4	39,0
19	Система контроля доступа персонала	9,2	7,7	22,7
20	Система контроля и прохода посетителей, турникеты, мобильные терминалы считывания билетов	6,1	4,7	36,2
21	Электронный магазин (сувениры, книжная продукция)	4,4	3,4	48,2
22	Система управления взаимодействием с посетителями и контрагентами (CRM)	3,4	2,1	32,7

Наряду с вопросами, посвященными отношению респондентов к цифровизации, в анкету был вставлен блок вопросов, связанных с практической вовлеченностью респондентов в применение цифровых систем в музейной работе. Оценивались использование последних, удовлетворенность использованием, а также потребность в цифровых системах (необходимость их установки в музеях). Распределение ответов на вопросы приведено в *таблице 2*. Полученные данные позволяют сделать вывод о высоком уровне вовлеченности музейных сотрудников в работу с цифровыми системами. В среднем музейный сотрудник использует в работе 5,5 из них. Тройку наиболее активно используемых систем составляют сайт музея, корпоративная электронная почта и профили в социальных сетях; каждую из этих позиций отметили более трех пятих участников опроса.

В целом, музейные пользователи демонстрируют высокий уровень удовлетворенности профессиональными цифровыми системами. Доля удовлетворенных пользователей среди всех пользователей каждой из 22 рассматриваемых систем находится в диапазоне от 53,9 до 83,7%. Не удивительно, что в первую тройку систем по степени удовлетворенности, рассчитанной от всех респондентов, вошли наиболее активно используемые системы. Однако если корпоративная электронная почта имеет высокий процент удовлетворенных среди пользователей системы (83,1%), уступая только системам контроля и прохода посетителей, турникетам, мобильным терминалам считывания билетов (83,7%), то у корпоративных сайтов данный показатель один из худших – 56,1%. Ниже значения только у двух систем: оборудование для мультимедийного оформления экспозиции (дисплеи, проекторы, голограмические пирамиды) – 53,9% и виртуальные туры, 3D-технологии – 54,7%. Цифровые технологии из последней тройки – наиболее нуждающиеся в совершенствовании.

Среди цифровых систем, наиболее востребованных в российских музеях в ближайшей перспективе (1–2 года), чаще всего упоминались продажа билетов через сайт (32,5%), система электронных информационных дисплеев (*digital signage*) (32,4%), автоматизированная система продажи билетов (через кассу, терминалы) (27,3%), система онлайн-трансляций мероприятий (27,0%). В среднем респонденты отметили необходимость появления в их музее в краткосрочной перспективе более трех цифровых систем.

Итак, участники опроса продемонстрировали как высокую лояльность к цифровым технологиям, так и вовлеченность в практическую работу с ними. В профессиональном сообществе существует консенсус вокруг необходимости цифровизации музейной деятельности, сложившийся под влиянием государственной политики в области цифровой модернизации. Для большинства респондентов использование цифровых технологий связано с новыми профессиональными возможностями. В то же время музейное сообщество чувствительно к вопросам безопасности используемых информационных технологий, которые входят в противоречие с ключевой индустриальной задачей – сохранение культурных ценностей – и способны поставить под угрозу ее реализацию.

Результаты измерения цифровой грамотности музейных работников

Для измерения уровня цифровой грамотности музейных сотрудников использовалась методика самооценки уровня владения 17 цифровыми компетенциями,

разработанная автором и апробированная в рамках всероссийского опроса ВЦИОМ и СБГ на выборке 1600 респондентов в возрасте от 18 лет и старше, проведенного 30 апреля 2020 г., то есть параллельно с проведением полевых работ данного исследования (см. [Давыдов 2021]). Результаты указанного исследования используются нами в сравнительных целях.

Таблица 3. Субъективная оценка уровня владения цифровыми компетенциями российскими музеинными работниками, %, N=917

№	Квартиль	Компетенция*	Высокие оценки («5» или «4»), %	Низкие оценки («3» или «2»), %	Отсутствие компетенции (оценка «1»), %
1	1	Использование электронной почты	97,3	2,5	0,2
2	1	Поиск информации в Интернете и цифровых системах	97,1	2,7	0,3
3	1	Сканирование документов, изображений	92,5	6,4	1,1
4	1	Работа с текстами в текстовом редакторе	92,5	7,0	0,5
5	1	Использование мессенджеров	90,4	7,8	1,8
6	1	Цифровое фотографирование при помощи бытовых или профессиональных устройств	90,2	9,0	0,8
7	1	Пользование социальными сетями	88,5	9,6	2,0
8	1	Цифровые финансовые операции	88,7	9,5	1,8
9	2	Размещение файлов, документов в Интернете и цифровых системах	81,0	16,2	2,8
10	2	Хранение, копирование и архивирование цифровой информации	78,9	19,4	1,8
11	2	Работа с электронными презентациями	78,2	18,3	3,5
12	2	Цифровая обработка фотографий, изображений	62,6	31,6	5,9
13	2	Работа с электронными таблицами	63,4	31,8	4,8
14	3	Цифровая видеосъемка	53,3	37,8	8,8
15	3	Работа с антивирусами и другими средствами защиты информации	52,2	38,9	8,8
16	3	Установка и настройка программного обеспечения	47,2	39,4	13,4
17	4	Монтаж цифрового видео	22,9	43,7	33,4

*Компетенции отсортированы по убыванию среднего значения самооценки.

Методика предполагает самооценку респондентами наличия компетенций по шкале от «1» («совсем не умею») до «5» баллов («очень хорошо умею это делать»). Цифровые компетенции, включенные в анкету, подразделяются на следующие группы:

1. компетенции в области использования информационно-коммуникационных инструментов (поисковые системы, мессенджеры, электронная почта и социальные сети);

2. компетенции в области использования цифровых офисных приложений и оборудования (текстовые редакторы, электронные таблицы, средства подготовки презентаций, а также работа со сканерами и принтерами);

3. административно-технические компетенции работы с цифровыми устройствами (работа с файлами, облачными хранилищами, антивирусами, установка и настройка приложений);

4. компетенции в области работы с изображениями и видео (цифровая фотосъемка, обработка изображений, цифровая видеосъемка, монтаж видео);

5. компетенции, связанные с совершением финансовых операций в цифровой среде.

Приведем краткое резюме результатов, полученных в рамках исследования ВЦИОМ и СБГ. Оно показало, что значимыми факторами адаптации к цифровой среде являются трудовая деятельность и наличие высшего образования. Именно россияне с высшим образованием в условиях социальных ограничений, связанных с пандемией коронавируса, чаще всего переходили на удаленную работу. Также исследование продемонстрировало высокий уровень удовлетворенности респондентов своими цифровыми компетенциями, причем работающие респонденты выказывали более высокую удовлетворенность, чем не работающие, а перешедшие на удаленную работу – более высокую по сравнению с не перешедшими.

В обсуждаемом контексте важно отметить тот факт, что исследуемые музейные работники представляют собой высокообразованную профессиональную группу (что, как мы отметили выше, нашло отражение в структуре выборки), а также сообщество, активно работавшее удаленно во время пандемии.

Результаты самооценки цифровых компетенций музейных работников представлены в *таблице 3*. По аналогии с исследованием ВЦИОМ и СБГ, «<...> все цифровые компетенции были разделены на четыре квартиля в зависимости от их распространности в различных исследуемых группах. Сделано это было следующим образом: для компетенций были рассчитаны средние оценки уровня владения, далее расстояние между минимальным и максимальным значением было разделено на четыре равные части, компетенции были отнесены к тому или иному квартилю в зависимости от попадания среднего значения в ту или иную часть» [Давыдов 2021, с. 407].

В первый quartиль (высокая самооценка) попали 8 из 17 оцениваемых цифровых компетенций: четыре компетенции в области использования цифровых инструментов (электронная почта, поисковые системы, мессенджеры и социальные сети), две компетенции в области использования офисных приложений и оборудования (сканирование документов и изображений, текстовые редакторы), по компетенции из групп работы с изображениями (цифровое фотографирование) и проведения цифровых финансовых операций. *Ко второму quartилю* (самооценка выше среднего) относятся еще пять компетенций: это две компетенции административно-технического характера (размещение файлов в Интернете и цифровых системах, работа с архивной информацией), две офисные компетенции (работа с электронными презентациями и электронными таблицами), а также одна компетенция в области работы с изображениями и видео (цифровая обработка фотографий). *Третий quartиль* (самооценка ниже среднего) составляют три компетенции – одна в области работы с изображениями и видео (цифровая видеосъемка), две административно-технические (использование средств защиты информации и установка, настройка программного обеспечения). Наконец, *в четвертый quartиль* (низкая самооценка) попала единственная компетенция – монтаж цифрового видео.

Таблица 4. Распределение цифровых компетенций по квартилям в различных группах респондентов

	Работники музеев	Все россияне 18+ (исследование ВЦИОМ/СБГ)	Работающие россияне 18+ с уровнем образования не ниже неполного высшего (исследование ВЦИОМ/СБГ)
1-й квартиль ВЫСОКАЯ самооценка уровня владения цифровыми компетенциями	<ul style="list-style-type: none"> – использование электронной почты; – поиск информации в Интернете и цифровых системах; – сканирование документов, изображений; – работа с текстами в текстовом редакторе; – использование мессенджеров; – цифровое фотографирование при помощи бытовых или профессиональных устройств; – пользование социальными сетями; – цифровые финансовые операции 	<ul style="list-style-type: none"> – цифровое фотографирование при помощи бытовых или профессиональных устройств; – поиск информации в Интернете и цифровых системах; – цифровая видеосъемка; – использование мессенджеров; – использование электронной почты 	<ul style="list-style-type: none"> – поиск информации в Интернете и цифровых системах; – цифровое фотографирование при помощи бытовых или профессиональных устройств; – использование электронной почты; – сканирование документов, изображений; – цифровая видеосъемка; – использование мессенджеров; – хранение, копирование и архивирование цифровой информации; – цифровые финансовые операции; – работа с текстами в текстовом редакторе
2-й квартиль Самооценка уровня владения цифровыми компетенциями ВЫШЕ СРЕДНЕГО	<ul style="list-style-type: none"> – размещение файлов, документов в Интернете и цифровых системах; – хранение, копирование и архивирование цифровой информации; – работа с электронными презентациями; – цифровая обработка фотографий, изображений; – работа с электронными таблицами 	<ul style="list-style-type: none"> – цифровые финансовые операции; – сканирование документов, изображений; – пользование социальными сетями; – хранение, копирование и архивирование цифровой информации 	<ul style="list-style-type: none"> – пользование социальными сетями; – работа с электронными таблицами
3-й квартиль Самооценка уровня владения цифровыми компетенциями НИЖЕ СРЕДНЕГО	<ul style="list-style-type: none"> – цифровая видеосъемка; – работа с антивирусами и другими средствами защиты информации; – установка и настройка программного обеспечения 	<ul style="list-style-type: none"> – работа с текстами в текстовом редакторе; – работа с антивирусами и другими средствами защиты информации; – работа с электронными таблицами; – размещение файлов, документов в Интернете и цифровых системах 	<ul style="list-style-type: none"> – работа с антивирусами и другими средствами защиты информации; – размещение файлов, документов в Интернете и цифровых системах; – работа с электронными презентациями; – установка и настройка программного обеспечения
4-й квартиль НИЗКАЯ самооценка уровня владения цифровыми компетенциями	<ul style="list-style-type: none"> – монтаж цифрового видео 	<ul style="list-style-type: none"> – установка и настройка программного обеспечения; – цифровая обработка фотографий, изображений; – работа с электронными презентациями; – монтаж цифрового видео 	<ul style="list-style-type: none"> – цифровая обработка фотографий, изображений; – монтаж цифрового видео

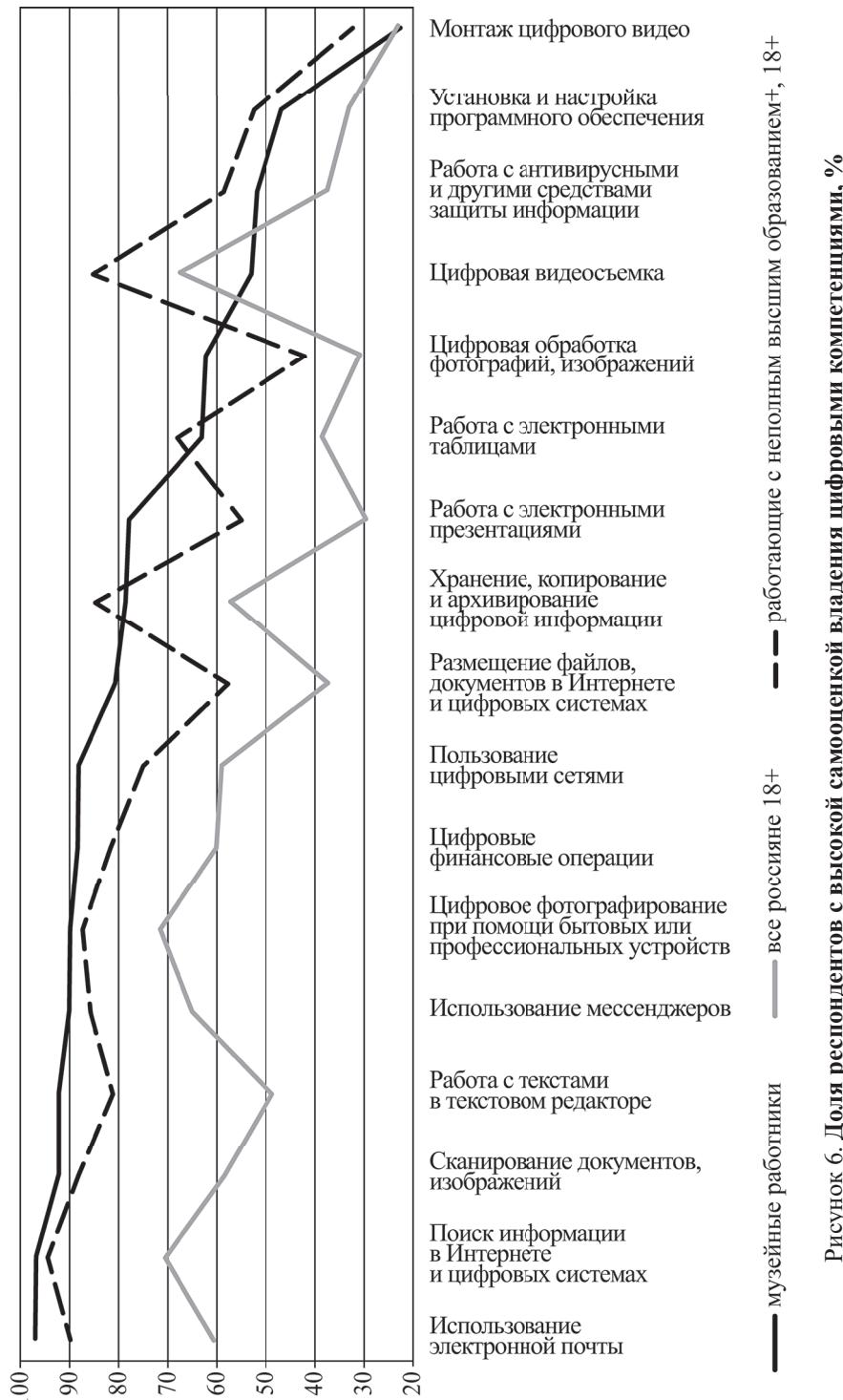


Рисунок 6. Доля респондентов с высокой самооценкой владения цифровыми компетенциями, %

Сравнение самооценки цифровых компетенций музейных работников с группами, которые рассматривались в рамках исследования ВЦИОМ и СБГ (все россияне 18+, все работающие россияне с уровнем образования не ниже неполного высшего 18+, см. *таблицу 4 и рисунок 6*) позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, самооценка владения цифровыми компетенциями у музейных работников в целом выше по сравнению с двумя другими анализируемыми группами, что вполне ожидаемо, учитывая информационный характер данного типа профессиональной деятельности. Во-вторых, при некоторых совпадающих тенденциях (более высокое владение информационно-коммуникационными и офисными компетенциями по сравнению с административно-техническими, высокая самооценка базовых компетенций работы с изображением и видео при низкой самооценке продвинутых компетенций в данной группе) здесь можно выделить следующую специфику: музейные работники более скромно по сравнению со всеми работающими россиянами с высшим образованием оценивают свои навыки в области хранения, копирования и архивирования файлов, работы с электронными таблицами, средствами защиты информации, установки и настройки ПО, монтажа цифрового видео. В области цифровой видеосъемки музейные работники более самокритичные не только в сравнении с высокообразованной и работающей частью населения, но и со взрослым населением России в целом.

Исследование ВЦИОМ и СБГ продемонстрировало, что уровень самооценки владения цифровыми компетенциями находится в обратной зависимости от желания их повышения. Среди музейных работников в среднем на одного респондента приходятся 4,3 компетенции, по которым человек хотел бы развиваться. Чаще всего в ответах фигурировала единственная компетенция из четвертого квартиля – монтаж цифрового видео (60,2%). Цифровую обработку фотографий и изображений указали 49,3% опрошенных. Еще четыре компетенции получили около двух пятых ответов – работа с антивирусами и другими средствами защиты информации (42,3%), установка и настройка программного обеспечения (41,3%), цифровая видеосъемка (41,2%) и работа с электронными таблицами (39,5%). Наименее востребованным является развитие навыков работы с электронной почтой, в этом заинтересованы всего 4,7% опрошенных.

Особенности адаптации музейных работников к условиям пандемии COVID-19

Одним из важнейших последствий социальных ограничений во время пандемии коронавируса стало распространение удаленных и гибридных форматов работы. Гибким подходам к организации труда и занятости как главной индустриальной тенденции, которая сохранится по окончании пандемии, были посвящены индустриальные исследования ведущих международных технологических и консалтинговых корпораций – Microsoft, McKinsey и др. (см. [The Next Great Disruption 2021; What's Next 2020]). Как показало исследование РАЭК/НИУ ВШЭ/Microsoft «Будущее работы и рабочих мест» [Будущее работы 2021], основные глобальные тенденции перехода работодателей на гибридную занятость проявились в России.

С.Г. и И.А. Климовы отмечают, что «перевод сотрудников на удаленную работу сопровождался снижением эффективности коллективного труда при увеличении объема рабочего времени; опасениями людей по поводу стабильности своей работы; трудностями делового взаимодействия» [Климова, Климов 2021, с. 50]. Распространенным эффектом в сложившихся условиях стало профессиональное выгорание. Как указывают Т.Г. и А.А. Неруши, его причиной становится техностресс; с переходом на дистанционную работу усиливается информационное давление на сотрудников, накладывающееся на чувства изолированности и одиночества [Неруши Т.Г., Неруши А.А. 2020, с. 91–93]. Результаты исследования Е.Ю. Андреевой и М.О. Клешниной [Andreeva, Kleshnina 2021] свидетельствуют, что выгорание во время пандемии COVID-19 связано со стрессовой ситуацией и непривычными условиями, в которых оказываются работники.

Ряд научно-практических публикаций посвящен адаптации к условиям пандемии различных культурных институтов, в том числе, музеев. Так, К.А. Галкин и О.А. Парфенова, использующие термин «кризисная цифровизация», выделяют на примере культурных учреждений Санкт-Петербурга три адаптационных стратегии: углубляющейся цифровизации, автономии от цифровизации и гибридную; выбор той или иной стратегии зависит от уровня цифровизации организации до начала пандемии [Галкин, Парфенова 2022]. Е.А. Гусельникова обобщает практики организации научно-исследовательской деятельности в четырех краеведческих музеях, рассматривая офлайн- и онлайн-мероприятия, научные издания и деятельность методических центров [Гусельникова 2022]. Некоторые авторы рассматривают трансформацию форм работы с посетителями в музейных организациях (см., например, [Лупашко 2021; Кизьма 2021; Прозорова 2022]).

Результаты нашего опроса свидетельствуют о том, что при высоком уровне технологического оптимизма отношение участников исследования к переходу на удаленную работу неоднозначное. С одной стороны, респонденты видят определенные перспективы дистанционной организации труда. С другой стороны, организация удаленной работы может быть связана с некоторыми затруднениями, поскольку процесс вынужденного перехода на самоизоляцию весной 2020 г. оказался не вполне гладким.

В наибольшей степени оптимизм, связанный с технологиями удаленной работы, проявился при ответе на вопрос, в котором респондентам была предложена бинарная оппозиция «возможности» – «проблемы» (рисунок 7). Действительно, 56,1% опрошенных видят в них возможности, тогда как проблемы – всего 17,9%, нейтральный вариант ответа выбрали 26,0%. Для 32,9% удаленная работа в музее представляется комфортной, для 29,1% – дискомфортной. Кроме того, 15,4% музейных работников сообщили, что способны полностью выполнять свои задачи удаленно, тогда как 8,3% – исключительно в помещениях музеев. Получается, что для оставшихся 78,3% по роду их деятельности возможны те или иные форматы гибридной занятости.

Около четверти от общего числа респондентов (26,4%) уточнили, что не испытывают сложности удаленной работы. Остальные опрошенные отметили те или иные факторы, которые затруднили для них профессиональную адаптацию к условиям самоизоляции. Эти факторы можно разделить на 3 группы:

– технические факторы: «отсутствие подходящих устройств (ПК, смартфон, сканер, принтер и тому подобное)» – 31,3%, «отсутствие стабильного Интернет-

соединения» – 19,9%, «недостаток знаний и навыков использования технологий и сервисов удаленной работы» – 19,2%;

– факторы, связанные необходимостью непосредственного доступа к фондам или музеиным помещениям: «необходим доступ к музеиным предметам, архивным материалам, библиотечным фондам» – 43,4%, «необходим доступ к специализированным программам, бумажным документам, серверу» – 24,8%, «работа предполагает взаимодействие с посетителями, выставочную деятельность» – 15,1%, «необходимо взаимодействие с коллегами, другими отделами, сложности во взаимодействии» – 12,2%, «физический или технический характер работы, выполняемый в музее (электрик, сантехник)» – 3,0%; кроме этого 6,9% сослались на специфику работы, не уточнив, в чем она заключается;

– организационные факторы: «невозможность оборудовать полноценное рабочее место дома, дезорганизующая домашняя обстановка» – 8,6%; «нет сформированной единой системы работы, хаотичность процесса» – 6,2%.

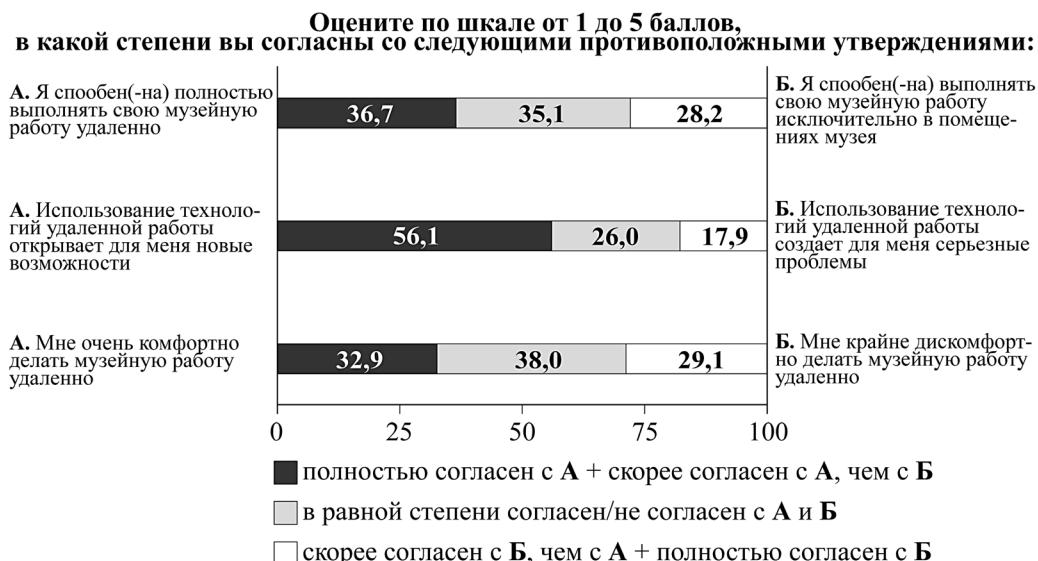


Рисунок 7. Степень согласия респондентов с утверждениями, связанными с удаленной работой, %

Полученные ответы на открытые вопросы позволяют выделить наличие трудностей перехода на удаленку как объективного, так и субъективного характера. Ниже приведены цитаты, свидетельствующие об объективных трудностях:

«Специфика работы методиста по музейно-образовательной деятельности требует очного присутствия и личного контакта с аудиторией при проведении мастер-классов и образовательных мероприятий» (государственный музей регионального подчинения).

«Выставочная деятельность подразумевает работу на какой-либо площадке и проведение согласований, совещаний» (государственный музей регионального подчинения).

«При создании каталогов требуется оцифровка фото и документов. Вне работы невозможно сфотографировать предмет» (государственный музей муниципального подчинения).

«Я реставратор: удаленно я могу выполнять не более 70% своих обязанностей» (государственный музей федерального подчинения).

Далее следуют примеры цитат, в которых респонденты ссылаются на трудности субъективного характера:

«Маленький ребенок, который не дает заняться работой» (государственный музей федерального подчинения).

«У меня нет комфортного рабочего места дома, на рабочем месте в музее больше сосредотачиваюсь на работе и все необходимое под рукой» (частный музей).

«Домашние мешают работать, я их раздражаю. Информация поступает по различным каналам связи, она разрознена. Нет прямого общения с подчиненными, только через удаленные сервисы» (государственный музей федерального подчинения).

«Отсутствие непроизвольной коммуникации с коллегами, совместных обсуждений, в ходе которых случайно могут возникнуть идеи новых проектов» (государственный музей регионального подчинения).

Подводя итоги данного раздела, отметим, что переход на удаленную работу во время пандемии осуществлялся весьма оперативно, что исключило возможность серьезной и планомерной подготовки. Выполнение регламентов государства и музеиных руководителей по самоизоляции было в приоритете, и большинство трудовых задач реализовывались по остаточному принципу. Адаптация к режиму пандемии не предполагала возможностей ни более-менее значимого инфраструктурного развития, ни повышения цифровых компетенций музеиных работников. Были задействованы ресурсы, имеющиеся в распоряжении участников процесса.

Притом, что переход на удаленную работу вызвал неоднозначные оценки сотрудников музеев, для большинства опрошенных возможность дистанционной работы оказалась ресурсной. Перспективы полноценной профессиональной реализации в особых условиях пандемии были ограничены личными бытовыми

условиями респондентов и недостаточным уровнем развития ИТ-инфраструктуры (и музейной, и общей). В то же время, оценивая работу музейных сотрудников в данный период, необходимо учитывать, что большинство сотрудников музеев не могут в той или иной степени выполнять свои профессиональные обязанности без доступа к музейным помещениям, фондам и инфраструктуре.

Заключение

Результаты исследования демонстрируют высокий технологический оптимизм сотрудников российских музеев, подкрепленный развитыми практиками использования цифровых систем. Участники опроса не только признают необходимость цифровизации музейной индустрии, но и видят в ней пользу для решения своих профессиональных задач. Личный опыт работы с цифровыми системами, уже установленными в музеях, вариативный и в целом оценивается высоко.

Цифровой потенциал музейного сообщества сформирован за счет высокого образовательного уровня рассматриваемой профессиональной группы, а также информационного характера деятельности. Опрошенные в основном адаптированы к цифровой среде, причем большинство из них выражают готовность к освоению новых систем и повышению персональных цифровых компетенций.

В то же время нельзя не отметить определенную озабоченность профессионального сообщества в связи с происходящими процессами технологических инноваций. Прежде всего, современный музей динамично трансформируется, приобретает новые функции и черты; меняются взаимоотношения между музейными работниками и посетителями, и не все респонденты одобриительно относятся к этим изменениям, в связи с чем встает вопрос о профессиональной идентичности в новых условиях и ее сохранении.

Другой зафиксированный комплекс проблем связан с безопасностью цифровых технологий: обратная сторона динамичных инноваций – это риски и необходимость экспериментирования. В то же время респонденты видят основную задачу музеиных институций в сохранении культурных ценностей, что требует высокой надежности и консерватизма. Сохранность коллекций не должна быть поставлена под сомнение в контексте процесса медиатизации, смещающего акценты в пользу образовательной, популяризаторской, развлекательной и других музейных функций, которые рассматриваются профессиональным сообществом в качестве достаточно важных, но все-таки второстепенных.

Список источников

- Будущее работы и рабочих мест (2021) // РАЭК //
<https://raec.ru/upload/files/future-work-jobs.pdf>, дата обращения 29.01.2024.
- Букхорст А. (2013) Медиа- и информационная грамотность и ее «подруги» // Кузьмин Е.И., Паршакова А.В. (ред.) Медиа- и информационная грамотность в обществах знания. М.: МЦБС. С. 35–44.

- Галкин К.А., Парфенова О.А. (2022) Последствия пандемии COVID-19 для организаций культуры // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 3. С. 254–276. DOI: 10.14515/monitoring.2022.3.2109
- Гусельникова Е.А. (2022) Научно-исследовательская работа региональных краеведческих музеев России в условиях пандемии // Музей. Памятник. Наследие. № 2(12). С. 32–38.
- Давыдов С.Г. (2021) Цифровые компетенции россиян и работа на самоизоляции во время пандемии COVID-19 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 2. С. 403–422. DOI: 10.14515/monitoring.2021.2.1913
- Кизыма Е.С. (2021) Формирование устойчивой коммуникации с виртуальными посетителями. Технологии создания контента и поиск успешных моделей в условиях пандемии и локдауна. Опыт 2020 // Труды Государственного музея истории религии. № 21. С. 106–112.
- Климова С.Г., Климов И.А. (2021) Опыт перехода российских компаний на удаленную работу в ситуации пандемии // Социологические исследования. № 7. С. 50–60 // <https://socis.isras.ru/files/File/2021/7/Klimova.pdf>, дата обращения 29.01.2024.
- Лупашко И.Г. (2021) Музеи онлайн: формы работы с аудиторией в условиях пандемии COVID-19 // Искусство и культура. № 3(43). С. 54–61 // <https://rep.vsu.by/bitstream/123456789/28952/1/54-61.pdf>, дата обращения 29.01.2024.
- Неруш Т.Г., Неруш А.А. (2020) Проблема профессионального выгорания в контексте цифровизации и цифровой трансформации, пандемии и удаленной работы // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. Т. 9. № 5А. С. 89–97. DOI: 10.34670/AR.2020.60.19.012
- Прозорова А.В. (2022) Опыт работы с музейной аудиторией в условиях карантина и после него // Антипина Д.О., Бахтияров Р.А., Крылов С.Н. (ред.) Актуальные проблемы монументального искусства. Сборник научных трудов международной научно-практической конференции. СПб. С. 540–543.
- Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. (2014) Психологические модели цифровой компетентности российских подростков и родителей // Национальный психологический журнал. № 2. С. 25–31 // https://npsyj.ru/pdf/npj_no14-2014/npj_no14_2014_27-35.pdf, дата обращения 29.01.2024.
- Шариков А.В. (2016) О четырехкомпонентной модели цифровой грамотности // Журнал исследований социальной политики. Т. 14. № 1. С. 87–98 // <https://jsps.hse.ru/article/view/3289/2857>, дата обращения 29.01.2024.
- Andreeva E.Y., Kleshnina M.O. (2021) The Concept of Emotional Burnout at Work in the Conditions of the COVID-19 Pandemic // Psychology and Psychotechnics, no 4, pp. 90–98. DOI: 10.7256/2454-0722.2021.4.36955
- Buckingham D. (1993) Towards New Literacies, Information Technology, English and Media Education // The English and Media Magazine, Summer, pp. 20–25.
- Davydov S.G., Logunova O.S., Maltseva D.V., Sharikov A.V., Zadorin I.V. (2020) Digital Literacy Concepts and Measurement // Internet in Russia: A Study of the Runet and Its Impact on Social Life (ed. Davydov S.G.), Springer, pp. 103–120.
- Gilster P. (1997) Digital Literacy, Wiley.
- Kinzer C.K., Leu D.J. (2016) new literacies, New Literacies // Encyclopedia of Educational Philosophy and Theory (ed. Peters M.), Singapore: Springer.
- The Next Great Disruption Is Hybrid Work – Are We Ready? (2021) // 2021 Work Trend Index: Annual Report. Microsoft, March 22, 2021 // <https://www.microsoft.com/en-us/worklab/work-trend-index/hybrid-work>, дата обращения 29.01.2024.
- What's Next for Remote Work: An Analysis of 2,000 Tasks, 800 Jobs, and Nine Countries (2020) // McKinsey Global Institute, November 23, 2020 // <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/whats-next-for-remote-work-an-analysis-of-2000-tasks-800-jobs-and-nine-countries>, дата обращения 29.01.2024.

The Digital Literacy of Russian Museum Employees during the COVID-19 Pandemic

S.G. DAVYDOV*

***Sergey G. Davydov** – PhD in Philosophy, Associate Professor, Department of Sociology; Senior Researcher, International Laboratory for the Social Integration Research, HSE University, Moscow, Russian Federation; sdavydov@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>

Citation: Davydov S.G. (2025) The Digital Literacy of Russian Museum Employees during the COVID-19 Pandemic. *Mir Rossii*, vol. 34, no 1, pp. 82–105 (in Russian). DOI: 10.17323/1811-038X-2025-34-1-82-105

Abstract

This article presents the results of an analysis of the digital literacy of Russian museum employees, based on a nationwide online survey conducted in the spring of 2020, during the restrictions imposed due to the COVID-19 pandemic. This period also provided an opportunity to examine how museum employees adapted to sudden changes in working conditions.

The study explores the functional structure of museum operations, the museum community's attitudes toward digital IT systems, and the level of proficiency in various digital competencies. For comparative analysis, results from an all-Russian telephone survey by WCIOM and Social Business Group (SBG) are also incorporated.

The findings indicate a high degree of technological optimism within the professional museum community and a general consensus regarding the acceptance of ongoing IT modernization and the deep integration of digital systems into daily museum operations. The most widely used systems include museum websites, corporate email services, and social media profiles. However, participants also expressed concerns about the digital security of these systems and the ability to ensure the long-term preservation of cultural assets.

The assessment of digital competencies revealed that out of 17 areas, only one received a low proficiency rating (digital video editing), while three others were rated below average (digital video recording, working with antivirus and other IT security tools, and installing and configuring software). Notably, these competency ratings were higher compared to those of the general Russian population, including adults with higher education.

The study also found that the adaptation of museum employees to self-isolation during the COVID-19 pandemic was a challenging experience. The rapid shift to remote work left little time for systematic preparation, in terms of infrastructure development and acquiring additional digital skills. Key difficulties identified by respondents included technical issues, organizational challenges, and the need for access to museum collections or premises. Despite these obstacles, participants viewed the new possibilities for organizing museum work remotely in a positive light.

Keywords: digital literacy, digital competencies, pandemic, COVID-19, museum employees, social restrictions, self-isolation

References

Andreeva E.Y., Kleshnina M.O. (2021) The Concept of Emotional Burnout at Work in the Conditions of the COVID-19 Pandemic. *Psychology and Psychotechnics*, no 4, pp. 90–98. DOI: 10.7256/2454-0722.2021.4.36955

The article was received in February 2024.

- Boekhorst A. (2013) (M)IL and Its Kind. *Media and Information Literacy for Knowledge Societies* (eds. Kuzmin E.I., Parshakova A.V.), Moscow: Interregional Library Cooperation Centre, pp. 32–39 (in Russian).
- Buckingham D. (1993) Towards New Literacies, Information Technology, English and Media Education. *The English and Media Magazine*, Summer, pp. 20–25.
- Davydov S.G. (2021) Digital Competencies of Russians and Work on Self-Isolation during the COVID-19 Pandemic. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, no 2, pp. 403–422 (in Russian). DOI: 10.14515/monitoring.2021.2.1913
- Davydov S.G., Logunova O.S., Maltseva D.V., Sharikov A.V., Zadorin I.V. (2020) Digital Literacy Concepts and Measurement. *Internet in Russia: A Study of the Runet and Its Impact on Social Life* (ed. Davydov S.G.), Springer, pp. 103–120.
- Galkin K.A., Parfenova O.A. (2022) The Impact of the COVID-19 Pandemic on Cultural Organizations: The Case of Russia. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, no 3, pp. 254–276 (in Russian). DOI: 10.14515/monitoring.2022.3.2109
- Gilster P. (1997) *Digital Literacy*, Wiley.
- Guselnikova E.A. (2022) Research Work of Regional Local History Museums of Russia in a Pandemic. *Museum. Monument. Heritage*, no 2 (12), pp. 32–38.
- Kinzer C.K., Leu D.J. (2016) new literacies, New Literacies. *Encyclopedia of Educational Philosophy and Theory* (ed. Peters M.), Singapore: Springer.
- Kizyma E.S. (2021) Formation of Sustainable Communication with Virtual Visitors. Technologies for Creating Content and Searching for Successful Models during a Pandemic and Lockdown. Experience of 2020. *Proceedings of the State Museum of the History of Religion*, no 21, pp. 106–112 (in Russian).
- Klimova S.G., Klimov I.A. (2021) Experience of Russian Companies in Transition to Remote Work in the Pandemic Situation. *Sociological Studies*, no 7, pp. 50–60. Available at: <https://sociis.isras.ru/files/File/2021/7/Klimova.pdf>, accessed 29.01.2024 (in Russian).
- Lupashko I.G. (2021) Online Museums: Forms of Working with Audience in the Context of COVID-19 Pandemic. *Art and Culture*, no 3(43), pp. 54–61. Available at: <https://rep.vsu.by/bitstream/123456789/28952/1/54-61.pdf>, accessed 29.01.2024 (in Russian).
- Nerush T.G., Nerush A.A. (2020) The Problem of Professional Burnout in the Context of Digitalization and Digital Transformation, Pandemic and Remote Work. *Psychology: Historical-critical Reviews and Current Researches*, vol. 9, no 5A, pp. 89–97 (in Russian). DOI: 10.34670/AR.2020.60.19.012
- Prozorova A.V. (2022) Experience of Working with the Museum Audience in Quarantine and after It. *Current Problems of Monumental Art. Collection of Scientific Papers of the International Scientific and Practical Conference* (eds. Antipina D.O., Bahtiyarov P.A., Krylov S.N.), Saint Petersburg, pp. 540–543 (in Russian).
- Sharikov A.V. (2016) Digital Literacy: A Four-Component Model. *The Journal of Social Policy Studies*, vol. 14, no 1, pp. 87–98. Available at: <https://jsps.hse.ru/article/view/3289/2857>, accessed 29.01.2024 (in Russian).
- Soldatova G.U., Rasskazova E.I. (2014) Psychological Models of Digital Competence in Russian Adolescents and Parents. *National Psychological Journal*, no 2, pp. 25–31. Available at: https://npsyj.ru/pdf/npj-no14-2014/npj_no14_2014_27-35.pdf, accessed 29.01.2024 (in Russian).
- The Future of Work and Jobs (2021). *RAEC*. Available at: <https://raec.ru/upload/files/future-work-jobs.pdf>, accessed 29.01.2024 (in Russian).
- The Next Great Disruption Is Hybrid Work – Are We Ready? (2021). *2021 Work Trend Index: Annual Report*. Microsoft, March 22, 2021. Available at: <https://www.microsoft.com/en-us/worklab/work-trend-index/hybrid-work>, accessed 29.01.2024.
- What's Next for Remote Work: An Analysis of 2,000 Tasks, 800 Jobs, and Nine Countries (2020). *McKinsey Global Institute*, November 23, 2020. Available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/whats-next-for-remote-work-an-analysis-of-2000-tasks-800-jobs-and-nine-countries>, accessed 29.01.2024.