

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МУЗЕЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Настоящее и будущее региональных музеев в современном информационном пространстве

Штина Е. А. (г. Санкт-Петербург)

Информационно-коммуникационные технологии в музеях регионального значения применяются практически во всех сферах деятельности, но главной задачей их использования на данный момент видится обеспечение учетно-хранительской, научно-экспозиционной и научно-просветительской работы.

На сегодняшний день более 700 музеев оснащены автоматизированной информационной системой «КАМИС» [9]. С помощью «КАМИС» в музее оформляется учетная документация, проводятся сверки коллекций, отбираются экспонаты для выставок и публикаций. Несмотря на все недостатки АИС «КАМИС» (высокая для региональных музеев цена и необходимость докупать новые модули, технологическое отставание от зарубежных систем), нехватка конкурентов на российском рынке делает ее единственной доступной музейной информационной системой. Этому способствует большой опыт деятельности компании, адаптация к запросам конкретного музея и соответствие стандартным методам ведения учета и оформления документации (согласно «Инструкции по учету и хранению музейных ценностей»).

В последние годы перед музеями встала задача централизованного учета музейных предметов и передачи данных о них в систему «Государственный каталог Музейного фонда РФ», созданную для обеспечения государственного контроля над музейным собранием России. Согласно Федеральному закону от 26.05.1996 № 54-ФЗ

(ред. от 28.12.2017) «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации», каждый российский музей должен подавать сведения о музейных предметах основного фонда в «Госкаталог» для получения уникального идентификационного номера предмета. Учитывая большой объем коллекций музеев регионального значения, целесообразной видится автоматизированная передача данных с помощью АИС «КАМИС», что влечет за собой необходимость оцифровки музейных предметов, корректного и научно обоснованного заполнения надлежащих полей в учетных базах данных «КАМИС». На данный момент в системе «Госкаталог» зарегистрировано более 2 000 российских музеев [7].

Современные информационные технологии позволяют расширить коммуникативное пространство музея, познакомить посетителей с виртуальным представительством музея в интернете, проинформировать о мероприятиях, выставках, познакомить с оцифрованными коллекциями, предоставить необходимую справочную и научную информацию [1, с. 73–87].

Создание и наполнение официального сайта музея давно стали необходимой частью музейной работы. Следует отметить, что на сегодняшний день практически все российские музеи имеют представительство в Сети, однако не у всех из них сайт является не просто «сайтом-визиткой», а полноценным ресурсом, полезным как для обычного посетителя, так и для профессионала. Важной задачей для музеев видится размещение на официальных сайтах открытых баз данных музейных предметов, виртуальных экспозиций – создание возможности виртуального посещения музея людьми из разных уголков мира, научными исследователями, музейными специалистами.

Такую возможность предоставляет, например, модуль «КАМИС-WEB», позволяющий импортировать в интернет уже имеющуюся «рабочую» внутримузейную базу данных: музеи могут создавать интернет-каталоги, наполнять сайты, формировать открытые базы данных. Немногие музеи решаются на создание открытых баз

данных, размещенных в интернете. В 2000 году Рыбинский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник первым из российских музеев выложил на своем сайте полный каталог музейного собрания, позволяющий посетителю самому осуществлять поиск по онлайн-коллекции и создавать выборки по запросам [4, с. 41]. С помощью модуля «КАМИС-WEB» были созданы и открыты интернет-каталоги Новгородского музея-заповедника, Государственного музея-заповедника «Куликово поле», Муромского историко-художественного музея; созданы целые объединенные порталы для музеев региона (Республика Татарстан, Ленинградская и Сахалинская области).

Большинство таких электронных каталогов содержат только краткую информацию из учетной части базы данных, которая полезна скорее специалистам: они могут выбрать представляющие для них интерес предметы с их учетными номерами, а потом прийти в музей для непосредственного изучения. Гораздо более интересна в этом отношении открытая база данных музея Амстердама, созданная на основе информационной системы Adlib. Онлайн-коллекция этого музея подразделяется на версии: для широкой публики (интерактивная, доступно изложенная) и для специалистов (наполненная всей возможной научной информацией из музейных баз). В таком варианте – открытых данных – свободно доступная информация без каких-либо ограничений может быть использована и распространена любым пользователем (в том числе и без ограничений, определяемых авторским правом) [10].

Другим перспективным направлением в сфере баз данных является использование технологии связанных данных (Linked Open Data), которая объединяет сразу несколько наборов данных и позволяет поисковой системе находить информацию в разных базах. Например, можно связать картину из музея со сторонней базой биографических сведений о художниках, созданной в Институте истории искусств, привязать предмет к каким-либо объектам из географических баз данных. Такие связанные базы данных позволяют

показывать музейные предметы в более широком контексте, делать информацию полезной, практичной и интересной для широкой публики и специалистов.

В последние годы все большее значение приобретает создание положительного образа музея и продвижение страниц музея в различных социальных сетях – Facebook, Twitter, Instagram, «ВКонтакте» [6, с. 54–56]. Социальные сети позволяют не только «пропиарить» музей среди интернет-пользователей, рассказать о его мероприятиях, но и получать обратный отклик, собирать и анализировать информацию [6, с. 10–11].

В экспозициях музеев применение находят сенсорные киоски, плазменные панели, проекторы, аудиооборудование. Они помогают раскрыть содержание различных разделов экспозиции, усилить эмоциональную составляющую экспозиционного замысла, заинтересовать посетителей разных возрастов и побудить их к более детальному изучению экспозиции. Не так давно в музейном деле наметилась тенденция разработки единых электронных экспозиционных комплексов, в которых все предназначенные для использования посетителями программные средства имеют общий информационный и административный центр в виде музейной базы данных (специально созданной или экспортированной из научной базы данных музея).

В музеях может применяться, например, модуль «КАМИС-посетитель», позволяющий наполнять информационные киоски и плазменные панели презентациями, созданными на основе «внутримузейной» базы данных с добавлением интерактивных, мультимедийных элементов и информационно-поисковой системы по этой базе [3, с. 12]. Такая технология используется, например, в Национальном музее Республики Татарстан, Сахалинском художественном музее и др.

Все возрастающая роль образовательной функции музея, музейной педагогики приводит к широкому распространению информационных технологий в образовательной и экскурсионной

деятельности. Региональный музей в современном мире может являться не только центром научно-исследовательской деятельности и документирования регионального наследия целых культур, но и «практически единственной презентационной площадкой» культурного пространства региона и образовательно-воспитательным центром [1, с. 105–106].

В 2003 году Государственный Русский музей запустил первый в России проект онлайн-лектория: сотрудники Государственного Русского музея проводят лекции в мультимедийном центре (в западной кордегардии Михайловского замка), которые транслируются в формате видео-конференц-связи на экраны мультимедийных кинотеатров региональных информационно-образовательных центров, а также на веб-сайт в режиме онлайн [12]. Становится возможной и виртуальная трансляция авторских экскурсий (по закрытым фондам, реставрационным мастерским, научным отделам, временным выставкам).

В региональных музеях пока не так распространены музейные мобильные приложения, позволяющие одиночному посетителю получить всю необходимую справочную и навигационную информацию об экспозиции. Более 80 музеев России пользуются бесплатным приложением Artefact (проектом Министерства культуры РФ), причем большинство из них – музеи регионального значения [11]. Это приложение с помощью специальной технологии распознавания по изображению позволяет при наведении камеры мобильного телефона или планшета на экспонат получить всю необходимую информацию о предмете. Также в Artefact используется технология дополненной реальности, с ее помощью на фотографии на экране появляются метки, при нажатии на которые можно узнать интересные факты о деталях экспоната. В рамках национального проекта «Культура» [8] специалисты оказывают бесплатную помощь по регистрации музейных предметов в приложении Artefact, переводу информации о них на иностранный язык, корректировке текстов, разработке рекламных материалов и т. д.

Таким образом, региональные музеи все активнее стремятся к широкому внедрению и использованию в своей работе современных информационных технологий. Главное внимание уделяется совершенствованию методов учетно-хранительской деятельности с помощью автоматизированной информационной системы, также идет активная работа по продвижению музеев в интернете, используются возможности социальных сетей. Все большее значение отводится различным мультимедийным презентациям и сенсорным киоскам, повышающим аттрактивность и информативность экспозиции, однако существующие на данный момент мультимедийные технологии постепенно начинают устаревать, возникает потребность в новых решениях, способных удовлетворить современные запросы посетителей, в том числе популяризировать научные знания в молодежной среде.

Наблюдающийся в последние годы повышенный интерес российского общества к региональному туризму (в том числе посещению музеев Республики Крым), достопримечательностям и музейным учреждениям стимулирует дальнейшее развитие музеев регионов. Перспективными направлениями применения ИТ в практической деятельности здесь видятся:

- модернизация учетной функции, решение проблем в работе с автоматизированной информационной системой, дальнейшая оцифровка собраний;

- внедрение новых технологий для увеличения привлекательности экспозиций и более выгодного представления подлинных предметов (современные мультимедийные средства, презентации, 3D- и 4D-технологии), разработка оригинальных сценариев киосков, в том числе игровых программ и викторин, предназначенных для снятия утомляемости во время посещения экспозиций;

- осуществление функций менеджмента и маркетинга, использование информационных систем управления ресурсами, координация деятельности с партнерами и спонсорами, продвижение музеев в реальном пространстве и интернете, создание от-

вечающих современным запросам сайтов и объединенных порталов, дальнейшая работа по популяризации музея в социальных сетях;

- создание мобильных приложений и мобильных гидов.

В нынешних условиях, ограниченных финансовыми и кадровыми ресурсами, данный путь представляется наиболее эффективным и практичным. Однако существует высокая вероятность, что с продолжающейся эволюцией музейных информационных технологий и музейного дела существующая в музеях методика экспонирования и просветительской деятельности исчерпает себя. Необходимы будут новые подходы, приемы демонстрации с использованием современных технических устройств для привлечения внимания к историческому прошлому нашей страны.

Список литературы и примечания

1. Каткова К. Ф. Дефиниция и функции регионального музея XXI в. // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2017. – № 1 (30).

2. Лебедев А. В. Музейные представительства в Интернет // Музей и новые технологии / Сост. и науч. ред. Н. А. Никишин. – Москва, 1999.

3. Лошак Ю. М., Кошечева Е. Л., Богомазова Т. Г. Разработка электронной музейной экспозиции, интегрированной с базой данных, созданной на основе системы «КАМИС 2000» // Конференция EVA'2002, Москва, «Информация для всех: культура и технологии информационного общества»: тез. докл. – М., 2002.

4. Лошак Ю. М., Черкалин С. Д. От автоматизированных систем учета к объединенным интернет-каталогам // Музей будущего: Информационный менеджмент: сборник статей / Сост. А. В. Лебедев. – М., 2001.

5. Михайлова А. В. Стратегия работы с социальными сетями // Справочник руководителя учреждения культуры № 8. – Москва, 2014.

6. Николаева Т. Ю. Использование социальных сетей в музейной деятельности. Цели, проблемы и перспективы // Конференция EVA'2012, Москва, «Развитие и сохранение электронного культурного и научного наследия»: тез. докл. – Москва, 2012.

7. Государственный каталог Музейного фонда Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://goskatalog.ru/portal/> (дата обращения: 10.09.2019).

8. Национальный проект «Культура» // Artefact. Гид по музеям [Электронный ресурс]. – URL: <https://ar.culture.ru/national-project-culture2024> (дата обращения: 10.09.2019).

9. О компании // КАМИС [Электронный ресурс]. – URL: <https://kamis.ru/o-kompanii/> (дата обращения: 10.09.2019).

10. Ван Гент Ю. Коллекции открываются! Амстердамский музей и открытые данные // Международная научная конференция «Раскрывая культурное наследие: новые задачи для библиотек, архивов и музеев» [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultural-heritage-conf.ru/publications/judith-van-gent.html> (дата обращения: 10.09.2019).

11. Artefact. Гид по музеям [Электронный ресурс]. – URL: <https://ar.culture.ru/> (дата обращения: 10.09.2019).

12. Online-лекции в Мультимедийном центре Русского музея // Проект «Русский музей: виртуальный филиал» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.virtualrm.spb.ru/ru/activities/lectures> (дата обращения: 10.09.2019).