И.С. Казанцев

ВВЕДЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННЫЙ ОБОРОТ КОЛЛЕКЦИИ ДОКУМЕНТОВ И ФОТОГРАФИЙ ДЛЯ МАССОВОГО ПОСЕТИТЕЛЯ

В современном мире передача информации от индивида к индивидууму все больше ускоряется. Все больше людей доверяют виртуальному пространству как средству подачи информации в доступной форме быстро и наиболее оперативно. В результате вытеснения бумажных носителей как способа подачи актуального материала даже самые консервативные структуры общества задумались о новых методах работы с отдельными социальными группами общества. Не обошла стороной эта тенденция и такие общественные институты как российские музеи.

Музей является хранителем истории народа, фиксирует ее путем сбора предметов, документов и фотографий, а также показывает ее в доступной форме посетителю[1].

Для систематизации и тщательного учета и хранения используется система инвентарных карточек, в которую записывается вся информация о предметах: начиная с внешнего описания и заканчивая степенью сохранности. Инвентарная карточка как бумажный носитель является наиболее надежным источником информации о предмете… Но складывается парадоксальная ситуация: несмотря на важность записанной информации для исследователей и специалистов, она в то же время остается практически недоступной для посетителя. До недавнего времени лишь опись коллекций из предметов и документов одной тематики служила основой для выставки или постоянной экспозиции, целью которой и являлось информирование населения об истории региона.

Благодаря развитию компьютерной техники и разработке специализированных программ в музее появилась система учета КАМИС, позволяющая создавать новый носитель информации. Информация о предмете в виде электронной карточки облегчает поиск информации для создателей выставок и составление новых описей для этих целей.

Однако КАМИС остался чисто внутриорганизационной специализированной программой по учету – обычный посетитель его работу не видит. Большинство обывателей считают музей хранилищем предметов и «бумажек». Лишь энтузиасты - руководители музеев, хранители и научные сотрудники видят скрытую способность предмета рассказать о самом себе. Иногда легенда предмета – история его происхождения и использования в быту или в других целях – оказывается даже красочнее внешнего вида выставляемой единицы хранения.

Традиционно используются два метода: этикетка, акцентирующая внимание посетителя на данных предмета и художественная составляющая, позволяющая представить предмет в среде бытования. Данные подходы к показу коллекций были присущи музеям на протяжении многих лет.

XXI век ставит новые задачи перед музейным сообществом. Во-первых, изменилась информационная среда в целом. Кроме ранее доступных средств показа в полную силу развивается виртуальное пространство. В результате многие музеи имеют свои филиалы в этом огромном, не имеющих видимых границ, виртуальном мире. Во-вторых, не исчез посетитель, ощущающий нехватку соприкосновения с собственной историей через настоящие предметы, оригиналы - свидетели прошлых эпох. И здесь развитие сферы обмена информации претерпело существенные изменения.

Следует отдельно остановиться на работе музейных сайтов. Главным образом она сводятся к непосредственной визуализации предметов, информации о деятельности самих музеев, редко работе форумов и «горячей» линии вопросов и ответов. В тоже время начинает вестись учет виртуальных посетителей и для их привлечения происходит оцифровка экспозиций и создание виртуальных экскурсий для самостоятельного виртуального путешествия.

Это стало особо актуально после проведенных исследований: отчет аналитической компании comScore, где сообщается, что в сентябре 2011 года Россия обогнала Германию по числу пользователей интернета и впервые заняла первое место в Европе[2].

В целом виртуальные музеи-сайты преследуют в основном единственную цель - привлечение посетителя или хотя бы напоминание о себе различным социальным группам общества. Еще одной нерешенной проблемой остается отсутствие статьи расходов на содержание сайтов у музеев в регионах, слаборазвитой системе общения посетителей с работниками музея посредством форумов и системы «вопрос-ответ»; отсутствие рекламной деятельности в социальных сетях. Все эти вопросы еще предстоит решить.

Сайт Тольяттинского краеведческого музея не просто перечисляет свои мероприятия, направленные на просвещение жителей города. Введение новых услуг в виде аудиогида и дней продленного посещения музея – «музейных сред» позволяет посетителю быть не просто пассивным наблюдателем, а активным исследователем с помощью технических средств – мп-3 плеера и просмотра фильмов об истории родного города.

Что же происходит, когда посетитель попадает непосредственно в музей? Кроме непосредственно рассмотрения подлинных предметов современный посетитель желает в приятной, доброжелательной и легкой форме услышать рассказ об истории этих предметов, ощутить дух времени. Но еще раньше, непосредственно в холле музея он интересуется перечнем предоставляемых услуг. Предполагалось, что качественным прорывом для выполнения пожe-

Фрагменты экспозиции с использовванием сенсорных экранов

ланий посетителя станет информационный киоск. Однако автор данной статьи, побывав в крупных музеях города Москвы, с удивлением обнаружил, что информационные киоски, считавшиеся ноу-хау в конце 1990-начале 2000-х годов, стоят выключенными и лишь за редким исключением работают для посетителя с самого начала открытия залов для посещения. В результате данных наблюдений вывод напрашивается сам: с развитием сети подключения интернета на дому посетитель получил всю нужную информацию о работе музея и его выставок еще дома и непосредственно в музее хочет сконцентрировать свое внимание на материальной составляющей музея. Предполагаемый интерактив информационных киосков в редком случае действует лишь на группы детей.

Для сближения виртуального пространства с непосредственно выставляемыми экспонатами решили пойти другим путем. Например, в Дарвиновском музее используется «живая» этикетка – фоторамка, которая в режиме слайд-шоу показывает информацию и изображения животных в природе. В музее современной истории России установлены большие экраны для показа недавних событий, позволяющие внести дополнительный акцент в значимость выставляемых предметов. То есть происходит сближение самого экспоната и компьютерных технологий для более детального донесения информации зрителю.

В ходе обозначившейся тенденции в Тольяттинском краеведческом музее с привлечением городских общественных фондов решили использовать новые технологии с учетом интереса массового посетителя.

В ходе осуществления проекта по модернизации экспозиции «Ставрополь провинциальный» подготовлено два сенсорных экрана, по сути компьютера с возможностью изучения краеведческой информации непосредственно в экспозиции (вспомним судьбу информационных киосков), которые будут раскрывать наиболее информационно насыщенные исторические периоды. Первый сенсорный экран готов к размещению в зале «Край в древности», в нем будет размещена информация о каменном, бронзовом и железном веках, времени кочевников и оседлых земледельцах, малых народах нашего края. Каждый исторический период будет оформлен в виде показа исторических справок, карт, не выставляемых из-за ограниченного пространства коллекций фондовых предметов, фотографий и отчетов археологов и т.п. В простой и доступной форме современный житель увидит «скрытую часть айсберга» - то, что остается в научных исследованиях сотрудников музея и фондохранилищах. Таким образом, результат работы всего коллектива музея приближается непосредственно к посетителю.

Второй сенсорный киоск будет находиться в пространстве, посвященном земской медицине, развитию курортного направления города Ставрополя, а в будущем ходу земской реформы и ее последствий для жизни горожан. Так же планируется разместить информацию о «второй жизни» санатория «Лесное» города Ставрополя во время Великой Отечественной войны. В частности, о размещении на его территории института военных переводчиков, эвакуированных из Москвы. В результате активной

переписки с родственниками учившихся в институте переводчиц удалось получить в дар уникальные документы и фотографии из жизни одной из них – Просвирниной Тамары Александровны. Планируется связать «жизнь» санатория не только с его основным предназначением в дореволюционный период, но и с размещением и работой института, обучением и повседневным бытом его преподавателей и обучающихся.

Оба информационных экрана так же можно будет использовать для различных мероприятий, проходящих на экспозиции.

После осуществления проекта по модернизации еще предстоит провести социологические исследования, визуальные наблюдения, пополнение информационного содержания самих экранов, разработку новых занятий на основе обладания данной технологией. Только после этого можно говорить о какой-либо эффективности проведенных мероприятий. Что касается личного мнения автора, то работа по внедрению виртуального пространства в традиционную классическую экспозицию – это интересный опыт по общению с посетителем посредством новых информационных технологий.

Причины, обусловившие возрастание значимости аудиовизуальных средств и каналов их применения в музее, связаны с общим процессом технического и культурного развития в XX веке. В течение последних двадцати лет мы являемся свидетелями бурного развития аудиовизуальной коммуникации во всех областях музейной сферы[3]. Наиболее показательны тенденции «информационного взрыва» в 1990-е годы. В течение десятилетия музеи, особенно музеи России, обрели реальные пути приобщения к мировому культурному фонду, получили возможность оперативного и плодотворного профессионального сотрудничества. Сложившаяся аудиовизуальная коммуникация музеев является новой формой коммуникации в культурной сфере, став альтернативой традиционной вербально-письменной коммуникации. Для музея важно приблизить себя к посетителю, общаться с посетителем, особенно молодым поколением с помощью понятных для него средств коммуникации. Это наиболее важная цель музея, так как без посетителя он не сможет существовать уже в самом ближайшем будущем.

Примечания:

[1] Отметим, что последнюю среду каждого месяца Тольяттинский краеведческий музей установил день бесплатного посещения музея без сопровождения экскурсовода. В этот день музей могут бесплатно посещать дети из многодетных семей и другие группы – подопечные Департамента социальной поддержки мэрии г.о. Тольятти и комитета семьи и детства, а также лица, не достигшие 18 лет. К сожалению, это правило распространяется только на выставки музея, в список бесплатного посещения не входят коммерческие (привозные) выставки.

[2]По сообщению издания Лента.ру, число пользователей интернетом в России составило 50,81 миллиона. Второе и третье места в рейтинге заняли Германия и Франция с показателями 50,14 миллиона и 42,35 миллиона соответственно. В общей сложности компания comScore насчитала в Европе 373,4 миллиона пользователей Сети.

[3] Под термином аудиовизуальная коммуникация музея подразумевается форма коммуникации, связанная с созданием, хранением и перемещением культурной информации посредством новейшей аудио-видео-мультимедийной техники.

Список литературы:

Александров Е.В. Мультимедийная технология и актуализация аудиовизуальных фондов // Вестник архивиста. 1994. №4.

Анашкин А., Ноль Л., Сидоров И. Наши помощники компьютеры. Использование ЭВМ в музеях // Советский музей. 1986. №1. С.30-31.

Бенеш Й. Использование в музеях аудио-визуальных средств // Museum. 1982. №3.

Бирман Д. Автоматизация будущего // MUSEUM. 1994. №3 (181).