

ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО МУЗЕЯ

Тайляшева А.О.,

Научный руководитель к.филол.наук., доц. Андреева А.В.

Гуманитарный институт

Сибирский федеральный университет

Развитие информационного общества, в том числе активное распространение сети Интернет, ведёт к кардинальным изменениям в социально – культурной сфере. Одно из которых, формирование информационно – культурного пространства и его интеграция в общую концепцию информационного общества. Активное распространение Интернет-технологий (мультимедиа технологий) ведёт к возникновению тенденции слияния различных сфер культуры и искусства, расширению видов деятельности отдельных учреждений культуры.

Одним из динамично развивающихся учреждений культуры является музей. Социально – культурная институция, представляющая одну из древнейших форм организации культурного пространства жизни человечества, переживает на сегодняшний день период переоценки целей и всесторонней реструктуризацией, протекающей в контексте формирующегося информационного общества и развивающейся досуговой сферы.

В постоянно меняющихся социальных, культурных и экономических условиях музей вынужден искать нетрадиционные, привлекающие внимания потенциальной аудитории технологии и методы работы. Поэтому особую актуальность получило относительно новое направление в музейной сфере внедрение медиа и Интернет технологий в экспозиционную, экскурсионную и культурно-образовательную деятельность. Сложность данного процесса объясняется стремительным развитием развлекательной индустрии и относительно медленной скоростью информатизации музейной сферы, в том числе сложностью обновления материально-технической базы отдельных музеев.

Развитию данного направления способствует повышения уровня информационной культуры населения, постоянно совершенствующаяся компьютерная техника и разработка новых информационных технологий, находящих применение в музейной деятельности.

Актуальность внедрения в сферу культуры и искусства Интернет технологий объясняется необходимостью интеграции отдельных музеев в общую структуру культурного пространства. Что в свою очередь обеспечит информированность потенциальной музейной аудитории, формирование межведомственных профессиональных связей и повышения социального статуса музея.

Целью нашей работы является изучение возможностей Интернет технологий в деятельности современного музея.

Для достижения поставленной цели нами решаются следующие задачи:

- Изучить музейные технологии, применяющиеся в деятельности современного музея;
- Изучить уровень разработанности Интернет пространства красноярских музеев и галерей;
- Предложить способы качественного улучшения инфраструктуры г. Красноярска (на базе Красноярского культурно-исторического музейного комплекса).

Музей как социокультурное явление прошел долгий путь развития от собирательства предметов, носящих определённый религиозный и культурный смысл и эстетическую ценность; до важного социально значимого явления с множеством различных по своему характеру функций.

В основе деятельности современного музея лежит музейная коммуникация, реализующаяся посредством научно-фондовой, научно-исследовательской, экспозиционной и экскурсионной работы. Из них особое место занимают два последних направления музейной деятельности, поскольку акт музейной коммуникации осуществляется между сотрудником музея и его посетителем. При этом музейный экспонат, по мнению основоположника музейной коммуникации, Д. Камерона, является связующим звеном данного процесса.

Идею музейной коммуникации впоследствии развил М.Б. Гнедовский, выдвинув несколько подходов развития музейной деятельности в контексте коммуникативного процесса (антропологический, культурологический, диалогический, аксиологический). А также Б.А. Столяров, предложивший модели развития музея, в основе которых также лежит интерпретация музейной коммуникации: познавательная, эстетическая, информационная, диалоговая.

Несмотря на то, что в представленных выше концепциях и моделях имеет место элемент диалога, т.е. не просто односторонняя передача информации адресату, но и его ответная реакция, реализация этой важной составляющей коммуникационного процесса в деятельности большинства российских музеев остаётся на довольно низком уровне. Поскольку основными видами музейной деятельности, непосредственно направленными на посетителя, являются экспозиционная и экскурсионная деятельность, главной характеристикой которых по-прежнему остаётся образовательный (и самообразовательный) элемент.

Качественное изменение – модернизация всей музейной отрасли, и в частности, отдельных направлений музейной деятельности, протекает довольно медленно и проблематично, поскольку на данный процесс влияет целый комплекс как внешних, так и внутренних факторов: поиск наиболее подходящей концепции развития отдельно взятого музея, недостаточное финансирование, практически полное отсутствие интереса к музейной сфере со стороны представителей частного бизнеса, поиск и мотивация сотрудников и др.

При этом создаётся противоречие между интересами общества, т.е. потенциальной музейной аудиторией и возможностями, которые может предоставить музей. Данное противоречие усиливается за счёт развития информационных, в том числе Интернет технологий, и распространения компьютерной и электронной техники. Современный музей, несмотря на исторически накопленный потенциал как теоретический (технологии и методики работы), так и фактический – непосредственно музейные коллекции, представляющие культурную и историческую ценность, остаётся вне зоны внимания наиболее важной социальной группы – детей, подростков и молодёжи. Причиной тому является отсутствие общего «языка», приемлемого для обеих сторон.

В связи с этим особое значение имеет развитие музея в контексте двух основополагающих тенденций:

Первая связана с интерпретацией, ставшей уже классической, теории музейной коммуникации, в контексте социально-культурных изменений. А точнее с изменением социальной роли музейной аудитории и активным привлечением широких общественных кругов в формирование музейного продукта и его интеграции в культурное пространство.

Вторая тенденция заключается во внедрение информационных технологий в ведущие направления деятельности музея, что выражается:

- в создании внутримузейной информационной сети, предназначенной как для сотрудников музея, так для посетителей;
- в повышении эффективности деятельности внутримузейных служб, влияющих на качество конечного музейного продукта;
- в повышении социального статуса музея для реальной и потенциальной музейной аудитории, за счёт привлечения технических и технологических новшеств в экспозиционную и экскурсионную деятельность. Особое значение эта тенденция имеет для таких направлений музейной деятельности как экспозиционная и экскурсионная деятельность, поскольку непосредственно направлены на музейную аудиторию, а, следовательно, должны отвечать её требованиям. Наиболее распространенными на сегодняшний день медиатехнологиями являются: электронные публикации (каталоги, альбомы, монографии, переведённые в электронный формат), электронные базы данных, трёхмерная (3D) визуализации экспозиционного пространства, «Радио-гид» и пр.

Вышеизложенные самостоятельные тенденции развития музейной деятельности являются компонентами общей модернизации музея как социально-культурного института, направленной на актуализацию культурного наследия, являющегося важнейшим музейным ресурсом; формирование его положительного образа в общественном сознании и, как следствие, привлечение потенциальной музейной аудитории; интеграцию музея в общероссийское и мировое культурное пространства.

Активное внедрение в музейную деятельность медиа- и Интернет технологий, предполагает выработку новых методик работы, создания нового понятного для современной, в первую очередь молодой аудитории, «языка общения». При этом, если модернизация внутреннего пространства музея направлена на привлечение потенциальной аудитории и более эффективную реализацию образовательных функций музея, то внедрение Интернет технологий предоставляет возможность для выстраивания полноценных (двухсторонних) отношений, т.е. помогает установить обратную связь между музеем и музейной аудиторией. А также возможность создания личного культурного пространства для отдельного пользователя сети Интернет, в зависимости от его интересов, предпочтений и потребностей. Для реализации данных задач используются как традиционные на данный момент Интернет технологии: электронная почта, официальный сайт музея, т.н. виртуальный музей; так и новые: разработка программных приложений для смартфонов и планшетных компьютеров, технология «подкастинга», разработка «культурных маршрутов» на основе сервиса GPS, создание музейных карт.

Внедрение Интернет технологий позволяет актуализировать музейную деятельность, адаптировать её к меняющимся социально-культурным условиям, предоставляет возможность практического перехода к новой парадигме развития музея. От субъектно-объектных отношений, в которых музейная аудитория была пассивным объектом воздействия, к субъектно – субъектным, при которых она становится активным создателем, участником культурных явлений и потребителем культурного продукта.