

Виртуальный музей

Сегодня глобальный доступ к ресурсам культуры рассматривается не только как одно из важнейших проявлений культурного разнообразия, но и выступает в качестве средства преодоления неравенства и «разрывов» между богатыми и бедными (странами, людьми, организациями и т. д.). Во всем мире архивы, библиотеки, музеи и галереи (получившие в Европе обобщенное наименование «учреждения памяти») открывают онлайн-доступ к своим фондам, коллекциям и собраниям. Примеры того – проект Европейской комиссии «Музеи вне границ и виртуальная культура» (*MOSAIC*) [15], проект G7 «Консорциум компьютерного обмена музейной информацией» (*CHIO*) [11] и др. Уже в начале 2000-х годов музей Метрополитен, Тейт галерея и другие крупные музеи имели больше виртуальных посетителей, чем реальных [2, р. 62].

Наряду с учреждениями памяти оцифровкой объектов наследия сегодня могут заниматься любые организации, располагающие соответствующими средствами, а также частные лица. В рамках национальных музейных сетей разрабатываются специальные программы технического содействия и обучения в области разработки веб-сайтов и онлайн-презентации коллекций¹; кроме того, практические руководства деятельностью подобного рода могут быть найдены непосредственно в сети. Затраты на создание цифровых версий музейных предметов и экспозиций постоянно растут: в бюджетах крупных музеев расходы на создание их виртуальных копий составляют многие миллионы долларов². В наиболее богатых странах именно подобные музеи становятся лидерами как в отношении качества представленных на сайтах материалов, так и в отношении их объема. Так, к началу нового тысячелетия большая часть музеев США уже выставила свои коллекции (или их часть) в виртуальном пространстве, а также начала создавать в Интернете тематические онлайн-выставки.

В результате сегодня накоплен огромный массив оцифрованного наследия, обеспечение доступности к которому требует решения многих проблем – образовательных и социальных, технических и технологических, вопросов авторского и смежных прав и т. п. Так, в некоторых учреждениях осуществляется сканирование изображений объемом до 30 гигабайт, а воспроизведение одной книжной страницы

¹ Например, «Сеть коллекций Австралии» (*CAN*), созданная на основе преобразования «Австралийских музеев и галерей он-лайн» (<http://amol.org.au/>), теперь предлагает свои образовательные услуги всем некоммерческим организациям, обладающим доступным для общественности собранием, в том числе библиотекам и архивам, независимо от их размеров и местоположения. Предлагаемая программа обучения, включая вопросы планирования, затрат, стандартов оцифровки, авторского и иных прав, была разработана совместно с Информационной сетью наследия Канады (*CHIN*).

² Так, к 2002 г. Музей Гуггенхайма потратил на свой веб-сайт около 20 млн. долларов.

занимает до 767 мегабайт. Новая электронная версия Библии Гутенберга заняла половину терабайта. Ведущиеся в последнее время цифровые реконструкции памятников археологии, культурных ландшафтов, исторических городов или культурных маршрутов, подобных Великому шелковому пути или дороге паломников, шедших к Сантьяго де Компостелла, требуют не меньших объемов. Такие цифровые произведения создаются сегодня во все бóльших количествах и со временем будут иметь все бóльшие «размеры» [4, с. 3]. Обеспечить онлайн-доступ к этим ресурсам можно только с помощью широкополосного Интернета. Поэтому сфера электронного культурного наследия стала одной из самых сложных для создания и хранения оцифрованных данных, их структурирования, представления и использования, а также для разработки всеобъемлющих стратегий их поиска и обеспечения широкого доступа к ним.

В Страсбурге в 2002 г. прошла встреча участников европейских сетей в области цифрового культурного наследия, посвященная наиболее острым вопросам развития массива цифровой информации в области культуры. В качестве важнейших проблем участники назвали отсутствие координации между разрабатываемыми проектами, параллелизм ведущихся работ и явную недостаточность обмена информацией между ними. Особую остроту все это приобрело в области междисциплинарных исследований и проектов при том, что финансирование программ, касающихся наследия, всегда имело определенные ограничения. В ходе встречи было инициировано исследование европейских сетей в области цифрового культурного наследия, в результате которого удалось выявить 89 сетей, действующих в Европе и за ее пределами [8].

Виртуальные музеи и онлайн-выставки имеют свои специализированные Интернет-площадки. Еще в 1972 г. для решения культурных задач музейной деятельности на основе использования компьютерных технологий была создана «Музейная компьютерная сеть» (MCN) – некоммерческая профессиональная организация [12]. Сегодня она оказывает услуги организациям и физическим лицам, поддерживает их кооперацию в целях повышения эффективности музейной работы, содействует распространению знания и информации культурного характера на основе коллекций и соответствующей документации. MCN проводит ежегодные конференции, на ее сайте работает профессиональный форум, а также предоставляются профессиональные онлайн-услуги, в том числе и справочные. Одной из ее важных функций стало обеспечение доступа к сетевым музейным ресурсам.

На сайте размещены отсылки к нескольким поисково-информационным системам, предоставляющим информацию о музейных Интернет-проектах. К их числу относится портал *MuseumStuff.com*, содержащий сведения о 20 тыс. организаций [13]. Портал

позиционируется как путеводитель по сетевой информации, связанной с музеями, включая отсылки к музейным сайтам и виртуальным выставкам, сведения о развлекательных и развивающих играх и другой активности, а также обширные образовательные ресурсы по вопросам, которые обычно разрабатываются музеями художественного, естественнонаучного и исторического профиля. При этом сайт не просто адресован широкой публике, но и нацелен на семейное потребление содержащейся на нем информации. Его целью является развитие взаимодействия широкой аудитории с музеем и расширенное роли музея как образовательного инструмента. На сайте существует и «профессиональная зона», предназначенная для музейных работников.

Сведения о себе музей может здесь разместить бесплатно и самостоятельно, заполнив онлайн-форму. В соответствии с используемой классификацией, это может сделать только музей, существующий «в реальном мире» и предоставляющий доступ к своему собранию. Собственно «виртуальный музей» или выставка попадают в область общих отсылок. При этом поисковая машина представляет сведения не только о музейных виртуальных выставочных проектах, но и об изобразительных материалах, представленных на различных тематических сайтах. Например, здесь можно найти виртуальную выставку «Средневековые и ренессансные рукописи» из собрания Библиотеки Моргана [14] или большую виртуальную экспозицию Художественной галереи «Christus Rex», представляющую разнообразие средневековых, ренессансных и других ранних христианских изображений и иконографии. Последний онлайн-проект осуществлен на популярном сайте Christus Rex [10].

В области цифрового наследия музеи уже давно занимают лидирующие позиции, вовлекая в сферу дигитализации коллекций и другие институты. Начиная с 1980-х гг. в музеях, постепенно совершился переход от компьютеризации различных форм музейной работы к «виртуализации» музейных собраний и коллекций, позволяющей находить новые формы осуществления традиционных функций документирования, хранения и просвещения. Созданные музеями веб-страницы решают разнообразные задачи. Цифровые программы в области наследия обеспечивают полноценный и массовый доступ к материалам и коллекциям музеев, библиотек, архивов и других учреждений, расходы по их реализации берут на себя государства, во главе этой работы стоят национальные профессиональные ассоциации и сети³. Как считает К. Мюллер, дигитализация изменила,

³ Например, на сайте «Австралийские музеи и галереи он-лайн» (*AMOL*) в поисковую систему были включены записи о более чем 500 тыс. объектов и 58 400 изображений, а также отсылки к 1 260 австралийским сайтам музеев, галерей, архивов, библиотек, парков, памятных мест и охраняемых объектов.

хотя бы на время, характер музейной деятельности, превратив музей из интерпретирующей структуры в поставщика информации [1, p. 48].

В этой связи К. Мюллер ставит вопрос: какова роль музея в том соединении, «сплавлении» реального и виртуального, которое сегодня составляет само современное существование музея? Необходимо учитывать, что, как считает глава информационной службы Кливлендского художественного музея Л. Штайнбах, картина, выставленная в Интернете, – это не просто информация; она – произведение искусства, которое становится доступно для гораздо большего числа людей, чем когда бы то ни было в истории культуры, а ее восприятие – это нечто гораздо большее по сравнению с рассматриванием обычного объекта. С одной стороны, онлайн-экспозиция похожа на книгу, с другой – цифровые технологии интерактивны, они позволяют не только изменить масштаб изображения, но и совершить экскурсию, познакомиться с музейным хранителем, зайти в магазин при музее и т. п. У таких посещений нет временных ограничений, они оказываются источником индивидуального, «интимного» созерцания и размышления.

При этом виртуальная музейная экспозиция строится как последовательность открывающихся «окон» и «линков». В результате складывающийся нарратив определяется монтажом сразу нескольких элементов (изображения, звука, текста, дизайна), воспринимаемых благодаря ему как единое целое. В этом отношении виртуальная навигация напоминает просмотр телевизионной передачи, а не посещение реального музея. Как и телепередача, страницы сайта могут быть обращены к различным аудиториям, и одним из наиболее важных адресатов для музеев он-лайн стали дети и подростки. Чтобы посетитель виртуального музея не превратился в обыкновенного «серфера», разработчикам музейных сайтов приходится задумываться о том, как воссоздать ощущение особого пространства, которое бы удерживало виртуального посетителя.

Важнейшим аспектом распространения виртуальных музейных структур является их образовательное и просветительное воздействие. Именно поэтому для виртуальных музеев самого разного уровня образовательная функция выступает на первое место. Как считают австралийские исследователи, понимание процессов обучения и осуществление такого образовательного воздействия «реального» музея на аудиторию, которое может быть измерено, в будущем станет для музеев жизненно важным. Это позволит им продемонстрировать «внешнему сообществу» ценность музейного посещения, показать, каким образом музейные образовательные программы и деятельность встраиваются в более широкий образовательный контекст [5]. Для решения таких задач виртуальные

«двойники» «реальных» музеев предоставляют новые возможности, как в отношении охвата аудитории, так и в отношении измерения ее интереса к музейным коллекциям и материалам.

Виртуализация музеев ставит проблему предметности экспозиции и подлинности представленных в ней объектов. В этом вопросе мнения широкого музейного сообщества зачастую расходятся, а вопрос о собственно «музейном» статусе виртуальных структур остается дискуссионным. Сторонники последних указывают на то, что, изъяв предмет из его естественной среды и проинтерпретировав его в собственной искусственной среде, музей *уже превратил* его «в виртуальный объект в виртуальном пространстве» [1, р. 50]. В то же время онлайн-доступ идеален для хрупких вещей, которые нельзя экспонировать; во многих отношениях виртуальная экспозиция дешевле. Кроме того, многие музеи позволяют посетителям создавать свои собственные виртуальные коллекции, что вовлекает их в более интенсивное взаимодействие с разнообразным контентом музейного сайта. Наконец, невозможность по тем или иным обстоятельствам учредить «реальный музей» может быть преодолена в Сети, где созданию экспозиции нет никаких препятствий.

С начала нового тысячелетия в США стали регулярно проводиться исследования информационной ценности музейных веб-сайтов, при этом основными категориями посетителей, потребности которых были изучены, стали ученые, учителя, студенты, музейные сотрудники и посетители музеев, не относившиеся к перечисленным выше категориям. Проведенный социологический анализ касался использования музейных сайтов, баз данных, иных аспектов виртуального посещения музея. Главными стали вопросы о том, за какой информацией обращаются на сайт музея, каким должно быть качество и количество изображений на странице, каковы цели использования изображений, представляющих музейные коллекции и, наконец, соответствует ли информация, размещенная на сайте, ожиданиям его посетителей.

Потребности виртуальных посетителей музеев оказались весьма разнообразными. По их мнению, одним из признаков «хорошего музейного сайта» является сочетание удачно представленной информации общего характера с полным доступом ко всему музейному собранию. 67% учителей обращаются к музейным сайтам в поисках необходимых изображений. 63% виртуальных посетителей высоко ценят возможность просмотра коллекций музеев и предоставление дополнительной информации описательного характера. Кроме того, для понимания произведений искусства виртуальные посетители испытывают потребность в сведениях об общем историко-культурном контексте их создания и существования. 80% посетителей музеев и

представителей профессионального музейного сообщества интересовала информация о новых экспозициях и выставках. Практически 87% респондентов отметили важность информации о специальных мероприятиях, проводимых музеями, что было прямо связано с их намерением провести свое свободное время в привлекательном для них окружении, узнать что-то новое, встретиться с сотрудниками музеев или художниками. Все данные указывают на то, что посетители «реального» музея обращаются на его сайт за дополнительной информацией. На последнем месте среди информационных потребностей оказались приобретение сувениров (18%) и билетов (11%) в музей он-лайн [6].

Специальное исследование, которое предполагало оценку интерфейсов с точки зрения простоты и эффективности их использования было посвящено изучению пользовательских характеристик музейных сайтов [7]. По мере того как музейные сайты становятся более сложными, изощренными и интерактивными, особую актуальность приобретает вопрос о том, считают ли предполагаемые пользователи сайтов это полезным и пригодным для себя. Очевидно, что сайты, обладающие плохим или бедным дизайном и сложные для использования, легко могут оттолкнуть посетителей. В связи с этим среди создателей сайтов все настойчивее утверждается понимание того, что музейные страницы должны быть, прежде всего, *ориентированными на пользователей*. Поэтому, кроме наиболее полного предоставления информации создателям музейного сайта, необходимо позаботиться о его четкой и прозрачной информационной архитектуре, об эффективных средствах навигации и т. п. Сайт должен гармонично сочетать подходы, при которых ясные ответы на самые простые информационные запросы сочетались бы с возможностями наиболее детализированного и специализированного поиска и/или навигации. Таким образом проблемы функционирования музейных сайтов самым непосредственным образом связаны с общей задачей создания «удобных инструментов с согласованными интерфейсами, отражающими исторически и концептуально изменяющуюся структуру знаний» [3, с.2]. Именно так борьба музеев за новые аудитории и расширение своей социальной миссии может получить необходимые инструменты.

Разнообразие виртуальных музеев, выставок, онлайн-презентаций различных собраний достаточно велико и варьируется от проектов национального масштаба до представления частных виртуальных собраний. Например, Виртуальный музей Канады посвящен культурному наследию и истории страны, представленным на основе инновационных мультимедийных технологий, воспроизводящих национальные музейные собрания [19]. Здесь размещено более 500 виртуальных экспозиций различной тематики и галерея образов, дающих представление о стране. Молодежи, к которой в первую очередь обращен данный портал, предложены разнообразные игровые возможности, в том числе

предоставляются условия для создания собственного виртуального музея. Для учителей предусмотрено специальное пространство, где они могут найти справочный материал и планы уроков. Сайт также содержит информацию для самой широкой публики о музейных мероприятиях, происходящих в реальном времени и пространстве. Посетители портала имеют право использовать представленные на сайте материалы в образовательных и личных целях. С правовой точки зрения, контент портала предназначен исключительно для распространения сведений о коллекциях музеев и других музейных материалах, а также для обеспечения доступа к ним.

Галерея Тейт в Лондоне имеет один из самых развитых и известных в профессиональном мире сайтов, где размещена, прежде всего, информация о всех предметах собрания музея [18]⁴. Виртуальным посетителям этого музея дается возможность составить собственную выборку произведений из собрания галереи и обращаться к ней в любое время. На веб-сайте галереи существует и специальное пространство, предназначенное для исследователей, в котором размещены не только результаты научной работы сотрудников музея и информация о научных проектах, но и описываются исследовательские услуги, предоставляемые галереей, а также условия доступа и использования библиотечного и архивного собраний Исследовательского центра Хаймана-Крайтмана. Непосредственно на сайте галереи размещено около 4 тыс. архивных документов. У веб-сайта имеются также специализированные страницы, например, для людей с ослабленным зрением.

Сайт художественного музея В.Р. Нельсона и М. Аткинс (Канзас-Сити, США), по заявлению его разработчиков, предназначен для того, чтобы помочь «спланировать индивидуальное посещение» для знакомства с его собранием [16]. Как и в других музеях, электронные медиа используются здесь для построения выставок самой разной тематики, работает онлайн-выставка «Tempus Fugit», посвященная отражению концепции времени в произведениях искусства начиная с древнейших времен [17].

Разнообразие виртуальных презентаций музеев и обилие изобразительных материалов в Сети может изменить представления об их значимости для культурной истории человечества. Сегодня количество веб-сайтов измеряется миллиардами, включая миллионы сайтов, создаваемых отдельными людьми. На этих сайтах в огромных количествах производится культурный контент, и поэтому некоторые современные музеологи саму Сеть предлагают считать «дезорганизованным музеем человечества» [2, p. 39]. Как считает К. Вельтман, все это требует создания «новой виртуальной среды,

⁴ Каждый из них имеет свою информационную страницу, большая часть которых уже содержит иллюстрации.

пригодной для сотрудничества между крупномасштабными профессиональными творениями и произведениями отдельных авторов, их производством и современным образованием» [9, р. 45]. В ближайшем будущем виртуальное культурное наследие будет тесно связано с использованием систем виртуальной реальности в целях генерирования, навигации, использования и изучения реконструируемой исторической материальной среды (ландшафтов или памятных мест), а также нематериального наследия живой культуры.

Список литературы

1. *Müller K.* Going global: reaching out for the online visitor // *Museum news.* – 2001. – Vol. 81. – № 5.
2. *Müller K.* The culture of globalisation // *Museum news.* – 2002. – Vol. 82. – № 3.
3. *Вельтман К.* Институт Маклюэна. Мультимедиа доступ к культурному наследию // *Электронные библиотеки.* – 2002. – Т. 4, вып. 1. // <http://www.elbib.ru/index.phtml?page=elbib/rus/journal/2001/part1/veltman>
4. *Вельтман К.* E-Culture Net: Европейская сеть экспертных центров для исследований и образования в области электронной культуры [Текст выступления на конференции EVA 2000 в Москве] // *Cultivate-Russia Web Magazin.* 2003. Вып. 2. // http://www.cultivate.ru/mag/issue2/e_culture.asp
5. *Griffin J., Kelly L., Savage G., Hatherly J.* Museums Actively Researching Visitor Experiences and Learning (MARVEL): a methodological study // *Open Museum journal.* – Vol. 17: The other side // http://amol.org.au/craft/omjournal/volume7/docs/JGriffin_ab.asp
6. *Kravchyna V., Hastings S.* Informational Value of Museum Web Sites, 2001 // http://www.firstmonday.org/issues/issue7_2/kravchyna/
7. *Marty P., Twidale M.* Lost in gallery space: A conceptual framework for analyzing the usability flaws of museum Web sites // *First Monday.* – V. 9. – № 9 (September 2004) // http://firstmonday.org/issues/issue9_9/marty/index.html
8. *Mulrenin A., Markus M., Retsch B.* Digital Cultural Heritage Networks : Survey conducted by Salzburg Research for the Council of Europe, April 2003 http://www.european-heritage.net/sdx/herein/doc_dcn/dcn_presentation.xsp
9. *Veltman K.* Roadmaps for Research and Research Topics in Digital Culture / European Commission Preservation and enhancement of cultural heritage DG INFSO/Europe Luxembourg 28 January 2003 P. 45 // <ftp://ftp.cordis.lu/pub/ist/docs/digicult/veltman28012003.ppt>