

УДК 069.01

*О. В. Самаковская*

**ФОРМИРОВАНИЕ КОНТЕНТА САЙТОВ ЭТНОГРАФИЧЕСКИХ МУЗЕЕВ:  
ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВЕННОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МУЗЕЙНОЙ  
ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

В статье приводятся результаты исследования, нацеленного на теоретическое обоснование формирования контента сайтов этнографических музеев. Описывается технология разработки типовой модели контента музейного сайта на основе функционально-структурного подхода. Полученные результаты могут быть использованы в практике работы этнографических музеев. Разработанная структура контента сайта музея, созданная в ходе исследования, может служить прототипом проекта при создании или редактировании этнографических музейных сайтов.

**Ключевые слова:** музеи, этнографические коллекции, информатизация, информационные и коммуникационные технологии, цифровой контент, музейные сайты.

*O. V. Samakovskaya*

## FORMATION OF THE CONTENT OF THE SITES OF ETHNOGRAPHIC MUSEUMS: PROBLEMS OF QUALITY MUSEUM INFORMATION PRESENTATION IN THE INTERNET AND SOLUTIONS

The article gives the results of study aimed at theoretical justification of the formation of the content of sites of ethnographic museums. It describes the technology development of the standart model of the content of the museum site on the basis of the functional-structural approach. The results obtained can be used in the practice of ethnographic museums. The structure of the site content of the museum, created in the course of the study can serve as a prototype for the project when creating or editing the ethnographic museum sites.

**Keywords:** museums, ethnographic collections, informatization, information and communication technologies, digital content, museum sites.

В решении проблемы сохранения уникального культурного и природного наследия отдельных стран, регионов, культурных и национальных сообществ в современном динамично меняющемся мире, подверженном действию процессов глобализации, особая роль принадлежит музеям. В условиях становления информационного общества, атрибутом которого являются информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), перед музеями встает новая задача – определение смысла и назначения музея в новой электронной среде, осмысление инновационных технологических возможностей, обеспечивающих доступ к культурным ценностям, сосредоточенным в музеях, для широких слоев населения.

Сохранение и продвижение культурного наследия как важнейшего фактора национальной идентичности особое значение имеет для этнографических музеев. Это обусловлено тем, что именно этнографические музеи изучают особенности национальной культуры и передают их последующим поколениям, а их главным отличием от других видов музеев является неразрывная связь с конкретным этносом.

Стремительное развитие ИКТ открыло для этнографических музеев принципиально новые возможности в решении одной из своих главных задач – предоставление до-

ступа к этнокультурному наследию самой широкой публике. Основную роль при этом играют сайты музеев – виртуальные представительства в сети Интернета реальных музеев, обеспечивающие непрерывный доступ к информации независимо от местонахождения пользователей и времени их обращения к музейному информационному ресурсу.

В связи со стабильным ростом в сети Интернета количества музейных ресурсов большое значение приобрела проблема практически полного отсутствия публикаций по разработке теоретических подходов продвижения музейной информации средствами ИКТ в электронном информационном пространстве.

Цель данной статьи – показать возможности формализации и снижения субъективизма при разработке сайтов этнографических музеев путем формирования контента сайтов на основе использования информационного образа музея. Представленные в статье материалы отражают исследование, которое осуществляется в Научно-исследовательском институте информационных технологий социальной сферы Кемеровского государственного университета культуры и искусств [2–5].

В качестве объекта исследования выбраны музеи Западной Сибири, содержащие этнографические коллекции. Предметом исследования стало продвижение этнографи-

ческих музеев в информационном пространстве средствами ИКТ.

Исследование по теоретическому обоснованию формирования контента сайтов этнографических музеев проходило в несколько этапов:

1. Обоснование влияния культуры информационного общества и информационно-коммуникационных технологий на эволюцию музеев.

2. Оценивание современного состояния информатизации западносибирских музеев, имеющих этнографические коллекции, а также степени их доступности в Интернет.

3. Характеристика теоретических подходов к созданию музейных сайтов.

4. Исследование виртуального представительства этнографических музеев Западной Сибири в электронном информационном пространстве.

5. Разработка методики формирования контента сайтов этнографических музеев.

Изучение существующих подходов в исследовании культуры информационного общества, в том числе анализ разных точек зрения музейных специалистов, показали, что большинство специалистов говорит о необходимости преобразования музейной деятельности, и, прежде всего, с помощью использования современных ИКТ. Специалисты сходятся во мнении, что, эволюционируя в ходе общего развития культуры, музей ищет и выбирает пути своего развития, предопределенные самой культурой, отвечая требованиям времени и социокультурной ситуации в целом. Именно использование современных информационных технологий и средств коммуникации предполагает выход учреждений культуры на совершенно новый уровень своего развития, не опровергающий основную деятельность музеев, а привносящий новые возможности их развития в современном информационном обществе.

Как показывают результаты анализа публикаций, информационно-коммуникационные технологии находят применение во всех видах деятельности музеев, а внедрение ИКТ в традиционные формы музейной работы ведет к качественным изменениям в организации учета и управления музейными коллекциями, способствует развитию научных исследований, появлению новых музейных продуктов, развитию цифровых услуг, организации виртуальных выставок и экскурсий. Особо следует подчеркнуть, что ИКТ открывают новые возможности предоставления открытого доступа к музейным ценностям.

Однако в ходе проведенного экспертного опроса руководителей этнографических музеев Западной Сибири выявлена противоречивая ситуация, характеризующая имеющиеся на сегодняшний день возможности использования ИКТ и степень их практической реализации в музеях. В большинстве исследуемых музеев (81 %) имеются проблемы использования ИКТ, от решения которых существенным образом зависит сохранность фондов, трансляция и доступность хранимых культурных ценностей для широких слоев населения. Результаты исследования показали, что внедрение и использование ИКТ в музеях существенно осложняется как из-за проблем материально-технического характера, так и из-за проблем кадровой обеспеченности, требующих для их решения более активной позиции со стороны органов исполнительной власти регионов Западной Сибири. Однако особую сложность представляет неразработанность теории создания и оценки качества контента музейных сайтов, что препятствует полному и точному отражению богатых региональных музейных коллекций в мировом информационном пространстве.

Как показывают результаты анализа публикаций, теория формирования контента музейных сайтов в настоящее время огра-

ничивается некоторым общим представлением о том, какая информация должна быть на музейном сайте. Большинство российских и зарубежных музейных специалистов к наиболее важным рубрикам в структуре музейного сайта относят следующие: «Организационная информация» (режим работы, местоположение, проезд, контакты); «История»; «Коллекции»; «Экспозиции»; «Образовательные программы».

Однако, по нашему мнению, к числу наиболее типичных недостатков, присущих публикациям по теории создания контента музейных сайтов, относятся следующие: предлагаемые структуры контента сайтов носят эмпирический характер, не содержат обоснования принципов формирования контента (информационного наполнения) музейных сайтов; в них преимущественно представлен только первый уровень структурирования информации (рубрики первого уровня); предлагаемый состав рубрик, характеризующих информационное наполнение музейных сайтов, не дифференцирован, то есть не учитывает специфику сайтов музеев различных типов и профилей; рубрики в предлагаемых структурах не отражают связь контента с различными категориями пользователей сайта. Выявленные недостатки свидетельствуют о том, что теория создания сайтов, в частности, в музейной сфере, разработана в настоящее время весьма слабо и требует дальнейшего развития.

Неразработанность теории создания сайтов приводит к негативным следствиям на практике, в частности, при разработке музейных сайтов. Глубокий анализ содержательного наполнения сайтов западносибирских этнографических музеев показал невысокий уровень их информационного наполнения, что свидетельствует о слабой образовательной и научной составляющей ресурсов. Сайты по культуре, в том числе и музейные,

как и сами учреждения, способны оказывать огромное влияние на образование, научные исследования, эстетическую удовлетворенность конечного пользователя, по каким-либо причинам не имеющего возможности посетить реальный музей. В случае, когда содержательная часть виртуального представительства несет в себе усеченное, неполное представление информации о музее, а также, соответственно, и об объектах историко-культурного наследия, которые хранятся в данном музее, созданный электронный ресурс не может считаться качественным. В итоге страдает посетитель музейного сайта как потребитель некачественной информации.

Вопрос о том, какой контент (содержание) должен быть представлен на сайте музея, с тем, чтобы сайт представлял собой качественный информационный ресурс, требует концептуального осмысления.

Важнейшими для понимания предлагаемого нами подхода к формированию контента музейного сайта являются следующие положения:

- разработка контента сайтов музеев в настоящее время носит сугубо эмпирический, субъективный характер, что проявляется в разнородности и несопоставимости рубрик, структурирующих содержание сайтов, в затруднительности ориентации пользователей в их структуре;

- подход, позволяющий формировать контент сайтов, базируется на учете взаимодополняющих факторов, относящихся к объекту исследования: тип, выполняемые функции, информационные потребности отдельных категорий пользователей.

В основе варианта решения проблемы формирования контента музейного сайта лежит функционально-структурный подход. Сущность предлагаемой концепции заключается в том, что информационное наполнение

музейного сайта должно быть организовано таким образом, чтобы каждая рубрика (раздел или подраздел сайта) была строго функциональна и ориентирована на отражение определенной функции реального музея. При таком подходе музейный сайт выступает в роли инструмента реализации основных функций музея. Таким образом, тип и функции музея предопределяют функции и задачи сайта, от которых напрямую зависит информационное наполнение рубрик.

Поскольку в решении проблем теории создания музейных сайтов существенное значение отводится функциям музеев, потребовался тщательный анализ понятийно-терминологического аппарата, типологии музеев в контексте выполняемых ими функций. На основе анализа и обобщения работ по проблемам функционирования исторических музеев, в том числе этнографических и историко-этнографических, экомузеев и этнокультурного наследия в целом, выявлены и классифицированы функции, специфичные для музеев, в фондах которых содержатся этнографические коллекции. К ним относятся:

- внутрисистемные (внутримузейные) функции: комплектование, регистрация, инвентаризация, учет, хранение, изучение, классификация и систематизация, экспонирование;

- системные (музейные) функции: функция документирования культурных, этнических и социальных процессов в жизни общества, научно-исследовательская, образования и воспитания, коммуникативная, информационная;

- метасистемные (социокультурные) функции: сохранение культурно-исторического материального и духовного наследия, трансляция этнокультурного и природного наследия, культурная ориентация и идентификация личности (формирование исторического самосознания), формирование толерантных принципов взаимоотношений в

обществе, формирование культурной среды определенного региона, социальная адаптация членов общества, аксиологическая, мировоззренческая, эстетическая, эмотивная.

С целью сохранения способности виртуальным представительством музея выполнять функции реального музея, близкие по смыслу и определению функции этнографического музея (системные и метасистемные) были сгруппированы, и на их основе сформулированы задачи музейного сайта. Таким образом, на основании музейных функций определена информация, которая должна составить семантическое ядро контента сайта этнографического музея:

- общая информация о музее как об учреждении;

- справочная информация для потенциальных посетителей музея;

- информация о фондах и коллекциях, о постоянных экспозициях и временных выставках музея;

- информации о лекциях, занятиях, уроках, консультациях, мастер-классах, проводимых сотрудниками музея;

- информация о праздниках, концертах, фестивалях, проходящих в музее;

- информация о научных экспедициях, проводимых сотрудниками музея;

- учебно-познавательная информация близкой тематики;

- информация, носящая оперативный характер;

- этнографическая информация и др.

Итак, предлагаемая методика формирования контента сайта этнографического музея предполагает последовательное выполнение следующих этапов:

1. На основе нормативно-правовых документов, справочных, учебных, научных, методических профильных изданий выявляются определения основных понятий, отражающих объект сайтостроения: «музей», «этнографический музей», «этнографиче-

ский предмет», «этнографические коллекции», «экспозиции» и т. д.

2. Выявленные источники информации анализируются, и определяются классификационные типы этнографического музея, его функции, выделяются структурные компоненты анализируемого объекта. Особое внимание уделяется анализу и обобщению функций этнографического музея, поскольку именно от них зависит, какие задачи в будущем будет выполнять музейный сайт.

3. Аспекты рассмотрения каждого компонента отражаются на различных уровнях детализации. Так, например, выделенный в качестве одного из важнейших компонентов музея «музейный фонд» может быть охарактеризован с точки зрения объема, состава и направлений деятельности фонда.

4. Результаты анализа первичного документального потока наглядно представляются в виде иерархических схем, таблиц, матриц, характеризующих виды этнографического музея, его функции и структурные компоненты.

5. Близкие по смыслу и определению функции этнографического музея (системные и метасистемные) группируются, и на их основе формулируются задачи музейного сайта.

6. Определяется целевая аудитория сайта этнографического музея – группа пользователей, на которую сфокусировано содержание сайта, круг посетителей, заинтересованных в информации или услугах, представленных на музейном сайте.

7. Исходя из состава задач сайта определяется общее семантическое ядро контента сайта – исходный массив информации в виде перечня аспектов содержания, требующей впоследствии структурирования. Каждый аспект представляет собой потенциальную рубрику (раздел) сайта.

8. Полученные рубрики контента сайта распределяются по уровням вложения в

соответствии с их местом в иерархической системе информационного образа этнографического музея. Устанавливаются взаимосвязи рубрик и подрубрик контента музейного сайта. Разрабатываются аспектно-маркерные структуры для наполнения содержания каждой рубрики.

9. На основе всех предыдущих пунктов (см. пункты 1–9) строится информационная структура контента сайта в виде таблицы, включающей в себя состав логически взаимосвязанных и распределенных по уровням вложения рубрик (разделов).

Следуя предлагаемой методике, была разработана обобщающая структура контента сайта для этнографического музея, которая представляет собой состав логически взаимосвязанных и распределенных по уровням вложения информационных рубрик (разделов), обеспечивающих системное представление об этнографическом музее в электронном информационном пространстве. Основу контента сайта этнографического музея составили десять рубрик: «О музее», «Посетителям», «Специалистам», «Выставки», «Музейное собрание», «Культура народов в музейном собрании», «Образовательные программы», «Информационные ресурсы», «Сотрудничество с музеем», «Культурная жизнь региона». В разработанной информационной структуре музейного сайта каждая рубрика содержит тематические подрубрики, и все рубрики и подрубрики снабжены поясняющей информацией по их информационному наполнению.

С электронными полнотекстовыми документами «Методика формирования контента сайтов этнографических музеев» и «Структура контента сайта для этнографического музея» можно ознакомиться на официальном сайте Научно-исследовательского института информационных технологий социальной сферы ([www.nii.kemguki.ru](http://www.nii.kemguki.ru)) – в разделе



«Разработки», в подразделе «Разработки в сфере сайтостроения».

В заключение отметим, что предлагаемый подход к формированию структуры сайта этнографического музея полностью согласуется с основополагающими документами, принятыми в рамках проекта Minerva – «Принципы качества веб-сайтов по культуре. Руководство» [6] и «Взаимодействие веб-сайтов по культуре с пользователем. Рекомендации» [1], и ориентирован на достижение следующих результатов:

- повышение качества и доступности предоставляемой музейной информации;
- удовлетворение информационных потребностей целевой аудитории сайта;
- создание эффективных средств распространения знаний и повышение культурного уровня широких слоев населения;
- обеспечение общества знаниями, необходимыми для понимания и восприятия традиций различных народностей;

- повышение престижа музейного учреждения;

- развитие системы информационного обслуживания музейной аудитории (возможность дистанционно задать вопросы специалистам, проконсультироваться, принять участие в дискуссии);

- обеспечение условий для самообразования личности;

- развитие информационной поддержки пользователей (через анонсирование событий, мероприятий музея).

Главным ожидаемым результатом внедрения разработанной структуры контента сайта в дальнейшую эксплуатацию является формирование на основе информационно-коммуникационных технологий возможностей, обеспечивающих достижение важнейшей цели продвижения информации о культурном наследии, хранящемся в западно-сибирских музеях, в мировое электронное информационное пространство.

### Литература

1. Взаимодействие веб-сайтов по культуре с пользователем: рекомендации. – М.: Центр ПИК, 2008. – 2010. – 201 с.
2. Гендина Н. И., Алдохина О. И., Скипор И. Л. Создание исследовательского и методического инструментария разработки сайтов библиотек и музеев: результаты разработок НИИ информационных технологий социальной сферы Кемеровского государственного университета культуры и искусств [Электронный ресурс] // Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса: мат-лы междунар. конф. – Электрон. дан. – М.: ГПНТБ России, 2005. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
3. Гендина Н. И., Колкова Н. И., Алдохина О. И. Информационный образ как основа разработки контента сайтов учреждений культуры [Электронный ресурс] // Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса: мат-лы междунар. конф. – Электрон. дан. – М.: ГПНТБ России, 2006. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
4. Гендина Н. И., Колкова Н. И., Алдохина О. И. Оценка качества сайтов: методика и результаты пилотажного исследования [Электронный ресурс] // Информация для всех: культура и технологии информационного общества: мат-лы междунар. конф. – Электрон. дан. – М.: Центр ПИК, 2004. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
5. Гендина Н. И., Колкова Н. И., Алдохина О. И. Создание эффективного официального сайта объекта культуры: от эмпирики к разработке и реализации научно обоснованной концепции // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств: журнал теоретических и прикладных исследований. – Кемерово: КемГУКИ, 2010. – С. 87–104.
6. Принципы качества веб-сайтов по культуре: руководство. – М., 2006. – 62 с.