

УДК 004

*И. С. Пилко***УСЛУГИ МУЗЕЕВ В ЭЛЕКТРОННОЙ СРЕДЕ**

Охарактеризован ассортимент продуктов и услуг музеев Российской Федерации, реализованных на базе информационно-коммуникационных технологий. Представлены результаты исследования музейных сайтов (2008–2011 годы). Ставится проблема разработки классификатора электронных услуг музеев.

Ключевые слова: музеи, информационные технологии, электронный сервис, электронные продукты, электронные услуги.

*I. S. Pilko***SERVICES OF MUSEUMS IN THE ELECTRONIC ENVIRONMENT**

The list of products and services of museums of the Russian Federation realized on the basis of information-communication technologies is characterized. The outcome of museum sites observation (2008–2011) is presented. The problem of creating the classifier of electronic services of museums is suggested.

Keywords: museums, information technology, electronic service, electronic products, electronic services.

Выбранный Россией инновационный путь развития ориентирован на модернизацию экономики, приобщение к демократическим ценностям, построение гражданского общества, формирование электронного государства. Увлеченность масштабными новациями и прогрессивными устремлениями иногда затмевает многократно проверенную исторической практикой истину: «Без прошлого нет настоящего и будущего». Основными хранителями прошлого в его интеллектуальном и общекультурном контекстах служат музеи, библиотеки и архивы. По определению, это самые консервативные «институты социальной памяти». Однако и они под влиянием технологических революций и социальных эволюций претерпевают существенные изменения.

Одним из ключевых факторов, определяющих вектор этих изменений, являются,

по мнению культурологов, музейведов, библиотечников, архивоведов, современные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). Показательны в этом отношении вышедшие на рубеже XX и XXI столетий два научных сборника, посвященные информатизированным музеям будущего¹. Это была первая попытка эмпирического анализа и теоретического осмысления возможностей использования информационных технологий в сфере культуры. Авторы, рассматривая ИКТ в качестве главного «двигателя» музейного «производства» и информационный менеджмент как актуальную управленческую идеологию, сделали акцент на вопросах формирования информационных ресурсов, рационального распределения информационных потоков и управления музеем на базе ИКТ [1].

На первом этапе активного освоения информационных технологий учреждения-

¹ Музей и новые технологии: на пути к музею XXI века / сост. Н. А. Никишин. – М.: Прогресс-Традиция, 1999. – 121 с.; Музей будущего: информационный менеджмент / сост. А. В. Лебедев. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 319 с.

ми культуры очевидна была ресурсная направленность этого процесса. Музеи, библиотеки, архивы были озабочены созданием электронных каталогов собственных фондов и коллекций, формированием библиографических и фактографических баз данных, оцифровкой особо ценных документов и экспонатов. Но постепенно пришло понимание того, что они – не только *хранители* культурных ценностей, но и *сервисные учреждения*, призванные и способные оказывать широкий спектр информационных, образовательных, просветительских, справочных, рекламных и иных услуг, создавать комфортные условия для самообразования и содержательно наполненного досуга. В контексте *сервисно-ориентированной парадигмы* функционирования учреждений культуры любопытно проследить, как за последнее десятилетие под влиянием информационно-коммуникационных технологий изменился ассортимент услуг, предоставляемых пользователям музеев.

С этой целью нами было предпринято исследование «Услуги музеев в электронной среде» (2008–2011 годы), выполненное по заказу Кемеровского историко-архитектурного музея-заповедника «Красная Горка». Объектом исследования послужили 12 краеведческих музеев Сибирского федерального округа и 50 музеев-заповедников Российской Федерации. Основным источником информации выступили официальные сайты музеев, позволяющие осуществлять мониторинг традиционных и электронных музейных услуг. Результатом проведенного исследования стала дипломная работа студентки группы ББП-061 С. В. Ушановой, блестяще защищенная на кафедре технологии документальных коммуникаций Института информационных и библиотечных технологий

КемГУКИ в ходе итоговой государственной аттестации 2011 года [2].

Сегодня информационные технологии широко используются в различных направлениях деятельности музея (учетно-фондовой, научно-исследовательской, экспозиционно-выставочной, реставрационной, издательской, культурно-образовательной) [3, с. 42–43]. При этом само понятие «**информационные технологии в музейном деле**» отражено в научной, учебной и справочной литературе. Так, в «Словаре актуальных музейных терминов» оно определяется как «совокупность научно-технических методов, средств и ресурсов, обеспечивающих сбор, хранение, обработку информации в музее и её распространение внутри и вне музейных стен» [4, с. 52]. Эта достаточно емкая и вполне корректная дефиниция хорошо согласуется с нормативно закрепленным термином: «информационные технологии – это процессы, методы *поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации* и способы осуществления таких процессов и методов» [5].

К сожалению, в музеологической литературе нам не удалось обнаружить понятие «музейная услуга»², в то время как «*создание условий для повышения качества и разнообразия услуг, предоставляемых в сфере культуры*» – одно из приоритетных направлений культурной политики России, а понятия «социально-культурная услуга», «информационная услуга», «библиотечная услуга» не только терминированы, но и отражены на Портале государственных услуг (<http://www.gosuslugi.ru>).

Воспользуемся зафиксированным в терминологическом стандарте определением: **услуга** – «*результат* непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя,

² «Словарь актуальных музейных терминов» содержит понятие «музейный продукт»: «Продукт музейный – результат деятельности музея, представляемый в материально-вещественной, нематериальной, информационной форме; имеет творческий нестандартизированный характер. Особенностью некоторых форм П. м. является одновременность его производства и потребления» [4, с. 68].

а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя» [6]. Исходя из этого определения, специфика услуги заключается в непосредственном или опосредованном взаимодействии исполнителя услуги с ее потребителем (пользователем, клиентом, заказчиком) в целях удовлетворения явно выраженной или неосознанной потребности последнего. Тогда суть музейной услуги заключается, на наш взгляд, в удовлетворении реальных и потенциальных потребностей посетителей музея путем доведения до них *результатов* профессиональной деятельности музейных работников: материализованных (музейная экспозиция; каталог выставки; сувенирная продукция; рекламный буклет, афиша событий) и нематериализованных (музейная экскурсия, театрализованное представление, презентация экспозиции, издания, проекта). Такое допущение позволило нам отнести к музейным услугам те результаты музейной деятельности, которые имеют прямой «выход» на потребителя – реального посетителя или «виртуального» пользователя, получившего доступ к ресурсам музея через его сайт, электронную продукцию на локальных носителях, – и призваны удовлетворять его познавательные, духовные, досуговые потребности.

Изучению музейного электронного сервиса предшествовало выявление формируемых в музеях-базах исследования цифровых информационных ресурсов. Это: сайты; сенсорные информационные киоски; интерактивные карты; электронные каталоги музейных экспозиций, коллекций, экспонатов, изданий, сувенирной и печатной продукции; определители музейных предметов; фото- и видеогалереи. Музеи формируют собственные электронные библиотеки, полнотекстовые массивы и базы данных научных публикаций, докладов и сообщений на научных конференциях, популярных очерков, пресс-релизов, материалов СМИ о деятельности музея и т. п.

Создаваемые музеями электронные информационные продукты (текстовые, аудиальные, графические, мультимедийные) служат ресурсной базой предоставления широкого спектра услуг (см. табл.). Исключительная роль в этом плане принадлежит сайту музея. Сайт является доступным 24 часа в сутки источником получения справочной информации: контактной, адресной, о режиме работы музея, о стоимости билетов на его посещение; об экспозициях музея, его коллекциях, выставках, экскурсиях, событиях, мероприятиях, музейных объектах; об истории музея, реставрационных работах, музейных проектах, перспективах развития; о проводимых научных конференциях, фестивалях, конкурсах, просветительских и социальных акциях. Сайт позволяет совершать виртуальные путешествия по территории музея, его постоянным экспозициям; является «площадкой» для размещения мультимедийных выставок музейных коллекций; «носителем» новостной информации в форме афиши музейных событий, новостной ленты, пресс-релизов; предоставляет доступ к электронным каталогам, полнотекстовой, справочной информации, фото- и видеоматериалам; обеспечивает возможность on-line трансляций музейных объектов, акций, событий, on-line участия в интерактивных играх, реализации печатной и сувенирной продукции музея через интернет-магазин и т. п.

Наличие на сайтах музеев гостевых книг и форумов, а в перспективе – создание музейных блогов делает общественным достоянием отзывы реальных посетителей и виртуальных гостей музеев, что, в свою очередь, служит лучшим вариантом социальной рекламы, «обратной связи», установления межмузейных контактов.

Сенсорные информационные киоски используются преимущественно для выполнения справочных и консультационных услуг. Однако известен опыт их применения для презентации экспонатов из запасников

музея; для демонстрации образовательных программ и слайд-шоу; сбора мнений посетителей об их впечатлениях; доступа к ресурсам филиалов музея и других музеев через глобальную сеть.

Все больше внимания музеи стали уделять культурно-досуговым и образовательным проектам. Налажено информирование потенциальных пользователей музейных услуг о предстоящих фестивалях, концертах, конкурсах, театрализованных праздниках посредством размещения пресс-релизов о предстоящих мероприятиях на сайте музея, использования возможностей электронной почты, RSS-рассылки. Образовательную нагрузку несут интерактивные on-line-игры и викторины на историческую, краеведческую или искусствоведческую тематику, подготовленные музеем виртуальные выставки, мультимедийные презентации памятных дат, просветительских проектов, виртуальные путешествия и 3D-панорамы, доступ к которым возможен как в стенах музея (просмотр на пользовательском компьютере, плазменной панели, мониторе информационного киоска), так и дистанционно (через сайт).

Таким образом, можно заключить, что электронный сервис становится неотъемлемым компонентом музейной практики. Применение ИКТ позволяет преодолеть ограничения, присущие традиционным музейным технологиям: многократное дублирование данных, сложность внесения изменений в учетные и регистрационные формы, неэффективный поиск требуемой информации, ограниченный доступ к музейным коллекциям для пользователей, сложность осуществления межмузейных контактов и обменов, трудоемкость формирования интегрированных ресурсов на корпоративных началах [3, с. 18–19].

Именно ИКТ позволили приступить к реализации масштабных корпоративных музейных проектов. Так, к 2012 году *Государственный каталог Музейного фонда* будет насчитывать около трех миллионов описаний музейных предметов. Формируется

общероссийская база перемещенных в результате Второй мировой войны и находящихся на территории России культурных ценностей; к 2012 году в ней будет зарегистрировано более 141 тысячи единиц культурных ценностей. Электронный ресурс «Недвижимые памятники истории и культуры» к этому же времени будет насчитывать до 150 тысяч записей фотофиксации и результатов мониторинга объектов культурного наследия. Активно формируются 3D музейные коллекции.

На этой ресурсной базе электронный сервис музеев будет развиваться и совершенствоваться. Освоение компьютерных технологий позволяет формировать синтетическую конструкцию, объединяющую «музей–экспозицию», «музей–мастерскую», «музей–театр», «музей–образовательное пространство», «музей–досуговый центр», «музей–исследовательскую лабораторию». С неизбежностью возникает проблема систематизации и параметризации музейных услуг в электронной среде. В этом плане может быть полезен опыт разработки классификатора электронных услуг библиотек. Он сформирован Е. Ю. Елисиной в результате анализа сайтов 74 центральных региональных библиотек России и включает 9 видов базовых услуг (доступ к электронным документам из фондов библиотеки и ресурсов Интернет; создаваемым пользователями документам; библиографической и фактографической продукции и услугам библиотеки; к новостной и ориентирующей информации; обучающим, консультационным услугам, услугам библиотечного общения; научной продукции библиотеки; ее социокультурной деятельности; услугам повышенного библиотечного комфорта) с дальнейшей их дифференциацией на подвиды и разновидности [7, с. 288–298]. Подобный классификатор позволит формировать номенклатуру музейных услуг, определять ассортиментную политику музеев, развивать методику и технологию музейной деятельности.

Совершенствование ассортимента электронных услуг музеев и освоение пространства Интернет – объективная тенденция и приоритетное направление развития музейной деятельности. Уже сегодня количество виртуальных гостей музеев сопоставимо с числом их реальных посетителей. Информационно-коммуникационные технологии открывают перед музеями возможности формирова-

ния электронных представительств в среде Интернет, создают благоприятные условия для презентации коллекций, их интеграции в мировую музейную систему, установления продуктивных профессиональных контактов, совершенствования процессов комплектования, хранения, изучения и популяризации артефактов, представляющих материальную и духовную историю человечества.

Таблица

Электронные услуги, предоставляемые музеями Российской Федерации

Наименование услуги	Описание услуги	
	Вид информации	Целевое назначение
Афиша музейных событий	Текстовая (табличная) информация либо оцифрованное изображение традиционных афиш	Информирование о запланированных мероприятиях
Виртуальная выставка музейной коллекции	Фотографии экспонатов, краткая справочная информация	Обеспечение удаленного доступа к коллекциям и выставкам музея
Виртуальный тур	3D панорамы музейной территории, музейной экспозиции	Возможность просмотра экспозиций удаленными пользователями
Доступ к видеоматериалам	Видеосюжеты, освещающие музейные экспозиции и проводимые мероприятия	Обеспечение off-line доступа к интернет-терьерам, событиям музея, отчет перед населением
Доступ к полным текстам статей музейных специалистов	Тексты статей (в некоторых случаях с возможностью копирования)	Обеспечение удаленных пользователей полными текстами научных статей
Доступ к сообщениям СМИ о деятельности музея	Библиографические списки, полные тексты статей, сообщений СМИ о музее	Формирование позитивного имиджа музея
Интерактивная/виртуальная on-line-игра	Сценарии интерактивных игр, игры-пазлы, тексты викторин	Проведение интерактивных занятий со школьниками
Интерактивная карта музейных объектов	Электронная карта-схема, историческая справка о музейных объектах	Навигация по музейной территории, ориентация в музейных объектах
Интернет-магазин	Фото сувенирной/печатной продукции, рекламная информация	Возможность приобретения продукции музея удаленными пользователями
Информация о памятниках архитектуры, находящихся под охраной ЮНЕСКО	Текстовая и фото-информация	Информирование об объектах мирового культурного наследия

ДОКУМЕНТАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Продолжение таблицы

Наименование услуги	Описание услуги	
	Вид информации	Целевое назначение
Информация о культурно-досуговых мероприятиях музея	Текстовая и фото-информация	Информирование потенциальных посетителей музея о предстоящих концертах, фестивалях, конкурсах
Информация о наградах музея	Хроника награждений, тексты поздравлений	Формирование позитивного имиджа музея
Информация о научных конференциях	Текстовая информация	Презентация результатов научной деятельности музея, установление межмузейных контактов
Информация о расположении музея	Карта-схема проезда до музея	Ориентация удаленных пользователей на местности
Информация о контактах, организационной структуре, режиме работы музея, стоимости посещения	Текстовая (табличная) информация	Справочное самообслуживание потенциальных посетителей музея
Информация об образовательных программах музея	Текстовая и фото-информация	Информирование о культурно-образовательной деятельности музея
Информация о реставрационной деятельности музея	Текстовая информация, фото, видеосюжеты	Информирование удаленных пользователей о развитии музея
Информация о флоре и фауне музея	Текстовая и фото-информация	Информирование о растениях и животных в музеях-заповедниках, садово-парковом дизайне
Информация об ассортименте музейного киоска	Фото сувенирной/печатной продукции, рекламная информация	Продвижение музейной продукции, привлечение потенциальных посетителей
Информация об истории музея	Текстовая и фото-информация	Исторический экскурс в эпоху создания музея
Каталог музейных изданий: печатных, электронных, видеоизданий	Библиографические записи	Удаленный доступ к каталогу
Каталог музейных экскурсий	Текстовая и фото-информация	Информирование пользователей о традиционных экскурсионных услугах
Каталог экспозиций / коллекций	Фотографии экспозиции/коллекции, справочная информация	Презентация экспозиций/коллекций музея
Мультимедийные презентации памятных дат/проектов	Презентации MS Power Point	Историческое просвещение, презентация проектной деятельности музея

Окончание таблицы

Наименование услуги	Описание услуги	
	Вид информации	Целевое назначение
Новостная лента	Текстовая информация, фото освещаемого события	Информирование удаленных пользователей о текущей деятельности музея
Пресс-релизы мероприятий музея	Текстовая информация	Информирование о мероприятиях музея
Протоколы пресс-конференций	Полнотекстовая информация в формате PDF	Формирование позитивного имиджа музея
Форум	Тематические подборки ответов на вопросы зарегистрированных пользователей	Живое общение удаленных пользователей с музейными специалистами и единомышленниками
Фотогалерея	Фото	Обеспечение удаленного доступа к интерьерам, экспозициям, событиям музея, отчет перед населением
Электронный каталог библиотеки музея	Электронные библиографические записи на документы библиотечного фонда	Доступ к фонду библиотеки музея, удаленный доступ к электронному каталогу
On-line-трансляция музейных объектов	Видео с установленных в музее камер, транслирующих в реальном режиме времени изображение на сайт	Возможность удаленного наблюдения за музейными объектами

Литература

1. Никишин Н. А., Лебедев А. В. Информационный менеджмент как технология организации музейной деятельности // Музей будущего: информационный менеджмент. – М., 2001. – С. 8–22.
2. Ушанова С. В. Услуги музеев-заповедников в электронной среде: дипломная работа / Каф. технологии док. коммуникаций; Ин-т информ. и биб. технологий; КемГУКИ. – Кемерово, 2011. – 107 с.
3. Ноль Л. Я. Информационные технологии в деятельности музея: учеб. пособие. – М.: РГГУ, 2007. – 204 с.
4. Словарь актуальных музейных терминов / сост. М. Е. Каулен // Музей. – 2009. – № 5. – С. 47–68.
5. Об информации, информационных технологиях и защите информации: федер. закон от 27.07.06 № 149 ФЗ // Рос. газета. – 2006. – 29 июля (№ 165).
6. ГОСТ 30335-95 / ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения. – Введ. 1996-03-12. – Минск: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации; М.: Изд-во стандартов, 2004. – 3 с.
7. Елицина Е. Ю. Электронные услуги библиотек. – СПб.: Профессия, 2010. – 303 с.