

Штыров Андрей Вячеславович

О некоторых методах реализации образовательного потенциала виртуального музейного пространства

В статье рассматриваются некоторые методы повышения эффективности образовательной функции музеев в условиях становления информационного общества.

Ключевые слова: музей, виртуальный музей, образовательная функция музея, открытое информационное пространство, информационное общество, виртуальное пространство.

Штыров А.В.

Про деякі методи реалізації освітнього потенціалу віртуального музейного простору

У статті розглядаються деякі методи підвищення ефективності освітньої функції музеїв в умовах становлення інформаційного суспільства.

Ключові слова: музей, віртуальний музей, освітня функція музею, відкритий інформаційний простір, інформаційне суспільство, віртуальний простір.

Shtyrov A.

About some ways of realization of educational potencial of virtual museum space

The article examines some methods of efficiency increase of educational function of the museums according to development of information society.

Key words: museum, virtual museum, educational function of museum, open information environment, information society, virtual space.

Одним из важнейших институтов сохранения и воспроизводства культуры являются музеи — учреждения, предназначенные для сбора, сохранения, изучения и популяризации культурно-исторического наследия во всех его проявлениях. Международный совет музеев определяет музей как «некоммерческое постоянное учреждение на службе общества и его развития, открытое для публики, которое приобретает, сохраняет, исследует, популяризирует и экспонирует материальное и нематериальное наследие человечества и его среды в образовательных, научных и развлекательных целях» [1]. Осуществление просветительской, образовательной и популяризаторской функций музея требует наличия определенного коммуникативного пространства, или среды, обеспечивающей взаимодействие субъектов в форме обмена информацией между ними. Распространение в последние десятилетия мультимедиа и сетевых технологий породило возможность трансформировать музейную коммуникационную среду, переведа ее из замкнутого пространства музейного зала в открытое информационное пространство. Это открывает новые перспективы в осуществлении популяризаторской и образовательной функций музеев.

Выход музеев в открытое информационное пространство изменяет качество коммуникационного взаимодействия музея с посетителями,

а также ведет к внедрению новых способов репрезентации музейных коллекций, связанных с их «оцифровкой» и переводом в виртуальное пространство. В свою очередь, виртуализация порождает веер новых возможностей, сопровождающихся, конечно, и рядом проблем. Одно из наиболее перспективных направлений, требующее тщательной разработки, — образовательная функция музеев, в частности, их взаимодействие с учащимися различных форм и уровней образования. Открываются новые возможности для музейной педагогики, но для их эффективного осуществления требуется разработка и апробация соответствующих методик.

Традиционно музеи выстраивают коммуникативную среду в виде экспозиций, размещенных в залах или на открытом, но в любом случае ограниченном физическом пространстве. Субъектами, взаимодействующими в этом пространстве, являются, с одной стороны, музейные работники, формирующие коммуникативную среду и наполняющие ее экспонатами в качестве «контента», а с другой — посетители музея, выступающие в роли потребителей информации.

Экспонаты, будучи формообразующими объектами коммуникативной среды музея, являются носителями информации как о самих себе, так и о соответствующем культурно-историческом контексте. Сочетая экспонаты в экспозиции,

музейные работники создают их комбинации, раскрывающие новые грани как отдельных объектов, так и их комплексов.

Существуют различные подходы к организации процесса информационного взаимодействия посетителей музея (субъектов коммуникативного процесса) с экспонатами (объектами). Все они исходят из того, что для извлечения информации непосредственно из экспоната посетителю музея необходима определенная предварительная подготовка. Поэтому неотъемлемыми элементами коммуникационного процесса в музейном пространстве являются источники дополнительной информации. Они предполагают разную степень информационной насыщенности, а также активности посетителей, их «включенности» в процесс коммуникации. Если обратиться к классификации средств коммуникации по М. Маклюэну [2], эти источники можно разделить на «холодные», т.е. обладающие минимально необходимым информационным наполнением, доступным для восприятия и, следовательно, требующим наивысшей степени активности аудитории, и «горячие», преподносящие информацию в максимально доступной и удобной для восприятия форме. К «холодным» источникам, помимо самих экспонатов, относятся информационные таблички, поясняющие их смысл. Объем информации на таких табличках не превышает минимально необходимого, а ее понимание требует от посетителя музея определенных интеллектуальных усилий, привлечения дополнительных знаний. На «горячем» полюсе, несомненно, находятся экскурсоводы, ведущие рассказ по заранее разработанной схеме, так что посетителю остается лишь внимательно их слушать. Промежуточное положение между этими полюсами занимают различные технические устройства — аудио- и видеогиды, информационные киоски, интерактивные экспонаты. Данные устройства позволяют посетителю самому выбирать уровень «включенности», предоставляя больший или меньший объем информации по запросу, в соответствии с потребностями посетителя, уровнем его подготовки и заинтересованности.

Распространение в последние десятилетия мультимедиа и сетевых технологий породило возможность трансформировать музейную коммуникационную среду, переведа ее из замкнутого пространства музейного зала в открытое информационное пространство.

Первые опыты по «открытию» замкнутого пространства музейной коммуникации привели к возникновению и распространению так называемых «виртуальных музеев» — зафиксированных на электронных носителях образов музейных коллекций, сопровождаемых необходимой дополнительной информацией. Основной задачей, которая решалась таким образом, была

задача, не заменяя реальные музеи, расширить доступ к сохраняемому в них мировому культурному наследию. Позже стали решаться и другие задачи — презентации выставок, виртуальные реконструкции утраченного наследия и т.п., и в результате сегодня можно выделить несколько разновидностей виртуальных музеев:

— виртуальные музеи на базе реально существующих музеев, воспроизводящие их экспозиции и предоставляющие доступ к обозрению «цифровых копий» экспонатов, хранящихся в «запасниках»;

— виртуальные музеи, представляющие утраченные объекты культурно-исторического наследия, восстановление которых в данный момент невозможно (полноценная реконструкция в виртуальном пространстве);

— виртуальные галереи и выставки «цифровых копий» экспонатов, находящихся в разных коллекциях и музея [3, 126].

Исследователи отмечают некоторый «антагонизм» между виртуальными и «традиционными» музеями, объясняя это, в частности, тем, что представителями музейного сообщества виртуальные музеи воспринимаются в лучшем случае как дополнительное средство связи с общественностью, «рекламный продукт» традиционного музея, но не как уникальная самостоятельная сущность [4]. Тем не менее число виртуальных музеев растет, особенно с распространением сетевых информационных технологий, позволяющих выносить виртуальные музеи в пространство сети Интернет. При этом в данном пространстве появляются не только виртуальные представительства «традиционных» музеев, но и музеи, изначально возникающие в виртуальном пространстве компьютерной сети. Инициаторами подобных проектов могут выступать представители музейного сообщества, государственные и коммерческие организации, даже частные лица. Качество таких музеев также может быть различным. Среди наиболее интересных проектов, изначально носящих виртуальный характер, следует назвать, на наш взгляд, Google Art Project (<https://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project>), а также Виртуальный музей Канады (<http://www.virtualmuseum.ca/>), Европейский виртуальный музей (<http://europeanvirtualmuseum.net/>) и российский Виртуальный музей Гулага (<http://gulagmuseum.org/>). Эти проекты, в частности, объединяет то, что они созданы на материале различных музеев, представляя экспозиции, которые в реальной жизни практически невозможно было бы собрать в одном зале. Google Art Project в дополнение к этому предоставляет пользователям возможность создавать собственные галереи, объединяя экспонаты в соответствии со своими потребностями, и делиться этими галереями с другими пользователями.

Итак, по мере развития средств коммуникации, социальных сетей и сетевых сообществ появилась возможность не просто «посещать» виртуальные музеи, получая в том или ином виде информацию о различных экспонатах, но и объединяться в группы по интересам, независимо от своего географического местоположения, совместно в сети осуществлять различные научно-исследовательские, образовательные, культурно-просветительские и социальные проекты. В связи с этим мы можем вести речь о *виртуальном музейном пространстве*, в котором сосуществуют и функционируют виртуальные музеи и сетевые сообщества, объединяющие работников музейной сферы и заинтересованных пользователей. Возникая и развиваясь в определенной социальной среде, виртуальное музейное пространство, естественно, испытывает ее влияние. При этом оно оказывает обратное воздействие, эффективность которого зависит от наличия выраженной позиции и программы деятельности музеев, их презентации и степени интенсивности контактов в сети Интернет.

В частности, можно утверждать, что «виртуализация» деятельности музеев открывает новые широкие перспективы в развитии музейной педагогики, предполагающей, в частности, взаимодействие музеев с образовательными учреждениями различного уровня с целью совместной реализации образовательных проектов.

С целью выявления наиболее перспективных путей взаимодействия музеев и образовательных учреждений в открытом информационном пространстве, а также выработки эффективной методики такого взаимодействия, исследовательским коллективом Волгоградского государственного социально-педагогического университета было проведено исследование музейного пространства Волгоградской области, в котором функционируют более сорока государственных музеев и их филиалов, а также ряд общественных и ведомственных музеев при различных организациях и учреждениях, в том числе образовательных [3, 130–148]. Следует отметить, что многие ведомственные музеи организованы на достаточно высоком уровне и обладают очень интересными фондами, имеющими высокий образовательный потенциал, который не может быть в полной мере реализован в связи с ограниченностью доступа посетителей. Для ведомственных музеев виртуализация, таким образом, становится наиболее доступным способом обеспечения открытости и тесного взаимодействия с заинтересованными лицами.

Результаты исследования показали, что все музеи области в той или иной степени ведут просветительскую и образовательную работу. В наиболее крупных музеях имеются отделы, курирующие эти вопросы, разработаны

различные проекты и программы, ориентированные на детскую, семейную, взрослую аудиторию, а также людей старшей возрастной группы. На базе ряда музеев работают краеведческие кружки для школьников, проводятся научные исследования, полевые экспедиции, краеведческие конференции и конкурсы.

Однако был выявлен и ряд проблем. Например, в ходе опроса представители некоторых музеев заявили об отсутствии у них чего-либо интересного для учащихся. Далеко не все музеи области представлены в сети Интернет, а большая часть существующих сайтов музеев Волгограда и области относится к категории «визиток», несущих необходимый минимум информации и не предполагающих активной обратной связи. Лишь несколько наиболее крупных музеев предоставляют на своих сайтах актуальную информацию, регулярно обновляются, имеют форму обратной связи, а также представлены в социальных сетях. Это позволяет сделать вывод об отсутствии в Волгоградской области эффективного виртуального музейного пространства. Таким образом, можно обозначить следующие основные проблемы:

— значительный образовательный и просветительский потенциал богатого культурно-исторического наследия, представленного в музеях, слабо реализуется по причине ограниченного доступа к музейным экспозициям и фондам;

— по причине незначительного и, как правило, формального представительства музеев в виртуальном пространстве Интернета, в частности, в социальных сетях, чрезвычайно популярных среди современной молодежи, между музеями и учащимися — наиболее значительной частью их потенциальной аудитории — существует огромная дистанция, преодолеть которую поможет лишь кардинальное изменение подхода музеев к работе с аудиторией;

— многие музеи области не готовы к таким изменениям; более того, считая своей основной задачей сбор и хранение экспонатов, а образовательную функцию — вторичной, дополнительной, не «борются» за посетителей и за место в образовательном процессе.

В результате мы наблюдаем, что среди учащихся региона лишь малая часть вовлечена музеями даже в эпизодическую просветительскую, образовательную и исследовательскую работу. Можно утверждать, что эффективность деятельности музеев области по первоочередному направлению (просвещение, образование) недостаточна. По нашему мнению, она может быть значительно повышена в том числе и за счет использования современных средств коммуникации в открытом информационном пространстве.

Для повышения эффективности образовательно-просветительской деятельности музеев

была разработана специальная программа, первым этапом внедрения которой стала реализация проекта «Музей-школа-музей», имеющего целью повышение доступности культурно-исторического наследия региона, представленного в музеях области, за счет использования современных сетевых технологий.

Реализация проекта включает в себя:

— подготовку работников музейной сферы к презентации музея и его деятельности в современном информационном пространстве в ходе проведения ряда дистанционных семинаров;

— разработку адаптированного для учащихся комплекта материалов для презентации музея и его деятельности в современном информационном пространстве;

— размещение в свободном открытом доступе в сети Интернет информации о культурно-историческом наследии региона, которая может быть использована в образовательном процессе;

— выявление и поощрение лучших практик использования информационных технологий в просветительской и образовательной музейной деятельности.

Практика реализации проекта показала, что не у всех работников музейной сферы имеется мотивация и стремление к представлению музея в информационном пространстве. Существует мнение, что эта работа находится за рамками

обязанностей сотрудников музея. Также выявлен ряд проблем, связанных с низким средним уровнем компьютерной грамотности сотрудников музеев.

В качестве дальнейших направлений развития проекта определены:

— создание виртуальных музеев Волгоградской области;

— дальнейшее повышение уровня компьютерной грамотности музейных работников;

— проведение мероприятий по разъяснению целесообразности и выгоды разработки виртуальных музеев;

— инициирование развития сетевых сообществ музейной направленности.

Перспективы дальнейшего развития образовательной и популяризаторской деятельности музеев в условиях развития современных информационных технологий является выход из замкнутого пространства музейных залов в открытое информационное пространство. В силу многих объективных и субъективных причин это чрезвычайно трудоемкий процесс, начинать который следует со сближения музеев и их потенциальной аудитории (в частности, школьников) современными привлекательными средствами, расширяя присутствие музеев в сетевом пространстве Интернета.

ИСТОЧНИКИ

1. ICOM Statutes. Definition of Terms. Section 1. Museum. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://http://icom.museum/the-organisation/icom-statutes/3-definition-of-terms/#sommairecontent>
2. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн ; [пер. с англ.]. — М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.
3. Организация совместной учебно-исследовательской деятельности в открытом информационном пространстве : [кол. моногр.] / сост. и общ. ред. А.В. Штырова. — Волгоград : Перемена, 2012. — 166 с.
4. Дударев С.С. Музейные коммуникации в Интернете [Электронный ресурс] / С.С. Дударев. — Режим доступа : http://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2014/10/21/dudarev_s.s._ulyanovsk_muzeynye_kommunikacii_v_internete.docx