

Какова судьба музейных интернет-ресурсов в России, есть ли определенные тенденции и закономерности их выживания, на что можно рассчитывать при их создании и развитии и какие при этом следует учитывать принципы – эти вопросы авторы статьи предлагают обсудить с коллегами, занимающимися применением информационных технологий в музейной деятельности.

И.В. Пролеткин,

начальник отдела геоинформационных систем
Поволжского регионального центра новых информационных технологий
Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского

Л.Л. Калинина,

зам. генерального директора по связям с общественностью и информационным технологиям
Саратовского государственного художественного музея имени А.Н. Радищева

М.Е. Шпак,

зав. отделом по развитию музея
Саратовского государственного художественного музея имени А.Н. Радищева

Музейные интернет-ресурсы в России

Первые музейные интернет-ресурсы появились в Рунете более десяти лет назад, теперь их несколько тысяч. Созданием многих из них занимались иные структуры, а музеи принимали в этом лишь посильное участие. Одни ресурсы – плод творения просто любителей, другие – результат партнерского соглашения между музеями и заинтересованными организациями, есть и официальные сайты, целенаправленно созданные музеями. При этом для создания музейных интернет-ресурсов использовались самые разные технологии.

Все интернет-ресурсы проходят тот или иной путь развития с момента своего создания. Одни оказываются изначально нежизнеспособными; другим удастся просуществовать сравнительно недолго (иногда некоторые из них дают жизнь новым ресурсам); третьи большей частью пребывают в спячке, оживая лишь время от времени. Встречаются ресурсы-долгожители, находящиеся в той или иной стадии расцвета либо затухания, а есть и “новорожденные”, бурно развивающиеся интернет-ресурсы.

Интернет-многолик, в нем наблюдается множество разнообразных жанров и типов интернет-ресурсов: страница, сайт, каталог, выставка, проект, акция,

конференция, портал. Есть и масса других специфических типов, но мы остановимся на перечисленных.

Музеи, не имеющие выхода в Интернет, представлены простыми интернет-страничками на сайтах различных государственных структур, муниципальных образований или, например, туристических фирм. Кроме названия, адреса и тематики никакой информации о них практически нет.

Более развитые российские музеи пытаются создавать свои сайты, но не самостоятельно, а под тот или иной грант совместно с образовательными, коммерческими или технологическими структурами. На таких сайтах отражена история музея, его экспозиция, план проезда и прочие сведения. С одной стороны, это уже прогресс, но с другой – информация практически не обновляется, поскольку сотрудники музеев не имеют доступа к управлению сайтами своих учреждений.

Наиболее крупные музеи России создают уже не только сайты, но и каталоги, виртуальные выставки, ведут интернет-проекты. В этих музеях под создание интернет-ресурсов, как правило, организуют специальные структуры (отделы, секторы, группы). Материал постоянно обновляют и наращивают, переходя на новый уровень. Но бывает, что авторы создаваемого музейного интернет-ресурса больше заботятся о его дизайне, контенте, удовлетворении самолюбия авторского коллектива и меньше всего думают о пользователях. А ведь с виртуальным посетителем приходится работать практически ежедневно: заинтересовывать, вести диалог, снабжать дополнительной информацией и т. д. Вот для музеев это обычное дело, их работники каждый день общаются с реальными посетителями, создавая для них экспозиции, открывая временные выставки, проводя те или иные встречи, устраивая акции.

Создание музейного сайта предполагает в дальнейшем постоянную кропотливую работу по удовлетворению интересов его виртуальных посетителей, которые будут знакомиться с экспонатами посредством информационных технологий.

Авторы статьи провели обзор различных музейных интернет-ресурсов, различающихся как по времени своего существования, так и по степени интереса, проявляемого их посетителями. Для составления графика развития¹ ресурса каждого типа использовались данные специальных интернет-счетчиков, а также результаты многочисленных интернет-рейтингов, представленные на различных web-ресурсах. Кроме того, авторы имеют собственный опыт отслеживания интереса виртуальных посетителей к интернет-проектам Саратовского государственного художественного музея имени А.Н. Радищева (далее – Радищевский музей), о которых неоднократно сообщалось на страницах журнала².

В результате проделанной работы выявлены наиболее распространенные типы музейных интернет-ресурсов: интернет-страница, интернет-сайт, интернет-каталог, интернет-проект, интернет-конференция, интернет-портал. Рассмотрим их подробнее.

Создание и поддержка музейного сайта – ежедневная кропотливая работа, направленная на удовлетворение интереса пользователей, посещающих музей с помощью информационных технологий.

¹ Сборник тезисов докладов XIII ежегодной конференции "АДИТ-2009. Чебоксары". Калинина Л.Л., Пролеткин И.В., Шпак М.Е. Нужен ли музею виртуальный посетитель?; Материалы XI ежегодной международной конференции "EVA-2008. Москва": Калинина Л.Л., Пролеткин И.В., Шпак М.Е. Нужен ли музею виртуальный посетитель?; Пролеткин И.В., Калинина Л.Л., Шпак М.Е. Сайт как инструмент работы музейщика. Материалы XI ежегодной конференции "АДИТ-2007. Саратов". 2007. – Примеч. авт.

² Пролеткин И.В., Калинина Л.Л., Шпак М.Е. Интернет-сайт как инструмент для работы музейщика. Справочник руководителя учреждения культуры. 2007. № 11. С. 83.

Интернет-страница (рис. 1) характеризуется небольшой посещаемостью и практически постоянной нисходящей динамикой развития интереса пользователей, т. к. представленная там информация довольно краткая, нет технической и ресурсной возможностей ее обновлять и заменять. Пример: филиал Саратовского государственного художественного музея им. А.Н. Радищева – Дом-музей Павла Кузнецова¹



Рис. 1. Интернет-страница

Интернет-сайт (рис. 2) имеет определенную структуру (история, выставки, новости и т. д.) и состоит из набора интернет-страниц, но практически не управляется сотрудниками музея. Для него характерно чередование подъема и понижения интереса пользователей. Поскольку такие ресурсы не пополняются актуальным материалом, интерес к ним со временем утрачивается. Пример: сайт Балаковской художественной галереи – филиала Саратовского государственного художественного музея им. А.Н. Радищева в г. Балаково Саратовской области².

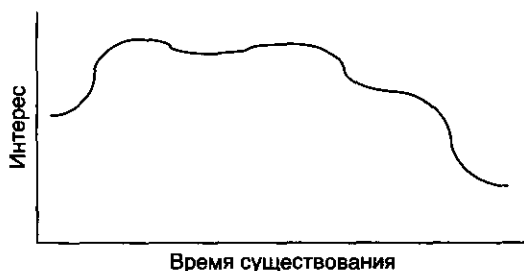


Рис. 2. Интернет-сайт

Интернет-каталог (рис. 3) представляет цифровую коллекцию предметов того или иного музея, снабженную эксклюзивной информацией и изображениями музейных предметов. Обычно научный интерес к интернет-каталогам со стороны посетителей остается постоянным. Пример: интернет-каталог "Живопись России XV–XX века в экспозиции Саратовского государственного художественного музея имени А.Н. Радищева", созданный в 1999 г. и переконвертированный на новую платформу в 2003 г. имеет сейчас до 50 посещений в день³.

¹ http://www.radmuseumart.ru/pages/index.asp?id_pages=236&id_header=6.

² <http://artmusbal.ru/>.

³ <http://old.sgu.ru/ogis/katalog/>.

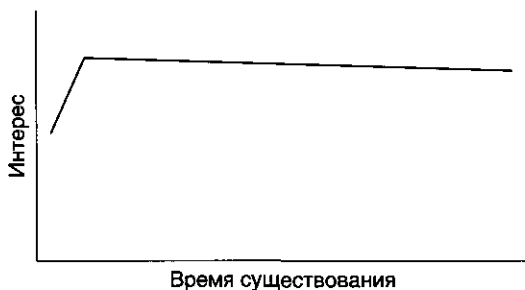


Рис. 3. Интернет-каталог

Интернет-проект (интернет-акция) (рис. 4) вызывает наибольший интерес в момент проведения. По завершению проекта этот интерес сходит на нет. Пример: “Хочу на Волгу” – сайт одноименного проекта, который был реализован в 2002 г. музеями г. Саратова. Этот интернет-ресурс был актуален в 2002–2003 гг., затем ушел в архив, куда теперь специалисты обращаются за историческими сведениями¹.

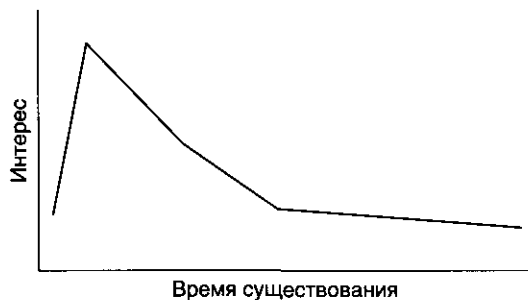


Рис. 4. Интернет-проект

Интернет-конференция (рис. 5) обычно пользуется циклическим интересом в зависимости от периодичности и времени своего проведения. К моменту открытия конференции наблюдается повышенный интерес, по окончании конференции он, соответственно, падает. Чаще всего обращения к данному ресурсу по истечению времени происходят как к научному архиву определенной тематики. В качестве примера можно привести сайт научной конференции “Боголюбовские чтения в Радищевском музее”², которые в этом году пройдут в 12-й раз. Там опубликованы материалы всех 11 предыдущих конференций, которые представляют научный интерес не только для специалистов, но и для любителей истории искусства и культуры.

Интернет-портал (рис. 6) является самым современным и прогрессивным типом музейного интернет-ресурса. Интерес пользователей к нему развивается по восходящей. Для него характерны постоянное наращивание авторских материалов и профессиональный подход к их подаче.

Интернет-портал – самый современный и прогрессивный тип музейного интернет-ресурса.

¹ <http://old.sgu.ru/ogis/newsrad/tematika/tematika7.html>.

² <http://old.sgu.ru/ogis/bogo/new/new.html>.

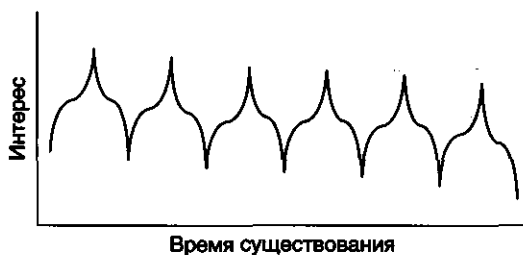


Рис. 5. Интернет-конференция



Рис. 6. Интернет-портал

В целом представленные графики имеют обобщающий характер и не претендуют на какие-либо абсолютные показатели, а скорее показывают развитие и тенденции дальнейшего существования тех или иных типов музейных интернет-ресурсов.

Судьба отдельных музейных интернет-ресурсов

В феврале 2002 г. в Саратове проходил семинар «Современные информационные технологии в музейном деле», в котором участвовало более 50 представителей различных музеев и других организаций из 12 областей и 17 городов России. Специально для семинара был подготовлен web-каталог «Музейные интернет-ресурсы Поволжья», который включал более 180 интернет-ссылок на различные музейные сайты от Астрахани до Ярославля. Все ссылки были собраны, проверены и выложены на сайте семинара. На тот момент данный каталог отражал практически все известные музейные ресурсы Поволжья. В конце 2009 г. в данном каталоге только 32 работающие ссылки находились в актуальном состоянии, что составило менее 20% от их прежнего количества (т. е. есть более 80% ресурсов исчезли или поменяли адрес). При этом исчезли не только музейные интернет-странички, но и музейные сайты и каталоги. В чем тут дело? Попробуем разобраться.

Судьба любого интернет-ресурса зависит от ряда факторов:

- команды поддерживающих его исполнителей;
- технологии, с помощью которой он был выполнен;
- площадки расположения;
- наличия средств на поддержание и др.

Если какая-либо из составляющих отсутствует, то интернет-ресурс, как правило, оказывается недолговечным. Проследим эту закономерность на примерах.

В 2000 г. Радищевский музей совместно с сотрудниками Саратовского политехнического института на средства гранта Сороса создал свой первый сайт. Работники музея предоставили фактический материал, разработали структуру сайта, сотрудники Саратовского политехнического института потрудились над дизайном и выбрали технологию его исполнения. Сайт был размещен на сервере института и под его доменным именем, поскольку музей в то время не располагал такими возможностями. Интернет-ресурс, входивший в начале 2000-х гг. в десятку самых посещаемых музейных сайтов России, просуществовал до 2006 г. и бесследно исчез. Работники музея попытались разобраться с ситуацией. Оказалось, что после преобразования Саратовского политехнического института в Саратовский государственный технический университет в вузе полностью сменилась команда, управлявшая информационными технологиями, а новые сотрудники не смогли ответить, куда делся музейный интернет-ресурс (рис. 7).

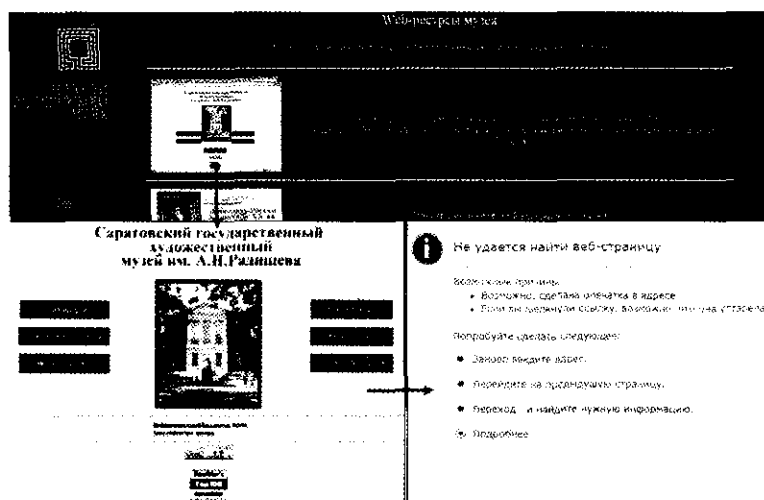


Рис. 7. Сайт Саратовского государственного художественного музея им. А.Н. Радищева

Расскажем еще об одной судьбе музейного интернет-ресурса. С 2001 г. Радищевский музей начал тесно сотрудничать в сфере применения информационных технологий в музейном деле с Саратовским государственным университетом. Сотрудники музея и университета совместно создали около десяти музейных интернет-ресурсов: тематические сайты, каталоги, интернет-проекты и пр. Все они были расположены на серверах университета и успешно работали под его доменным именем www.sgu.ru. Но в ноябре 2008 г. все интернет-ресурсы одновременно перестали раскрываться по запросу пользователей. Причина оказалась в том, что Саратовский государственный университет создал новый портал, а все ресурсы предыдущего перевел под доменное имя old.sgu.ru, сделав их недоступными по прежнему адресу (рис. 8).

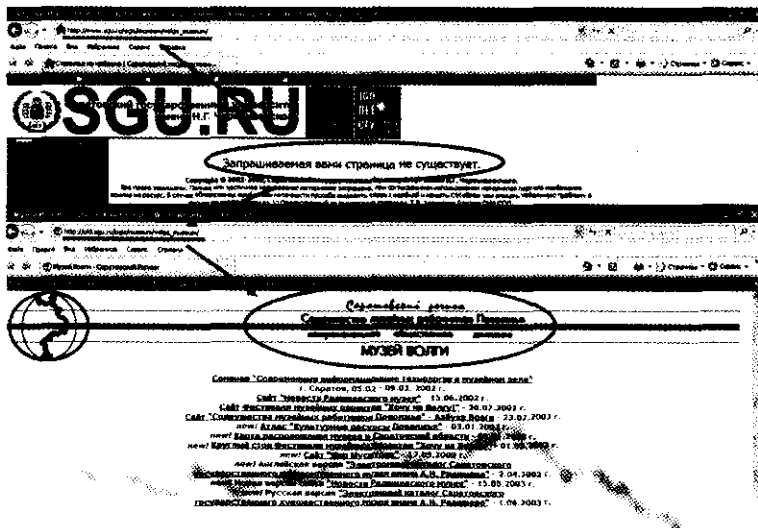


Рис. 8. Страница проекта "Музей Волги" на портале Саратовского государственного университета

И последний пример, связанный с интернет-ресурсом, созданным Самарским областным историко-краеведческим музеем им. П.В. Алабина. До 2004 г. музей имел свой сайт под доменом museum.samara.ru. Этот интернет-ресурс был одним из наиболее интересных музейных сайтов России. На нем можно было не только получить информацию о самом музее, но и узнать массу полезной краеведческой информации. Сайт создавался командой местных музейщиков с привлечением московских специалистов из Лаборатории музейного проектирования, но с уходом этой команды из музея он коренным образом изменил концепцию, дизайн и переехал на другую площадку – alabin.ru. Самое печальное то, что была закрыта его предыдущая версия (рис. 9).

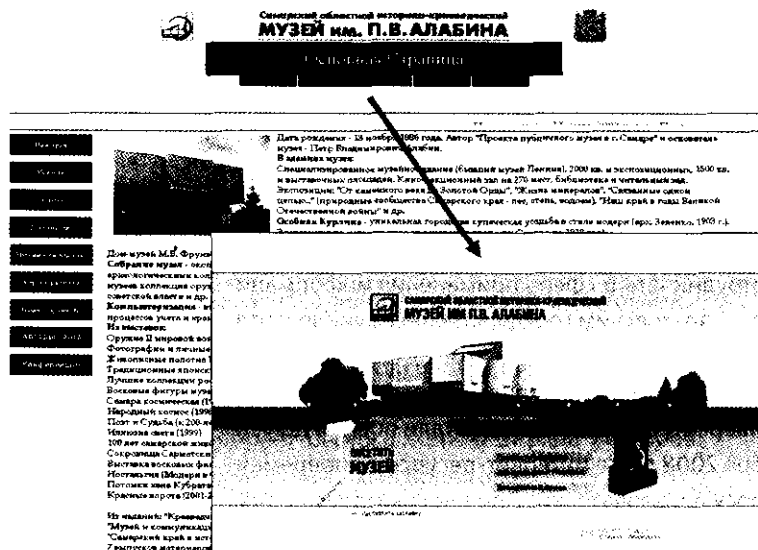


Рис. 9. Сайт Самарского областного историко-краеведческого музея имени П.В. Алабина

В этой связи авторы статьи предлагают ввести понятие “палео-интернет-ресурсы” (те ресурсы, которые когда-то существовали, но затем по разным причинам пропали из Интернета). Их следы еще можно обнаружить по сохранившимся ссылкам в каталогах и на отдельных сайтах, но самих интернет-ресурсов уже нет. Тенденция исчезновения достойных интернет-ресурсов существует из-за невозможности или нежелания конвертировать их, создавать архивы. Это актуальная проблема, которая требует отдельного обсуждения, для специалистов, занимающихся созданием и внедрением программного обеспечения, провайдеров, разработчиков web-сайтов.

Освещая тему судьбы интернет-ресурсов, необходимо привести и положительные примеры существования и развития российских web-сайтов. Активно “живущий” в Интернете более 10 лет портал “Музеи России”¹ внедряет новые рубрики, развивает новостные модули, интерактивные элементы (форум), дает возможность корреспондентам самостоятельно транслировать информацию на сайт через администраторскую систему портала, не меняя ни программную платформу, ни дизайн, ни URL. Многолетняя концепция развития, которой придерживается команда, ведущая данный интернет-портал, дает блестящие результаты и по количеству посещений, и по качеству материалов.

Также стоит отметить портал Государственного историко-архитектурного и этнографического музея-заповедника “Кижы”². За последние три года портал претерпел серьезные изменения, при этом не отвергнув тех богатейших материалов по истории острова Кижы и музея-заповедника, с которых начинался первый сайт. В настоящее время разработчики этого интернет-портала добавили форум, многочисленные игры для детей, викторины, виртуальные путешествия, что говорит о постоянной связи с посетителями ресурса и оперативном удовлетворении их интересов.

Жизнь и судьба музейных интернет-ресурсов зависит от многих факторов: команды исполнителей, наличия необходимых средств, выбранных технологий, площадки расположения, доменного имени, интереса пользователей и т. д.

Настоящее время является временем интернет-порталов и крупных информационных систем, для которых характерны сосредоточение огромного количества текстовой и иллюстративной информации, удобная навигационная система, интерактивные функции. Музейным сотрудникам стоит учитывать это во время работы над тем или иным интернет-проектом.

Настоящее время является временем интернет-порталов и крупных информационных систем, для которых характерны сосредоточение огромного количества текстовой и иллюстративной информации, удобная навигационная система, интерактивные функции. Музейным сотрудникам стоит учитывать это во время работы над тем или иным интернет-проектом.

¹ www.museum.ru.

² http://kizhi.karelia.ru/main_menu.htm.