

Роль мультимедиа элементов в современной музейной коммуникации

Научный руководитель – Старшова Анна Петровна

Горбунцова Татьяна Романовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет глобальных процессов, Направление международное гуманитарное сотрудничество, Москва, Россия

E-mail: tanya100gr888@mail.ru

На сегодняшний день во всех странах известны понятия таких глобальных процессов как глобализация и цифровизация. Считается, есть тенденция к формированию «глобального сознания» и «глобального человека». В становлении этих феноменов безусловно задействована культура, характеризующаяся в настоящий момент рядом кризисных явлений (в силу противоречивого характера глобализации). Информация теснейшим образом связана с культурой. Так, информация передается посредством принятых в данной культуре знаковых систем, приемов и средств их использования. Культура, в свою очередь, развивается под воздействием средств информации (языка, обмена знаниями, СМИ, межличностного общения и т.д.). [1] Одной из площадок для получения культурно значимого знания, местом, где можно познакомиться с прошлым, погрузиться в настоящее и даже заглянуть в будущее, является музей. В связи с глобальными тенденциями на музеи возложена задача формирования мировоззрения современного человека, организации пространства для «диалога времен» и «диалога культур».

Музей как институт социальной памяти сложился лишь в XIX веке, своим появлением он обязан коллекционированию, которое, в свою очередь, берет истоки с античных времен. С начала XX века музей перенимает на себя образовательную миссию: предпринимаются первые попытки разработки новой, ориентированной на широкую публику музейной концепции. В результате для подавляющей части малообразованной публики музей становится эрзац-учебником истории, естествознания, литературы, популяризатором искусства, а для государства — инструментом идеологии. [5] Проблемы взаимодействия музея с аудиторией начали волновать специалистов с середины прошлого столетия. [9] Выявленная проблема актуальна и по сей день, но вызов XXI века заключается в разработке грамотного включения современных технологий в музейное дело. Положение осложняется тем фактом, что публика в музеях XIX века и века XXI сильно различается. То, что прежде было доступно для понимания только небольшой элитарной группе, теперь становится пищей для ума миллионов людей. [5]

Музеи адаптируются к изменяющимся культурно-ценностным потребностям общества и внедряют современные способы коммуникации с посетителями, в том числе - с помощью информационно-технологических новшеств, именуемых мультимедиа. Мультимедиа - Современные цифровые технологии, дающие возможность совмещать достижения аудиовизуальной техники (тексты, звуки, видеоизображения, графика и т. п.) и обеспечивающие интерактивное взаимодействие пользователя с компьютером. [определение Google] По определению, основными функциями музеев являются: сохранение, актуализация и трансляция последующим поколениям наиболее ценной части культурного и природного наследия. [10] В исследовании представлена попытка проследить, помогают ли технологические инновации реализовывать основные функции музеев на практике и влияют ли на их востребованность среди современного поколения.

Следует разобраться, что дают посетителю новые digital-формы коммуникации: использование проекций в экспозиции, предложение аудиогидов, технологии виртуальной реальности, создание интернет-каталогов, онлайн-экскурсий и др. Их инкорпорация в классические модели взаимодействия направлена на обеспечение доступности образов и посылов того или иного музея для широкой аудитории. Интерактивные элементы предлагают роль непосредственного участника, делают возможным моделирование невозможных в реальности процессов, повышают креативный имидж музея. Гости знакомятся в легкой и наглядной форме с предлагаемыми материалами, имея при этом возможность самостоятельно подбора заинтересовавшей их информации. Кроме того, наличие у музея информативного сайта, также является важным критерием привлечения посетителей, а его оснащение виртуальными экскурсиями дает действительный шанс «прикоснуться к прекрасному» для ряда категорий населения: малообеспеченные семьи, люди с ограниченными возможностями, проживающим в отдаленной местности, даже тем, кто находится за рубежом или просто не может посетить выставку по ряду обстоятельств.

Акцент в данной работе сделан на выявлении роли мультимедийных технологий в процессе пребывания человека в современной музейной среде и музейного общения. Факт подлинности и историчности экспоната уступает место его интерактивности, т.е. возможности посетителя потрогать, вывести на экран интересные факты (в случае заинтересованности) или увидеть его первоначальный облик на экране, в качестве проекции. Интерактивные возможности поражают своей новизной, человек получает позитивные эмоции, а значит, образовательная функция сближается с досугово-развлекательной. Многие люди выбирают провести свободное время в музее зачастую именно потому, что знают: современный подход поможет им прикоснуться (практически в буквальном смысле) к новой области знания в легкой форме. Нельзя не упомянуть, что человек психологически усваивает лучше то, что ему интересно.

Мультимедиа-технологии проникают в музеи по всему миру, уже в наши дни часть из них базируется на демонстрации исключительно мультимедийной экспозиции. Однако стоит отметить, что классические музеи продолжают свою работу, следуя традиции, и остаются порой не менее востребованными, особенно среди специалистов, которым необходимо обращаться к первоисточникам и подлинникам в мире экспонатов. В контексте перенасыщенности общества информацией важно гарантировать посетителям достоверную ретрансляцию культурных ценностей.

Мультимедиа решения в XXI веке - неотъемлемая часть механизма передачи информации, в том числе и той ее культурно-значимой части, которую призваны сохранять в памяти общества музеи. В ходе глобального процесса развития технологий коммуникации включение новых элементов в музейную жизнь неизбежно. Задача современных музеев - выстроить общение с гостями таким образом, чтобы мультимедиа сократили путь между зрителем и наукой и культурой.

Источники и литература

- 1) Аверкин М.Г. Модификация форматов коммуникативного взаимодействия современного музея [Электронный ресурс] Вопросы музеологии, 2010 <https://cyberleninka.ru/article/n/modifikatsiya-formatov-kommunikativnogo-vzaimodeystviya-sovremenno-go-muzeya>
- 2) Гаврилова М.Ф. Роль современного музея в контексте глобализации [Электронный ресурс] Вестник Казанского государственного университета культуры и искусства, 2014 <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sovremennogo-muzeya-v-kontekste-globalizatsii>

- 3) Дукельский В.Ю. Музейный социум// Музей и личность / Отв. ред. А.В. Лебедев, сост. М.Ю. Юхневич. — М., 2007. — 168 с. http://future.museum.ru/lmp/books/Mus_Lich.htm
- 4) Мастеница Е.Н. Социальные функции музея в глобальном мире [Электронный ресурс] Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры, 2015 <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-funktsii-muzeya-v-globalnom-mire>
- 5) Минина С. Музей глазами посетителя// Музей и личность / Отв. ред. А.В. Лебедев, сост. М.Ю. Юхневич. — М., 2007. — 168 с. http://future.museum.ru/lmp/books/Mus_Lich.htm
- 6) Сапанжа О.С. Развитие представлений музейной коммуникации [Электронный ресурс] Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И.Герцена, 2009 <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-predstavleniy-o-muzeynoy-kommunikatsii>
- 7) Сербиненко Алиса Каким будет музей будущего? (30 июля 2014г.) материал статьи с сайта «ПостНаука» [Электронный ресурс] <https://postnauka.ru/video/29812>
- 8) История музея (18 мая 2013г.) Сайт о современной фундаментальной науке и ученых «ПостНаука» [Беседа с доктором искусствоведения А.В.Лебедевым] <https://postnauka.ru/video/12515>
- 9) Лингвокультурологический тезаурус «Гуманитарная Россия» под научной редакцией М.Л. Ремнёвой: <http://www.philol.msu.ru/~tezaurus/library.php?view=d&course=5&raz=3&pod=3&par=1>
- 10) Словарь музейных терминов: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?40>