

*Л.У.Ляховіч, кандыдат
гістарычных навук, дацэнт,
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт
культуры і мастацтваў*

**ЗАДАЧЫ І ПЕРСПЕКТЫВЫ МУЗЕЯ Ў СУЧАСНАЙ
ІНФАРМАЦЫЙНАЙ ПРАСТОРЫ
(CD і DVD-выданні ў музейнай камунікацыі)**

Паняцце “музейная камунікацыя” было ўведзена ў 1968 г. канадскім музеёлагам Д.Ф.Камеронам. З таго часу музей пачаў разглядацца як камунікацыйная сістэма, і адпаведна змянілася традыцыйная трактоўка музея як установы, дзе ў першую чаргу захоўваюцца і дэманструюцца артэфакты культуры. На першае месца выйшла ўзаемадзеянне музея і музейнага прадмета з наведвальнікам. Паводле Камерона, музейная камунікацыя – гэта працэс зносін наведвальніка з музейнымі экспанатамі, пабудаваны ў асобай невербальнай прасторы на “мове рэчаў”. Камунікацыйны падыход выклікаў да жыцця цэлы шэраг новых ідэй у арганізацыі музейнай прасторы, з’яўленне новых формаў работы з наведвальнікамі, вывучэнне музейнай аўдыторыі псіхолагамі, сацыёлагамі і педагогамі. Наведвальнік музея – гэта паўнапраўны ўдзельнік камунікацыі [1, с. 330–332]. Пры гэтым перадача інфармацыі музейнай аўдыторыі – гэта толькі невялікая частка камунікацыі, і нават не самая важная. Акрамя рацыянальнага і вербальнага ўспрымання музейнага прадмета, наведвальнік уваходзіць у невербальную, эмацыянальную, нават падсвядомую сферу пачуццяў, асацыяцый і вобразаў. У свядомасці наведвальніка адбываецца не сама адноўленая музеем рэчаіснасць, а яе інтэрпрэтацыя менавіта гэтым музеем і ў дадзены момант. Акрамя таго, любая экспазіцыя ўспрымаецца кожным наведвальнікам праз яго ўнутраны свет.

Задачамі музейнай камунікацыі з’яўляюцца таксама фарміраванне і задавальненне эстэтычных і адукацыйных запатрабаванняў самаадукацыі, арганізацыі рэкрэацыйнай дзейнасці і інш. Такім чынам, дзейнасць музея выйшла далёка за рамкі музейных устаноў.

У новых умовах існавання музея адпаведна змяняюцца акцэнтны і ў дзейнасці яго супрацоўнікаў. Музейныя работнікі канцэптуальна распрацоўваюць, накіроўваюць, ажыццяўляюць, ацэньваюць працэс

музейнай камунікацыі ў адпаведнасці з патрабаваннямі часу. З другога боку, музей павінен увесць час прэзентаваць сябе ў інфармацыйнай прасторы, прыцягваць увагу розных катэгорый наведвальнікаў, папулярызаваць сваю дзейнасць і свае зборы. З адзначанага вынікае актуальнасць для работнікаў музея ведаў у галіне рэкламнай дзейнасці, менеджменту і маркетынгу.

У сувязі з распаўсюджаннем інфармацыйных тэхналогій і стварэннем глабальнай інфармацыйнай прасторы музейная камунікацыя набыла новы змест, адпаведна павысіліся патрабаванні да працы і падрыхтоўкі спецыялістаў у галіне музейнай справы. Віртуальныя музеі, музейныя сайты, CD і DVD-выданні далі нябачаныя раней магчымасці як у павелічэнні колькасці музейнай аўдыторыі, так і павышэнні інтэнсіўнасці і змянення якасці музейнай камунікацыі. Карыстальнік Інтэрнета атрымаў магчымасць апынуцца ў музеі ў любы момант, знаходзіцца там, колькі патрэбна, разглядаць аб'екты, шукаць падобнае ў іншым музеі, знаёміцца з шэрагам дадатковай інфармацыі, выкарыстоўваць усе магчымасці інтэракцыі. Зразумела, што віртуальны і рэальны музеі маюць вялікія адрозненні і не могуць замяніць адзін аднаго, але інфарматызацыя музейнай справы мае вялікае сацыяльнае значэнне. Музейная аўдыторыя пашырылася. Людзі, якія раней не маглі па прычыне знаходжання ў іншай краіне, недахопу сродкаў, стану здароўя, абмежаваных магчымасцей пабачыць музей на свае вочы, атрымалі такую магчымасць. Музей могуць у любы момант наведаць дзеці, людзі пажылога ўзросту ці проста тыя, хто адчувае дэфіцыт часу.

Стварэнне віртуальных музеяў, сайтаў, а таксама CD і DVD-носьбітаў дазволіла не толькі даносіць да наведвальніка вялікую колькасць інфармацыі, але і дэманстраваць больш прадметаў, чым у экспазіцыі, тэматычна іх аб'ядноўваць, фрагменціраваць, ствараць трохмерныя выявы, віртуальныя мадэлі і рэканструкцыі, аніміраваць і г.д. Тэкст і трохмерныя выявы спалучаюцца з відэарадам, анімацыяй, музыкой, што садзейнічае эфектыўнаму ўспрымання, гіпertext дазваляе ўвесь час камбінаваць інфармацыю, а дыялогі фармат і інтэракцыя актывізуюць карыстальніка. Да жыцця былі выкліканы нябачаныя раней магчымасці стварэння і камбінавання інфармацыйных патокаў, а межы web-дызайну вызначаюцца толькі тэхнічнымі параметрамі [2].

Стварэнне сайтаў, CD і DVD-прадукцыі ўзняло шэраг праблем экраннай культуры і мастацтва. Экран павінен разглядацца не толькі як сродак чытання ці прагляду, але і кампанент дэманстрацыі, таму экраннае мастацтва ў інфармацыйных тэхналогіях набыло ўласнае аблічча і каштоўнасць. Web-дызайнеры вымушаныя выбіраць паміж ступенню мастацкага ўздзеяння, што прадугледжвае нестандартныя каларыстычныя рашэнні, эфектнасць, анімацыйнасць, і функцыянальнасцю, рацыяналізмам, хуткім данясеннем інфармацыі. Агульная тэндэнцыя – функцыяналізм з улікам існуючых тэхнічных магчымасцей [3].

Існуе велізарная колькасць CD і DVD-выданняў як агульных, так і тэматычных, прысвечаных як непасрэдна музеям і музейным зборам, а таксама канкрэтным творам, перыядам у развіцці мастацтва, пэўнай тэматыцы і інш. Усе буйныя музеі свету разглядаюць CD і DVD-выданні як асобны паўнапраўны прадукт побач з каталогамі, альбомамі, даведнікамі і іншай рэкламнай і адукацыйнай прадукцыяй, рэалізацыя якой дазваляе музею прыцягваць дадатковыя сродкі. Першым у Расіі і ў пэўным сэнсе эталонным узорам CD-ROM з'явіўся дыск “Мастацкая галерэя Майкрасофта” (1993), візуальны матэрыял якога складзены з твораў жывапісу Лонданскай мастацкай галерэі. Дзяржаўны Эрмітаж у 2002 г. ажыццявіў двухдыскавае выданне “Скарбы Эрмітажа”, а ў 2008 г. – выданне “Дзяржаўны Эрмітаж. Трохмерная экскурсія”. Дзяржаўная Траццякоўская галерэя выпусціла шэраг CD і DVD-выданняў: “Дзяржаўная Траццякоўская галерэя”, “Жыццё Хрыста”, “Залаты век рускай культуры. Эпоха Аляксандра I у партрэтах”, дыскі, прысвечаныя творчасці Баравікоўскага, Шышкіна, Саўрасава, рускаму авангарду і г.д.

У Беларусі адбываецца працэс укаранення інфармацыйных тэхналогій у музеях і пераводу выяў артэфектаў культуры на лічбавыя носьбіты. Выдадзены CD-ROM “Музеі Беларусі”, які змясціў пералік музейных устаноў і буйнейшых калекцый, а таксама выявы найбольш значных экспанатаў. У 2004 г. пры падтрымцы Маскоўскага бюро ЮНЕСКА выйшаў прэзентацыйны кампакт-дыск “Выратаваныя каштоўнасці: 300 твораў народнага мастацтва Чарнобыльскай зоны”. Дыск стаў вынікам сумеснага праекта Музея старажытнабеларускай культуры Інстытута мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору НАН Беларусі і Нацыянальнага камітэта па справах ЮНЕСКА [4].

У маі 2009 г. у музеі Гомельскага палацава-паркавага ансамбля прайшло адкрыццё інфармацыйна-адукацыйнага цэнтра “Рускі музей. Віртуальны філіял”. У медыятэцы цэнтра размешчана каля 100 матэрыялаў, якія ахопліваюць перыяд ад Х да ХХ ст. па рускай архітэктуры, мастацтве, музыцы, музейнай справе, педагогіцы і інш. Праект стварэння віртуальных музеяў на базе Рускага музея рэалізуецца з 2003 г., і віртуальны музей у Гомелі – ужо сорок восьмы [5].

Вынікам рэалізацыі сумеснага праекта ў рамках ЮНЕСКА, у якім прымалі ўдзел Нацыянальная бібліятэка Рэспублікі Беларусь, Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Цэнтральная нацыянальная бібліятэка імя Я.Коласа, Нацыянальны дэпартамент па архівах і справаходстве Міністэрства юстыцыі Рэспублікі Беларусь, а таксама беларускія вучоныя, быў створаны CD-ROM “Нясвіж – культурны цэнтр Еўропы і нацыянальны помнік” [6].

На базе Нацыянальнага мастацкага музея Рэспублікі Беларусь створаны мультымедычны цэнтр. Цэнтр з’яўляецца унікальным па значнасці як для краіны, так і для музея, уводзячы апошні ў глабальную культурна-інфармацыйную прастору. У інтэрнет-прасторы прадстаўлены гістарычная экскурсія па Мірскім замку, а таксама віртуальны тур па Белавежскай пушчы.

Такім чынам, сёння музеі Беларусі паступова ўваходзяць у глабальную інфармацыйную прастору, адчуваючы ўплыў агульнасусветных тэндэнцый. Разам з тым адзначаныя працэсыносяць параўнальна павольны характар, што тлумачыцца фінансавымі, тэхналагічнымі, арганізацыйнымі і іншымі прычынамі. У дадзенай сітуацыі эфектыўнай можа быць інтэнсіфікацыя падрыхтоўкі і перападрыхтоўкі кадраў, але прыярытэтнай павінна быць роля дзяржаўнай палітыкі ў галіне захавання і прапаганды гісторыка-культурнай спадчыны, што прадугледжвае як фінансавую, так і прававую падтрымку музея як важнай сацыякультурнай установы.

1. Юренева, Т.Ю. Музееведение: учебник для высшей школы / Т.Ю.Юренева. – М.: Академический проект, 2006. – 560 с.

2. Лебедев, В.А. Новые технологии – новые возможности / В.А.Лебедев // Методология и практика электронных изданий по искусству [Электронный ресурс]. – 1998. – Режим доступа: [www.museum.ru / future/ part 03/ 030301. htm](http://www.museum.ru/future/part%2003/030301.htm). – Дата доступа: 18.09.2009.

3. *Лебедев, В.А.* Web как поле художественного творчества / В.А.Лебедев // Методология и практика электронных изданий по искусству [Электронный ресурс]. – 1998. – Режим доступа: [www.futuremuseum.ru / part 03/ 03040601. htm.](http://www.futuremuseum.ru/part03/03040601.htm) – Дата доступа: 18.09.2009.

4. *Спасенные ценности: 300 предметов народного искусства Чернобыльской зоны* // Бюро ЮНЕСКО в Москве [Электронный ресурс]. – 1999–2008. – Режим доступа: [www.unesco.ru/rus./pages./nac./belarus/php/ nowstage=1&nowpage/](http://www.unesco.ru/rus/pages/nac/belarus/php/nowstage=1&nowpage/) – Дата доступа: 20.09.2009.

5. *Русский музей объединяет Россию и Белоруссию* // Гомельский дворцово-парковый ансамбль [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: [www.palacegomel.by / engine/print. php? newsid.=179/](http://www.palacegomel.by/engine/print.php?newsid=179) – Дата доступа: 20.09.2009.

6. *Кирюхина, Л.Г.* Государственная программа “Память Беларуси”: взаимодействие библиотек, архивов, музеев / Л.Г.Кирюхина // Книжная культура пограничья Славии Восточной и Западной: Международная электронная конференция [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: [www.knizkult.narod.ru / Kirukhina. htm.](http://www.knizkult.narod.ru/Kirukhina.htm) – Дата доступа: 21.09.2009.