

***КАЛИНИНА Людмила Леонидовна** – заместитель генерального директора по общественным связям и информационным технологиям Саратовского государственного художественного музея имени А.Н. Радищева
ПРОЛЕТКИН Игорь Викторович – начальник отдела геоинформационных систем Поволжского регионального центра новых информационных технологий Саратовского государственного университета
ШПАК Мария Евгеньевна – заведующая отделом по развитию Саратовского государственного художественного музея имени А.Н. Радищева*

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ МУЗЕЕВ

Саратовский государственный художественный музей имени А.Н. Радищева принадлежит к числу старейших музеев России. Он был создан стараниями внука А.Н.Радищева, художника-мариниста А.П. Боголюбова, передавшего в дар г. Саратову свою коллекцию произведений искусства. Торжественное открытие Радищевского музея состоялось 29 июня 1885 года.

Основу собрания составили произведения самого А.П. Боголюбова и его современников - И.Е. Репина, В.Д. Поленова, Ф.А. Бронникова, К.А. Савицкого, а также мастеров Западной Европы - К. Коро, Ш. Добиньи, А. Монтичелли.

В настоящее время музейные фонды насчитывают свыше 25000 экспонатов. Среди них иконы и предметы культа, русская и зарубежная скульптура и графика XVII-XX веков, старинные книги, предметы декоративно-прикладного искусства. Гордостью собрания являются картины выдающихся представителей русской живописной школы - Д.Г.Левицкого, К.П.Брюллова, А.К. Саврасова, В.И.Сурикова, И.И.Левитана, В.А.Серова, К.А.Коровина, В.Э. Борисова-Мусатова, П.В.Кузнецова, К.С.Петрова-Водкина. Радищевский музей обладает самой большой в России коллекцией живописных и графических произведений А.П.Боголюбова.

В настоящее время Радищевский музей располагается в двух зданиях на площади имени П.А. Столыпина г. Саратова, кроме этого он имеет пять филиалов, которые находятся в Саратове и в Саратовской области: Дом-музей Павла Кузнецова, Музей-усадьба В.Э. Борисова-Мусатова, Картинная галерея в г. Балаково, Картинная галерея А.А. Мыльникова в г. Энгельсе, Художественно-мемориальный музей К.С. Петрова-Водкина в г. Хвалынске.

Радищевский музей и его филиалы являются постоянными участниками партнёрских проектов как в России, так и за рубежом, по образовательной, выставочной, научно-издательской, реставрационной деятельности.

За последние семь лет (2001 – 2007 год), в период интенсивного внедрения и использования новых информационных технологий, в музее было реализовано несколько крупных проектов, получивших российские и зарубежные гранты, среди них: «Музейный ресурсный центр», «Концепция взаимоотношения Музея и СМИ», «Сайт «Новости Радищевского музея» (www.radmuseumart.ru), Интернет-Арт-Кафе «Виртуальный художественный мир» и т.д.

Сотрудники Радищевского музея постоянно принимают участие в семинарах и конференциях, посвящённых развитию информационных технологий в сфере культуры и образования, которые проходили в Саратове, Пскове, Казани, Нижнем Новгороде, Самаре, Москве, Соловках, Санкт-Петербурге, Лондоне, Флоренции и т.д.

Информатизация сферы культуры в России насчитывает более двадцати пяти лет. И в течение этого времени, большое количество музеев определили свои пути развития в этом направлении, опираясь на опыт коллег и используя собственные разработки.

Начиная процесс внедрения и использования информационных технологий, сотрудники Радищевского музея обратились к принципу взаимодействия трёх пространств в работе музея.

Если при возникновении музеев как институции, их среда обитания определялась лишь его пространством: залами, лекториями, то во второй половине XX века, музеи вышли за их пределы, откликаясь на веяние времени, на улицы и площади городов, проводя различные акции, проекты, фестивали, конкурсы. Еще более изменилась среда развития музея в конце XX века с появлением информационного пространства, когда перед любым музеем открылись практически безграничные просторы интернета.

Поэтому сегодня можно назвать три пространства, в которых идет развитие современных музеев:

- музейное пространство;
- внемузейное пространство;
- информационное пространство.

Освоение информационного (интернет) пространства является не менее важным направлением развития, чем и традиционные виды деятельности.

Более 500 музеев России сегодня имеют собственные сайты. В основном, сценарий сайта включает в себя краткое описание деятельности музея. Часть музеев представляют информацию о музейном фонде. Но как сделать музейный интернет-сайт основным инструментом работы и продвижения политики музея?

За время освоения интернет-пространства Радищевский музей прошел путь от выпуска электронного информационного бюллетеня до создания крупного музейного портала, на котором сегодня более трех тысяч текстовых страниц и семи тысяч фотографий. В портал входит не только основной сайт “Новости Радищевского

музея”, но и несколько тематических сайтов и электронных каталогов на русском и английском языках. На портале практически каждый день появляется разнообразная информация, отражающая как основные события, происходящие в жизни музея и его пяти филиалов, так и информация, посвященная истории музея, художникам саратовской школы живописи, памятным датам культуры и так далее. В структуру портала встроена специальная навигационная система, охватывающая информацию и ссылки на сайты более 1200 музеев из 25 стран мира. Авторами и корреспондентами всего этого огромного массива являются десятки сотрудников различных подразделений и филиалов Радищевского музея, и для них новостной портал стал своеобразной площадкой для отражения своей творческой деятельности и доведения ее до российского и мирового сообщества.

Именно такой подход позволил сделать музейный портал довольно популярным во всемирной паутине. За время существования объединенного ресурса его страницы посетили уже более 300 тысяч интернет-пользователей из России и многих стран мира, а сайт “Новости Радищевского музея” стал победителем и лауреатом нескольких престижных Всероссийских конкурсов мультимедийных и интернет-проектов – “Новая реальность - 2005” и “Контент -2006”.

И здесь стоит привести некоторые позиции, определяющие стратегию освоения Радищевским музеем интернет-пространства, использования с этой целью информационных ресурсов, методы работы с интернет-аудиторией.

Постараемся кратко охарактеризовать предложенную стратегию, разбив на определенные этапы.

I этап.

1. Подготовка и создание информационных ресурсов различными подразделениями музея.
2. Разделение полученных информационных ресурсов для внутреннего (интранет) и внешнего (интернет) использования.
3. Выбор программной оболочки для сайта или системы сайтов (портала) как инструмента постоянной работы музея в информационном пространстве.
4. Создание в данной оболочке не только интернет-сайта, но и интранет-сайта как инструмента работы и коммуникации внутри музея.

Именно такой подход позволяет заложить определенный фундамент стратегии.

II этап.

5. Создание динамической системы наращивания интернет-ресурсов – через систему постоянных разделов сайта (портала): интернет-журнал, тематические и новостные разделы, систему архивов, фотодокументов и т.д.
6. Продвижение новостных, событийных, аналитических, тематических, презентационных, образовательных и т.п. информационных ресурсов на собственный интернет-сайт (портал) и различные сайты и порталы как в своем городе и регионе, так и за их пределами.
7. Выстраивание на сайте (портале) системы коммуникации с интернет-посетителями через включение в него функциональных механизмов коммуникации (контактных адресов электронной почты, гостевой книги, книги отзывов, форумов, систем рассылок и подписок на новости, информационного бюллетеня, дайджеста, систем анкетирования и голосования, организация досок объявлений, систем заказов билетов, литературы, постеров, сувениров и другой продукции, создание интернет-магазина и т.д.).

Все эти позиции позволяют начать строить на заложенном фундаменте “сооружения” любого типа.

III этап.

8. Постоянное отслеживание, учет, анализ и оценка статистики виртуальных посещений музейного сайта (портала), для целей управления ресурсами и своей деятельностью в информационном пространстве.
9. Сегментирование интернет-посетителей по различным группам:
 - по их географической принадлежности (из родного города, из столицы, из провинции, из-за рубежа);
 - по их интересам (специалисты, представители прессы, работники системы образования, школьники и студенты, любители и т.д.).
10. Выстраивание тех или иных видов интернет-ресурсов и подстраивание инструментов коммуникации под различные группы виртуальных посетителей.
11. Отслеживание динамики посещений различных видов информационных интернет-ресурсов с определением рейтинга их популярности.

При этом данный подход позволяет использовать многие ресурсы не только в виртуальном пространстве, но и в реальном.

12. Создание на базе музея и его сайта (портала) информационной зоны - в нашем случае Интернет-Арт-Кафе для привлечения реальных групп пользователей из своего города и пропаганды среди них как своих, так и любых мировых интернет-ресурсов по музейной тематике.

13. Сопровождение реальных выставок и экспозиций музея теми или иными виртуальными информационными ресурсами с привлечением любых справочных и демонстрационных материалов и в том числе из сети Интернет.

Этот подход позволяет “заселить” построенное “сооружение” посетителями и дать им возможность комфортно чувствовать себя в нем.

IV этап.

14. Проведение музеем через свое представительство в интернете всевозможных интернет-проектов, интернет-акций, интернет-конкурсов и других рекламных, презентационных, просветительских и образовательных мероприятий.

15. Создание на сайте (портале) интернет-клуба друзей музея, Интернет-Пресс-клуба, интернет-клубов по интересам и т.д. с возможностью проведения через них своей политики и стратегии.

16. Выстраивание системы интернет-партнерства с различными музеями России и мира и музейным сообществом в целом через реализацию совместных интернет-проектов.

17. Создание совместных интернет-ресурсов со своими партнерами по различной тематике и их совместное продвижение в интернет-пространстве.

Последние подходы могут свидетельствовать о том, что построенные нами “сооружения” не являются одиночными в новом пространстве, а могут и должны превращаться в некие развернутые системы (поселки) со своей инфраструктурой и взаимодействиями и своими взаимоотношениями внутри них.

Выводы:

Радищевский музей в своей деятельности старается исходить не только из освоения традиционного музейного пространства, но и в завоевании внемuseumного, и особенно информационного пространства, что для нас является очень важным направлением деятельности.

При этом мы исходим из того принципа, что каждое из указанных выше пространств не отменяет, а только дополняет предыдущее, и все они развиваются по своим законам, и простой, механический перенос уже существующих моделей и форм развития в новые, недавно возникшие не приводит к должному успеху. Их необходимо осваивать, используя новые приемы и механизмы и вырабатывая новые стратегии.