

Черкалин Сергей Дмитриевич,

*директор Рыбинского государственного  
историко-архитектурного и художественного музея-заповедника  
(Ярославская область, Российская Федерация)*

## Комплексная информатизация регионального музея: опыт, проблемы и перспективы

Рыбинский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник был создан в 1910 г., первоначально как естественно-научный, но после революции 1917 г. в результате обретения вещей из расположенных в пригороде дворянских усадеб стал обладателем и значительной художественной коллекции. В настоящее время в музее хранится около 120 тысяч музейных предметов (живопись, графика, предметы декоративно-прикладного искусства, предметы мебели, коллекция редкой книги, документы и фотографии, а также археологическая, палеонтологическая и естественно-научная коллекция). Кроме основной экспозиции, музей имеет два филиала (расположены в г. Рыбинске) — это мемориальный дом-музей академика А. А. Ухтомского (где великий физиолог и философ провел детские и юношеские годы) и музей г. Мологи и Мологского края, который посвящен истории территорий, затопленных при строительстве Рыбинского водохранилища.

Музей находится в г. Рыбинске Ярославской области. Город расположен на берегу Волги в 350 км от столицы Российской Федерации — г. Москвы и в 80 км от центра области Ярославля. Таким образом, музей является вполне типичным по меркам нашей страны музеем регионального уровня, и с этой точки зрения опыт, накопленный нами, может быть полезен достаточно большому количеству музеев.

Работы по внедрению компьютерного оборудования в музее начались в 1993 г. с приобретения трех компьютеров для обработки фондовых коллекций и лицензии на автоматизированную музейную систему разработки фирмы «Альт-Софт» г. Санкт-Петербурга (в настоящий момент фирма, как и система, носит название «КАМИС»). КАМИС — это комплексная автоматизированная музейная информационная система. И ключевым в данном случае является слово комплексная.

В настоящее время уже никого не надо убеждать в возможности и даже необходимости применения компьютеров в музейной работе. Компьютеры в музеях есть, в том числе не только в бухгалтерии, администрации или экономических службах, но и в научных отделах. Но вот используются они в разных музеях по-разному. У музея четыре основные функции: собирать, изучать, сохранять и публиковать музейные предметы и коллекции. И для их осуществления обычно создаются соответствующие подразделения. При этом во многих музеях в «докомпьютерную эпоху» существовала разобщенность в деятельности различных подразделений музея. Учетно-хранительские отделы заботились о соответствии сведений о музейных предметах тем записям, которые имеются в учетной документации; научно-исследовательские подразделения, занимаясь атрибуцией и изучением коллекционных предметов, ограничивались обнародованием своих научных гипотез, предположений, версий и даже выводов в научных сборниках или докладах на специализированных конференциях, не заботясь часто о внесении изменений в учетную документацию музея, а сотрудники экспозиционных или научно-просветительных подразделений по своему усмотрению использовали либо сведения из учетной документации, либо новейшие изыскания своих коллег. Подобная разобщенность повлияла и на компьютерные методы обработки информации. В начале 2000-х гг. автору довелось участвовать во внедрении компьютерных систем в 20 музеях Российской Федерации — в основном регионального уровня, расположенных в областных центрах. В половине этих музеев компьютеры в ту пору уже были и в учетно-хранительских и в научных подразделениях, но использовались они как печатные машинки повышенной мощности для оформления списков предметов, как правило, в виде текстовых файлов.

В Рыбинском музее изначально при внедрении информационной системы был сделан упор на максимально возможную степень интеграции различных видов информации, рождающейся в ходе работы сотрудников в единой информационной системе.

Система, хотя и была первоначально ориентирована на автоматизацию учетно-хранительских операций, но в ходе внедрения и совершенствования расширила свои функции за счет возможности добавления сведений о местах бытования предметов, о событиях, связанных с ними, о людях, имевших к ним отношение и т. д. Она изначально была настраиваемой и содержала в своем составе значительное количество информационных блоков, организованных в виде внутренних справочников. Система сама как бы заставляла подключить к себе как можно большее количество сотрудников, превращаясь в информационный улей, куда каждый сотрудник несет свою порцию информации — «нектара»: сотрудники учета — учетную информацию, собиратели — сведения о бытовании предмета, исследователи — выводы атрибуционного характера.

Такое распределенное наполнение системы было важно и еще по одной причине. Ни для кого не секрет, что самый трудоемкий и наименее «полезный» с точки зрения решения сиюминутных задач является первый начальный этап,

когда сведений мало и пользоваться системой в поисковом режиме бессмысленно, и чем дольше он затягивается, тем больше вероятность неуспешности проекта внедрения системы. Как правило, медленная работа на первоначальном этапе приводит в будущем к локализации системы до уровня внутренней. Поэтому начальный этап хочется ускорить. Сделать это можно несколькими способами. Можно уменьшить количество первоначально вводимой информации (например, ограничиться только минимумом учетной), увеличить количество операторов, заполняющих базу, внедрить методы автоматизированного заполнения сканированием книг учета с последующим распознаванием информации и переносом ее в базу данных (в России лидером этого направления является компания «Электронный архив»).

С точки зрения быстроты получения конечного результата (если под ним понимать заполненность основных полей базы данных) наиболее предпочтительным является последний способ, поскольку при объеме коллекции в 100 тысяч предметов и наличии достаточно качественной учетной документации можно получить заполненную базу в течение полугода или года. Ни один из альтернативных путей наполнения базы сопоставимой скоростью похвастаться не может. Но назвать этот способ наиболее эффективным я бы не решился. Дело в том, что он требует значительных финансовых затрат, которые, как правило, превышают возможности среднестатистического регионального музея. Кроме того, полученный результат все равно требует тщательной проверки со стороны музейных сотрудников на предмет адекватности распределения сведений, содержащихся в учетной документации по полям базы данных. И наконец, полученная таким способом система воспринимается музейщиками как нечто чужеродное, то есть работе с этой базой все равно нужно обучать сотрудников, а при обнаружении ошибок и недочетов системы сотрудники, как правило, более остро на них реагируют.

Дискуссионным является и еще один вопрос, касающийся стратегии формирования базы данных коллекции: привлекать ли к этой работе внешних операторов (например, студентов или волонтеров) или опираться только на силы своих сотрудников? Привлечение сторонних операторов, безусловно, ускоряет процесс (это требует меньше финансовых затрат), но не лишено тех недостатков, о которых было сказано (в отношении ретроконверсии).

Поэтому мы в своем музее пошли по пути привлечения как можно большего числа сотрудников музея к делу пополнения базы. В работе участвовали и сотрудники отдела хранения и учета, которые пополняли базу в ходе выполнения учетно-хранительских операций (прием, выдача, сверки, инвентарные описания коллекций и т. п.), и сотрудники научно-экспозиционных отделов, пополнявшие базу в ходе подбора предметов для выставок и экспозиций, инвентарных описаний или планоно — путем пополнения сведений в справочнике персоналий или событий. Это позволило, во-первых, избежать необходимости повторных проверок, поскольку пополнение базы осуществлял, как правило, сотрудник, имеющий дело непосредственно с источником информации, во-вторых, это позволило

обучиться работе с системой практически всем научным сотрудникам, и в то же время обошлось относительно недорого.

Столь широкое привлечение сотрудников к наполнению базы позволило ускорить процесс. Мы ввели сведения о наиболее часто используемой части собрания примерно за год-два, а сформировать практически полную по минимальному набору полей базу данных по всему собранию можно приблизительно за 5—6 лет.

Кроме того, параллельно удалось во многом решить и еще одну проблему — преодолеть разобщенность между различными службами музея по отношению к обработке коллекции. Информация, хранящаяся в системе, не персонифицирована: никто не имеет монополии на эту информацию, как это часто бывало в докомпьютерном варианте, когда хранители монополизировали информацию по своим коллекциям.

Из приведенного описания нашей работы видно, как комплексность системы позволила расширить круг участников процесса формирования базы для работы по обработке коллекции, то есть в учетно-хранительской деятельности музея. Но не только для этих целей стоит затевать такую непростую в организационном и финансово-экономическом плане работу, как компьютеризация музея. Мы изначально ставили перед собой цель превратить КАМИС в ключевое звено и основное хранилище всей музейной информации, вокруг которого выстраивается вся система внешнего информационного взаимодействия. К 2000 г. наполненность базы информацией о коллекционных предметах достигла того уровня, когда большинство запросов, касающихся наличия каких-либо экспонатов или их групп (по временным периодам, по видам материалов, по принадлежности к определенным личностям или организациям, а также сюжетам, видам искусства и т. п.), мы могли удовлетворять посредством обращения к базе данных. Опираясь на этот опыт, родилась идея переложить бремя удовлетворения таких запросов на плечи самих спрашивающих. Идея нашла свое воплощение в создании сайта «Собрание Рыбинского музея», где, в отличие от большинства музейных сайтов того времени, созданных по принципу перевода в электронную форму путеводителя по музею или альбома «Шедевры N-ского музея», можно было ознакомиться с базой данных всего музейного собрания осуществить самостоятельный поиск необходимой посетителю информации, минуя участие в процессе музейных сотрудников. Конечно, «прямой доступ к базе данных музея» на том этапе являлся скорее фигурой речи, чем реальной данностью, поскольку посетитель работал не с рабочей базой, расположенной в музее, а с ее копией (или даже специально сделанной выборкой), расположенной на серверах провайдера. Но даже с учетом этой маленькой «хитрости» этот шаг можно считать значительным, почти революционным; во всяком случае, даже сейчас, по прошествии более десятилетия, в России посетителей интернета допускают к своим базам лишь единичные музеи.

Информационная система получила возможность кроме текстовой хранить и визуальную информацию (изображения предметов), а позднее и любую

мультимедийную информацию. Мы начали формировать банк цифровых изображений (а позднее и аудиофайлов старых пластинок и магнитных лент). Это существенно расширило перспективу использования системы в экспозиционно-выставочной работе (первичный отбор экспонатов для выставки стало возможным делать не заходя в фонды, а лишь на основе информации из системы, а кроме того, дополнение базы, расположенной на сайте, изображениями расширило круг потребителей музейной информации. Дело в том, что большая часть обращений к музею со стороны других организаций сводилась к стремлению получить изображение музейных предметов для иллюстрирования различного рода публикаций — от альбомов, выпускаемых в издательствах, до школьных рефератов. Причем, как правило, обращения были в форме «разрешите посмотреть ваши фонды, чтобы мы что-нибудь отобрали по интересующей нас теме». После публикации изображений на сайте удалось не только существенно сократить допуск в фонды и отвлечение хранителей на этапе отбора материала, но и позволило более четко и адресно сформировать этот банк изображений, ориентируясь не только на интересы музейных сотрудников, но и опираясь на запросы потребителей.

Кроме того, пополнение базы визуальными материалами позволило нам сделать более информативным справочник персоналий. А также подтолкнуло нас к накоплению в базе не только сведений о тех предметах, которые есть в нашей коллекции, но и к сбору информации, прямо не связанной с нашими предметами. Например, мы стали хранить в системе электронные копии фотоматериалов, имеющих отношение к истории города, но недоступных нам в виде предметного ряда. Так в системе появились электронные изображения Рыбинска в фотографиях известного русского фотографа прошлого века Прокудина-Горского, которые хранятся в библиотеке конгресса США, рабочие моменты съемок фильма Л. Гайдая «12 стульев». Такие материалы мы помещаем в специально созданный для этого раздел системы — «Цифровой архив». Это позволило расширить возможности использования базы данных в научно-просветительской деятельности.

Никому из музейщиков не нужно объяснять, что большинству посетителей музейный предмет, особенно если это не произведение искусства, сам по себе не всегда интересен. Предмет нужно сопровождать рассказом о его бытовании или историческом фоне и т. д. — одним словом, поместить в некий контекст, ряд других предметов или исторических событий. И для этого мы стали формировать электронные буклеты, где даем биографические справки представителей различных сословий, живших в городе в период, о котором рассказывает та или иная экспозиция, или даем подборку городских видов, относящихся к описываемому в экспозиции периоду, помещаем их в соответствующем зале в электронном киоске, расширяя тем самым представление посетителя о том или ином периоде жизни города. В эти путеводители мы включаем и материалы из электронного архива, которых нет в нашей предметной коллекции, но которые присутствуют в виде электронных копий.

Кроме того, для использования в рекламно-презентационных целях в электронном архиве мы храним и фотографии различных мероприятий, проводимых в музее. Таким образом, в информационной системе начинает собираться различная информация не только о коллекции музея, но и о городе в целом, его жителях, событиях в жизни города и музея и т. д.

В последнее время мы тратим много усилий на создание электронных копий предметов не только в виде их фотографий, но и создаем аудиоархив хранящихся у нас грампластинок, поскольку столкнулись с проблемой, связанной с отсутствием техники для их воспроизведения и невозможностью полноценного использования этого фонда для выставочной деятельности. Получаемые файлы также хранятся в информационной системе музея.

Накопленные сведения о музейной коллекции и большой опыт использования музейной информации в виртуальном пространстве позволили нам принять участие в европейской цифровой библиотеке музейных коллекций «Европиана». В этом проекте приняли участие 5 российских музеев. Нами представлена самая крупная коллекция электронных музейных изображений, насчитывающая в своем составе более 20 тысяч файлов.

В начале нынешнего года мы осуществили давнюю мечту и подготовили новую версию сайта, переработав не только дизайн и интерфейс, но и расширив его функциональность.

В настоящее время посетитель сайта может произвести поиск необходимой ему информации в базе данных, и теперь, в отличие от прошлого сайта, это запрос к той самой рабочей базе данных музея, с которой работают и сотрудники музея, а не с выборкой из нее.

Конечно, на сайте присутствует информация о новостях. У посетителя появилась возможность подписаться на новостную рассылку и получать новости по электронной почте. Иллюстративный материал для новостей хранится в том самом цифровом архиве, о котором говорилось выше.

Расширились возможности удаленного посещения музея за счет присутствия на сайте не только фотоизображений, но и панорамных съемок экспозиций, которые позволяют «побродить» по залам.

Музей заинтересован в получении обратной связи с посетителями и не только с реально пришедшими в музей, когда они могли сделать запись в книге отзывов. Сайт позволяет получать информацию и о тех, которые посещают его лишь виртуально. Для этих целей на сайте размещено большое количество контактной информации не только музея, но и конкретных специалистов.

Этой же цели служит и присутствие музея в различных социальных сетях. Наш музей представлен пока в двух сетях — «Facebook» и «Vkontakte». Это расширяет возможности музейного маркетинга, так как мы получаем возможность выявить и попытаться заинтересовать новую целевую аудиторию, скорректировав соответствующим образом экспозиционно-выставочные или научно-просветительские планы музея.

Много внимания в новом сайте уделено расширению сервисных функций, что являлось ключевым моментом при принятии решения о модернизации сайта.

Мы понимали, что сейчас уже для многих интернет превратился не просто в технологию, а в среду обитания. Уже подросло целое поколение, для которого отсутствие информации о каком-либо предмете или явлении в сети интернет равняется отсутствию этого предмета или явления в жизни. Поэтому на сайте (через информационную систему музея) теперь есть возможность не только найти изображение музейного предмета, но и прямо с сайта заказать его электронную доставку для использования в некоммерческих целях.

Появилась возможность заказать экскурсию прямо с сайта. Мы выставляем на сайте полные тексты статей сотрудников, а также тех изданий, которые печатает наш издательский отдел. Предоставили мы посетителям сайта и возможность покупки в интернет-магазине наших книг и брошюр (при содействии партнеров интернет-магазина Яркнига).

Одним словом, мы попытались превратить интернет-сайт музея в своего рода сервисный центр музейных услуг. Большую часть функций нам удалось реализовать только потому, что у нас имелась в наличии комплексная автоматизированная музейная система, превратившаяся на деле в ключевое звено управления музейной информацией.

Конечно, эффективность работы музея с виртуальными посетителями могла быть еще выше, если бы в этой работе мы не сталкивались с различными проблемами. Начнем с внутримузейных проблем. Мы предоставили возможность посетителям сайта и сотрудникам музея осуществлять поиск информации в базе. Но, к сожалению, нередко выясняется, что информации, необходимой посетителю сайта, в базе нет, потому что мы ею не обладаем, а иногда просто потому, что не занесли ее в базу. Мы предоставляем возможность получения посетителями на сайте информации о предметах, но не можем позволить им поиска по разделам информационной системы, не связанным с коллекцией (справочники персоналий, событий, организаций и т. п., а объем таких запросов с каждым годом растет). База данных, к которой мы допускаем виртуального посетителя, пока все же не столь функциональна, как внутренняя информационная система. Для качественного обслуживания запросов пользователей нам необходимо постоянно наращивать объем информации в базе данных — не только о музейных предметах, но и о явлениях, людях и событиях, так или иначе связанных с музейной коллекцией, и расширять количество информационных разделов, к которым посетитель сайта может обратиться в поисках информации.

И здесь мы сталкиваемся с проблемой несовершенства планово-отчетных показателей деятельности музея. У нас, к примеру, одним из важных показателей деятельности является посещаемость. Это, несомненно, важный показатель востребованности музея, но не единственный. В XXI в. уже пора признать, что воздействие музея на граждан не может ограничиваться только непосредственным контактом гражданина с реальной музейной средой. Не менее важно учитывать и количество виртуальных потребителей музейного продукта. Это позволит музейным специалистам расширить спектр музейных продуктов, доступных для потребления не только непосредственно в музее, но и дистанционно.

Вторая проблема, с которой сталкивается музей, связана с несовершенством законодательства, прежде всего экономического. Ограничения, накладываемые финансовыми инструкциями на бюджетные учреждения, не позволяют нам организовать полноценную систему электронной торговли. Посетитель может заказать экскурсию или электронное изображение музейного предмета, но мы лишены возможности организовать он-лайн оплату такой услуги с использованием каких-либо платежных систем.

С объемом хранимой информации напрямую связана и еще одна проблема. Рост объема информации требует адекватного роста вычислительных мощностей компьютерной техники. Сейчас затраты на закупку компьютерного оборудования в музее являются едва ли не самыми значительными в разделе «закупка основных средств».

По мере накопления электронной информации возрастают требования к обеспечению информационной безопасности и профессиональным качествам персонала.

Каковы же перспективы развития информатизации музеев? На наш взгляд, потребность в он-лайн услугах со временем у населения будет возрастать и в этой связи музеям предстоит пересмотреть свое представление о важности работы с реальными посетителями, задуматься над расширением спектра предложения музейных продуктов, предназначенных для потребления в виртуальной среде. Накопление информации о музейных предметах и явлениях, связанных с ними или с местом существования музея, послужит толчком для выработки новых форм подачи информации. Сегодня ряд столичных музеев активно исследует способы применения новых возможностей доступа к музейной информации, например, использование QR-кодов или инструментов виртуальной реальности. Такое направление нам представляется весьма перспективным для совершенствования информационной деятельности музеев.

Подводя итоги всего вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1. В настоящее время необходимо рассматривать музей не только и не столько как хранилище большего или меньшего количества артефактов. В информационном обществе его нужно оценивать как мощный информационный ресурс, предоставляющий доступ не только к информации о музейных предметах, но и связанных с ними явлениях, личностях и событиях. Часть этой информации музей должен уметь выдавать потребителям в электронной форме, как в помещениях музея, так и дистанционно.
2. В связи с этим музей должен двигаться в своем развитии в направлении от хранилища (склада) к восприятию себя как информационно-сервисного центра, помогающего человеку получать адекватное представление об истории того места, где он живет, с пониманием того, что предки сделали до него, и в конечном итоге — своего места в обществе и истории.
3. Только применение комплексной информационной системы позволит эффективно решить эти задачи.