

Электронный музей и взаимодействие "посетитель-компьютер"

Дриккер А.С.

Государственный Русский музей, С-Петербург

Музей - институт старорежимный, классический порядок, иерархия (хранители, смотрители, посетители, ...), табель о рангах (художники великие, знаменитые, известные более или менее), дисциплина (охранники, экскурсоводы) царят в нем. Электронная версия музея или выставки демократична в силу изменившегося времени, самой своей природы, свободы обращения, посещения, поведения посетителя электронного музея.

Преимущества электронного музея очевидны (не будем касаться технических сложностей - качества воспроизведенного произведения искусства, полагая последнее достаточно высоким), но оборотной стороной той свободы, которую обретает зритель в виртуальном пространстве, свободы, пришедшей на место дидактики, является опасность утраты контакта, растерянности массового посетителя.

Схожие проблемы характерны и для реального художественного музея: с одной стороны, музей не может оставаться неизменным, как пирамида Хеопса, с другой - попытки превратить музей в "макдональдс" с картинками или "дисней-ленд" также мало перспективны. Живой процесс - это процесс адаптационный, поиск компромисса.

Стремление адаптировать виртуальный музей к условиям современной массовой, демократической культуры, возможно, и есть то основное направление, на котором можно найти решение принципиальных проблем популяризации изобразительного искусства в электронных форматах. Эти проблемы не могли быть осмыслены на первом этапе стремительного прогресса и восхищения удивительными достижениями, которые принесли цифровые технологии. Вот лишь некоторые из них.

- Какова цель, приоритеты электронного издания?
- Что должен являть виртуальный музей: электронную копию реального музея или свободную трансформацию?
- Кто может, должен, имеет право на создание электронной версии: официальный владелец, специалист в данной области искусства - или любой желающий?
- Следует ли искать некую унификацию для представления музея, галереи, выставки в Интернете, стремиться к централизованному предъявлению национального изобразительного наследия - или предпочтительна

творческая свобода и автономное "самовыражение" самого небольшого музея?

- В каком варианте достигается максимальная эффективность модного сегодня портала: когда он конструируется как глобальный сайт или - как специализированная поисковая система, предлагающая быстрый доступ к распределенному информационному ресурсу?
- Наконец, как оценить многочисленные государственные и частные планы по созданию "сети культурного наследия": это шаг в информационный век - или явное архитектурное излишество?

Массовая культура основывается на доступности, привычности и рекламе. Важнейший результат, на который работают все механизмы, -- привлечение внимания, заинтересованность максимально широкого круга зрителей. Тогда направление развития электронного музея должно определяться, вероятно, тем, в каком варианте, формате он способен эффективнее популяризировать "классическое" изобразительное искусство в демократической аудитории.

Музей для всех

Главное преимущество электронного пространства - его вариативность, которая дает возможность настроить виртуальный музей в соответствии с распространенными вкусами, частными предпочтениями и настроениями. К реализации этой уникальной особенности следует, вероятно, стремиться при любых трансформациях виртуального музея для достижения стратегической цели -- привлечь и удержать массового зрителя.

Устойчивое, успешное восприятие достигается лишь при наличии эмоциональной поддержки. Конкретным условием интереса, без которого ощущение зрителя быстро переходят от начальной приподнятости к затуханию и завершаются отключением внимания, является оптимальный баланс - соотношение нового и известного из культурного опыта, привычного, банального.

Подобный оптимум определяется, главным образом, культурным багажом зрителя и его эмоциональной структурой, привычками, предпочтениями, которые необходимо выяснить для установления контакта с посетителем. Чтобы привлечь внимание зрителя, необходимо его понять, почувствовать. Принятая в социально-психологических исследованиях дифференциация посетителей по степени симпатии к изобразительному искусству и социально-демографическим показателям (уровень образования, род занятий, место жительства, пол, возраст) вряд ли способствует выявлению индивидуальности в силу жесткости и очевидной иерархичности такой системы.

Узнать зрителя, не упустить зрительский интерес возможно за счет корректно построенной программы взаимодействия "посетитель -- компьютер". В фокусе подобной процедуры -- постоянное отслеживание поведения и реакций зрителя: непрерывное уточнение персональных особенностей.

Процесс распознавания образа основан на последовательном его воссоздании: сначала из крупных модулей, которые затем усложняются, преобразовываясь в

структуру все более частных (2). В психологии этот процесс известен как конкретизация восприятия: "Каждая предыдущая ступень представляет психическое состояние более общего характера, а каждая следующая - более частного и дифференцированного" (1, 1).

Описанный принцип можно использовать как основу для распознавания культурно-эмоционального портрета типового зрителя. Процесс реализуется в периодической процедуре, каждый блок которой регулярно включает два типа взаимодействия "посетитель-компьютер".

Первый - выбор в ответ на четко поставленный вопрос (выявление общих эмоциональных установок, вкусовых предпочтений индивидуума).

Второй - осуществляется при движении пользователя по некоему контрольному участку экскурсии и предполагает оценку, уточнение сделанного выбора. Психологический портрет зрителя корректируется в зависимости от частоты обращения к справочным текстам, от количества открытых изображений, времени, потраченного на каждый информационный блок и т.п. Интерес посетителя к батальному жанру или осеннему пейзажу, анималистике или портрету проявит его темперамент и эстетическую ориентацию ярче, чем анкетные данные об образовании, профессии, месте жительства. Результаты коррекции определяют альтернативы, перед которыми зритель окажется на следующем этапе.

Третий - нерегулярный - тип взаимодействия активизируется в "критические моменты", когда фиксируется затухание внимания посетителя. Такое взаимодействие, нацеленное на устранение опасности потери контакта со зрителем за счет усиления интерактивности, запускается особой программной реакцией на поведение зрителя: одобрением, удивлением, вопросом, приглашением к диалогу, обмену мнениями, стимулирующими активность посетителя.

По мере накопления данных о зрителе возрастает возможность помочь ему в навигации за счет поддержания еще одного оптимума. Зрителю обязательно должна быть обеспечена комфортная вариативность на каждом этапе. С другой стороны, необходимо минимизировать количество ходов (каждый из которых включает тормозящие моменты: пауза для решения, клик, время ожидания), предлагая посетителю вместо серии шагов длинные видеоряды, сохраняющие выбранную (например, по эмоциональным критериям) версию экскурсии.

Успех конкретной трансформации виртуального музея определится мерой ее адаптивности, возможностью предугадать, предсказать зрительское настроение. Именно на этом пути можно найти тот баланс свободы посетителя и управления им, который обеспечит устойчивый контакт за счет корректных коммуникационных процедур, позволит найти индивидуальный ритм восприятия (текстового, визуального, музыкального ...), попасть в некий резонанс, чтобы сохранить зрительский интерес и усилить эффективность восприятия.

Культурный отбор

После обсуждения конкретных проблем взаимодействия "посетитель - компьютер" обратимся к общим вопросам, поставленным в начале текста. Прежде всего констатируем, что изобразительное искусство на сегодняшних дисках и сайтах - это китч (хотя и массовая экскурсия в музей классический, вероятно, явление того же рода). Но как отмечал Моль: "Система китча должна рассматриваться как демократическое искусство, которое фактически составляет 95% общего эстетического воздействия в обществе." (3, 280). Поэтому форма предъявления художественных электронных образов и должна быть ориентирована на массового зрителя, являя собой на "классическую" прививку на дереве "демократической" культуры.

В сегодняшнем, неустоявшемся, хаотичном наборе сайтов в глобальной сети предсказать конкретные формы будущего виртуального музея невозможно. Лишь само течение художественной, общественной, научной жизни осуществит отбор оптимальных форм. Но в соответствии с эволюционными представлениями порядок, красота неживой и живой природы рождается, кристаллизуются из первообразного хаоса. Те же принципы, вероятно, справедливы и для культуры.

Исходя из общих эволюционных посылок, можно заключить, что отбор будет тем эффективней, чем шире исходное разнообразие электронных композиций и виртуальных представлений, на которых отбор протекает. Поэтому приветствовать можно и камерные проекты, и глобальные порталы, способствующие популяризации искусства, нестесняющие свободу творчества и не препятствующие развитию альтернативных направлений.

Литература

1. Ланге Н.Н. Психологические исследования. - Одесса, 1903.
2. Марр Д. Информационный подход к изучению представления и обработки зрительных образов. - М.: Радио и связь, 1987.
3. Моль А. Социодинамика культуры. - М.: Прогресс, 1973.

Об авторе

Дриккер Александр Самойлович (1941 г. р.) - доктор философских наук, зав. сектором баз данных Государственного Русского музея (Санкт-Петербург), вице-президент АДИТ.

Закончил кафедру квантовой радиоэлектроники Ленинградского института точной механики и оптики, Аспирантуру Института проблем передачи информации АН СССР (Москва).

Автор работ в области физической теории информации, эволюции культуры, применения новых информационных технологий.

Государственный Русский музей представляет крупнейшее в России и в мире собрание национального изобразительного искусства. Коллекция (более 400 тысяч

экспонатов) - это древнерусская икона, живопись (от парсуны до Малевича), рисунок, гравюра, скульптура, произведения народного и декоративно-прикладного искусства.

Государственный Русский музей

Адрес: 191011, Санкт-Петербург, Инженерная ул. 4,

Телефон: (812) 311-18-89

Факс: (812) 552-17-40, 314-41-53,

E-mail: driker@russ-museum.spb.su, driker@usa.net

© Дриккер А.С., 2002