

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ МУЗЕЯ

А.С. Притуля, магистрант

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарёва
(Россия, Саранск)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-1-1-33-36

Аннотация. Современный музей активно использует в деятельности форматы мультимедиа для выразительного представления своих материалов, стремясь овладеть вниманием посетителя. Данная статья посвящена видео как одному из наиболее популярных и используемых форматов в онлайн-среде музея. Приводится обоснование популярности видеоматериалов, описаны их характеристики и достоинства, рассмотрены наиболее распространенные жанры видео. Отмечен переход музейного повествования к образно-сюжетному построению, ставшему возможным в связи с совершенствованием технико-технологических средств его создания.

Ключевые слова: видеолекция, видеоэкскурсия, визуальная культура, музей, мультимедиа, онлайн-среда, формат.

На сегодняшний день в систему онлайн-среды музея включается множество разнообразных форматов представления информации. Наиболее зрелищным из них наряду с современными интерактивными разработками является формат видео, имеющий особый вес в среде мультимедиа. В данной работе под термином видео мы подразумеваем какие-либо данные в формате видеозаписи [1, с. 84].

Выбор данного формата оправдан по ряду причин, главной из которых является текущая рыночная ситуация – музеям необходимо пользоваться современными технологиями и быть в русле трендов, чтобы привлекать аудиторию и функционировать как место проведения досуга. Логика продвижения распространяется как на физический музей, так и на его виртуальную форму. Наша цель – выяснить, почему формат видео приветствуется аудиторией и как именно музеи применяют его для решения своих задач в онлайн-среде.

В первую очередь обратимся к актуальным статистическим данным. Согласно исследованию компании Deloitte, посвященному медиапотреблению, более половины опрошенных подключаются к сети Интернет часто и на длительный период времени – это 63% пользователей компьютеров и 64% пользователей смартфонов соответственно, – и с каждым годом доля

пользователей с данной характеристикой продолжает расти [2]. Параметр продолжительности выхода в сеть Интернет подкрепляется данными о предпочтительном способе времяпровождения в сети: просмотр видеоконтента является самым популярным их них – на это указали 85% респондентов [2]. При этом видео пользуется успехом у представителей всех возрастов.

Согласно вышеприведенному исследованию, самым популярным интернет-ресурсом в СНГ является видеохостинг YouTube, что также указывает на популярность потребления информации именно в формате видео.

Популярность наглядного представления информации обусловлена преобладающей в современности визуальной культурой. Выделим несколько конкретных причин данного явления:

- 1) Повсеместная виртуализация, означающая воспроизведение реальности в ином пространстве – виртуальной среде;
- 2) Развитие программного обеспечения для работы с видео, упрощающего как просмотр, так и создание исследуемого формата данных;
- 3) Доступность высокоскоростной передачи данных в сети Интернет для широкого круга пользователей. Скачивание и просмотр файлов большого размера происходит практически мгновенно;

4) Преимущественно визуальное восприятие у человека: 80% получаемой информации является зрительной, и среди населения земли превалирует количество т. н. визуалов [3, с. 136].

Стоит подчеркнуть достоинства, присущие самому формату. Видео обеспечивает наглядность информации, позволяет применить дополнительные эффекты при монтаже материала и, таким образом, добавить экспрессии, расставить дополнительные акценты на ключевых моментах материала. Возможности нелинейного монтажа и режиссерские наработки способны придать посещению онлайн-среды музея особую, неповторимую атмосферу, эффект иммерсивности. Подобный эффект отмечен В.Д. Эвалльё на примере фильма «Эрмитаж. Снято на iPhone 11 Pro» [4, с. 605].

Видео позволяет глубже погрузиться в контекст, благодаря тому, что затрагивает сразу несколько органов чувств. Кроме того, формат видео может включать в себя субтитры и, таким образом, повышать доступность музея для людей с ограниченными возможностями. Всё вышперечисленное позволяет видео быть популярным на волне главенствующей сегодня визуальной культуры [5, с. 219]. Отдельно стоит отметить, что сегодня цифровые технологии позволяют добавить в видео интерактивные элементы, повышая долю развлекательной функции, что способствует захвату внимания посетителя музея. Однако не следует забывать, что видео для музея создается не только с развлекательной целью, но, в первую очередь, с намерением передать знания, и интерактивность является лишь возможным инструментом, а не основой в процессе создания ролика.

С учетом целей создания и компоновки материала предлагаем выделить два основных жанра видео в музее: видеолекция и видеозапись экскурсии.

Видеолекция – это многогранный жанр, наиболее распространенными видами которого выступают видеозапись «живой» лекции и студийная видеозапись с изложением научно-популярного материала [6, с. 193].

Отдельной, наиболее содержательной разновидностью видеолекции можно назвать видеозапись, включающий в себя не только повествование непосредственно от спикера, но и визуальный обзор предмета, архивные материалы, воссоздание действия, если речь идет о таких культурных ценностях, как обряды, обычаи и т. п. Видеозапись зачастую выступает одним из возможных элементов оцифрованного музейного предмета. Данный формат видео для показа в онлайн-среде требуется объемным экспонатам, например, скульптурам, для которых характерен круговой обзор [7, с. 421]. Особую актуальность он приобретает в случае представления сложных, многокомпонентных феноменов, для раскрытия смысла которых недостаточно лишь плоского изображения и текстового описания, например, может отразить объекты нематериального наследия. Видеозаписи чаще всего встречаются в военных и музыкальных музеях, например, видеозапись «Медвежий праздник» Музея музыки и фольклора, представленный на Арктическом портале [8].

Видеозапись дает возможность удаленно познакомиться с коллекцией музея и историей экспонатов в привычном формате, поскольку логика видеозаписи схожа с традиционным методом работы. Кроме положительных аспектов, общих для всей онлайн-среды музея, можно выделить индивидуальное получение информации пользователем, отсутствие таких коммуникативных барьеров, как шум толпы. Видеозапись также может включать в себя дополнительные материалы, поскольку у нее нет жестких ограничений по времени записи, в то время как живая экскурсия имеет обозначенный хронометраж. Положительной особенностью отмечается и возникающий при просмотре эффект «присутствия».

Музей с помощью указанных жанров дает возможность зрителю виртуально пройти по недоступным местам физического музея, например, хранилищу особо хрупких экспонатов, а также других ценных предметов, не вошедших в экспозици-

онные залы в силу ограниченности выставочного пространства.

Отметим, что это наиболее общие и условно стандартизированные жанры видео, однако в музейной среде встречаются и другие формы. Их наличие и использование во многом зависит от музейной тематики.

На сегодняшний день музейный видеоконтент отдельно и в совокупности с другими форматами является элементом формирования мультимедийных историй и проектов – в общем смысле слова рассказов, объединенных одной идеей, общей линией повествования. Этот переход к образно-сюжетному повествованию не остался незамеченным в научной среде [9, с. 62]. По сути, музеи всегда были повествователями, однако указанное изменение выводит коммуникацию с посетителем на новый уровень. Большое значение имеет тот факт, что, несмотря на следование тренду, в музейной среде основной смысл преподносимой аудитории информации гораздо реже подвергается искажению. Таким образом, музей с помощью видео транслирует в сети репрезентативную информацию об историческом и культурном наследии, что является одной из его современных задач.

Сегодня видео является наиболее востребованным типом контента как в он-

лайн-среде в целом, так и отдельно на примере музея, что подтверждается многочисленными исследованиями. Популярность видео обусловлена причинами, связанными с доминированием визуальной культуры в современном обществе, а также бурным развитием цифровых технологий и их широкой доступностью. Видео имеет явные преимущества перед другими типами форматов, в том числе важен тот факт, что оно может объединять и комбинировать их в себе.

Мы выделили два основных жанра видеоматериалов в онлайн-среде музея: видеолекцию и видеоэкскурсию, но также отметили, что существуют и другие, более специфические разновидности видеофайлов. Важной особенностью музейного видеоконтента является его первоочередная образовательная направленность. Силами работников музея в видеоматериалах сохраняются и концентрируются оригинальные культурные смыслы.

Видео может быть самостоятельной единицей в системе онлайн-среды, но все чаще используется в совокупности с другими форматами для создания уникальных проектов в рамках музея. Развитие в направлении «многослойных» историй является многообещающей тенденцией в медиа, что не обходит стороной и музейное сообщество.

Библиографический список

1. Информатика для гуманитариев: учебник и практикум для СПО / Г.Е. Кедрова [и др.]; под ред. Г.Е. Кедровой. – М.: Изд-во Юрайт, 2019. – 439 с.
2. Медиапотребление в России 2020 / Исследовательский центр компании Deloitte в СНГ. Октябрь 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/mediapotreblenie-v-Rossii-2020.pdf> (дата обращения: 16.11.2021).
3. Влияние психологических свойств личности на графическое воспроизведение зрительной информации / С.К. Быструшкин, О.Я. Созонова, Н.Г. Петрова [и др.] // Сибирский педагогический журнал. – 2017. – № 4. – С. 136-144.
4. Эвалльё В.Д. Произведение искусства в цифровом музейном пространстве // Художественная культура. – 2020. – №4. – С. 600-621.
5. Порозов Р.Ю. Визуальное как доминанта современной культуры // Политическая лингвистика. – 2011. – №2 (36). – С. 219-221.
6. Долгова Н.В. Жанр видеолекции в новых медиа / Мультимедийная журналистика: сб. науч. тр. Междунар-й науч.-практ. конф., Минск, 01–02 марта 2018 г. // под ред. В.П. Воробьева. – Минск: Белорусский государственный университет, 2018. – С. 192-196.
7. Сударикова Е.В. Взаимодействие музея и посетителя с помощью Youtube-канала // Жизнь Земли. – 2018. – Т. 40. – № 4. – С. 420-423.

8. «Медвежий праздник» (видеоэкспонат) / Арктический многоязычный портал. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://arctic-megapedia.com/blog/2021/04/05/медвежий-праздник-видеоэкспонат> (дата обращения: 07.12.2021).

9. Музей в цифровую эпоху: Перезагрузка / С.Э. Феоктисова, А.В. Михайлова, Д.В. Качуровская, П.О. Васильева. – М.: «Издательские решения», 2019. – 190 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mmbook-hse.ru/books/27/sections/198/> (дата обращения 22.11.2021).

THE USE OF VIDEO MATERIALS IN THE ONLINE ENVIRONMENT OF THE MUSEUM

A.S. Pritulya, *Graduate Student*
National Research Mordovia State University
(Russia, Saransk)

***Abstract.** The modern museum actively uses multimedia formats in its activity for expressive presentation of its materials, aiming to gain attention of the visitor. This article focuses on video as one of the most popular and used formats in the online environment of the museum. It explains the popularity of video materials, describes their characteristics and merits, and discusses the most common video genres. The transition of the museum's narrative to the metaphorical and storyline construction became possible in connection with the improvement of the technical and technological means of its creation.*

***Keywords:** video lecture, video tour, visual culture, museum, multimedia, online environment, format.*