



Культурология

УДК 06.064

М.А. Гойкалова

Т.Н. Фролкина

Гойкалова Марина Анатольевна, ведущий консультант отдела профессионального искусства Министерства культуры Краснодарского края (Краснодар, ул. Кирова, 3), e-mail: m.goikalova@mk.krasnodar.ru

Фролкина Татьяна Николаевна, организатор экскурсий отдела экспозиционно-выставочной деятельности Краснодарского краевого выставочного зала изобразительных искусств (Краснодар, ул. Рашпилевская, 32), e-mail: frolkina.tasha@yandex.ru

СОВРЕМЕННОЕ ВИРТУАЛЬНОЕ ВЫСТАВОЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО УЧРЕЖДЕНИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ 3D-ТУРА АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО МУЗЕЯ «ГОРГИППИЯ»

В статье уделено внимание виртуальному туру по территории археологического музея «Горгиппия», размещенному на самостоятельном ресурсе в сети Интернет, который создан в соответствии с целями и потребностями учреждения, а также его аудиторией.

Ключевые слова: виртуальный тур, виртуальная экспозиция, музей, экскурсия.

M.A. Goykalova

T.N. Frolkina

Goykalova Marina Anatolievna, lead consultant of department of professional art of the Ministry of culture of the Krasnodar region (3, Kirova st., Krasnodar),

e-mail: m.goikalova@mk.krasnodar.ru

Frolkina Tatyana Nikolaevna, organizer of excursions of the department of exposition and exhibition activities of the Krasnodar regional exhibition hall of fine arts (32, Rashpilevskaya st., Krasnodar), e-mail: frolkina.tasha@yandex.ru

MODERN VIRTUAL EXHIBITION SPACE OF KRASNODAR REGION INSTITUTIONS ON THE EXAMPLE OF THE 3D TOUR OF THE ARCHAEOLOGICAL MUSEUM «GORGIPPIA»

The article focuses on the virtual tour of the archaeological museum «Gorgippia», hosted on an independent resource on the Internet, which is created in accordance with the goals and needs of the institution, as well as its audience.

Key words: virtual tour, virtual exposition, museum, excursion.

Современное виртуальное выставочное пространство Краснодарского края представлено, прежде всего, ресурсами самых крупных учреждений музейного типа. Это определяется тем, что именно для них важна визуальная составляющая презентации своей деятельности и реализация просветительской функции. В Российской музейной энциклопедии дается следующее определение учреждениям музейного типа: «учреждения, исполняющие отдельные функции музея и практикующие свойственные музеям формы деятельности» [8].

Стоит оговорить, что в статье не предполагается рассмотрение аккаунтов в различных социальных сетях как представительств учреждения,

хотя отметим, что этот канал связи с аудиторией многими музеями выбирается как основной.

Виртуализация для музеев и библиотек как основных участников культурного процесса – это предоставление актуальной информации реальным и потенциальным посетителям, демонстрация коллекций и фондов, ведение онлайн-проектов (в том числе не относящихся к выставкам, например, конкурсов, образовательных и просветительских курсов и др.), служебные процессы (продажа билетов, запись в читальный зал и на экскурсии и т.д.). А для аудитории подобных учреждений это возможность познакомиться с культурными и историческими достопримечательностями края, прежде чем планировать их посещение; удобство нахождения необходимой информации (например, режим и часы работы). Крупные учреждения обладают возможностью реализовать самостоятельные проекты виртуальных представительств, в первую очередь, в силу большого объема фондов, наличия филиалов, а значит, разнообразия проектов и широты возможностей привлечения специалистов для сотрудничества. Отметим, что виртуальное представительство учреждения в сети Интернет предполагает не только поддержание его в рабочем состоянии (техническая сторона вопроса), но и обеспечение пополнения электронного каталога, публикацию актуальной информации о временных проектах, расширение возможностей, доступных пользователям (полноценное представление деятельности учреждения).

Примером такого ресурса является сайт Анапского археологического музея, который является «хранителем уникального объекта античного культурного наследия Юга России – археологического заповедника “Горгипсия”», в котором реализована «идея сохранить открытые при раскопках древние архитектурно-строительные комплексы, и сделать их доступным объектом туристского показа» [1].

Действительно, «Анапский археологический музей является хранителем античного историко-культурного наследия России, активно его

изучает и популяризирует, стремясь сделать достояние веков доступным каждому» – говорится на сайте учреждения [1]. Особенностью является Виртуальный музей, созданный на этом сайте. Он включает в себя несколько разделов: Отдел археологии (виртуальный тур создан с помощью 3D-сканирования), Отдел краеведения (виртуальный тур создан с помощью 3D-сканирования), виртуальные выставки («Терракота Горгиппии», «Почтовые марки о космосе», «Коллекция открыток “Цветы” 40–70-х гг. XX века») и раздел видеозаписей. 3D-тур по территории и отделу археологии музея и другой тур по отделу краеведения располагаются на стороннем ресурсе [9].

Описанные черты виртуального представительства в сети Интернет, на наш взгляд, в ресурсе присутствуют. Благодаря 3D-прогулке потенциальный посетитель получит представление о территории, коллекциях и экспозиции музея, что, безусловно, влияет на формирование реальной аудитории учреждения, а также построения его образа как открытого и приветливого к посетителям. Этот аспект относится к области маркетинга и SMM (social media marketing – маркетинг в социальных сетях, инструмент привлечения партнеров и покупателей в бизнес – *прим. авт.*), а поэтому чаще освещается в статьях специалистов. Однако в большинстве работ он отмечается как важный не только для бизнеса, но и для бюджетных учреждений.

В качестве примера мы рассмотрим Виртуальный 3D-тур по отделу археологии Анапского музея. Переходя в соответствующий раздел, посетитель видит небольшую подсказку по навигации с лаконичными пиктограммами, может вызвать дополнительную справку. Есть раздел с объяснением навигации и вкладка дополнительной справки, которая рассказывает обо всех функциях виртуального тура и дает возможность получить максимальное количество информации и составить визуальное представление о локациях реального музея.

Посетителю доступны три больших блока информации. Первый – это «Некрополь Горгиппии» и «Городище Горгиппия» – сам раскоп, находящиеся под открытым небом. В него входит «участок жилых кварталов

северо-восточной части античного города с хорошо сохранившейся планировкой домов эллинистического и римского времени и тремя древними мощеными улицами – Широкой, Северной и Поперечной, винодельческие комплексы римской эпохи, часть оборонительной цитадели позднеантичного времени» [1]. Они располагаются на «1 этаже» виртуального двойника.

Второй блок – это экспозиция «Античный город», знакомящая с материальной и духовной греческой культурой и устройством жизни того времени. Третий блок – это Мемориальный зал Матери Марии с фондовыми выставками. «Возвращение на Родину» посвящена Елизавете Юрьевне Кузьминой-Караваевой – Матери Марии (Скобцовой), поэтессе серебряного века, политическому, религиозному и общественному деятелю Юга России и русского зарубежья первой половины XX века. «До и после Горгиипии» – это дополнение к основной экспозиции об эпохе до возникновения и после гибели города. Наконец, выставка «Из глубины вод и веков» посвящена 60-летию начала подводных исследований боспорских городов.

Есть возможность выбрать автоматическое воспроизведение 3D-тура, чтобы в общих чертах осмотреть комплекс музея. Также доступен список отдельных локаций. В составе основных мест территории заповедника 23 точки – акценты, которые расставили создатели тура. Автоматическое воспроизведение можно поставить на паузу и осмотреться более внимательно, используя доступные инструменты, среди которых – вращение, масштабирование изображения, взгляд на план объекта.

Можно просмотреть план «этажа» и выбрать «этаж», то есть уровень высоты съемки, которая велась для подготовки тура, потому что постройки и музеефицированная часть памятника находятся на разных уровнях. Древние остатки построек расположены на первом, а современные постройки – на втором. Существуют отдельные локации, которые перенесут посетителя в обстановку подвала древнего дома с помощью нажатия на специальные иконки.

Автоматический 3D-тур предлагает посетителю начать со входа на территорию музея, осмотреть сначала павильон с фондовыми выставками («Из глубины вод и веков», «Возвращение на Родину»), затем локацию «Некрополь Горгииппии», осмотреть элементы архитектуры древнего города, затем «пройти» по законсервированной части заповедника [7], где располагаются фрагменты построек, открытые археологами.

Некоторые сопроводительные тексты, расположенные на стенах и специальных стойках около экспонатов, можно прочесть, приблизив изображение. Поэтому, даже не ознакомившись с текстами на сайте, посетитель поймет, чему посвящены выставки.

После окончания экскурсии авторы 3D-тура с помощью всплывающих на экране подсказок предлагают посетителю «пройтись самостоятельно», напоминая о возможности вращать, перемещать и масштабировать изображение, а также перезапустить экскурсию и поделиться найденным туром в различных социальных сетях через соответствующие иконки или скопировав ссылку. С помощью галочки в этом разделе можно акцентировать внимание на конкретном местоположении, которым хочет поделиться посетитель. Передвигаясь по обозначенным меткам, можно ориентироваться на территории тура по табличкам с названиями выставок на дверях павильонов.

С правой стороны экрана находятся функции «поделиться», «просмотреть в режиме VR» (виртуальной реальности – *прим. авт.*) и «просмотр в полноэкранном режиме».

Функциональные возможности 3D-прогулки довольно широки: просмотр модели объекта, перемещение между точками съемки в выбранном самостоятельно направлении, перемещение между «этажами». Также присутствует функция измерения расстояния между объектами.

Для реализации проекта 3D-тура команда Анапского музея сотрудничала с компанией VReal Space. На сайте компании дается определение 3D-тура, созданного по технологии Matterport: «это трехмерная

виртуальная копия вашего пространства, в которой посетитель не ограничен в перемещении и может интерактивно взаимодействовать с ней на экране своего устройства (компьютер, смартфон, планшет, VR-очки (очки виртуальной реальности – *прим. авт.*)), вследствие чего он получает полноценную картину вашего объекта» [2]. Продукт Matterport – это «универсальная платформа 3D-данных, разработанная компанией Matterport, позволяет любому превратить пространство в точный и захватывающий цифровой двойник (digital twin), который можно использовать для проектирования, строительства, эксплуатации, продвижения и понимания любого пространства» [6]. Цифровой двойник – это визуально захватывающая, точная и интерактивная 3D-модель реального пространства. Примерами 3D-туров, созданных по этой технологии, могут служить многие проекты по всему миру [4].

Для создания 3D-туров используются трехмерные лазерные сканеры со встроенными фотокамерами, способные «производить множество замеров и фотографий, а затем объединять в их интерактивную трехмерную модель», сканеры, «предназначенные для измерения расстояний и углов по полученному в процессе сканирования массиву точек и окружающих объектов», а также алгоритмы виртуального интеллекта [5].

Несмотря на общее положительное впечатление от 3D-тура, считаем необходимым отметить трудности, с которыми столкнулись, используя этот музейный продукт.

1. На странице ресурса существуют проблемы с переводом с английского языка – при открытии вкладки виртуального тура браузер автоматически предлагает перевести страницу, хотя основной текст появляется перед пользователем на русском языке. Однако некоторые названия, например, space – «пространство», переводятся некорректно.

2. При просмотре дополнительной информации можно столкнуться с техническими ошибками или неточностями, разными названиями, служебными категориями, которые не должны быть видны пользователю.

3. В качестве описания некрополя Горгиппии предложено видео, но воспроизведение не происходит вследствие неизвестной ошибки.

4. При нажатии на значок ресурса YouTube открывается его начальная страница, а не прикрепленное видео. Возможность прикрепления любого медиафайла была бы полезна, особенно с учетом того, что музей располагает качественными и интересными видеореконструкциями древнего прошлого территории [3].

5. Точка локации павильона фондовых выставок стоит на конкретном объекте внутри одного из залов, что не дает возможности посетителю начать осмотр сначала.

6. Аннотации, которые можно сопроводить любыми медиафайлами и ссылками, направляющими посетителя в нужную часть сайта, представлены очень скудно.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что создание высокотехнологичных 3D-туров для учреждений культуры начало входить в обиход. В условиях повышенных требований посетителей к визуальной составляющей деятельности учреждений культуры в сети Интернет нельзя не согласиться с преимуществами этих продуктов, перечисленными на сайте компании VReal Space, реализовавшей проект для «Горгиппии»:

1. «Экономия времени и ресурсов (дистанционный доступ к объекту позволит сократить временные и финансовые ресурсы заинтересованных сторон).

2. Эффективность коммуникации (виртуальная презентация позволит всем участникам <...> быть в едином информационном поле).

3. Эффективность маркетинг-кампаний (каналы привлечения целевой аудитории позволят уникальным способом презентовать лучшие качества услуги или пространства).

4. Информативность (с помощью информационных аннотаций виртуальная копия вашего пространства становится интерактивной средой, в

которой посетитель может передвигаться без ограничений и изучать предоставленную ему информацию).

5. Вовлеченность (виртуальный тур увеличивает вовлечение аудитории, что позволяет удерживать внимание и переводить посетителя на нужный этап взаимодействия).

6. Удобство (виртуальный тур можно разместить на сайте, и посетитель отправится в виртуальную прогулку на любом удобном устройстве – компьютере, планшете и т.д.)» [2].

Таким образом, создание трехмерных моделей историко-культурного наследия с высоким качеством изображения и полноценных 3D-туров по территории и экспозиции музеев будет способствовать цели просвещения и повышения культурного уровня населения, а также налаживанию маршрутов внутреннего туризма.

Размещение таких музейных продуктов на сторонних ресурсах, созданных по индивидуальному проекту для музеев, является приоритетным по отношению к использованию аккаунтов в социальных сетях, так как определяет большую творческую и техническую свободу для авторов 3D-туров, не зависит от политики социальных сетей и обладает широким спектром технических возможностей.

Список используемых источников:

1. Анапский археологический музей: [сайт]. – URL: <https://museumanapa.ru/> (дата обращения: 20.09.2022).
2. Главная страница / VReal Space: [сайт]. – URL: <https://vreal-space.ru/> (дата обращения: 14.10.2022).
3. Горгиппия: [сайт]. – URL: <http://gorgippia-antiqua.ru/> (дата обращения: 20.09.2022).
4. Исследуйте виртуальный тур / Matterport: [сайт]. – URL: <https://matterport.com/discover/> (дата обращения: 17.10.2022).

5. Наши технологии / VReal Space: [сайт]. – URL: <https://info.vrealspace.ru/technology/> (дата обращения: 14.10.2022).
6. О нас / Matterport: [сайт]. – URL: <https://matterport.com/about-us> (дата обращения: 17.10.2022).
7. Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации: Федеральный закон № 73-ФЗ от 25 июня 2002 года (принят Государственной Думой 24 мая 2002 года, одобрен Советом Федерации 14 июня 2002 года) // Pravo.gov.ru: [сайт]. – URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102076756&ysclid=lgr487r72s503670407> (дата обращения: 10.10.2022).
8. Учреждения музейного типа / Словарь музейных терминов // Музеи России: [сайт]. – URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?152> (дата обращения: 08.10.2022).
9. 3D тур. Археологический музей Горгиппия // Matterport: [сайт]. – URL: <https://my.matterport.com/show/?m=pJVa4sUBu3g&play=1> (дата обращения: 10.10.2022).