

Джерела та література

1. Ярошенко Т. Відкритий доступ – шлях до присутності України у світовій науковій спільноті / Тетяна Ярошенко // Вища школа. – 2011. – № 3. – С. 47–51.

2. Бруй О. Інституційні репозитарії в Україні та світі: тенденції розвитку / Оксана Бруй. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/OksanaBruy1/institutional-repositories-in-ukraine-and-the-world-trends-of-development>. – Назва з екрана.

3. Про рекомендації парламентських слухань з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні : Постанова Верховної Ради України від 01.12.2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3175-15>. – Назва з екрана.

4. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 рр. : Закон України від 09.01.2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/537-16>. – Назва з екрана.

Оніпко Тетяна – д.і.н., проф.;
Семергей Наталія – к.і.н., доц.
м. Полтава

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ

З появою медіа та Інтернету роль музею в суспільстві суттєво трансформувалася. Нині основні функції поширення культури, що належали раніше музеєві, перейшли до засобів масової інформації (преси, телебачення й Інтернет). Водночас відбувається зростання ролі музею і музейних мереж у справі глобальної «трансляції» культурної спадщини. Таку «трансляційну» функцію сучасні музейні установи світу набули із повсюдним запровадженням новітніх музейних технологій.

Наприкінці ХХ ст, почався так званий «музейний бум в Інтернеті». Протягом 70–80-их рр. ХХ ст. в Америці, Англії, Франції почалось розроблення онлайн-музейних систем інформації. На початку 1980-их років Міжнародна рада музеїв (ICOM) заявила про необхідність широкого впровадження інформаційних технологій у діяльності музеїв. У 1990 р. у європейському дослідницькому центрі CERN була розроблена система WWW (World Wide Web, у перекладі з англійської «всесвітня павутина»). Впровадження в Інтернеті системи WWW на початку 90-их рр. ХХ ст. привело до виникнення величезних за обсягом інформаційних ресурсів музейного характеру, вивело музейну комунікацію на глобальний рівень. У квітні 1995 р. до світового ринку інформації ввійшов Інтернет-сайт Міжнародної ради музеїв.

Протягом останніх двох десятиріч тисячі музеїв світу створили свої цифрові версії, більшість яких приєдналися до мережі Інтернет. Серед них – рекламні Web-сторінки або Web-сайти будь-якого музею; пошукові музейні

каталоги, електронні брошури музеїв; віртуальні колекції у цифровому варіанті за окремо взятим автором, напрямом, жанром мистецтва та ін. На ринку мультимедійної продукції було представлено CD-ROM, DVD й інші версії провідним музеїв світу чи окремої частини фонду одного або декількох музеїв одразу.

Щорічно на міжнародних конференціях музейних працівників обговорюються загальні тенденції розвитку інформаційних технологій та відбувається обмін досвідом роботи. Особлива увага приділяється національним програмам у галузі інформатизації музейної справи. Впродовж останніх років активно поширюються міжнародні проекти, що гармонізують і уніфікують національні програми різних країн у сфері створення й використання музейних інформаційних ресурсів. Нині активно діє єдина європейська мережа комп'ютерних зображень Museum On Line, а також стандартизований пакет сервісних програм інформатизації музеїв світу.

Музеї по всьому світу використовують мережу Інтернет насамперед як комунікативний засіб: поширення інформації про колекцію, експозиції музею, тематичні екскурсії, лекції, роботу з відвідувачами та ін. Мережа дає змогу підтримувати постійний зв'язок з міжнародними музейними організаціями, першою чергою з Міжнародною радою музеїв, яка функціонує під егідою ЮНЕСКО. Успішні музеї світу вже давно мають свої представництва в Інтернеті – інтерактивні веб-сайти, де можна отримати інформацію про склад фондів й експозиції, години роботи музею і його нових виставок тощо.

Статистика останніх років, яка оперувала такими показниками, як популярність музею серед віртуальних і реальних відвідувачів, престижність музею, поінформованість суспільства про існування та діяльність музею, переконливо довела: в інформаційному суспільстві успішно конкурують з іншими закладами індустрії дозвілля ті музеї, які максимально повно й широко розповсюджують інформацію про себе. Наприклад, збираючись у туристичну подорож до Європи пересічний громадянин України має змогу зазирнути в Інтернет і переглянути тур-сайти із загальною інформацією про ту чи іншу країну та її музеї, наприклад, про Союз національних музеїв Франції з тисячами яскравих зображень наявних у них шедеврів. Без сумніву, такий сайт не може не зацікавити, тож у потенційного туриста вже в процесі інформаційної підготовки до майбутньої подорожі виникає непереборне бажання опинитися в тому чи іншому європейському музеї.

Європа зацікавлена й готова прийти в Україну з пакетом нових інформаційних технологій гуманізації та демократизації нашої національної музейної спадщини як складової глобальної культурної спадщини людства. На сьогодні в Україні загалом існує 4 тис. музеїв різного статусу і спеціалізації [1]. Музейні установи України в умовах

задекларованого державою євроінтеграційного курсу не мають права існувати й розвиватися поза спільноєвропейським інформаційно-культурним простором. Українським музеям нині вкрай необхідно динамічно наздоганяти своїх європейських колег і активно включитися у реалізацію спільних музейно-інформаційних проєктів.

Наразі дуже важко дати максимально об'єктивне визначення місця українського музеєтворення в світовому інформаційному ринку глобальної мережі. Принагідно згадаємо, що в 2002 р. Кабінет Міністрів України затвердив «Програму розвитку музейної справи на період до 2005 року», в якій була прописана підтримка з боку держави у справі імплементації новітніх інформаційних технологій (НІТ) у музейний сектор нашої країни. Тоді йшлося про необхідність активного впровадження в діяльність музеїв автоматизованих інформаційних технологій, зокрема створення комп'ютерної бази даних для проведення реставраційної наукової експертизи музейних фондів.

За останні п'ятнадцять років музеї України почали активно приєднуватися до глобальної мережі Інтернет. Так, за даними порталу «Музейний простір України», своє представництво в Інтернеті нині мають більше ніж 200 українських музеїв [2]. Деякі українські електронні музейні версії, наприклад – Музей історії Києва, Києво-Печерська Лавра, Віртуальний музей історії комп'ютерної науки й техніки та деякі інші, виконані на високому професійному рівні. Привертають увагу такі українські культурні сайти, як наприклад, – [www. antiq.com.ua](http://www.antiq.com.ua), на якому його організатори пропонують проєкт: «Усі музеї України – в Інтернет», що передбачає можливість безкоштовного розміщення інформації про будь-який музей України.

Важко уявити сьогодні дослідницьку діяльність без використання інформаційних сайтів Міжнародного комітету історичних наук, Українського міжмузейного центру та ін. Одним з найбільших українських культурологічних ресурсів в Інтернеті можна вважати сайт, створений у 1999 р. під назвою «Пам'ятки України». Офіційний сайт фундації «Культурна спадщина України» містить віртуальний музей історії трипільської культури, виставку експонатів музею. Серед відомих зразків музейних сайтів варто назвати такі: інформаційний сайт із сучасного українського мистецтва «Генератор», сайт «Мистецтво Слобожанщини» тощо. Особливо привертає увагу портал «Музейний простір України», головним завданням якого є мобілізація інтелектуального ресурсу музейної спільноти для розв'язання системних проблем музейної галузі (<http://prostir.museum/>). У березні 2006 р. в Інтернеті була зареєстрована громадська платформа «Український центр розвитку музейної справи». Головним завданням центру є розв'язання системних проблем музейної сфери. Всі бажаючі мають можливість доступу до вказаної платформи завдяки соціальній мережі «Facebook».

Нині кожен український музей прагне зайняти своє почесне місце у всесвітній інформаційній мережі. Але треба зазначити, що цей процес в Україні відбувається вкрай повільно з економічних причин, хоча й підтвердив у світі свою перспективність. Однак ми знаходимося тільки на початку процесу модернізації музейного сектора держави. На сьогодні музеї України, як хранителі культурних цінностей і шедеврів мистецтва, потребують інформаційної підтримки та яскравої реклами. Піклуючись про власний імідж, у музеях створюють web-сторінки з детальною інформацією про експозиції. Однак не в усіх українських музеїв, на відміну від західних, сьогодні є власні сайти. До того ж більшість з адрес українських музеїв в Інтернеті не претендують бути так званими «віртуальними музеями», а є лише стислими, текстовими рекламно-інформаційними сторінками в мережі.

Досліджуючи таке нове явище культури, як «віртуальний музей», ми передусім маємо на увазі відомі світові зразки цифрового музеетворення, наприклад: Ермітаж, Лувр, Метрополітен-музей, тобто дуже коштовний продукт зусилля кращих спеціалістів. Спроби створити «віртуальний музей» зроблено і низкою українських музеїв. Наприклад, Національний художній музей України має свій сайт в Інтернеті. Сайт не лише містить інформацію про зміст експозиції музею, постійно діючі виставки, музейні новини, але й «віртуальний тур» по залах цього закладу [3].

Сучасні технології відкривають широкі можливості для організації віртуальних інтерактивних презентацій та виставок, зокрема у режимі on-line. Завдяки новим технологіям стає можливою демонстрація тривимірних об'єктів за допомогою будь-якого комп'ютера, з'єданого з Інтернет. В Україні першим таким унікальним програмним продуктом є «Віртуальна екскурсія. Музей імені Богдана та Варвари Ханенків», котрий є на диску і його можна знайти в Інтернеті, за адресою www.3dart-studio.com. Програма має два режими. Перший – це віртуальний гід: демонстрація найцікавіших експонатів колекції; другий – вільний огляд: самостійне пересування по залах Східної колекції музею. Програмний продукт простий у використанні й має дві версії – українську та англійську [4].

Принагідно згадаємо, що користувачі Інтернету – це здебільшого люди молоді, тобто ті, для кого вибір – піти в музей чи у бар – зважується часто безпосереднім враженням від побаченого чи почутого і для кого часто буває зовсім не зайвою елементарна інформація про саме існування якого-небудь музею, хоча він може бути тричі знаменитий, уже не кажучи про з'ясування його місця розміщення й складу його колекції. Та навіть для переконливих поціновувачів музеїв постійно оновлювана інформація про новини виставкового і культурно-масового життя знайомого з дитинства музею, прочитані в Інтернеті, відіграє визначальне мотиваційне значення при виборі їхніх планів на проведення дозвілля у найближчі вихідні. В інформаційно перенасиченому ХХІ ст. діє безкомпромісна формула:

«Якщо музею немає в Інтернеті чи на шпальтах туристичних довідників-путівників – його взагалі немає» [5, с. 72].

Чи здатна сьогодні держава в достатньому обсязі профінансувати сучасні потреби музеїв у сфері новітніх інформаційних технологій? Якщо підрахувати собівартість такої роботи, як науково-обліковий опис музейних предметів України, що має за індексом близько 10 млн. одиниць, з метою створення електронного каталога, то вийде астрономічна сума в десятки, навіть сотні млн. гривень. До того ж потрібно пам'ятати, що понад 40% загальної кількості музейних предметів України потребують негайного реставраційного втручання. Таким чином, держава передусім спрямовує зусилля на збереження, так би мовити, фізичного стану своєї музейної мережі [6].

Існує вражаючий дисбаланс між ситуацією з музейними цінностями в Україні та можливостями новітніх інноваційних технологій. Тож назріла необхідність створити в Україні спеціальний загальнодержавний музейний орган, що має поєднати в собі функції науково-дослідницької, маркетингової, координуючої діяльності. Мова йде про налагодження довгострокових стосунків музеїв з представниками ділових кіл, сфери туризму й освіти, різними закладами, представниками влади, вченими, митцями, колегами із закордону. В Україні, на жаль, не розвинута система електронних платежів. Майбутній відвідувач музею не може замовити квитки через Інтернет. За кордоном існує і така послуга, як купівля сувенірів та різної атрибутики музею в електронних магазинах музею, що поки що теж нам не доступне [7, с. 7].

Отже, час інформаційно-технологічних змін висуває нові вимоги до музеїв, що вимагає подальшого впровадження інноваційних технологій; використання музейного менеджменту, маркетингу; застосування новітніх інформаційних технологій; створення віртуальних музеїв. Застосування новітніх технологій у музейній теорії та практиці сприятиме оптимізації діяльності вітчизняних музеїв, поглибленню їх міжнародного співробітництва.

Джерела та література

1. Кузьмук О. Стан та шляхи модернізації музейного менеджменту в Україні / О. Кузьмук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.old.niss.gov.ua/Monitor/oktober08/2.htm>.
2. Лук'янець Н.М. Сучасні інформаційні технології як складова музейного менеджменту /Н.М. Лук'янець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.conference.nbu.gov.ua/report/view/id/396>.
3. Національний художній музей України. Головна сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.namu.kiev.ua/>.
4. Музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.museum-ukraine.org.ua>.

5. Знаменський А.В. Модернізація музейної діяльності / А.В. Знаменський // Довідник керівника установи культури. – 2003. – № 10. – С. 68–74.

6. Черченко О. Світові та українські музеї в умовах інформаційно-комп'ютерного суспільства / О. Черченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dspspace.nbuv.gov.ua/.../08-cherchenko.pdf?...1>.

7. Піоро В.І. Програмне забезпечення музейного обліку: проблеми вибору /В.І. Піоро // Український музей. –2005. – № 1(3). – С. 6–7.

**Білан Наталія, Мірошник Оксана
м. Полтава**

МУЗЕЙНА ПЕДАГОГІКА В ІСТОРИЧНОМУ МУЗЕЇ (ІЗ ДОСВІДУ РОБОТИ ДЕРЖАВНОГО ІСТОРИКО- КУЛЬТУРНОГО ЗАПОВІДНИКА «ПОЛЕ ПОЛТАВСЬКОЇ БИТВИ»)

Музеї у сучасному світі не обмежуються лише освітньо-виховними завданнями, а стають одними з головних чинників світової економічної стратегії в туристичній галузі. Це сприяє розвитку системи створення нових програм і форм музейної діяльності, однією з яких є музейна педагогіка.

Поняття «музейна педагогіка» було сформоване та введене в науковий обіг на початку ХХ ст. у Німеччині й пов'язане з іменами А. Ліхтварка, А. Рейхвена, Г. Фройденталя. У 1913 р. на конференції «Музей як освітній та виховний заклад» (м. Мангейм) А. Ліхтварк першим сформулював ідеї про освітнє значення музеїв і запропонував новий підхід до відвідувача як до учасника діалогу. Впровадивши в практику метод «музейних діалогів», він уперше показав роль музейного працівника як посередника, котрий допомагає відвідувачам у спілкуванні з мистецтвом [1, с. 25].

Об'єктом пильної уваги сучасних музейних закладів стали питання про форми й методи організації культурно-освітньої діяльності музею, можливості використання новітніх педагогічних технологій у музейному середовищі [2], розроблення й механізми реалізації освітніх програм у просторі музею [3].

Колектив ДІКЗ «Поле Полтавської битви» розробив власну музейно-педагогічну програму «Доторкнись до історії», розраховану на 4 вікові категорії: 1) вихованці дитячого садка, 2) учні початкових класів, 3) учні середніх класів, 4) старшокласники і студенти. Програма створена з урахуванням найважливіших принципів музейної педагогіки: поєднання теорії з практикою, системність, спадковість, доступність, наочність, науковість. Будь-яке заняття проводиться із використанням музейних предметів.