

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОГО МУЗЕЙНОГО ПРОСТОРУ

Маньковська Р.В., канд. іст. наук, старш. наук. співр.
(Інститут історії НАН України)

Музей як багатофункціональний соціокультурний механізм спрямований на збереження історико-культурної спадщини, дослідження музейних пам'яток, разом з тим проводить значну науково-просвітницьку діяльність, здійснює експозиційну роботу, формує музейний простір у суспільстві, специфічний за своїми методами та змістом. Поряд із традиційними формами музейної діяльності, такими як експозиційно-виставкова, просвітницько-освітня, видавнича, в умовах інформаційно-технологічного розвитку з'являються сучасні способи взаємодії музею і суспільства, спрямовані на розширення музейного простору та сфери впливу закладів культури серед громадськості.

Бурхливий розвиток інформаційних технологій, що базуються на використанні комп'ютерів та телекомунікаційних систем, спонукає музеї переходити до більш перспективних форм діяльності, втілювати сучасні засоби і методи інформатики у музейній роботі, що надає їй значні переваги. Автоматизована інформаційна система в сучасному музеї — це складний комплекс; для кожного музею функціональна структура створюється індивідуально, виходячи із особливостей колекцій та конкретних можливостей, формуються бази даних за основними колекціями, відпрацьовуються шляхи взаємодії користувача і комп'ютера [10, 49-52]. Починаючи з 1990-х рр. вітчизняними музеями засвоюються інтерактивні технології, які пропонують відвідувачу самостійно, вільно і творчо проявляти себе і взаємодіяти у музейному просторі, змодельованому музейниками.

Інтерактивні технології відкривають можливості креативним відео шоу, панорамним проєкціям, віртуальним реальностям, аніматронікам тощо [7,

111-117]. У музеях широко використовується сучасна технологія – голографія, об'ємне зображення предметів на фотопластинці (голограмі) за допомогою випромінювання лазера, внаслідок чого відвідувачі можуть ознайомитись з об'ємними зображеннями експонатів, які знаходяться в інших музейних колекціях, створюються виставки голографічних зображень.

Значно збагатили можливості музею прийняття інноваційних рішень, застосування 3D технологій. Впровадження у музейній галузі інтерактивних проєкцій, 3D зображень, 3D сканувань дають можливість відтворити пам'ятку, місце її знаходження, ознайомити відвідувачів музею з соборами, храмами, іншими історичними будівлями, які були пошкоджені чи зруйновані. Інтерактивна проєкція 3D-зображення людини в натуральну величину також стає популярною в музейному просторі. Наприклад, в історичному музеї Дніпропетровська діє експериментальна програма – електронний гід: голограма дівчини, яка 2,5 хвилини розповідає відвідувачам загальні відомості про експозицію, зали і персоналії. Співробітники музею вивчають реакцію відвідувачів на нововведення та планують збільшити кількість інтерактивних гідів до десяти – по одному в кожному залі музею. Технологія інтерактивності приваблива не тільки для відвідувачів, але стає основною тенденцією розвитку музеїв.

Перспективним напрямом у розвитку музейництва є використання Інтернет технологій, що відкривають широкі можливості для діалогу музею з відвідувачами, ознайомлення їх з матеріальним і духовним культурним надбанням, розширення міжмузейних контактів. В Інтернеті представлено декілька тисяч музеїв світу [9, 83-97]. Відрізняючись

змістом і якістю виконання, музейні сайти набувають все більш інтерактивного характеру, включають основну інформацію, притягують глядача до спілкування з музеями через анімовані плани і схеми, відеопанорами, зручні пошукові системи, ігри, чати, он-лайнову торгівлю квитками, книгами, сувенірами тощо.

Проте, більшість музейних сайтів представляють собою короткий путівник музеєм, іноді доповнений новинами про поточні та майбутні виставки. При цьому частіше за все на сайті представлені історія музею, інформація для відвідувачів, постійна експозиція та виставки – рідше, освітні програми і наукова інформація – в одиничних випадках.

Українські музеї тільки починають використовувати такий новий сервіс на своїх сайтах як віртуальна екскурсія, як додатковий спосіб підвищити відвідування веб-сайту музею, запропонувавши користувачеві унікальну подорож, наприклад, екскурсію по фондах, освітні програми для школи тощо.

Інтерес викликають проекти в Інтернет: Museum on line (www.museums-on-line.com) та Combis (www.corbis.com), що дають можливість огляду широкої бази даних з високоякісними зображеннями шедеврів світових музеїв та приватних колекцій, а при необхідності, за окрему платню, замовити слайд або файл із зображенням, що сподобалось [10, 58].

Фахове представлення музею в мережі Інтернет сприяє його інтеграції у систему українських і зарубіжних профільних закладів, відкриває додаткові можливості для презентації своїх колекцій, активізує процес обміну професійною інформацією, розширює можливість залучення нових ресурсів ззовні музейної системи, поєвнює розвиток музею, створює експериментальний майданчик для музейного проектування, розробки різних музейних моделей [7, 115-117].

У Британському музеї останні двадцять років особливо прискіпливо вивчають проблему впливу експозиції

на відвідувача, який відгук і що саме зацікавило відвідувача у музеї. Як відзначає голова відділу освіти та взаємодії з глядачами Британського музею К. Мазда, музею необхідно враховувати технологічні зміни у суспільстві та активно використовувати їх у своїй роботі. Проте, досвід роботи інтерактивного центру музею, відкритого 2009 р. у Британському музеї засвідчує про перевагу у експозиції автентичної пам'ятки, яка викликає більш емоційні відчуття у відвідувача.

На сайті музею розмістили віртуальну експозицію, якою запрошують відвідувачів до музею, а університети можуть використовувати експонати у навчальному процесі. Віртуальний показ дає можливість розглянути музейну річ більш детально, поєднати музейні предмети із різних музейних збірок, які знаходяться в інших державах. Щоб привабити відвідувачів до музею, фахівці Британського музею вирішили поєднати минуле із сучасним, запросивши відомого художника Г. Перрі створити креативну виставку, яка допомагає усвідомити своє місце у цьому світі, впливає на духовне життя людини [1, 14]. Використання фантастичних можливостей і переваг цифрових об'єктів у музейній галузі має великі перспективи, зокрема сприятиме розвитку музейного простору, налагодженню змістовного діалогу між музеєм і суспільством.

В Україні з метою розширення музейного простору та активного обміну інформацією між музеями у 2004 р. громадською організацією Центр розвитку музейної справи було започатковано низку важливих проектів: з'явилося спеціалізоване періодичне видання на музейну тематику «Український музей», у 2005 р. розпочав роботу єдиний у країні Інтернет-портал «Музейний простір України», згодом доповнений інформацією краєзнавчого характеру, докладним описом регіональних пам'яток та визначних місць, рекомендаціями щодо їх відвідування для усіх шанувальників вітчизняної історії та культури [Поточний архів Націона-

льної спілки краєзнавців України]. Діяльність Центру спрямована на координацію роботи провідних музейників, пам'яткоохоронців, краєзнавців країни, надання різнобічної підтримки у їх професійній роботі.

У 2006 р. Центр став одним із організаторів Всеукраїнської рейтингової акції «Музейна подія року», покликаної відзначати найцікавіші та найперспективніші досягнення вітчизняних музеїв, сприяти популяризації їх роботи. З 2007 р. Центр розпочав роботу над створенням Музейного ресурсного центру, формування спеціалізованої музейної бібліотеки з різних питань теорії та практики музейної, пам'яткоохоронної роботи, реалізуються заходи, спрямовані на презентацію виставок, музейних видань, конференцій, проведення освітніх семінарів та тренінгів за участю зарубіжних та вітчиз-

няних фахівців музейної справи. Центр розвитку музейної справи продуктивно розвиває музейний інформаційний простір в українському суспільстві.

Музеї, як центри науки і культури, наділені важливим потенціалом не лише збереження та дослідження культурної спадщини, але, як соціальні інституції, допомагають утвердженню духовних засад суспільства. Формування сучасного музейного простору здійснюється специфічними музейними засобами, проте, виклики сьогодення вимагають розвитку поряд із традиційними актуальних напрямів діяльності музею, використовуючи новітні інформаційно-комунікаційні технології у своїй роботі. Розгортання середовища, яке формується музеями, сприяє зміцненню ролі музейних установ у соціокультурному просторі та посилює їх вплив на сучасне суспільство.

ЛІТЕРАТУРА

1. Десятерик Д. Ксерокс Мазда: «Хай вас скеровує не технологія, а те, що ви хочете сказати»//День. – 2013. – 1-2 лютого. – С.14.
2. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. — Минск, 1997. — С. 302-338.
3. Ляськова Л.С. Сучасні форми та методи рекламної роботи музею // Національний музей історії України: його фундатори та колекції. — К., 1999. — С. 169-174.
4. Капустіна Н.І. Деякі аспекти роботи з музейною аудиторією (з досвіду роботи Дніпропетровського історичного музею ім. Д.І. Яворницького) // Сучасний музей: міжскарбницею та підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. – Львів, 2008. – С. 99 – 102.
5. Лошак Ю.М., Кошечеева Е.Л., Гумин М.Я. Система комплексной автоматизации музеев КАМИС // Музеи Москвы и музееология XX века (Тезисы научной конференции). — М., 1997. — С. 84-87.
6. Маньковська Р.В. Музеї України в інформаційному просторі: досвід та перспективи// Історія України. Маловідомі імена, події, факти. Вип. 11. – К., 2000. – С. 214 – 221.
7. Матт Г., Флатц Т., Льюдерер Ю. Культура і гроші. Музей – підприємницька діяльність. Практичний порадник. – К., 2009. – 173 с.
8. Мюллер-Штратен К. Маркетинг та PR: 15 смертних гріхів музеїв і як їх потрібно уникати.// Сучасний музей: міжскарбницею та підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. – Львів, 2008. – С.36 – 46.
9. Наседкин К.А. Локальная сеть и Интернет в музее // Компьютеризация в музеях. — М., 1997. — 123 с.
10. Ноль Л.Я. Компьютерные технологии в музее. Учебное пособие. - М., 1999. -137 с.
11. Прокопенко Є.В. Музей та засоби масової інформації на сучасному етапі // Музей на межі тисячоліть. — Дніпропетровськ, 1999. — 369 с.
12. Советникова С.И. Компьютерный учет новых поступлений // Музейні читання. Матеріали наукової конференції Музею історичних коштовностей України. — К., 1998. — С. 123-129.
13. Щеколдина Н., Строчай О. Создание автоматизированной информационной системы исследований украинской печатной графики в собраниях Украины // Музей на рубежі епох: минуле, сьогодення, перспективи. — К., 1999. — С. 44-45.
14. Янковский А.А. Музей в период перемен // Музей на межі тисячоліть. — Дніпропетровськ, 1999. — С. 35-36.