

базується на активній поведінці музейної аудиторії, характеризуються високим комунікаційним потенціалом та дозволяє привертати максимальну увагу відвідувачів до музейних предметів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вихор О. Інтерактивний музей для кожного // Музейний простір. – 2012. – № 6. – С. 50–51.
2. Галкина Т. В. Основы классификации музейно-педагогических форм в российских музеях // Вопросы музеологии. – 2011. – № 2. – С. 145–153.
3. Гетти: что если предметы искусства просят нас ответить движением [Электронный ресурс] // МАРТ. Технологии и маркетинг для музеев. – 2014. – Режим доступа: <http://mart-museum.ru/2014/09/30/getty-museum-move-project/>.
4. Де Плюм Д. Американський досвід у французьких музеях // Музейний простір. – 2014. – № 4 (14). – С. 32–33.
5. Караманов А. В. Организация интерактивной музейной среды: от методов к моделям // Вопросы музеологии. – 2012. – № 2 (6). – С. 171–178.
6. Кацаника Э., Кацариду И. Ролевые игры как форма культурно-образовательной деятельности музея (на примере Музея византийской культуры в Салониках) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://scholar.google.com.ua/scholar?cluster=13157546356390335982&hl=ru&as_sdt=0,5
7. Киселева А. В. Организация самостоятельной работы студента в музейной образовательной среде // Проблемы и перспективы развития образования в России. – 2016. – № 38. – С. 75–79.
8. Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://khanenkomuseum.kiev.ua>.
9. Суходоля Л. Музей і діти Scavenger Hunt // Музейний простір. – 2013. – № 1 (7). – С. 30–33.
10. Шевченко В. В., Ломачинська І. М. Музеезнавство: Навч. посібник для дистанційного навчання. – К.: Університет «Україна», 2007. – 288 с.
11. Юрєнева Т. Ю. Музееведение: Учебник для высшей школы. – 2-е изд. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.

*Наталія ПАНАС
(Львів, Україна)*

МАЙБУТНЄ МУЗЕЇВ ТА ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Сучасний світ досягнув надзвичайно великого прогресу у руслі комунікації за кілька останніх десятиліть. Глобальна мережа Інтернет стала великим прискорювачем суспільних інновацій. Березнева статистика 2018 року вказує, що лише за один місяць по всьому світу надсилаються 3,8 більйонів повідомлень, зафіксовано 1,341 більйонів веб-сайтів, кількість користувачів Інтернету сягає 4,021 більйона людей [6]. У червні 2018 року у Європі 85,2% населення мали доступ до глобальної мережі, порівняно з 2000 роком це число зросло на 570% [2]. Люди купують, працюють, спілкуються, проводять своє дозвілля в Інтернеті. Масштабних змін зазнають усі суспільні галузі, серед них також історико-культурний та дозвіллевий сектори. Постають питання: що станеться з музеями, коли цифрові технології демонструють такий потенціал? Які риси матимуть музеї майбутнього? Як вони скористаються можливостями, які пропонують цифрові інновації? Які з цих компетенцій зберігають актуальність музеїв з ХХ ст. до теперішнього часу?

У світі досі існує опір мистецтва світу цифрових та медіа технологій. Висловлюються припущення про негативний вплив таких досягнень на традиційну діяльність, яка розглядається лише в контексті «музей як храм культури». Стверджується, що цифрові технології руйнують

священну природу мистецьких творів, інші ж вважають, що вони надають цим творам друге життя. В основному, побоювання першої групи аргументуються: страхом перед відтворенням, страхом пов'язаним з авторськими правами, страхом перед тим, що станеться, якщо ми дозволяємо використовувати нашу інформацію в Інтернеті й розповсюджувати її [3, с. 79].

Чимало дослідників у Європі займаються вивченням не просто питань використання цифрових технологій для залучення ширшого кола відвідувачів у музеї, пошуками нових форм та методів роботи з аудиторією, а й прогнозуванням, моделюванням ймовірнісних моделей векторів розвитку цієї галузі, передбаченням викликів та шляхів їх нейтралізації. Серед них Кері Джувіт [3, с. 75]. В Україні, яка, на жаль, наразі сама не імпортує масштабно своїх знань закордон, а здебільшого акцептує кращі напрацювання зарубіжних колег, спостерігається, в основному зацікавлення до методів імплементації інтерактивної цифрової складової у музейну діяльність.

Більшість європейських музеїв зараз використовують віртуальну реальність у своїй діяльності, обов'язковими атрибутами більшості інтерактивних гаджетів-гідів є квести, вікторини, пазли, програми і додатки, що надають доступ до спілкування та інтерпретації надбання на тематичних форумах та інші. Голограми історичних персонажів, використання 3-D технологій, ігор, так звана «геймефікація історії» дає можливість людям взаємодіяти з експозицією у такий спосіб, який був неможливим кілька років тому. Під час прогулянок по музею або галереях часто поруч є QR-коди, які під час сканування надсилають ваш телефон або планшет більш поглиблену інформацію про окремий експонат. Самостійні тури тепер можна завантажити в Інтернеті та транслювати на персональні мобільні пристрої, позбавляючи потреби в орендованих аудіодоріжках. Цей перехід до більш індивідуального досвіду, крім пасивного отримання кураторської інформації, є наступним кордоном, який долають сучасні музеї.

Активно практикується розробка віртуальних турів, це можна зустріти також і на сайтах багатьох львівських музеїв. Широкі можливості у цьому сенсі надає платформа Google Art&Culture – дозволяє створювати власні колекції, здійснювати віртуальні екскурсії по музею, переглядати детально твори мистецтва та культури [1]. Чудовий інтерфейс проекту пропонує багато опцій – вибір колекцій, локації та пошук об'єктів культурної спадщини за нею [5]. Прикро, що з українських пам'яткоохоронних закладів тут представлений лише Національний заповідник «Софія Київська»[8].

Чимало музеїв долучилися до глобального руху відкриття фондів, даючи необмежений доступ до своїх фотографій, архівів та баз даних. Прикладом такої ініціативи може бути OpenGLAM (перекл. англ. Open galleries, libraries, archives, museums) [4]. На сайті цієї організації можна віднайти музейні колекції Європи та світу, надані для вільного використання. Аналогічно діє проект Flickr Commons, учасниками якого є понад сотня музеїв, що надалі бази даних своїх закладів для вільного користування без обмеження авторських прав [9].

Цифрові технології - це чудовий спосіб перетворити музейний досвід з пасивного на інтерактивний, на щось справді привабливе та освітнє, навіть для молодшої аудиторії, яка інакше залишається зацікавленою лише своїми смартфонами [7, с.15].

Проте прогрес цих напрямків зустрічає наступні виклики: по-перше, гаджети та технології швидко стають застарілими. Програми, додатки, які використовують музеї, потрібно постійно оновлювати, в таких умовах надзвичайно важливою ланкою в комунікації музей-відвідувач стає сайт закладу або соціальні мережі. Це одне із великих проблем сучасного мистецтва: дотепер традиційні засоби, такі як пояснювальні тексти під експонатами та інші намагалися пояснити відвідувачам творчість художника, його особисту ідею мистецтва, ідеї, що склалися у творі. Тепер же справжньою проблемою є передача цієї інформації найбільш інтуїтивно зрозумілими та прийнятливими способами, які дозволяють розвивати цифрові технології.

Таким чином, у Європі музеї вже не є закритими системами, як це було в ХХ столітті, але є частинами широких систем наукових, культурних та територіальних відносин. Користувачі - вже не просто споживачі культурних продуктів, але вони стають активними суб'єктами контенту та передачі інформації. Експерти сходяться на думці, що музей майбутнього буде або колективною інституцією, або взагалі не існуватиме. Створення експозицій та фондова робота буде розроблятися та створюватися разом з великими громадами, які її підтримуватимуть та обмінюватимуться рішеннями, своїми думками.

Ефективна робота з культурним надбанням, музеаліями вимагатиме не лише досконалого знання музейної справи, не лише науково-фондових навичок, але й комплексу володіння ІТ-технологіями, швидкого і адекватного їх застосування у культурному секторі. Фахівець, який зуміє «зловити тренд», відчувати, на що робити ставку, формуючи виставку чи експозицію, отримує багато переваг над тим, який матиме старі підходи до розуміння місці і ролі музею у цьому світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Google Arts&Culture. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://artsandculture.google.com/>
2. Internet usage statistics. The Internet Big Picture. World Internet Users and 2019 Population Stats. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
3. Jewitt C. Digital technologies in museums: New routes to engagement and participation // Designs for Learning - Vol. 5(1-2). - 2012. - pp.74–93.
4. OpenGLAM Open Collections. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://openglam.org/open-collections/>
5. Open Heritage. Explore iconic locations in 3D, discover the tools of digital preservation, and download the collection. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://artsandculture.google.com/project/cyark>
6. Simon Kemp. Digital in 2018: world's internet users pass the 4 billion mark. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
7. Stefano Brusaporci. Digital Innovations in Architectural Heritage Conservation: Emerging Research and Opportunities. - Hershey: IGI Global. – 2017. – 233 pp.

*Іван СТАСЮК
Андрій НАГІРНЯК
(Львів, Україна)*

ПАМ'ЯТКИ НАЦІОНАЛЬНОГО ЗНАЧЕННЯ ЧЕРНІГІВЩИНИ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку України важливим напрямом роботи її органів державної влади залишається збереження та популяризація історико-культурної спадщини. Така діяльність є необхідною справою не лише з огляду на сьогоднішній день, але й побудови майбутнього більш успішного й культурно орієнтованого суспільства. Саме тому нещодавно був створений важливий документ – Державний реєстр нерухомих пам'яток України, до якого внесені культурні пам'ятки національного і місцевого значення. Саме на підставі використання інформації з нього і проведено дане дослідження.

Перелік пам'яток культурної спадщини національного значення Чернігівської області, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України містить 80 об'єктів. Відразу зауважимо, що цей показник у декілька разів вищий порівняно з іншими обласними територіями, такими як Харківщина (34 об'єкти), Одещина (26 об'єктів), Дніпропетровщина (24 об'єкти),