

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ

КУЦЕНКО СЕРГІЙ ЮРІЙОВИЧ

**ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У
ВІТЧИЗНЯНІЙ МУЗЕЙНІЙ ПРАКТИЦІ**

Умань – 2017

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. СТАН НАУКОВОГО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА, ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	7
1.1. Історіографія теми	7
1.2. Джерельна база	30
1.3. Принципи і методи дослідження	38
РОЗДІЛ 2 ФОРМУВАННЯ ОСНОВНИХ ГРУП ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ МУЗЕЇВ УКРАЇНИ	41
2.1. Становлення і розвиток інформаційно-комунікаційного середовища у вітчизняних музейних установах	41
2.2. Репрезентація музеїв у мережі Інтернет: вітчизняний досвід	54
2.3. Можливості використання соціальних мереж у музейній діяльності	79
РОЗДІЛ 3. МУЗЕЙНИЙ САЙТ ЯК ІСТОРИЧНЕ ДЖЕРЕЛО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ МУЗЕЙНОЇ СТРАТЕГІЇ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	94
3.1. Комунікація в музейних установах засобами веб-ресурсів	94
3.2. Музейні Інтернет-виставки	106
3.3. Структура та інформаційне наповнення музейних сайтів	115
ВИСНОВКИ	129
СЛОВНИК ТЕРМІНІВ	134
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	137
ДОДАТКИ	166

УДК 069:004.738.5

К 96

Рекомендовано до друку

Вченою радою Уманського державного педагогічного університету

імені Павла Тичини

(протокол № 3 від 31 жовтня 2017 р.)

Рецензенти:

Священко Зінаїда Василівна – доктор історичних наук, професор кафедри всесвітньої історії та методик навчання Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Куций Іван Петрович – доктор історичних наук, доцент кафедри історії України Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка.

Мельниченко Василь Миколайович – кандидат історичних наук, професор кафедри рахеології та спеціальних галузей історичної науки Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

ВСТУП

Сучасний етап розвитку історичної науки характеризується активним пошуком нових інструментів для вдосконалення процесу опрацювання історичних джерел. Дедалі більшого значення набуває мережа Інтернет як цінний інформаційний ресурс для багатьох гуманітарних наук, насамперед історичних, відбувається перехід від теоретичного вивчення ролі мережі Інтернет у професійній діяльності істориків до практичного конструювання Інтернет-ресурсів історичної тематики і їх використання в дослідницькій роботі та освітньому процесі. Одним із показників цього є стрімке зростання посилань на різні Інтернет-ресурси у фахових історичних виданнях.

Починаючи з останньої третини ХХ ст., у світі активно розвивається історична інформатика. Одним із напрямів дослідження цієї дисципліни є створення й використання електронних ресурсів. Однак цей вид джерела з огляду на те, що загальна кількість матеріалів, яка циркулює у віртуальній мережі, має астрономічні масштаби і продовжує стрімко наростати, очевидно, потребує додаткової перевірки перед їх використанням. Зумовлено це тим, що більшість інформації є недостовірною або не підтвердженою жодними даними. Винятком є лише інформаційне наповнення офіційних Інтернет-ресурсів установ, зокрема музеїв.

На сучасному етапі розвитку музеїв у зв'язку з посиленням ролі Інтернету як ефективного інструмента для поширення інформації є всі підстави стверджувати про формування сприятливих умов для представлення музейних колекцій у віртуальному просторі. Веб-ресурси музеїв поступово відходять від дзеркального відтворення діяльності реальних установ і набувають усе більш самостійного характеру та перетворюються на експериментальні майданчики для реалізації музейних проєктів. В Інтернет-просторі не лише представляються матеріали про діяльність установи, але й здійснюється обмін інформацією, проводяться Інтернет-конференції, організовується взаємодія між Інтернет-аудиторією та фахівцями різних музейних організацій, розробляються віртуальні екскурсії по експозиціях музею.

Україна є однією із провідних країн Європи за кількістю об'єктів історико-культурної спадщини. У фондах українських музеїв нині зберігається близько 12,5 млн. музейних предметів, але через брак експозиційних площ в основних експозиціях представлено лише 3-5% фондів. У зв'язку зі становленням інформаційного суспільства, бурхливим розвитком інформаційних технологій стає актуальним розгляд питання інтеграції національної історико-культурної спадщини в глобальну мережу.

Однак відсутність скоординованої культурної політики в питанні використання інформаційних технологій для вирішення проблеми доступу до фондів вітчизняних музеїв негативно позначається на формуванні туристичної привабливості держави, і, без сумніву, відображається на економічному, культурному та соціальному розвитку України. Ще в 1996 р.

організацією ЮНЕСКО була розроблена програма «Інформаційне суспільство для всіх», в якій одним із завдань розглядалося вирішення проблеми забезпечення доступу до світової культурної спадщини за допомогою створення оцифрованих копій експонатів і розміщення їх у мережі Інтернет.

Понад двісті українських музейних установ уже створили свої представництва в мережі Інтернет, але вони у більшості випадків є лише стислими текстовими рекламно-інформаційними сторінками. Це не дозволяє їм повною мірою реалізувати свій науковий, освітній, культурний та комунікаційний потенціал у віртуальному просторі. У цьому контексті надзвичайно актуальним є розгляд питань, пов'язаних із вивченням особливостей використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці.

Таким чином, обрана для дослідження тема має наукове, практичне і суспільно-політичне значення. Цим і зумовлено її актуальність.

Об'єктом вивчення є Інтернет-представництва музеїв України.

Предметом дослідження є особливості створення, функціонування та перспективи розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України.

Хронологічні межі дослідження охоплюють 1990-ті – 2015 рр. Вибір нижньої хронологічної межі (1990-ті рр.) зумовлено початком комп'ютеризації музейної діяльності, бурхливим розвитком та масовим поширенням мережі Інтернет на території України, активним вивченням досвіду закордонних музейних установ щодо автоматизації музейного сектору та реалізації музейних проєктів в мережі Інтернет, що створило передумови для створення перших вітчизняних музейних представництв у віртуальному просторі. Вибір верхньої хронологічної межі (2015 р.) зумовлено тим, що Інтернет-ресурси музеїв України виступають самостійною одиницею в структурі музейних установ і використовуються як багатофункціональна комунікаційна система у здійсненні двосторонньої і багатосторонньої професійної взаємодії між музейними працівниками, дозволяють формувати широку цільову аудиторію, а також відкривають додаткові можливості для популяризації, презентації музейного фонду, товарів та послуг.

Територіальні межі дослідження. Опрацьовані автором матеріали передусім стосуються української частини мережі Інтернет, означеної доменом верхнього рівня «.ua». У зв'язку із тимчасовою окупацією окремих районів Донецької та Луганської областей і анексією Криму музейні заклади, які перебувають на цих територіях, у дисертації детально не представлено.

Мета дослідження полягає в тому, щоб на основі комплексного аналізу історіографії, джерельної бази, ґрунтуючись на засадах сучасної методології, дослідити становлення та розвиток Інтернет-ресурсів музеїв України.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких дослідницьких завдань:

- з’ясувати стан наукового вивчення теми, визначити рівень і повноту її джерельного забезпечення, методологію наукового пошуку;
- висвітлити основні етапи розвитку інформаційно-комунікаційного середовища у вітчизняних музейних установах;
- проаналізувати інформаційне наповнення та особливості структури музейних сайтів України;
- дослідити роль музейних Інтернет-ресурсів в інформаційному забезпеченні історичної науки;
- розглянути можливості використання соціальних мереж у діяльності музеїв України;
- дослідити специфіку використання мережі Інтернет для організації взаємодії у віртуальному просторі;
- розкрити особливості розробки, підтримки та інформаційного наповнення сайтів музеїв.

РОЗДІЛ 1

СТАН НАУКОВОГО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА, ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Історіографія теми

Проблеми використання можливостей мереж Інтернету діяльності музеїв України ще не виступали предметом для окремого дослідження. Тому, фактично, наукова розробка даного напрямку на сьогодні в історіографії відсутня. Вивчалися лише окремі її аспекти. Перед тим, як перейти до аналізу історіографії особливостей використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці, на нашу думку, важливим є вироблення періодизації з теми, що досліджується.

Оскільки методологічні орієнтири не напрацьовані, виняток становить лише дослідження О. Черненка [326], який аналізуючи вплив інформаційних технологій на розвиток історичної науки приділяє увагу питанню використання комп'ютерних методів у науково-історичній (зокрема в музейній) практиці, частково розглядає періодизацію історіографії з досліджуваної проблеми, яку поділяє на три етапи, вважаємо за доцільне умовно в історіографії теми виокремити такі періоди. Перший етап – початок 90-х рр. ХХ ст. Для напрацювань українських науковців у цей період характерно дослідження закордонного досвіду пов'язаного із інформатизацією історичної науки та освіти, зокрема особлива увага приділялася проблемі автоматизації музейної та архівної діяльності та реалізації їхніх проектів у мережі Інтернет. Другий етап – середина 90-х рр. ХХ ст. У цей період з'явилися дослідження ряду авторів, що займаються розробкою проблем в області історичної інформатики, які на основі свого досвіду роботи з комп'ютерними технологіями, цифровими медіа в різних міждисциплінарних проектах гуманітарного профілю в сфері збереження культурної спадщини, зі створення масштабних електронних ресурсів (музеїв, архівів, бібліотек), розробляють рекомендації, покликані полегшити доступ Інтернет-аудиторії до оцифрованих історичних ресурсів, підвищити ступінь їх наочності і візуальної репрезентації. Третій етап – кінець ХХ – початок ХХІ ст. У цей період науковцями розглядається питання інтеграції національної історико-культурної спадщини в мережу Інтернет, тенденції та перспективи застосування технічних засобів в музейній діяльності, розробка та функціонування Інтернет-представництв музейних установ, створення музейних спільнот в соціальних мережах, особливості взаємодії музейних працівників та науковців у віртуальному просторі. На третьому етапі слід виділити два основних напрями досліджень українських науковців: проблеми використання технічних засобів та особливості структури та інформаційного наповнення музейних Інтернет-ресурсів.

На початок 80-х рр. ХХ ст. питання впровадження та використання Інтернет-технологій в музейній діяльності, зокрема особливості створення,

функціонування та інформаційне наповнення музейних Інтернет-ресурсів зафіксовано в матеріалах посібників, дисертаційних досліджень, нарад, семінарів, майстер-класів, конференцій та інших заходів, західноєвропейських та американських науковців. Із поширенням мережі Інтернет в Україні та інших країнах СНД активне обговорення теми розпочалося лише з середини 1990-х рр.

Аналізуючи кожен із видів наукових та навчально-методичних видань можна відзначити, що процес інформатизації музейної діяльності та інтеграції музейних представництв в мережу Інтернет відобразився в дисертаційних дослідженнях з історії, музеєзнавства, культурології, методичних рекомендаціях та інструкціях щодо створення сайтів закладів культури, але інформація, яка представлена у них в більшості випадків носить фрагментарний характер і висвітлює лише загальні тенденції розвитку музейних установ в сучасних умовах.

Окремо необхідно виділити статті, вміщені у збірниках наукових праць та фахових періодичних виданнях з історії, музеєзнавства, культури, тези доповідей та матеріали конференцій вітчизняних і зарубіжних науковців, у яких детально та ґрунтовно розглядається вплив мережі Інтернет на діяльність музейних установ.

Зазначені аспекти розкрито у матеріалах таких конференцій: «Музеї та інформаційний простір: проблема інформатизації та культурна спадщина» (Іваново (Росія), 1998 р.) [179], «Сучасний музейний заклад: проблеми вивчення, збереження та популяризації національної історико-культурної спадщини» (Харків, 2007 р.) [307], «Сучасний музей. Наукова й експозиційна діяльність» (Чернівці, 2008 р.) [303], «Сучасний музей: між скарбницею та підприємством» (Чернівці, 2008 р.) [302], «Роль музеїв у культурному просторі України й світу: стан, проблеми, перспективи розвитку музейної галузі» (Дніпропетровськ, 2009 р.) [265], «Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму» (Харків, 2011 р.) [282], «Музей у глобальному світі: інновації та збереження традицій» (Харків, 2014 р.) [62], «Історико-культурна спадщина: збереження, доступ, використання» (Київ, 2015 р.) [111], «Музейна педагогіка на Харківщині: досвід і перспективи розвитку», «Колекції та колекціонери», «Проблеми сучасної музейної комунікації», «На шляху до музею майбутнього: Інформаційні технології та технічні засоби в музейній роботі» (Харків, 2010 – 2014 рр.) [167], «Інформаційні технології в професійній діяльності» (Рівне, 2015 р.) [110], «Музейна справа на Поділлі: історія та сучасність» (Кам'янець-Подільський, 2015 р.) [203], «Південь України: етноісторичний, мовний, культурний та релігійний виміри» (Одеса, 2015 р.) [235] тощо.

На жаль, значна частина матеріалів конференцій, семінарів та нарад доступні лише їх учасникам, в іншому випадку у мережі Інтернет розміщуються окремі публікації чи анотації до статей, що не дає змоги ознайомитися із ними.

Історіографію проблеми, у якій висвітлюються окремі загальні аспекти досліджуваної тематики, умовно можна поділити на три групи: дослідження українських науковців; роботи дослідників із країн СНД у рамках діяльності об'єднання «Автоматизація діяльності музеїв та інформаційні технології» (АДІТ), Асоціації «Історія і комп'ютер» і Лабораторії музейного проектування; дослідження іноземних фахівців, головним чином, об'єднаних навколо Європейської музейної організації (NEMO), головною метою роботи якої є проведення консультацій у сфері створення і використання музейних інформаційних ресурсів та розробка програм у галузі інформатизації музейної діяльності. Частина проаналізованих досліджень відповідно до специфіки досліджуваної проблематики, представлена у електронному вигляді і розміщена на веб-сторінках Інтернет-ресурсів, а інша має друкований варіант, в окремих випадках інформація представлена у двох формах.

На початку ХХІ ст. у зв'язку зі стрімким розвитком комп'ютерної техніки та інформаційних технологій, неперервним зростанням обсягів історичної інформації і необхідністю пошуку ефективних способів для її обробки й аналізу відбувається відкриття осередків історичної інформатики при провідних українських університетах. Вищі навчальні заклади активно почали запроваджувати спецкурси, створювати лабораторії та організовувати гуртки.

Так, при Херсонському державному університеті з жовтня 2001 р. здійснює свою діяльність науково-дослідна лабораторія історичної інформатики. Ініціатором її відкриття виступила група вчених-історіографів (Д. Бравцев та В. Ржеутський) на чолі з доцентом кафедри В. Андрєєвим. Провідними напрямками діяльності лабораторії було: впровадження мультимедійних технологій у представленні історичного знання; розробка теоретичних питань в галузі методології історичних досліджень [79, с. 32].

З ініціативи декана історичного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна проф. С. Посохова одна з аудиторій історичного факультету була перетворена на комп'ютерну лабораторію, презентація якої відбулася 24 листопада 2000 р. Перед лабораторією були поставлені завдання всебічної комп'ютеризації наукового й навчального процесів, допомоги студентам, аспірантам, викладачам і співробітникам факультету в оволодінні комп'ютерними технологіями. У 2006 р. до програми конференції «Каразінські читання», яка щорічно проводиться історичним факультетом, вперше було включено секцію «Інформаційні технології в історичних дослідженнях» [79, с. 32].

На кафедрі історіографії, джерелознавства та архівознавства Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара як структурний підрозділ за рішенням вченої ради ДДУ від 17 листопада 1994 р. була створена науково-дослідна лабораторія комп'ютерних технологій в історичних дослідженнях, яку очолив д. і. н. В. Підгаєвський. Головним завданням лабораторії визначалося проведення науково-дослідних робіт,

спрямованих на впровадження інноваційних підходів в історичних дослідженнях, зокрема фахівцями розглядалися різні способи використання комп'ютерних технологій та мережі Інтернет для підвищення ефективності здійснення науково-педагогічної діяльності викладачів історичного факультету університету [79, с. 33].

В 2001 р. за ініціативи д-ра іст.наук, проф. С. Лях на базі історичного факультету Запорізького національного університету була створена наукова лабораторія історичної інформатики. Діяльність лабораторії спрямована на: здійснення кліометричних досліджень; розробку методів застосування геоінформаційних систем в історичному дослідженні; проведення квантитативних досліджень на матеріалах Державного архіву Запорізької області; впровадження кількісних методів і комп'ютерних технологій у навчальний процес історичного факультету; обслуговування сайту історичного факультету; проведення наукових семінарів, конференцій з історичної інформатики [135].

Активна діяльність лабораторій історичної інформатики стала поштовхом для появи праць, присвячених розробці універсальних підходів до використання інформаційних технологій в історичних дослідженнях. Так, у статтях Т. Білушак [233], Л. Жеребцової [86, 87], О. Жеребцова [86], С. Лях [168], А. Пелешин [233], В. Підгаєцького [236, 237, 238, 239, 240, 241, 242], Ю. Святець [272–277], К. Шихова [338, 339] розглядається специфіка створення історичних баз і банків даних, технологія оцифрування текстових, графічних матеріалів із історичних джерел, особливості їх інтерпретації, комп'ютерні реконструкції історичних об'єктів та процесів, комп'ютеризований статистичний аналіз історичних джерел.

У першій половині 2000-х рр. вектор історичної інформатики, пов'язаний з вивченням можливостей мережі Інтернет був прийнятий як один з найбільш перспективних напрямів [79, с. 31]. З'являються дослідження українських вчених написані у контексті тематики монографії присвячені реформуванню бібліотечної та архівної сфери, зокрема праці, у яких розглядаються проблеми створення і підтримка бібліотечних сайтів та онлайн-ресурсів, пошук та захист інформації розміщеної у мережі Інтернет, ролі та значення бібліотеки в інформаційному суспільстві загалом О. Баркова [6–10], О. Грогуль [58, 59], О. Жабіна [76–78], Л. Костенко [139–145], І. Ляшенко [169, 170], І. Павлуші [230–232], М. Сороки [143, 145], А. Чекмарьова [321]. Питання використання інформаційних технологій в архівній справі, специфіка формування архівних ресурсів у мережі Інтернет, розробка пропозицій, щодо законодавчого врегулювання нормативно-правової бази, пов'язаної з інформатизацією архівної галузі відображені у публікаціях Г. Боряка [24–28], М. Васильченко [34–36], Л. Дубровіної [74], Т. Захарченко [98–100], А. Кисельова [127–129], І. Матяш [180, 181], К. Новохатського [218, 219], А. Сукало [295–298], О. Фіткуліна [315] та ін.

В окремих дослідженнях О. Ждановича [80–84], С. Кулешова [148], В. Кулікова [149–151], С. Сініченка [283], які написані у проблематиці

історичної інформатики поперхено розглядається питання оцифрування вітчизняних музейних фондів та забезпечення доступу до них, врегулювання правових питань пов'язаних із використанням цих матеріалів, розробка нових засобів для відображення історико-культурної спадщини завдяки впровадженню передових технологій (віртуальна реальність, тривимірна візуалізація).

Ключові проблеми створення та функціонування Інтернет-ресурсів музеїв України, стратегія просування, продажу музейних товарів, послуг в Інтернет-просторі, а також питання організації взаємодії з потенційними відвідувачами через мережу Інтернет відобразилися в статтях з музеєзнавчої тематики, аналіз змісту яких дозволить визначити стан інтеграції музейних установ у віртуальний простір.

Дослідники М. Белікова [13], Н. Горська [56, 57], Б. Івченко [102], Ж. Мина [184], Т. Можаровська [56], О. Можаровський [57], Т. Трофименко [308], О. Черненко [326], Л. Чупрій [331] і Т. Яцечко-Блаженко [347, 348] розглядають питання стратегічних пріоритетів розвитку музейної сфери України в умовах інформатизації, шляхи вдосконалення нормативно-правової бази, що регулює музейну справу. Висвітлюють стан та проблеми розвитку музейної сфери в Україні, досліджують переваги та недоліки Інтернету як сучасного інструмента маркетингу, що дозволяє популяризувати музейний електронний продукт серед населення. Причому необхідно зазначити, що найбільша увага українських науковців приділяється дослідженню значення використання інформаційних технологій у діяльності музеїв України для їх ефективного розвитку.

Так, М. Белікова у статті «Запровадження інноваційних технологій в музеях України» [13] розглядає етапи впровадження інноваційних технологій у вітчизняну музейну діяльність. Виділяє два етапи інтеграції музеїв у мережу Інтернет. Перший етап розпочинається наприкінці 90-х рр. ХХ ст. і триває до 2010 р., в цей період з'являються музейні сайти, до обігу входять аудіогіди, 3D-панорами та впроваджується автоматизований облік експонатів. Другий етап – із 2010 р. На цьому етапі налагоджується зворотний зв'язок між музейною аудиторією та персоналом в Інтернет-просторі, відкриваються нові можливості для віртуального перегляду експонатів через появу віртуальних турів на музейних сайтах та за допомогою Інтернет-ресурсу Google Art Project. М. Белікова висловлює невдоволення політикою держави у музейній справі і констатує повну відсутність бачення стратегії розвитку музейних установ у сучасних умовах. Вважає помилковим, що у штатних музейних розписах не передбачена посада фахівця із інформаційних технологій, який би міг на високому професійному рівні розробляти та адмініструвати музейні Інтернет-ресурси. Дослідниця відзначає повну відсутність повноцінних досліджень із проблеми використання Інтернет-технологій у музейній діяльності України.

Т. Трофименко у статті «Технічні не-можливості: що заважає музею на шляху до майбутнього?» [308] вказує, що на сьогодні перед українськими

музеями стоїть гостра необхідність збільшити відвідуваність музейної установи. Задля цього дослідниця пропонує використовувати поряд із традиційними формами роботи з аудиторією також інноваційні, налагоджувати співробітництво зі ЗМІ, впроваджувати сучасні технічні мультимедійні та інші засоби у діяльність музею. Т. Трофименко висвітлює особливості представлення експонатів на музейних сайтах та наводить порівняння специфічних особливостей традиційних та віртуальних виставок. На прикладі Харківського літературного музею дослідниця демонструє особливості впровадження та використання інформаційних технологій у виставковій та освітній діяльності музейних установ. Науковець пропонує на противагу сайтам поширювати інформацію про музейні установи за допомогою компакт-дисків, але, на нашу думку, на сьогодні така технологія для збереження та поширення даних втратила свою актуальність через необхідність використання додаткових технічних пристроїв для її демонстрації.

О. Черненко у статті «Світові та українські музеї в умовах інформаційно-комп'ютерного суспільства» [326] розглядає передумови та причини створення комп'ютерних інформаційних систем музеїв України (українського музейного сегмента в мережі Інтернет) наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. та визначає місце вітчизняних музеїв у світовому культурно-інформаційному просторі. Також автор висвітлює внесок радянських учених у розвиток обчислювальної техніки. Дослідник відзначає відносну залежність як на теоретичному, так і на практичному рівнях здійснення сучасної національної музейної політики від техніко-технологічного прогресу у світі.

Б. Івченко у статті «Маркетинг і реклама в роботі сучасного музею (з досвіду роботи ХІМ)» [102] зазначає, що цілеспрямована маркетингова робота у багатьох музеях через низку причин не проводиться та відійшла на другий план. Дослідник відзначає нагальну потребу у створенні нового структурного підрозділу в музейних установах України, пов'язаного із здійсненням маркетингової діяльності. Автор зазначає, що у сучасному світі найбільшим інформаційним полем є світова мережа Інтернет, тому необхідно проводити роботу з рекламування музейної установи у віртуальному просторі. Хоча автор статті наполягає на використанні в першу чергу для популяризації музейної діяльності серед населення традиційних методів у вигляді друкування листівок, буклетів, плакатів, календарів, розміщення зовнішньо-щитової реклами, але не вказує, що цей метод для збільшення кількості відвідувачів на сьогодні є малоефективним, особливо для залучення молодого покоління і більш матеріально затратним у порівнянні із Інтернет-рекламою.

Доповнюючи висновки Б. Івченко, Ж. Мина і Т. Яцечко-Блаженко в своїх статтях «Перспективи розвитку інформаційної структури музеїв» [184], «Інтеграція цифрових технологій в музейну справу» [347] та «Музейний продукт у добу цифрових технологій» [348] відзначають, що сучасні музеї поставлені в жорсткі умови конкуренції з іншими закладами відпочинку,

саме тому працівники музеїв повинні шукати нові підходи у своїй роботі, вдосконалювати їх під сучасні вимоги суспільства. Тому музеям як зберігачам культурних об'єктів і творів мистецтва потрібна якісна інформаційна підтримка, а використання комп'ютерної техніки та Інтернет-технологій – один з найбільш ефективних способів вирішення цих проблем. Однак слід зазначити, що автори статей, розглядаючи цифрові та інформаційні технології, не мають чіткого розуміння їх застосування в музейній справі і тому не виділяють в окрему групу поняття *технічні засоби* та *Інтернет-технології*, вважаючи їх подібними за змістом. Це вносить ускладнення в дослідження проблеми діяльності музеїв у мережі Інтернет, адже в змісті статей відсутня цілісність та логічність переходу від одного напрямку дослідження до іншого. Наприклад, автори, описуючи використання сенсорних дисплеїв, проекторів, не повідомляють, що збираються змінити напрямок дослідження, і далі публікують інформацію про створення музейних Інтернет-ресурсів, що є не зовсім коректно, бо вноситься плутанина у зміст тексту та втрачається розуміння основних ідей статей.

У контексті аналізу якості представлення платних інформаційних послуг музеїв в режимі онлайн необхідно також звернути увагу на статтю Н. Горської і Т. Можаровської «Інтернет-ресурс та просування вітчизняного музейного продукту на світовий ринок послуг» [56], у якій представлено моніторинг українських та закордонних музейних сайтів щодо розробки та ефективності застосування сучасних комунікативних систем, їхньої роль у розвитку комерційної діяльності музейних установ. У статті вказується на значне відставання вітчизняних музейних Інтернет-ресурсів порівняно з закордонними в питанні поширення інформації про музейні товари та послуги через мережу Інтернет. Дослідники на прикладі Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника показують, яким чином музей надає інформацію про свою діяльність іноземній аудиторії за допомогою мережі Інтернет.

Також Н. Горська і О. Можаровський у статті «Internet-ресурс музею як іміджевий інструмент» [57] розглядають мережу Інтернет як простір, що не обмежений кордонами, митницями, часом, простором, мовою, який можна використовувати для розвитку культурно-пізнавального туризму на території України. Дослідники відзначають, що ефективно спроектований сайт з регулярним маркетинговим аудитом і правильною політикою просування завжди зможе стати основним інструментом для досягнення стратегічних цілей музею (таких, як формування позитивного іміджу, забезпечення припливу потенційних відвідувачів до установи). Автори статті також аналізують поняття «якості» електронних копій об'єктів культурної спадщини, оглядають приклади світових та вітчизняних проектів щодо створення електронних зображень музейних експонатів та проблем їх розміщення в Інтернет-просторі.

Проблема формування історичної пам'яті у мережі Інтернет порушена в дослідженнях Л. Чупрія [331]. Науковець розглядає шляхи популяризації

вітчизняної історико-культурної спадщини, зокрема, музейних колекцій у віртуальному просторі. Автор аналізує інформаційне наповнення Інтернет-ресурсів вітчизняних музейних закладів і робить висновок, що вони відстають від подібних європейських сайтів. Чимала частина з них має лише декілька розділів, з яких можна дізнатися про історію музею, розпорядок роботи, тематику виставок та прочитати перелік експонатів, які знаходяться в музеї, часто без їх зображень. Дослідник окреслює можливі шляхи виходу із проблеми якості контенту музейних сайтів. Л. Чупрій пропонує на державному рівні розробити програму популяризації вітчизняної історико-культурної спадщини, в тому числі музейних експонатів у віртуальному просторі та збільшити фінансування закладів культури. Важливим аргументом на користь створення музейних Інтернет-ресурсів та активної комп'ютеризації, інформатизації музейної діяльності дослідник вважає досвід французьких музеїв. Як приклад наводиться Лувр, який вважається найбільш відвідуваним музеєм у світі, а його представництво у мережі Інтернет входить у рейтинги найбільш популярних сайтів закладів культури.

Одним із напрямів дослідження спеціалістів Дніпропетровського історичного музею ім. Д. Яворницького є впровадження інформаційних технологій в музейну діяльність, зокрема, стан інформаційної присутності музеїв України у мережі Інтернет. Співробітники музейної установи досліджують досвід європейських музеїв щодо наявності Інтернет-представництва закладу, змістового наповнення, відображення актуальної інформації в мережі та їх дизайнерського оформлення. Працівники музею В. Бекетова [12], І. Гопенко [54], Д. Мурадов [212], А. Москалець [197], Н. Капустіна [121], П. Усенко [310] опублікували ряд наукових праць, які присвячені в більшості випадків створенню та підтримці сайту Дніпропетровського історичного музею ім. Д. Яворницького, висвітлюють поняття «Інтернет-форуму», розкривають хід роботи щодо розвитку форумів на веб-ресурсах музеїв, розробляють маркетингову концепцію для ефективного рекламування музейного ресурсу у віртуальному просторі, подають статистичні дані по кількісних і якісних показниках відвідування музейних Інтернет-представництв у російсько-українському сегменті мережі Інтернет.

Окремі наукові доробки українських дослідників І. Западєнко [91], О. Копитько [136, 137] і Є. Червоного [322], О. Шевченко [336] присвячені різним аспектам функціонування музею на різних платформах соціальних мереж. О. Копитько один із перших робить спробу проаналізувати, яким чином музеї України використовують соціальні мережі для організації взаємодії з аудиторією, цілі їх використання, розглядає проблеми, що виникають при роботі музею з соціальними мережами, висвітлює діяльність актуальних музейних проєктів та презентує рейтинги популярності музеїв у соціальних мережах Facebook та Вконтакті станом на 2012 р.

Автор вказує, що соціальні мережі вже давно «проклали» свій шлях у музейне середовище, будучи ефективним інструментом для підтримки

постійного спілкування з відвідувачами. Однак, дослідник вказує, що більшість українських музеїв не розуміють усіх переваг, які відкривають соціальні мережі для просування їх послуг в Інтернет-просторі. Разом із тим, у своїх дослідженнях О. Копитько лише фрагментарно розкриває механізми представлення музейного закладу у соціальних мережах, розглядає інформацію про те, яким чином розробити ефективну стратегію для популяризації роботи та специфіку розміщення і сприйняття інформації про музейну діяльність у Інтернет-просторі, як зацікавити учасників музейної спільноти, щоб вони стали відвідувачами самої установи.

Порівняльний аналіз за функціональними можливостями і дизайном, якій соціальній мережі краще віддати перевагу тому чи іншому музеєві для ефективного поширення інформації про себе в Інтернет-просторі, досвід створення та адміністрування закордонними музеями соціальних спільнот, приводить Є. Червоний [322]. У його дослідженні розглядаються шляхи покращення комунікації між музеєм та їх потенційним відвідувачем на прикладі участі музеїв у мережевих співтовариствах. Рекомендуються стратегії розвитку музейних спільнот у соціальних мережах та висвітлюються особливості взаємодій між учасниками об'єднань на прикладі конкретних соціальних мереж (Вконтакті, Facebook, Twitter, Однокласники), а також автором здійснюється пошук шляхів для створення нового іміджу музеїв у Інтернет-середовищі. Але немає достатньо підстав однозначно стати на бік автора, коли він пише про те, що спільноти в соціальних мережах є доповненням до музейного сайту і зводять всю їхню діяльність до дублювання новин із проведених музейних заходів.

На прикладі створених спільнот у соціальних мережах Вконтакті, Facebook та Однокласники О. Шевченко [336] оцінює результати роботи художньо-меморіального музею ім. І. Рєпіна. Дослідник вказує, що на відміну від сайту, створення якого потребує доволі значних матеріальних вкладень, професійних знань, додаткового часу та людських ресурсів, приєднання до соціальних мереж проводиться швидко, а адміністрування спільнот є простим, але автор не акцентує увагу на тому, що непродумана стратегія організації діяльності в соціальних мережах, нерегулярне інформаційне оновлення Інтернет-ресурсу може призвести до втрати іміджу музеєм і відштовхнути потенційних відвідувачів від відвідування установи.

Науковий співробітник ДІКЗ «Межибіж» І. Западенко у статті «Музеї зарубіжжя і України в мережі Twitter – досвід #MuseumWeek 2015» [91] описує досвід участі музею у всесвітній акції #MuseumWeek2015 та досліджує використання мікроблогу Twitter як маркетингового інструмента для швидкого повідомлення аудиторії сервісу важливих новин із музейного життя. Дослідник аналізує практику використання Twitter у науковій діяльності музеїв України і світу. Автор, розглядаючи різновиди музейної активності у Twitter, виділяє такі види діяльності, як реакція, мовлення, моніторинг. Наводить практичні рекомендації щодо ефективного

використання цього засобу електронної комунікації з досвіду Державного історико-культурного заповідника «Межибіж». Але слід зазначити, що в статті відсутня інформація про інші особливості, які потрібно враховувати при використанні Twitter у музейній діяльності. На наш погляд, готуючи інформацію для розміщення у Twitter, необхідно пам'ятати, що його характерною особливістю порівняно із іншими соціальними мережами є публікація коротких заміток у форматі блогу, швидкоплинність повідомлень і необхідність миттєвої реакції на них.

Проблеми використання сучасних інформаційних технологій для переведення в електронний вигляд колекцій із музейного фонду для подальшого їх демонстрування у мережі Інтернет досліджували Н. Кравченко [146], Т. Курченко [152], Т. Сидорчук [281], Є. Славутич [284], Л. Халецька [316].

На прикладі музейного фонду Педагогічного музею України Н. Кравченко [146] розглядає технологію створення віртуальної виставки. Автор вказує, що основну роботу у створенні електронного проекту з оцифрування музейних експонатів та його подальшого розміщення у мережі Інтернет повинен здійснювати саме профільний фахівець, який визначає стилістику і стратегічну концепцію представлення матеріалу, але дослідниця не звертає увагу на те, що у розробці віртуальної виставки повинні також брати участь програмісти, редактори, тому що без якісного програмного забезпечення, літературної, технічної та художньої обробки матеріалів кінцевий музейний електронний продукт буде малофункціональним і не відповідатиме інтересам сучасної Інтернет-аудиторії.

Л. Халецька у публікації «Цифрове збереження об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО в Україні та Франції (на основі аналізу веб-сайтів Софії Київської та Шартрського кафедрального собору Богоматері)» [316] висвітлює значення повного оцифрування всіх фондів та обов'язкового впровадження електронного обліку експонатів. На її думку, все це забезпечить можливість кращого контролю, вивчення, збереження та пропагування музейних цінностей. Також дослідниця визначає загальні критерії для проведення аналізу сайтів установ культури та науки на засадах їх відповідності загальним принципам якості Інтернет-ресурсів. Варто відзначити, що розроблені дослідницею критерії оцінки музейних сайтів не однозначні і складні у використанні, наприклад, для їх аналізу потрібно знати дані, які доступні лише розробникам відповідних Інтернет-ресурсів. Наприклад, чи регулярно здійснюється створення резервних копій сайту для збереження та захисту інформації від втрати, чи визначений співробітник, який керує сайтом тощо.

У статті Т. Сидорчук «Оцифрування як стратегія забезпечення збереженості особових фондів науковців: досвід Наукового архіву Національного університету «Києво-Могилянська академія» [281] розглядається проблема забезпечення збереження історико-культурних пам'яток, науково-творчих матеріалів, які належать до вітчизняної та світової

спадщини за допомогою оцифрування і розміщення їх електронних копій у мережі Інтернет. Одне з основних завдань, що стоїть сьогодні перед музейними закладами, автор статті представляє у наданні дослідникам і всім бажаючим вільного доступу до музейних колекцій через мережу Інтернет, хоча Т. Сидорчук не вказує, яким чином можливо це реалізувати. У дослідника відсутня відповідь на запитання, які правила та умови діятимуть для використання матеріалів, що розміщені на Інтернет-ресурсах (в яких випадках використання матеріалів сайту буде платне, а коли безкоштовне, умови врегулювання авторського права).

Розробка та особливості представлення електронних зображень музейних колекцій Одеської, Миколаївської, Херсонської та Запорізької областей і надання доступу до них через мережу Інтернет висвітлюється у статті Т. Курченко «Стан доступу та збереження цифрової історико-культурної спадщини на сайтах обласних краєзнавчих музеїв південного регіону України» [152]. У ході дослідження сайти музеїв чотирьох південних областей України аналізувалися за кількома категоріями, а саме дизайн, ефективність роботи сайту та доступність інформації про колекції музеїв у мережі Інтернет. Дослідниця відзначає слабкі місця використання інформаційних та Інтернет-технологій в музейній діяльності – значні фінансові затрати та трудомісткість формування музейної електронної колекції, небезпечність втрати та можливість усвідомленого втручання в зміст інформаційного наповнення Інтернет-ресурсу, несумісність форматів тексту і зображень тощо.

Слід зазначити невідповідність основної ідеї статті про вільний доступ до музейних колекцій через мережу Інтернет розглядом дослідницею питання безпеки від несанкціонованого доступу та розповсюдження матеріалів із музейних сайтів. Це, на нашу думку, пояснюється несформованістю державної політики у цій сфері.

Також необхідно відзначити статтю Є. Славутича «Уніформологія: каталог фахових Інтернет-ресурсів» [284], у якій розглядаються особливості оцифрування предметів обмундирування, амуніції і знаків їх розрізнення. Дослідник аналізує Інтернет-ресурси державних музеїв, науково-дослідних і освітніх закладів та бібліотек, де розміщені матеріали із уніформології на якість розміщеної інформації, але Є. Славутич не вказує, за якими критеріями він їх оцінює. Тому складно використовувати матеріали статті як рекомендації для створення представництв у мережі Інтернет музеям та іншим закладам, які досліджують військову тематику.

Проблеми, пов'язані із специфікою побудови комунікаційної стратегії музею за допомогою Інтернет-технологій, розглядалися Р. Маньковською [177, 178], Ф. Рябчиковою [267], Г. Фесенко [314], С. Шемаєвим [337], І. Яковець [344].

С. Шемаєв у статті «Співробітництво бібліотек, архівів, музеїв у сучасних умовах» [337] висвітлює зарубіжний досвід розвитку співробітництва між музеями, бібліотеками та архівами у мережі Інтернет.

Визначає напрями співробітництва бібліотек, архівів, музеїв в умовах розвитку сучасного інформаційно-комунікаційного середовища, за результатами аналізу закордонного досвіду розкриває перспективи встановлення та посилення взаємодії між цими закладами в Україні. Автор статті розглядає основні напрями діяльності зі збереження культурного надбання, які охоплюють розробку та прийняття Україною національних програм із формування, збереження й вільного доступу до культурних цінностей через мережу Інтернет; приєднання до міжнародних проектів із віртуальної реконструкції музейних експонатів. Дослідником обґрунтовується доцільність створення єдиного Інтернет-ресурсу, де б публікувалися архівні документи, музейні видання та інформаційно-бібліотечні матеріали, що, на думку С. Шемаєва, дало б змогу сформувати нове Інтернет-середовище для посилення взаємодії між бібліотеками, музеями та архівами. Разом із тим, автор статті не до кінця розуміє специфіку діяльності цих організацій і чому буде неможливо створити єдиний Інтернет-ресурс для них. Музейні та архівні установи використовують різні підходи, на відміну від бібліотек, у питанні забезпечення доступу до своїх фондів. Якщо бібліотеки спрямовують свою діяльність на якісну інформаційну підтримку та оперативність в обслуговуванні потреб читачів, то для музеїв і архівів основним є збереження об'єктів чи документів та демонстрація їх за допомогою спеціальних засобів.

На ролі музеїв у формуванні сучасного культурного простору України акцентує увагу Г. Фесенко [314]. У своєму дослідженні автор висвітлює основні тенденції розвитку музейної комунікації, розглядає основні інструменти електронного маркетингу та досліджує появу нових, нетрадиційних форм комунікації фахівців у музейній сфері на ґрунті встановлення контактів і зв'язків на професійному рівні через мережу Інтернет. Наведені Г. Фесенком дані дозволяють у загальних рисах уявити принципи побудови та методи реалізації музейної комунікаційної стратегії у віртуальному просторі. Він відзначає, що проблема сучасної музейної комунікації полягає в тому, як створити і забезпечити прийнятний доступ суспільства до культурних цінностей. У цьому плані пріоритетною має стати розробка програми розвитку музейної справи, яка б дала змогу реалізувати проекти з оцифрування музейної спадщини та забезпечити широке представлення музеїв Україні у мережі Інтернет, але дослідник не подає пропозицій щодо механізмів її втілення.

І. Яковець у статті «Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації» [344] детально розглядає поняття «комунікація» та «музейна комунікація». Дослідниця висвітлює сучасну музейну установу як особливе, динамічне комунікаційне середовище; аналізує структуру комунікаційного простору музею, зокрема, виділяє внутрішню та зовнішню його складові. Внутрішні реалізуються у вигляді безпосереднього спілкування працівника музею та відвідувача установи, а зовнішні – це інтеграція інформаційних ресурсів музею у світове

співтовариство. Науковець вказує, що цей процес взаємодії може здійснюватися за допомогою Інтернет-технологій. Однак у матеріалах статті дослідниця поверхово розглядає засоби мережі Інтернет, які можна використати для забезпечення взаємодії у віртуальному просторі. Зокрема, висвітлюється потенціал використання сайтів як засобу для встановлення зворотного зв'язку між музеєм та Інтернет-аудиторією. І. Яковець відзначає, що більшість вітчизняних музеїв «позначили» свою присутність у мережі Інтернет сайтами, які зазвичай виконують лише інформаційні функції.

Р. Маньковська у своїх статтях «Музеї України в інформаційному просторі: досвід та перспективи» [177], «Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку» [178] вказує, що головною проблемою більшості вітчизняних музеїв є низький рівень їх відвідування, це є показником неефективної музейної політики у напрямі формування позитивного іміджу цих установ. Дослідниця вважає, що сьогодні перед сучасними музеями гостро стоїть проблема розробки змін у моделі взаємодії музею і відвідувача, форм та методів музейної роботи. Одним із варіантів її вирішення, на думку автора, є інтеграція музеїв у мережу Інтернет. Окремим шляхом вирішення проблеми поглиблення взаємодії із аудиторією, додатковим способом підвищення відвідування Інтернет-ресурсу Р. Маньковська розглядає використання музеями такого нового сервісу на своїх сайтах як віртуальна екскурсія, але дослідниця не відзначає те, що більшість вітчизняних музейних представництв у мережі Інтернет знаходяться на початковій стадії свого розвитку і не мають можливості її розробити.

У запропонованій розвідці «Комунікативний вектор у музейній діяльності» Ф. Рябчикова [267] здійснила спробу охарактеризувати традиційні та сучасні форми музейної комунікації. Ф. Рябчикова пропонує, щоб поглибити взаємодію між музейними установами та їх цільовою аудиторією, використовувати мережу Інтернет, це, на її думку, є ефективним засобом для здійснення комунікації. Разом з тим, дослідниця не дає чіткої відповіді на ряд важливих питань щодо вирішення даної проблеми, а саме: проблема розробки стратегії і політики існування музею у віртуальному просторі, обґрунтування потреби у створенні представництва музею у мережі Інтернет, специфіка підтримки та здійснення взаємодії із відвідувачами на музейних Інтернет-ресурсах (сайтах, гостьових книгах, форумах, блогах).

Детальний розгляд особливостей створення та обслуговування музейних Інтернет-ресурсів досліджували К. Андреева [11], С. Андреев [11], В. Баталкіна [11], Р. Гураль [60, 61], О. Зінченко [96], Т. Сосновська [289, 290], І. Шевцов [334, 335].

Важливість використання Інтернет-технологій для збереження історичної та культурної спадщини в технічних музеях України розкривається у спільній статті К. Андреевої, С. Андреева і В. Баталкіна «Веб-сайт музею – інформаційний доступ до збереження історії» [11]. Дослідники вважають, що створення електронного музейного

представництва у мережі Інтернет є дієвим засобом для реалізації комунікаційної функції. Автори бачать перевагу у створенні невеликих музейних сайтів, які б склалися із кількох сторінок та містили лише основну інформацію про установу (контактні дані), тому що, вважають науковці, безпосереднє сприйняття музейних експонатів краще, ніж їх перегляд через мережу Інтернет. Це судження, на нашу думку, має один важливий недолік. Для того, щоб переглянути музейну колекцію, не потрібно їхати в інше місто чи державу, стояти у чергах, щоб побувати в різних музеях. Інтернет представляє унікальну можливість мандрувати світом та відвідувати найпопулярніші музеї, не залишаючи при цьому власного будинку.

Процес створення віртуального представництва музею в глобальній мережі та використання інформаційних та Інтернет-технологій розглядає Р. Гураль у статтях «Новітні інформаційні технології у роботі музеїв (на прикладі сайту Державного природознавчого музею НАН України)» [60] та «Основні напрямки розвитку інформаційної структури музеїв» [61]. Дослідник виділяє дві стадії розвитку музейного сайту. Перша стадія характеризується створенням та інформаційним наповненням сайту. Для другої стадії властиво вдосконалення функціональних можливостей сайту, що, в першу чергу, проявляється у створенні «зрозумілого» для відвідувача сайту інтерфейсу, оптимізації Інтернет-ресурсу, що супроводжується зменшенням розмірів веб-сторінок і, відповідно, завдяки цьому прискорюється їх завантаження у різних браузерах. Вважаємо обґрунтованим висновок Р. Гураль з приводу того, що використання Інтернет-технологій в музейній справі дозволить якісно оновити взаємовідносини в системі «відвідувач-музей», дасть можливість розширити межі співробітництва і координації між музеями та іншими організаціями у віртуальному просторі.

Окремі питання узагальнення досвіду музеїв у створенні та підтримці інформаційних ресурсів у мережі Інтернет розглянуто в тезах доповідей І. Шевцова «Деякі аспекти інтеграції Інтернету у музейній діяльності» [334] та «Створення музейного сайту – необхідна складова сучасної маркетингової системи закладів культури» [335]. Він одним із перших звернув увагу на необхідність створення індивідуального дизайну для кожного Інтернет-ресурса, який би відображав специфіку конкретного музею, що, на його думку, дозволить збільшити відвідуваність сайту. Дослідник виділяє два позитивні моменти у перенесенні експозиційної роботи у віртуальний простір, а саме зникнення проблеми дефіциту експозиційних площ та захист експонатів від крадіжок та пошкоджень. Щоб отримати якісний сайт, вважає дослідник, до роботи над ним необхідно залучати професіоналів, кожен з яких буде займатися своєю справою. Наприклад, за інформаційне наповнення сайту відповідають працівники музею, а функції програміста повинні обмежуватися роботою зі створення та підтримки веб-представництва. Однак автор не говорить про те, що це ідеальний варіант, який характерний лише для закордонних установ, а Інтернет-сторінки українських музеїв

створюються та функціонують виключно завдяки ентузіазму музейних працівників.

О. Зінченко у статті «Що не так із сайтами українських музеїв» [96] порівнює Інтернет-ресурси українських та європейських музеїв і відзначає основні недоліки в оформленні та наповненні вітчизняних музейних сайтів. Дослідник Інтернет-ресурси українських та європейських музеїв аналізує за кількома категоріями: наявність інформації для відвідувачів, структура головної сторінки, дизайн музейних сайтів, зміст і стиль текстів, спосіб представлення цифрових копій експонатів (відсутній відбір або організований за предметним, хронологічним чи географічним принципом).

На нашу думку, це порівняння є неправильним, оскільки сайти українських музеїв у більшості випадків складаються з однієї (або декількох) веб-сторінок і містять лише довідкову інформацію (контактні дані, історію установи, матеріали із окремих виставок тощо). Стан сайтів вітчизняних музеїв вказує на відсутність розуміння головної мети існування установ, а саме: збереження та популяризація історико-культурної спадщини серед населення, звідси і незмінні десятиліттями експозиції, небажання допускати когось до роботи з фондами, відсутність чіткої стратегії з оцифрування фондів і їх представлення у мережі Інтернет.

Т. Сосновська, директор Літературно-меморіального музею-квартири Павла Тичини, у статтях «Музей в Інтернеті: набутий досвід» [289] та «Недремне око Інтернету» [290] ділиться досвідом створення і адміністрування музейних Інтернет-ресурсів та висвітлює типові помилки, які найчастіше допускаються при розробці сайту. Дослідниця вказує, що у багатьох закладів культури є власні сайти, але лише невелика їх частина приносить реальну користь як відвідувачам, так і співробітникам установ. На її думку, проблема полягає в тому, що вони не враховують статистичну інформацію при розробці своїх сайтів. Т. Сосновська оприлюднює статистику музейного сайту за 2013 р, за допомогою якої визначає, із яких країн відвідувачі та яка їх кількість і які сторінки вони переглядають найчастіше. Необхідно відзначити, що в ході вивчення статистики виявилось, що Інтернет-аудиторію найменш зацікавила інформація відвідувачів про музейну установу, тому Т. Сосновська робить висновок, що варто подумати над структурою Інтернет-ресурсу і, наприклад, зробити більш помітним посилання на цей розділ на головній сторінці. Проаналізувавши показник відвідування, дослідниця переконалася, що найбільше відвідують сайт жителі України, на її думку, це пояснюється двома причинами специфіки діяльності музею: по-перше, він орієнтований на українську аудиторією, а по-друге, Інтернет-ресурс Літературно-меморіального музею-квартири Павла Тичини є одномовним, тобто усі матеріали сайту написані українською мовою, що не дає можливості залучити відвідувачів із інших країн. Т. Сосновська не дає чіткої відповіді на питання, чи потрібне повноцінне представництво музею в Інтернеті, чи можливо обійтися лише розміщенням контактної інформації про установу. Наприклад, потенційний відвідувач музею перегляне всю

інформацію, яка його цікавить у мережі Інтернет, а потім вже не побажає відвідати саму установу, а це призведе до втрати коштів закладом. На сьогодні керівники музейних установ враховують лише тих, хто особисто відвідав музей, а кількість відвідувачів сайту вважають питанням другорядним, хоча ефективна маркетингова стратегія установи у мережі Інтернет може вплинути на розширення аудиторії закладу. На нашу думку, перегляд інформації про музейну діяльність на сайті практично завжди є свідомим, вмотивованим кроком, що свідчить про цілеспрямованість відвідування Інтернет-ресурсу.

Феномен віртуальних музеїв як самостійний об'єкт наукових досліджень зараз ще не отримав широкого висвітлення, а наявні окремі праці носять загальний характер. Це пояснюється тим, що відсутнє чітке визначення цього поняття, дослідники розділяються у своїх трактуваннях на два напрями: прихильники твердження того, що це музей, який існує лише у віртуальному просторі і не має представництв реально існуючих музеїв, це в більшості випадків європейські науковці, такі, як О. Георгіла, Л. Зехідіс, П. Патіас, С. Сілая [358, с. 151], а інші, наприклад, українські та російські дослідники П. Жежнич [85, с. 107], О. Лебедев [156, с. 51], Т. Максимова [174, с. 93], Ю. Ришковець [85, с. 107], В. Черненко [324, с. 85], вважають, що віртуальний музей є цифровим аналогом фонду відповідного музею, який репрезентований на сайті установи, наприклад, за допомогою віртуальної екскурсії.

У статтях П. Жежнич, В. Литвин, Ю. Ришковець «Структурна та формальна моделі віртуального музею» [85], «Побудова віртуальних галерей за інтересом користувача» [263] розглядаються нові способи представлення експонатів у мережі Інтернет. Частково наведено характеристику програмного забезпечення, яке використовується для створення віртуальних виставок, колекцій, екскурсій, реконструкції окремих пам'яток чи цілих комплексів, відтворення вже втрачених об'єктів і предметів.

Дослідниками висвітлено особливості реалізації основних функцій, які здійснюються віртуальними музеями, а саме: просвітницька, комунікативна і охоронна (збереження культурної спадщини). П. Жежнич, В. Литвин, Ю. Ришковець стоять на позиції того, що віртуалізація музеїв ставить проблему предметності експозиції та автентичності представлення об'єктів, тому вони проти масового оцифрування та розміщення музейних експонатів у мережі Інтернет. Дослідники вказують, що при вилученні музейного предмету із його природного середовища втрачається змістове наповнення експонату, те, що має бути донесене до відвідувача. Онлайн-доступ ідеальний лише для цінних та тендітних речей, які не можна виставляти на загальний огляд. Навряд чи такі міркування вмотивовані. На нашу думку, використання Інтернет-технологій у виставково-експозиційній діяльності дозволить музеям забезпечити збереження музейних колекцій, розширить доступ до фондів людям, які фізично не можуть ознайомитися з музейними зібраннями та дасть можливість здійснювати інформаційну підтримку

установи. Автори порівнюють спільні та відмінні риси електронного та віртуального музею. Під поняттям електронного музею науковцями розглядається ресурс, який не передбачає використання мережі Інтернет і доступний для перегляду лише працівникам музею.

Упродовж 2005-х – 2011-х рр. українська історіографія поповнилася і дисертаціями, в яких тією чи іншою мірою, дотично чи опосередковано, висвітлено питання, співзвучні з темою нашого наукового пошуку.

У дисертаційних дослідженнях О. Ждановича «Дослідницькі ресурси історичної тематики у мережі Інтернет: створення та використання» [79], Р. Мірошника «Інтернет-ресурси історії України в глобальній комп'ютерній мережі: особливості формування, інформаційне наповнення, проблематика (1991–2010 рр.)» [194], А. Кисельова «Архівні ресурси України в глобальній інформаційній мережі: види, доступ, перспективи» [126], І. Пантелейчук «Трансформація музею як соціокультурного інституту (XX – початок XXI століття)» [233] та А. Сукало «Розвиток інноваційних технологій у формуванні інформаційних архівних ресурсів України (1991 – 2003 рр.)» [294] розглядається специфіка створення, інформаційне наповнення Інтернет-ресурсів бібліотек, архівів, частково музеїв (окремі сайти, зокрема, персональні, блоги, форуми, статті в електронній енциклопедії «Вікіпедія») та розробляються пропозиції щодо їх подальшого розвитку. Науковці окреслюють перспективи та особливості використання інформації з мережі Інтернет у наукових дослідженнях.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що основний масив вітчизняної історіографії щодо проблеми використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці складається із статей і тез, опублікованих у збірниках матеріалів конференцій та фахових виданнях. Головною їх особливістю є те, що вони практично не орієнтовані на дослідження перспектив розвитку, розробки і наповнення вітчизняних музейних Інтернет-ресурсів, а якщо розглядають дане питання, то описують його у загальних рисах у ракурсі висвітлення закордонного досвіду. Немає однозначної відповіді у науковців і на ряд запитань, з якими стикаються музеї, коли створюють власні сайти, а саме: «Яким чином організувати маркетингову діяльність музею у мережі Інтернет для зростання відвідуваності самого закладу?»; «Чи виправдовують сайти витрачені на них фінансові та інтелектуальні ресурси?»; «Чи кожен музей повинен прагнути створювати естетичний, функціональний та інформативний сайт, чи присвятити час і зусилля на розширення своєї аудиторії, наприклад, за допомогою соціальних мереж» тощо.

Поza увагою значної частини фахівців знаходиться ґрунтовний аналіз використання соціальних мереж музеями України. Проблемним полем досліджень сучасних науковців, які розглядають особливості діяльності музейних установ на різних платформах соціальних мереж, є вивчення можливостей використання їх як віртуального майданчика для організації спілкування, без обговорення залишається опис досвіду і приклади створення та функціонування вітчизняних музейних Інтернет-спільнот.

Загалом, як засвідчує аналіз праць, дослідники зосередили свою увагу на розгляді проблеми модернізації музейної справи в Україні, удосконалення законодавства, що регулює музейну сферу, розробці нових способів для збереження та інтерпретації культурної спадщини.

Дослідження науковців країн СНД, переважна частина із яких належить російським ученим, в основному приділяють увагу питанню впровадження інформаційних технологій у роботу музеїв та інших закладів культури. Перспективним напрямком наукових досліджень у зв'язку із появою нових типів джерел (фотографія, електронний документ, Інтернет-форум, чат, блог, соціальні мережі, сайти), особливо серед фахівців у галузі історичної інформатики, є розгляд проблеми якісного представлення музейної інформації в мережі Інтернеті та шляхи її вирішення. У ході проведення цілого ряду конференцій, семінарів між культурологами, істориками, представниками музеїв країн СНД, у тому числі і України, відбувався обмін досвідом у сфері збереження історико-культурної спадщини, обговорювалися шляхи вирішення проблем, пов'язаних із інформатизацією діяльності у культурно-просвітницьких та науково-дослідних установах. Результати наукових заходів знайшли своє відображення у збірниках наукових конференцій Асоціації «Історія і комп'ютер», об'єднання «Автоматизація діяльності музеїв та інформаційні технології» (АДІТ), Лабораторії музейного проектування, журналі «Довідник керівника установи культури» та дисертаційних дослідженнях з культурології, які складають другу групу праць літературної бази дисертаційної роботи.

Перші спроби у вивченні питання впровадження нових інформаційних технологій в практику історичних досліджень і освіти на пострадянському просторі, зокрема специфіка пошуку, аналізу, використання історичної інформації у мережі Інтернет, теоретичні та практичні аспекти розробки Інтернет-ресурсів історичної тематики, були здійснені науковцями об'єднаними навколо Асоціації «Історія і комп'ютер» [3]. Асоціація «Історія і комп'ютер» (АІК) була заснована 1992 р. Історія її створення та розвитку тісно пов'язана з процесом становлення нового наукового напрямку – історичної інформатики. Членами Асоціації на сьогодні є дослідники із наукових і навчальних закладів Росії, України, Білорусі, Киргизії, Азербайджану, Німеччини, Нідерландів. Щорічно асоціацією проводяться тренінги, семінари та конференції. З часу свого створення асоціацією випускається інформаційний бюлетень, а починаючи з 1994 р., за матеріалами щорічних конференцій видається збірник наукових статей під загальною назвою «Коло ідей». У рамках щорічних конференцій, які проводяться Асоціацією «Історія і комп'ютер», відбуваються засідання секції «Інформаційні технології в архівах, музеях і бібліотеках», в центрі уваги яких, зокрема, обговорюються питання, присвячені проблемі створення та підтримки архівних, бібліотечних і музейних Інтернет-ресурсів. Значна увага на засіданнях секції приділяється дослідженню ролі зображень як

історичного джерела в наукових роботах. Це пов'язано з тим, що на сьогодні швидкими темпами формуються цифрові ресурси архівів, бібліотек та музеїв, розробляються методологічні принципи роботи із зображеннями, стандарти їх опису, графічна інформація стає затребуваною поряд з текстовими і числовими даними. Ці проблеми розглядалися в доповідях Т. Анциферової [2], Т. Валєтова [32], Л. Скакун [278–290], М. Лаптева [154], О. Мілосердова [182].

Асоціація «Автоматизація діяльності музеїв та інформаційні технології» (АДІТ) – це відкрите об'єднання спеціалістів, які працюють у галузях, пов'язаних з інформатизацією сфери культури. Створена за ініціативи Л. Ноля, О. Дремайлова і Д. Перцева в 1996 р. Із 2000 р. відбулася реорганізація АДІТ: слово «асоціація» було замінене на некомерційне партнерство і була затверджена нова назва організації: некомерційне партнерство «Автоматизація діяльності музеїв та інформаційні технології». АДІТ є постійно діючим міжнародним майданчиком, на якому відбувається взаємовигідне співробітництво між музейними фахівцями, які представляють Білорусь, Україну, Вірменію, Азербайджан, Фінляндію, Швецію, Норвегію, Італію та Росію. На цьому майданчику музейні працівники знайомляться з найостаннішими світовими новинками в галузі інформаційних технологій та навчаються використовувати їх у своїй діяльності. Головною подією АДІТ є щорічна конференція, яка проходить на території Росії та в інших країнах СНД. Матеріали щорічних конференцій об'єднання публікуються під загальною назвою «Музеї та інформаційний простір: проблема інформатизації та культурна спадщина». У цих збірниках досліджуються сучасні тенденції у розвитку музейної справи, особливості організації музейного маркетингу у мережі Інтернет та досвід розробки музейних сайтів в Росії і за кордоном. В цьому плані слід виділити статті О. Дріккера [71–73], А. Знаменського [97], А. Кірілічевої [125], Л. Лівшицова [162], Г. Манєвіч [175, 176], К. Наседкіна [213], Д. Ольшанського [213, 226], Р. Савіна [269], В. Степанова [292], С. Черкаліна [97], Ю. Шуваєва [341]. Специфіку використання мережі Інтернет як сучасного засобу музейної комунікації між відвідувачами і музеями розглядають В. Бронніков [31], Д. Валієва [33], Л. Калініна [33, 340], С. Мініна [185], І. Прольоткін [33, 340], М. Федоренко [33], М. Шпак [340]. Переваги та перспективи оцифрування музейних фондів, створення електронних виставок музеїв висвітлюють Т. Богомазова [22, 23], Н. Браккер [29], О. Дремайлов [69, 70], І. Іцкова [23], О. Кіссель [130], Л. Куйбишев [29], Н. Пантелєєвої [324], С. Петрикова-Агафонова [325], І. Поздняков [244], О. Лебєдєв [155, 157, 158], В. Мотвілофф [198], Т. Строганова [293], Н. Толстая [326], В. Тютник [244], В. Черненко [324, 325], В. Чістяков [329].

Серед публікацій об'єднання «Автоматизація діяльності музеїв та інформаційні технології» особливо необхідно відзначити аналітичну записку «Нові інформаційні та комунікаційні технології в розвитку музеїв» [220], яка була видана 2014 р. в рамках проекту ЮНЕСКО та Міждержавного фонду

гуманітарної співпраці держав-учасниць СНД «Управління музеєм – ХХІ ст.»).

В аналітичній записці наголошується, що використання інформаційних технологій на початку другого десятиліття ХХІ ст. в музеях дозволяє ефективно вирішувати багато завдань, що стоять перед ними. Особливо важливим є використання інформаційних технологій у сфері управління, в діалозі музею з їх цільовою аудиторією, організаціями і органами державної влади, які здійснюють роботу у напрямі збереження та популяризації об'єктів культурної спадщини.

У ході дослідження було встановлено, що інформаційні технології ще недостатньо різнобічно і ефективно використовуються в музеях країн СНД. Майже у всіх музеях є власні сайти, акаунти в соціальних мережах, однак найчастіше музейні працівники не усвідомлюють їх особливостей і не використовують ці засоби для поширення інформації, здійснення діалогу між музеєм та відвідувачами Інтернет-ресурсів.

Необхідно також відзначити внесок Лабораторії музейного проектування, яка була створена в 1987 р. як підрозділ Російського інституту культурології для сприяння реформуванню музейної сфери Росії та в країнах СНД за рахунок використання технічних і Інтернет-технологій в експозиційній та екскурсійній діяльності. У рамках діяльності Лабораторії музейного проектування під керівництвом О. Лебедева здійснюється публікація збірників наукових праць Російського інституту культурології серії «На шляху до музею ХХІ ст.»; колективних та авторських монографій, брошур з проблем теорії та практики музейної справи.

У рамках дослідження проблеми взаємодії між музеєм і відвідувачем Лабораторією музейного проектування було видано три збірники статей, присвячених вивченню міжнародного досвіду щодо розробки механізмів модернізації в музейній сфері, дослідженню ролі музеїв в інформаційному забезпеченні історичної науки, розробки сценаріїв і дизайну Інтернет-ресурсів музеїв. Серед них «Музей і нові технології» (упорядник М. Нікішін). Видання присвячене проблемам освоєння сучасних технологій у музейній діяльності. Технології, що розглядаються авторами, охоплюють висвітлення широкого кола питань з використання в музеях різних технічних засобів та мережі Інтернет [201]. У збірнику «Музей майбутнього: інформаційний менеджмент», (упорядник О. Лебедев) висвітлено проблеми інформаційного менеджменту, що розуміється як управління інформацією. Технології, що розглядаються, охоплюють використання музеями Інтернет-простору як ефективного рекламного засобу для поширення інформації про установу [200]. У збірнику «Музейна комунікація: моделі, технології, практики» (упорядник В. Дукельський) досліджуються тенденції побудови та розвитку нових форм комунікації з відвідувачами музею, як всередині, так і поза будівлею, способи створення позитивного інформаційного поля музейних установ Росії та країн СНД у мережі Інтернет для збільшення їх відвідуваності [204].

У рубриці «Інформаційні технології» науково-методичного журналу «Довідник керівника установи культури» друкуються матеріали, присвячені використанню можливостей мережі Інтернет в діяльності закладів культури, зокрема музейних установ у Росії та закордоном.

Про перспективність та популярність серед науковців дослідження проблеми використання мережі Інтернет у музейній діяльності свідчить інтенсивне зростання кількості статей, присвячених даному питанню. Наприклад, протягом 2004 – 2015 рр. у журналі були опубліковані статті, у яких піднімалися проблеми: створення та інформаційного наповнення сайтів культурно-освітніх закладів, зокрема музейних установ Росії і закордоном (О. Ветчанова [39], О. Волков [48, 49], Д. Загоскін [89], Л. Калинина [115–119; 260, 261], Н. Козловська [132], О. Кокоріна [133], В. Тамм [132], А. Ушаков [164], Є. Лоскутов [164], І. Плишина [237], І. Прольоткін [115–119, 260, 261] О. Сулова [222], М. Сурво [221], О. Турлов [119], М. Шпак [115–119; 260; 261]); практики використання соціальних мереж у науково-популяризаційній діяльності музеїв (Є. Капранова [120], В. Лепаловська [61], А. Михайлова [186–189], О. Сосновська [161], О. Якушіна [345; 346]); оцифрування та організації доступу до музейних експонатів у віртуальному просторі (О. Докучаєва [196], В. Дукельський [75], Н. Заславец [94], Т. Смірнова [286; 287], О. Лебедев [75; 156] Л. Морозкіна [196], І. Хургіна [196]).

Особливе місце у вивченні проблеми модернізації музейної справи та розширення традиційних форм роботи музеїв у сучасних умовах приділяють російські науковці, що працюють на базі кафедри етнології, антропології, археології та музеєзнавства історичного факультету Омського державного університету ім. Ф. Достоєвського (М. Легенченко) [159], кафедри дискретної математики та інформатики механіко-математичного факультету Новосибірського державного університету (В. Касьянов) [122], кафедри технології автоматизованої обробки інформації та кафедри музейної справи Кемеровського державного університету культури і мистецтв (О. Алдохіна, Н. Гендіна, Н. Колкова, О. Самаковська) [5, 52; 53; 134; 270; 271; 288]. В дослідженнях вчених розробляються рекомендації з використання Інтернет-технологій в музеях Росії в напрямі здійснення рекламно-інформаційної діяльності та підготовки для цих цілей відповідних спеціалістів, особлива увага звертається на досвід європейського музеєзнавства та сусідніх країн Білорусії, України, Грузії, Казахстану, Азербайджану. Науковцями розглядаються загальні принципи проектування контенту, аналізується зручність розміщення для відвідувачів основних компонентів сайтів музеїв, архівів бібліотек та навчальних закладів, пропонуються конкретні проектні рішення щодо створення і підтримки Інтернет-ресурсів.

Особливості створення і підтримки представництв музеїв у віртуальному просторі, сучасні форми музейної комунікації, роль Інтернет-технологій в збереженні культурної спадщини, проблеми використання музейних Інтернет-проектів як джерела у історичних дослідженнях

розглядалися також у російських дисертаційних роботах. Дослідники вказують на труднощі у дослідженні, багато в чому це пов'язано з динамічним розвитком мережі Інтернет.

У дисертації Т. Максимової «Віртуальні музеї як соціокультурний феномен: типологія і функціональна специфіка» висвітлюється алгоритм організації та створення віртуального музею. Дослідниця узагальнює підходи різних авторів до висвітлення поняття «віртуальний музей», розглядає види віртуальних музеїв та пропонує авторські варіанти їх типології. Т. Максимова формує пропозиції щодо можливостей використання потенціалу віртуальних музеїв для розвитку туризму у країнах СНД [174].

У дисертаційній роботі Н. Заславець «Інформаційне забезпечення музейної експозиції: на прикладі Державного історичного музею» досліджується роль та перспективи використання інформаційних технологій в експозиційно-виставковій діяльності. Дослідниця вказує, що нині сформувалося кілька підходів до розуміння ролі інформаційних технологій в демонстрації музейних колекцій. Найбільш поширеним є перший підхід, його автори вважають, що технічні засоби та Інтернет-технології в експозиційно-виставковій діяльності повинні відігравати допоміжну (обслуговуючу) роль, це, на думку Н. Заславець, властиво музейним установам пострадянських країн. Другий є більш прогресивним і припускає, що музейні предмети, продемонстровані за допомогою технічних засобів та Інтернет-технологій, у деяких випадках можуть виступати поряд з оригіналами експонатів рівноправними учасниками музейної виставки [95].

Аналіз російської наукової літератури з питання, що досліджується в дисертації, дозволяє зробити висновок, що більшість праць присвячені лише російському музейному сегменту у мережі Інтернет, українські музейні установи розглядаються в рамках співпраці держав – учасниць СНД у гуманітарній сфері щодо проблеми з комп'ютеризації та використання Інтернет-технологій в музейній діяльності і розробки змін в освітню програму підготовки музейних фахівців відповідно до сучасних умов. Найбільш розроблюваними проблемами, на яких концентрують увагу російські науковці в дослідженні стану «інформаційної присутності» музеїв у мережі Інтернет, є проблема чіткої постановки цілей (навіщо створювати Інтернет-ресурс); проблема відбору музейної інформації, яка розміщується у мережі Інтернет; проблема вибору форми представництва музеїв у віртуальному просторі (сайт, блог, форум, соціальні мережі); проблема професіоналізму команди розробників; розробка критеріїв оцінки Інтернет-представництв російських і зарубіжних музейних установ; визначення поняття віртуальний музею та його основні характеристики.

Не отримала широкого розвитку проблема використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці також і серед науковців, об'єднаних навколо Європейської музейної організації (NEMO). Зусилля дослідників, зокрема Л. Айзенкот [349], Ю. Барух [349], О. Георгюла [358], Б. Графа [357], О. Ейде [351], Л. Зехідіса [358], А. Кантар [350], К. Костас [352],

А. Мюллер [357], Ф. Ніколуцці [354], І. Оберлендер-Терноянї [353; 355], Й. Саутера [356], С. Сілая [358], С. Стіліані [352], П. Патіаса [358], Л. Фотіс [352], В. Швайбнец [359], були спрямовані переважно на вивчення проблеми створення та збереження електронних версій культурного надбання бібліотек, музеїв, вирішення питання організації та забезпечення вільного доступу до їх фондів через мережу Інтернет, в першу чергу, громадянам Східної Європи, які не є членами ЄС та розробку і реалізацію спільних проектів щодо реформування їх закладів культури.

Проблема збереження об'єктів культурно-історичної спадщини та організації доступу до них на сьогодні є пріоритетним напрямком європейської політики у сфері культури. Відповідно до Лісабонської стратегії (березень 2000 р.) з організації «Європейського культурного простору», планом заходів «електронної Європи» («e-Europe»), програмою «e-Content» щодо створення європейських Інтернет-ресурсів з культури і забезпечення вільного доступу до них, «Брюссельської структури якості» (17 липня 2001 р.), Лундських принципів (квітень 2001 р.) щодо покращення та розширення доступу до фондів бібліотек, музеїв за допомогою створення Інтернет-ресурсів для цих установ, розробки єдиних стандартів для переведення в електронну форму фондів закладів культури Комісією Європейських Співтовариств були розроблені проекти «Minerva» (2002–2005 рр.) та «Minerva Plus» (2006 р.).

У ході реалізації проектів були опубліковані два документи: «Принципи якості веб-сайтів з культури» [250] та «Взаємодія веб-сайтів із культури з користувачем» [41]. Фондом розвитку інформаційного суспільства, Міжрегіональним центром бібліотечного співробітництва і Російським комітетом програми ЮНЕСКО «Інформація для всіх» за фінансової підтримки Федерального агентства з культури і кінематографії в рамках реалізації в Росії проекту Європейської комісії «Minerva Plus» та програми ЮНЕСКО «Інформація для всіх» видання були перекладені на російську мову із доповненнями їх матеріалами, в яких розглядається досвід створення і підтримки музейних Інтернет-ресурсів держав пострадянського простору, які не входять до ЄС, у більшості випадків аналізується російський музейний сегмент у мережі Інтернет, українські музейні установи згадуються у контексті співпраці держав СНД в гуманітарній сфері щодо налагодження та удосконалення взаємодії між музейними установами у питанні оцифрування їх фондів.

У інструкції «Принципи якості веб-сайтів з культури» розглядаються десять принципів якості Інтернет-ресурсів бібліотек, музеїв, а також інших установ культури. Серед найважливіших принципів якості сайтів закладів культури науковці виділяють прозорість (важлива інформація про тематику сайту повинна бути представлена відвідувачам на головній сторінці), ефективність (використання критеріїв оцінювання сайтів), реактивність (здійснення взаємодії між музеєм і потенційними відвідувачами у віртуальному просторі), орієнтування (брати до уваги потреби Інтернет-

аудиторії і забезпечувати їм простоту роботи з сайтом), сумісність з іншими Інтернет-ресурсами, багатомовність тощо.

У рекомендаціях «Взаємодія веб-сайтів із культури з користувачем» досліджується характеристика цільової аудиторії Інтернет-ресурсів закладів культури. Науковці шукають відповідь на ряд питань, які є актуальними для ефективного функціонування Інтернет-ресурсів, а саме:

- Що потрібно зробити для того, щоб найбільш повно задовольнити потреби Інтернет-аудиторії сайту?
- Як залучити молодь до сайтів закладів культури, яким чином збільшити відвідування реальних бібліотек, музеїв, які у них інтереси і потреби?

З 1 грудня 2003 р. розпочав свою роботу проект Європейської Комісії «КАЛІМЕРА». Повна назва проекту «Використання в культурі: місцеві заклади, як посередники в організації доступу до електронних ресурсів» [248, с. 43]. Проект фінансувався у рамках програми Технології Інформаційного Суспільства (IST). Україна в цьому проекті була повноправною учасницею. Партнером від України виступала Кіровоградська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Д. Чижевського. Стратегічною метою проекту була організація вільного доступу громадян до культурної спадщини через мережу Інтернет. Кінцевим продуктом проекту стала публікація «Рекомендацій з позитивної практики» для працівників бібліотек, музеїв та архівів щодо можливостей впровадження інформаційних технологій у їх діяльності [248].

Узагальнюючи загальний стан наукового вивчення теми «Особливості використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці», обґрунтованими вважаємо такі положення. По-перше, історіографічна традиція представлена обмеженою кількістю праць, у яких тією чи іншою мірою висвітлено сюжети, дотичні до нашого наукового пошуку. По-друге, нашими попередниками не ставилося за мету дослідити проблему створення, інформаційного наповнення вітчизняних музейних Інтернет-ресурсів, питання стратегічних пріоритетів розвитку музейної сфери України в умовах інформатизації, трансформації музейної діяльності на базі впровадження електронних інформаційних технологій, тому ця тема залишається практично не вивченою. По-третє, дослідження як українських, так і закордонних науковців стосувалися переважно загальних або окремих специфічних (Інтернет-комунікація, спільноти музею в соціальних мережах, оцифрування експонатів, створення віртуальних музеїв тощо) аспектів створення та функціонування представництва музеїв у мережі Інтернет.

1.2 Джерельна база

Джерельну базу роботи репрезентують дві групи джерел: друковані та електронні.

Перша група представлена офіційними документами (законами, нормативно-правовими документами, статистичними матеріалами, програмами розвитку музейної справи в Україні і окремо в кожному регіоні)

центральных органів державної влади (Верховної Ради України [38], Президента України [249], Кабінету Міністрів України [114], Міністерства культури України [192], Міністерства оборони України [193], Міністерства внутрішніх справ України [191], Державної служби статистики України [63], Міністерства освіти і науки України [190], Державного комітету телебачення і радіомовлення [64], Державного комітету архівів України [65]), дія яких поширюється на сферу діяльності музею.

В Україні на сьогоднішній день інформаційне забезпечення музейної діяльності регулюють тією чи іншою мірою більш ніж 200 законів та нормативних актів. Серед них: закони «Про інформацію» [252], «Про музеї та музейну справу закон України» [253], «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства України на 2007 – 2015 рр.» [256], «Про Національну програму інформатизації» [254], «Про телекомунікації» [258], указ президента України «Про невідкладні заходи щодо розвитку музеїв України» [255], доручення президента України «Щодо забезпечення впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у всіх сферах суспільного життя» [249], розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення плану дій з впровадження в Україні Ініціативи «Партнерство» Відкритий Уряд» [257], постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Програми розвитку музейної справи на період до 2005 року» [114], «Про затвердження державної програми розвитку культури на період до 2007 року» [114] тощо.

Друга група представлена матеріалами, які розміщені на сайтах: 1) регіональних органів державної влади (Вінницької [46], Волинської [47], Дніпропетровської [67], Донецької [68], Житомирської [88], Закарпатської [90], Запорізької [92], Івано-Франківської [101], Кіровоградської [131], Київської [124], Луганської [166], Львівської [172], Миколаївської [183], Одеської [225], Полтавської [245], Рівненської [264], Сумської [299], Тернопільської [305], Харківської [317], Херсонської [318], Хмельницької [319], Черкаської [323], Чернівецької [327], Чернігівської [328] обласних державних адміністрації та Київської міської державної адміністрації [123]); 2) науково-дослідних установ (відділення історії, філософії та права, літератури, мови та мистецтвознавства, секції суспільних і гуманітарних наук НАН України: Інституту історії України НАН України [105], Інституту української археографії та джерелознавства ім. М.С. Грушевського [106], Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т. Рильського [107], Центру пам'яткознавства НАН України та Українського товариства охорони пам'яток історії та культури [43], Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського [214], Львівської національної наукової бібліотеки ім. В. Стефаника [171]); 3) вищих навчальних закладів (факультету культурології Київського національного університету культури і мистецтв [313], Інституту гуманітарних та соціальних наук Національного університету «Львівська політехніка» [104], художньо-педагогічного факультету Рівненського державного гуманітарного університету [320],

історичного факультету Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки [113], факультету культурології Харківської державної академії культури [312], факультету історії, політології та міжнародних відносин Чернівецького національного університету ім. Федьковича [311], Історико-філософського відділення Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Ушинського [112]); 4) Інтернет-енциклопедій (Вікіпедія) [44]; 5) Інтернет-видань («Музеї України» [109], «День» [309], «MUSEUM» [108]); 6) Інтернет-проектів для поширення інформації про послуги та продаж музейної продукції («Музейна крамниця» [199], «Динамічний музей» [66]); 7) Інтернет-представництва музейних організацій (Всеукраїнська асоціація музеїв [51]); 8) Інтернет-порталів з музейної тематики («Музейний простір» [246], «Музейний портал» [211]); 9) музейних сайтів України; 10) Інтернет-ресурсів зарубіжних держав на яких розміщена інформація про українські музеї («Март» [247], «Російський музей: віртуальна філія» [93], Асоціації «Історія і комп'ютер» [216], Лабораторії музейного проектування [153] тощо).

Одним із важливих джерел українських веб-ресурсів, де розміщена інформація про музеї України, є Інтернет-сайти державних науково-дослідних установ. Вони представлені сайтами ряду установ, відділення історії, філософії та права, літератури, мови та мистецтвознавства, секції суспільних і гуманітарних наук НАН України: Інституту історії України НАН України [105], Інституту української археографії та джерелознавства ім. М.С. Грушевського [106], Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т. Рильського [107], Центру пам'яткознавства НАН України та Українського товариства охорони пам'яток історії та культури [43], Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського [214], Львівської національної наукової бібліотеки ім. В. Стефаника [171].

Центральне місце серед перелічених веб-ресурсів займає Інтернет-представництво Інституту історії України НАН України. На ньому, станом на першу половину 2015 р., було доступно близько 1000 тис. електронних версій монографій в яких розглядається історія музейної справи в Україні, в тому числі 96 наукових праць, які тією чи іншою мірою розглядають особливості використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці [105].

На Інтернет-ресурсах Інституту української археографії та джерелознавства ім. М. Грушевського [106], Центру пам'яткознавства НАН України та Українського товариства охорони пам'яток історії та культури [43] музейна проблематика представлена в загальних рисах. Тут публікуються лише новини найбільших музеїв України із посиланням на джерело інформації (Інтернет-ресурс установи), окремі інформаційні листи конференцій та електронні версії монографій, збірників матеріалів із можливістю їх завантаження.

Особливу цінність складають аналітичні записки, які публікуються на сайті Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові

України [215], в яких висвітлюються проблеми розвитку музейної сфери в Україні, аналізується досвід європейських країн щодо можливостей використання Інтернет-технологій, розглядається стан репрезентації музеїв України у віртуальному просторі та пропонуються заходи щодо покращення інформаційного наповнення їх сайтів.

На сайті Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Рильського [107] представлена контактна інформація музеїв Одеської, Херсонської та Миколаївської областей. На веб-ресурсі установи із музейної тематики розглядається закордонний досвід діяльності музеїв, нові методи взаємодії музею і суспільства та матеріали, присвячені оцифруванню музейних фондів.

Важливими у контексті тематики монографії є ресурси українських онлайн бібліотек, які входять до структури НАН України і відносяться до загального гуманітарного спрямування. На сайтах Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського [214], Львівської національної наукової бібліотеки України ім. В. Стефаника [171] можна переглянути веббібліографічні списки, в яких пропонується перелік адрес електронних ресурсів відомих музеїв світу і України та праці науковців, в яких розглядалися питання реформування музейної сфери.

Сайти вищих навчальних закладів МОН дають змогу ознайомитися із окремими розробками музейних проєктів в сфері використання Інтернет-технологій для представлення музейних фондів у віртуальному просторі, переглянути розробки освітніх програм із підготовки та підвищення кваліфікації музейних спеціалістів за сучасними стандартами, переглянути законопроекти у сфері культури. Серед цих Інтернет-ресурсів як джерел монографії слід виділити сайти факультету культурології Київського національного університету культури і мистецтв [313], Інституту гуманітарних та соціальних наук Національного університету «Львівська політехніка» [104], художньо-педагогічного факультету Рівненського державного гуманітарного університету [320], історичного факультету Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки [113], факультету культурології Харківської державної академії культури [312], факультету історії, політології та міжнародних відносин Чернівецького національного університету ім. Федьковича [311], Історико-філософського відділення Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Ушинського [112].

Окремим джерелом монографії виступає україномовний розділ вільної загальнодоступної багатомовної універсальної онлайн-енциклопедії Вікіпедія [44]. На її ресурсах міститься категорія «Музеї України», яка включає 9 підкатегорій («Незавершені статті з музеїв України», «Зображення музейних установ», «Меморіальні комплекси України», «Музеї України за регіоном», «Музеї України за тематикою», «Музеї України за містами», «Українські музейники», «Українські музеї: класифікація», «Директори музеїв». Інформаційне наповнення Інтернет-ресурсу представлено у формі довідково-

енциклопедичних статей, в яких розглядається життя і діяльність видатних фахівців із галузі музеєзнавства, особливості функціонування музеїв України, окрім того, тема створення і функціонування Інтернет-ресурсів розглядається в публікації «Віртуальні музеї».

Важливе значення серед матеріалів джерельної бази монографії займає сайт Всеукраїнської асоціації музеїв [51]. Адже, відповідно до специфіки установи, у широкому спектрі тематичних розділів ресурсу («Інформація про організацію», «Музеї», «Виставки», «Новини», «Статті») представлені матеріали, які значною мірою репрезентують діяльність музеїв України у мережі Інтернет. Найбільшу наукову цінність становить розділ «Статті», в якому публікуються матеріали про сучасний стан розвитку музейної справи в Україні, використання інформаційних технологій в музейній діяльності, довідкові матеріали по музеях України.

Інтернет-версії музейних періодичних видань, на яких містяться статті з музейної тематики, у першу чергу з проблем сучасного розвитку музеїв України та шляхи їх вирішення, у переважній більшості є дзеркальним відображенням відповідних друкованих періодичних видань з додаванням інтерактивних розділів на зразок форумів тощо.

Важливу роль у вивченні проблем популяризації, підтримки і розкриття Інтернет-ресурсів музеїв в нашій державі відіграє редакція і науковці журналу «Музеї України» [109]. На сайті журналу висвітлюється інформація про діяльність більш ніж 1000 музеїв і галерей України, їх напрацювання, виставки, направленість, контактні дані, а також розміщений каталог музейних сайтів з докладним описом, рейтингом і експертною оцінкою. На веб-ресурсі журналу висвітлюється інформація професійного спрямування (моніторинг стану музеїв України, програми розвитку щодо реформування вітчизняної музейної справи, шляхи вдосконалення форм і методів роботи з відвідувачами установ) призначена для фахівців закладів культури, яку можна обговорити на форумі.

Розробники Інтернет-журналу «MUSEUM» [108] звертають увагу на складну ситуацію, що склалася в музейній сфері, зокрема в проблемі збереження української культурної спадщини. На веб-сторінках журналу публікуються матеріали, присвячені висвітленню досвіду закордонних музеїв із впровадження та використання інформаційних технологій в експозиційно-виставковій роботі музею. Також значний обсяг інформації на Інтернет-журналі «MUSEUM» представлений у вигляді повідомлень про минулі й майбутні конференції, каталогів сайтів окремих музейних організацій та музеїв України, широкого спектру правових та законодавчих актів, у тому числі проекти законів в галузі культури тощо.

На базі сайту щоденної всеукраїнської газети «День» був створений розділ «Віртуальні музеї України» [309]. Віртуальні екскурсії по музеях України були створені в рамках історичного веб-проекту «Україна Incognita». Зокрема, можна переглянути музейні фонди Національного музею Тараса Шевченка, музею Григорія Сковороди, Національного музею Народного

Мистецтва Гуцульщини та Покуття, музею М. С. Грушевського, музею Гетьманства, Національного художнього музею України, Львівського музею історії релігій. Спеціалісти в галузі інформаційних технологій у співпраці із музейними фахівцями розробили екскурсії по музею слідопитів у Нових Петрівцях, музею мікромініатюри М. Сядристого, музею народної архітектури та побуту України у форматі відео та розмістили їх у вільному доступі в розділі «Віртуальні музеї України».

На особливу увагу заслуговує Інтернет-ресурс «Музейна крамниця онлайн» [199]. Сайт створений з метою популяризації музеїв України в середині країни та закордоном через поширення інформації про музейні послуги, продаж сувенірної продукції. Реалізація цієї мети повною мірою представлена у широкому спектрі тематичних розділів ресурсу «Періодика», «Книги», «Репродукції та репліки», «Сувеніри», «Канцелярія», «Одяг та аксесуари», «Послуги». Але на даний час Інтернет-ресурс знаходиться в стадії розробки та наповнення і доступні лише три розділи «Періодика», «Книги» та «Послуги», на яких можна ознайомитися і придбати журнал «Музейний простір», книги із музейної тематики та переглянути інформацію про актуальні ціни на вхідні квитки у найбільших музеях України.

Значним за своїм інформаційним наповненням (електронні статті, тези, книги, фото-, аудіо- та відеоматеріали, окремі електронні Інтернет-проекти тощо), так і за дослідженням проблематики сучасного розвитку музейної справи в Україні є Інтернет-ресурс «Динамічний музей» [66]. Веб-ресурс спрямований на реалізацію головної мети проекту впровадження нових форм просвітницької роботи в музейній діяльності, зміну методів роботи з громадськістю, ЗМІ і потенційними меценатами, розробку дієвих способів презентації музейних колекцій, розвиток музейних Інтернет-ресурсів та реформування управлінського сектору тощо.

На Інтернет-порталі «Музейний простір» [246] представлені аналітичні матеріали про стан та проблеми розвитку музейної сфери, інтерв'ю із досвідченими експертами у галузі музеєзнавства. Загалом більшість матеріалів, які розміщені на Інтернет-порталі, присвячені вдосконаленню науково-методичного забезпечення в експозиційно-виставковій роботі, інформатизації музейних процесів, децентралізації музейного управління, посиленню ролі громадських організацій у функціонуванні музеїв тощо.

На популяризацію культури, науки та музейної сфери націлений проект «Музейний портал» [211]. Портал надає інформацію та актуальні новини з музейного життя України та світу і доступ до бази даних з інформацією про музеї зі зручним інтерфейсом для відвідувача ресурсу. Також на порталі можна знайти віртуальні тури по музеях України, Росії, Казахстану, Франції тощо.

Серед електронних інформаційних ресурсів регіонального значення, що містять контактні дані музеїв України та коротку довідкову інформацію про виставково-експозиційну діяльність установи великий інтерес

представляють Одеський портал [208], Київський портал «Твій Київ» [206], Херсонський портал Арт-Кавун [209], Львівський портал [207], Північно-Бессарабський інформаційний портал [210].

Основним джерелом у дослідженні проблеми розробки нових підходів в популяризації музейних колекцій, сучасних методів взаємодії музею із потенційними відвідувачами установи, ефективності впровадження Інтернет-технологій в експозиційну, екскурсійну, культурно-освітню діяльність є сайти музеїв України. Інтернет-ресурси музейних установ є одним із джерел, що дають змогу переглянути інформацію про музей, ознайомитися з новинами, подіями із життя установи та віртуальними екскурсіями, Інтернет-виставками, каталогами зображення експонатів, що є цифровими аналогами реальних експозиційних залів.

Джерельною базою дослідження також є російські Інтернет-ресурси, у яких висвітлена інформація про окремі музеї України.

Із 2004 р. в Росії Державний Російський музей реалізує програму зі створення інформаційно-освітніх центрів «Російський музей: віртуальна філія». Метою проекту є залучення широкої глядацької аудиторії для ознайомлення із цінностями світової культури через мережу Інтернет. Із 16 грудня 2008 р. Запорізький художній музей приєднався до проекту, що дало змогу розмістити довідкову інформацію про установу на Інтернет-ресурсі «Російський музей: віртуальна філія» [93].

«МАРТ» – перший в Росії інформаційний портал для професіоналів у музейній сфері, де публікуються матеріали, присвячені сучасним тенденціям у музейній сфері. Фахівці з різних європейських та російських музеїв і представники компаній з розробки програмного забезпечення використовують Інтернет-простір для обговорення безлічі актуальних питань, а саме: діляться успішним досвідом використання Інтернет-технологій для підвищення інтересу відвідувачів до музейних виставок. Інформація про українські музеї представлена частково. Опубліковані дві замітки, в яких висвітлюється діяльність українських музеїв: досвід використання Інтернет-технологій для демонстрацій виставок людям із обмеженими можливостями музеями Львівської області і інформація про міжнародний Інтернет-марафон #MuseumWeek 2015 р. в якому брав участь Історико-культурний заповідник «Межибіж»[247].

Не менш важливим джерелом є матеріали розміщені на сайтах Асоціації «Історія і комп'ютер», Некомерційного партнерства АДІТ («Автоматизація діяльності музеїв та інформаційні технології») [216] та Лабораторії музейного проектування [153]. Інформаційне наповнення зазначених мережеских ресурсів музейних організацій представлені електронними версіями монографій, у яких основна увага приділяється проблемі модернізації музейної сфери в Росії, розвитку музейної справи у пострадянських державах.

Окрім цього, використовувалися матеріали блогів та соціальних мереж, в яких розміщується інформація на музейну тематику, які підтримуються закордонними та вітчизняними музейними установами.

Аналіз контенту соціальних мереж Facebook, Вконтакті, Twitter і Однокласники дає підстави виділити дві групи джерел:

1. Текстові джерела, до яких належать розміщені короткі відомості про музейну установу, інформація про новини та поточні події, які відбуваються на базі музею, статті на різну музейну тематику тощо.

2. Фото- і відеоматеріали.

Інформаційне наповнення у соціальних мережах генерується під час спілкування за допомогою відправлення приватних повідомлень і отримання відповіді на них учасниками спільноти; за допомогою публікації інформації на стіні спільноти; під час додавання коментарів до записів, зображень та відеоматеріалів. Особливість контенту у соціальних мережах – інформаційне наповнення є неструктурованим, учасники спільноти при обговоренні та публікації текстового матеріалу часто допускають граматичні та стилістичні помилки, полеміка виникає спонтанно навколо різних інформаційних приводів (новин із музейної тематики, фото-відео звітів з проведених заходів тощо); тривалість існування інформації залежить від адміністраторів, які мають вплив на формування інформаційного наповнення спільноти.

Джерельною базою написання монографії також стали персональні блоги окремих музейних спеціалістів, міжнародних організацій, вітчизняних та закордонних музеїв [16, 17, 18, 19, 20, 21, 22].

Блогерство серед європейських музейних фахівців є популярним і простим методом для популяризації своєї діяльності у мережі Інтернет, організації віртуальних спільнот (за інтересами) в порівнянні із європейськими аналогами створення представництв українських музеїв у блогосфері є малопоширеним явищем. Блоги на музейну тематику висвітлюють найрізноманітніші теми – від особливостей державної політики у сфері культури до розробки дизайну музейних Інтернет-ресурсів. Інформаційне наповнення блогів вітчизняних представництвах музеїв є комбінованим, тому, окрім публікацій матеріалів про музейну справу, які призначені для вузького кола спеціалістів, також висвітлюється інформація про програми та виставки, які проходять в різних музеях України та світу тощо.

Таким чином, залучена до монографії джерельна база є достатньо репрезентативною та різноплановою і дозволяє реалізувати поставлену мету і вирішити наукові завдання. Її аналіз дає змогу провести комплексне науково-історичне дослідження проблеми використання мережі Інтернет у вітчизняній музейній практиці.

1.3 Принципи і методи дослідження

Окремі напрями історичної науки для вдосконалення своїх методів дослідження активно залучаються до процесу інформатизації, втім успішно здійснюється він тільки там, де загальнонаукові підходи застосовуються з урахуванням специфічних вимог широкого спектру спеціальних історичних дисциплін [79, с. 3]. Важливою умовою результативної діяльності сучасних дослідників дедалі частіше стає використання мережі Інтернет як додаткового ресурса для отримання різноманітної інформації, а інформаційне наповнення музейних Інтернет-представництв є унікальним джерелом для історичних досліджень, в першу чергу локальної історії. Тема роботи «Особливості використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці» знаходиться на межі історії та інформаційних технологій, що входить в сферу дослідження історичної інформатики – спеціальної історичної дисципліни, що вивчає загальні властивості історичної інформації, її структуру, закономірності виникнення, перетворення, накопичення, методи її пошуку, передачі, збереження, обробки та використання в дослідженнях. Початок становлення історичної інформатики як самостійної наукової дисципліни розпочався на рубежі 80 – 90-х рр. ХХ ст. Процес проникнення інформаційних технологій в історичну науку привів до створення в 1986 р. Міжнародної асоціації «History and Computing», яка координує діяльність істориків різних країн, що застосовують у своїй дослідницькій практиці та навчальному процесі комп'ютерні методи і технології. З 1992 р до складу «History and Computing» (АНС) входить асоціація «Історія і комп'ютер» (АІК), яка об'єднує фахівців з історичної інформатики із різних країн СНД. Термін «історична інформатика» вперше вжито у 1992 р. [3]. Основні складові, предмет і зміст історичної інформатики визначилися в результаті дискусій 1990-х рр і знайшли своє відображення в структурі ряду підручників, опублікованих в країнах Західної Європи і першого в Східній Європі підручника з цієї дисципліни, підготовленого в 1996 р. лабораторією історичної інформатики Історичного факультету МДУ ім. М. В. Ломоносова. Коло інтересів історичної інформатики є надзвичайно широким. Якщо редукувати все це розмаїття, то можна визначити такі основні напрямки історичної інформатики: комп'ютеризований статистичний аналіз історичних джерел; математичне моделювання історичних процесів; комп'ютеризований аналіз текстів та зображень; створення й використання електронних ресурсів, історичні бази даних; електронна археографія й архівознавство; історична геоінформатика, моделювання даних історичних джерел за допомогою технології XML та багато ін. [150, с. 218]. Однією із проблем, що розглядається цією спеціальною історичною дисципліною, є інформатизація архівів, музеїв і бібліотек для забезпечення оперативного та повноцінного доступу дослідникам до їх фондів. В 2004 р. фахівцями голландської гілки АНС О. Боонстрою, Л. Брьоре, П. Доорном був підготовлений звіт, у якому були представлені перспективи розвитку історичної інформатики, де

вказувалося, що не відбулося глибокого проникнення інформаційних технологій в історичні науки, винятком є археологія, і в більшості можливості мережі Інтернет та різного програмного забезпечення використовуються мінімально у професійній діяльності історика [149, с. 223].

Вивчення особливостей використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці потребує з'ясування методологічного інструментарію дослідження. Методологія особливостей використання Інтернет-технологій у музейній практиці базується на загальних і специфічних (притаманних їй) принципах дослідження. Специфіка роботи зумовила використання загальнонаукових і спеціально-історичних методів. Врахування цих принципів та методів дозволило визначити і застосувати під час практичної роботи над темою монографії найбільш оптимальні методологічні підходи для досягнення поставленої в роботі мети. Принцип науковості як один із провідних принципів дослідження передбачав обрання адекватних наукових методів та понятійного апарату з досліджуваної предметної галузі. Принцип історизму і системності дозволив проаналізувати та викласти в хронологічній послідовності проблему становлення і розвитку інформаційно-комунікаційного середовища у вітчизняних музейних установах. Також принцип системності та наукової об'єктивності застосувався нами під час аналізу історіографії та джерельної бази дослідження. Це дало змогу забезпечити цілісність та неупередженість процесу історіографічного аналізу проблеми використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці та підібрати джерела для неупередженого висвітлення теми.

Важливе значення для розгляду основних завдань монографії має міждисциплінарний підхід, адже специфіка досліджуваного питання вимагала звернення до конкретно-наукової методології та термінології не лише історичних, а й інших наук, які пов'язані із вивченням особливостей створення і підтримки різних інформаційних ресурсів у мережі Інтернет, зокрема при розгляді проблеми розробки музейного сайту та реалізації комунікаційної музейної стратегії у Інтернет-середовищі. На думку дослідника А. Берлянта, міждисциплінарний підхід в історичних дослідженнях як наслідок інтеграції наук усе більше «пробиває» собі дорогу у сучасній історичній науці. Історія все міцніше встає на твердий ґрунт повноцінних наукових досліджень із застосуванням методів і підходів, як суміжних гуманітарних, так і точних наук. Тут одним із найбільш плідних є союз історії та інформатики, який уже довів протягом останнього десятиліття ХХ ст. свою ефективність. Як образно пише науковець: «Інформатика «дихає в потилицю» всіх наук, наздоганяючи і захоплюючи їх за собою» [46, с. 87].

На різних етапах дослідження використовувалися відповідні методи: історіографічний, джерелознавчий пошук та аналіз профільних публікацій з теми дослідження – для визначення стану розробленості наукової проблеми; аналіз, синтез, узагальнення – у підбитті підсумків на різних етапах дослідження; під час аналізу інформаційного наповнення та структури

музейних Інтернет-ресурсів виявлених за допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайтів журналів «Музеї України» та «Музейний простір» використовувався метод інформаційного аналізу, що дозволило дослідити їхній зміст в режимі онлайн для визначення наявності або відсутності досліджуваних характеристик, а саме актуальної інформації про діяльність музею, присутність відеоматеріалів з виставок, фото експонатів, дизайну сайтів, та зручність навігації для пошук необхідної інформації тощо; статистичний – для обробки результатів дослідження; історико-хронологічний – визначення територіальних та часових меж; порівняльний – порівняння різних можливостей Інтернет-ресурсів для використання музейними установами.

Важливим для дослідження проблеми використання Інтернет-технологій у музейній практиці є його поняттєво-категоріальне забезпечення. У нашому дослідженні йдеться про зміст таких понять, як Інтернет-ресурси музею, «віртуальний відвідувач музею», «віртуальний музей».

Отже, використані у монографії принципи та методи наукового дослідження, понятійний апарат зумовили структуру, логіку викладу матеріалу та належний науковий рівень отриманих результатів. Застосовані у дослідженні принципи й методи дали можливість не лише послідовно та логічно викласти матеріал, але й об'єктивно відобразити особливості використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці.

РОЗДІЛ 2 ФОРМУВАННЯ ОСНОВНИХ ГРУП ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ МУЗЕЇВ УКРАЇНИ

2.1 Становлення і розвиток інформаційно-комунікаційного середовища у вітчизняних музейних установах

Наприкінці ХХ ст. у зв'язку зі значними успіхами в ряді галузей науки і техніки створилися передумови для ключових змін у сфері інформаційного забезпечення людства. Науково-технічний прогрес заклав підґрунтя для появи мережі Інтернет і музеї отримали можливість вільно поширювати та зберігати інформацію про свою діяльність у віртуальному просторі.

У середині 1980-х рр. Міжнародна рада музеїв заявила про необхідність впровадження інформаційних технологій та використання технічних засобів у музейній сфері. Тоді ж Радою був створений спеціалізований підрозділ – Комітет з документації, який об'єднує музейних фахівців із 65 країн світу. Щорічно комітетом організуються конференції, на яких, зокрема, розглядаються національні програми з інформатизації та комп'ютеризації музейної сфери у різних країнах і розробляються рекомендації щодо їх проведення [266, с. 55].

Після здобуття незалежності України в музейній сфері відбулися помітні зміни. Протягом 90-х рр. ХХ ст. найбільші музеї в Україні проводять інформатизацію своєї діяльності на рівні створення електронних баз даних музейних експонатів. У другій половині 1990-х рр. вітчизняними музеями здійснюються перші спроби об'єднатися на регіональному рівні. Прикладами таких об'єднань були краєзнавчі музеї Чернівецької області. Метою такого об'єднання було вирішити спільну для всіх проблему, пов'язану із низьким рівнем відвідуваності музеїв. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми музейні спеціалісти вбачали у використанні можливостей мережі Інтернет для рекламування своїх заходів, що дозволить швидко доносити до потенціальних відвідувачів установ інформацію про музейну діяльність. Але проект не був реалізований через відсутність спеціалістів із інформаційних технологій та недостатнє фінансування музейної сфери [326, с. 147].

У 1995 р. було прийнято закон «Про музеї та музейну справу» [253], який врегулював діяльність музеїв в Україні, а також утверджував курс на інформатизацію музейних процесів та автоматизацію обліку музейних фондів. Відповідно до закону визначалися основні завдання музею, які полягали у збереженні, дослідженні та популяризації музейних експонатів серед громадян. Окрім цього, ще в 1992 р. був прийнятий закон «Про інформацію», в якому встановлювалися правові норми щодо забезпечення вільного доступу громадян до архівних, бібліотечних і музейних фондів [252].

Перші вітчизняні представництва музеїв у мережі Інтернет стали з'являтися приблизно з 1999 р., це були, наприклад, веб-ресурси

Дніпропетровського історичного музею ім. Д. І. Яворницького та Національного музею історії України у Другій світовій війні. Станом на серпень 2009 р. сайт Дніпропетровського історичного музею ім. Д. І. Яворницького входить до трійки лідерів за кількістю відвідувачів серед українських музейних ресурсів, конкуруючи з проектом «Музейний простір України та із офіційним сайтом журналу «Музеї України». Зарубіжні представництва музеїв в мережі Інтернет створюються дещо раніше, приблизно з 1990 р. Це були так звані «домашні сторінки», що містили довідкову інформацію і кілька зображень [310, с. 574]. Протягом 2000 – 2005 рр. діяла державна Програма розвитку музейної справи в Україні. Однією із ключових цілей програми було підвищення ролі інформаційних технологій у реформуванні музейної сфери [266, с.56].

Співробітники українських музеїв із середини 90-х рр. ХХ ст. постійно беруть участь у тренінгах, семінарах і конференціях, присвячених розвитку інформаційних технологій у сфері культури та освіти, які проходять у різних країнах Європи, США та Росії. Наприклад, в 2011 р. в Білорусії (Мінськ) проходила п'ятнадцята щорічна конференція АДІТ – 2011 «Культурна спадщина та інформаційні технології». У конференції брали участь російські, білоруські та українські музейні фахівців [55, с. 9]. У рамках пленарних та секційних засідань конференції передбачалося провести обмін думками з питань використання інформаційних технологій для збереження культурної спадщини на пострадянському просторі та використання комп'ютерної техніки в науково-дослідній роботі музею [216].

11-17 серпня 2013 р. в Ріо-де-Жанейро проходила ХХІІІ Генеральна конференція та ХХVІІІ Генеральна Асамблея Міжнародної ради музеїв, у яких взяли участь 1894 спеціалісти зі 103 країн світу, серед них були і представники української делегації працівників музеїв. Серед головних тем, які обговорювалися на конференції, була адаптація музейної діяльності до сучасних вимог інформаційного суспільства [13, с. 326].

Президентом України 31 липня 2000 р. був підписаний указ «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет і забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» [251]. Згідно із ним, у сфері культури реалізовувалися проекти щодо створення регіональних інформаційних центрів з архівної, бібліотечної та музейної справи для надання інформаційних послуг через мережу Інтернет, наприклад, у 2000 р. був створений центр інформаційних технологій Державного комітету архівів України, всі інші проекти щодо формування інформаційних центрів залишилися незавершеними. Першочерговим завданням вітчизняних музеїв указом визначалося переведення в електронну форму всіх їхніх колекцій та організація доступу до них.

У 2002 р. за ініціативи благодійників була створена організація «Фонд збереження культурної спадщини «Фенікс»». Поле діяльності організації полягало в сприянні інтеграції українських музеїв у європейський музейний простір. Кінцеву ціль своєї діяльності вбачали в допомозі музеям у створенні

та розміщенні електронних ресурсів в мережі Інтернет. Фонд також здійснював діяльність щодо створення електронних баз музейних експонатів, розробляв способи з ефективного збереження та захисту історичних пам'яток України. З метою реалізації плану з розбудови єдиного інформаційного простору, який би об'єднував більшу частину музеїв в 2004 р., було створено організацію «Всеукраїнська асоціація музеїв». Основні зміни в музейній діяльності асоціація вбачала у формуванні сучасних інформаційних ресурсів про культурну спадщину, створення механізмів вільного та ефективного доступу громадян до цих джерел [51].

З лютого 2004 р. в м. Києві журналістом В. Тригубом був заснований журнал для громадян, які цікавляться історичними пам'ятками, – «Музеї України». Поступово видання інтегрувалося у мережу Інтернет, та із 2012 р. паперова версія його перестала друкуватися. З 2005 р. фахівці журналу «Музеї України» розпочали програму «Музейний сайт». Метою програми було розробити концепцію розвитку відповідних музейних електронних ресурсів, методикау наповнення та створення сайтів на безкоштовних хостингах тим музеям, які не мають можливості витратити кошти на великі проекти [109].

Розпочинаючи з 2005 р., Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д. І. Яворницького на базі свого закладу кожного року проводить Всеукраїнський музейний фестиваль «Музей третього тисячоліття», який присвячений дню народженню Д. І. Яворницького. Музейний фестиваль є дієвою формою відкритого змагання творчого потенціалу музейних працівників, допомагає в налагодженні міжмузейних контактів, дозволяє випробувувати нові форми роботи із відвідувачами. На сьогодні цей захід перейменовано на «Музей і діти: дитячі програми, центри, музеї». Вперше на другому фестивалі «Музеї у сучасному поліетнічному світі» в 2008 р. одним із завдань було обрати найкращий проект музейних мультимедійних програм (сайтів, веб-каталогів, ігрових проектів). Серед вітчизняних музеїв переможцями у різні роки серед цієї категорії були Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д. І. Яворницького, Кіровоградський краєзнавчий музей та Львівський музей історії релігії за найкраще розроблені віртуальні екскурсії, дизайн та інформаційне наповнення Інтернет-ресурсів установи та рекламу музейних заходів у мережі Інтернет [121, с. 100].

Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв та Київський музей російського мистецтва в травні 2006 р. представили проект «Електронний музей». У рамках проекту були обговорені актуальні проблеми автоматизації діяльності у закладах культури. Організатори проекту представляли на практиці можливості використання комп'ютерної техніки і мережі Інтернет у діяльності музеїв, також було представлено програмне забезпечення для музейних установ, яке необхідне для обліку музейних фондів та організації доступу до них [165, с. 17].

Упродовж 2006 – 2009 рр. в Україні за ініціативи Асоціації музеїв Нідерландів реалізовувався проект «Матра – музеї України» [333]. Одне із

основних завдань проекту полягало в інтенсивному обміні досвідом між нідерландськими та українськими музейними фахівцями щодо створення та наповнення інформацією музейних Інтернет-ресурсів. У 2008 р. в рамках програми «Матра – музеї України» було розпочато проект «Музейне коло Прикарпаття». Метою проекту було дослідити проблеми та перспективи розвитку музеїв Івано-Франківської області і сформувати сприятливе середовище для реформування установ. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми ініціаторами проекту розглядалося у використанні мережі Інтернет для залучення в музей нових відвідувачів, поширення інформації та здійснення професійної взаємодії між музеями.

В ході реалізації проекту було заплановано:

- Проведення семінарів для музейних працівників щодо проблем представлення інформації про музеї у мережі Інтернет.
- Пропагування серед місцевого населення та туристів електронного доступу до інформаційних ресурсів музеїв паралельно із відвідуванням традиційних музейних установ як ефективного та надійного способу для ознайомлення з музейними колекціями.
- Створення обласного музейного порталу, де б розміщувалася інформація про музейні заклади Івано-Франківської області (контактні дані, ціна на квитки, додаткові послуги, опис колекцій, анонси музейних подій). Цікавим для потенційних відвідувачів установ, на думку розробників Інтернет-проекту, має стати розділ «Рейтинг музеїв». Рейтинг Топ-5 найцікавіших музеїв формуватиметься за допомогою голосування відвідувачів Інтернет-ресурсу. Будь-хто зможе висловити свою думку в коментарях щодо роботи установ і проголосувати за музей, у якому побував. Передбачалося функціонування порталу англійською та українською мовою [202].

У 2007 р. за ініціативи уряду розроблявся проект створення електронної інформаційної системи «Музейні фонди України», у якій передбачалося розмістити інформацію про експонати, що зберігаються у фондах вітчизняних установ. Інформаційна база Національного музейного фонду порівняно із аналогічними музейними інформаційними проектами інших країн, на думку її розробників, має бути розрахована лише «для внутрішнього користування» працівниками музею, що значно ускладнюватиме ознайомлення із музейними зібраннями потенційних відвідувачів. Результатом такої роботи мала б стати розробка веб-порталу «Україна музейна» і сервера віртуальних експозицій. Але на сьогодні цей проект знаходиться в стадії інформаційного наповнення, хоча інформатизація музейних колекцій, без сумніву, має ряд незаперечних переваг. По-перше, створення єдиної музейної інформаційної бази може призвести до економії державних коштів. По-друге, лише в рамках загальнодержавного проекту можливо створити сприятливі умови для забезпечення права населення на вільний доступ до пам'яток матеріальної культури, що зберігаються в музеях.

Міжнародний благодійний фонд «Україна 3000» з 2006 р. налагодив співпрацю з громадською організацією «Український центр розвитку музейної справи», яка проводить цільове дослідження стану музейної справи в Україні та аналізує можливості інтеграції європейських музейних стандартів у діяльність вітчизняних музеїв. Громадська організація «Український центр розвитку музейної справи» з 2004 р. розпочала роботу над створенням окремого спеціалізованого електронного ресурсу. Метою даного веб-джерела було сформулювати для спеціалістів електронну музейну публічну бібліотеку з різних питань музейної практики. Центр розвитку музейної справи створив у 2005 р. портал «Музейний простір». Одночасно із створенням порталу розпочав видаватися журнал «Музейний простір», який є його друкованою версією. На даний час портал «Музейний простір» є найбільшим Інтернет-проектом спільноти музейних фахівців в Україні, де зібрано каталог різних музейних ресурсів з вільним доступом. Спеціалісти порталу з 2005 р. розпочали на безоплатній основі створювати сайти вітчизняним музеям. На базі порталу реалізуються заходи з популяризації музейних колекцій, розміщуються фото, відеоматеріали з проведених виставок, екскурсій тощо, доступний перегляд періодичних видань та книг, розрахованих на музейних фахівців, публікується інформація про проведення конференцій, семінарів, тренінгів за участю закордонних та вітчизняних фахівців музейної справи [246].

За ініціативи громадської організації «Український центр розвитку музейної справи» у 2015 р. був започаткований проект «Музейна крамниця онлайн». Метою проекту було сприяти популяризації українських музеїв та їх експонатів через створення та широке розповсюдження музейних сувенірів, профільних видань; через мережу Інтернет для цього був створений спеціалізований Інтернет-ресурс для просування та продажу музейних товарів і послуг. Усі музеї України мають можливість представити у «Музейній крамниці онлайн» власні товари та послуги або розробити спеціальні пропозиції спільно із розробниками ресурсу. У мережі Інтернет цілодобово й без вихідних можна придбати музейні товари та послуги всім, хто бажає. На ресурсі є можливість ознайомитися з правилами придбання та отримання товарів чи послуг, про гарантії якості та можливість його повернення тощо [199].

Серед найбільших музеїв Києва з 8 квітня 2008 р. розпочалася всеукраїнська акція «П'ятизірковий музей». Головним завданням акції була перевірка якості послуг та сервісів, які надаються відвідувачам. Організатором акції був Департамент культурологічних програм Міжнародного благодійного фонду «Україна 3000» спільно з «Українським центром розвитку музейної справи». Одним із критеріїв, за яким проводилося оцінювання музеїв, було змістовне наповнення їхніх сайтів, дизайн та зручність їх використання для Інтернет-аудиторії [246].

У музеї мистецтв ім. Богдана і Варвари Ханенків 15 грудня 2008 р. відбувся семінар-тренінг «Музеї та музеєзнавство». Ініціаторами зустрічі

французьких та українських спеціалістів виступили Міжнародний благодійний фонд «Україна 3000», громадська організація «Український центр розвитку музейної справи» і Французький культурний центр в Україні. Запрошені організаторами в Київ були провідні французькі музейні спеціалісти Жаннік Дюран – зберігач музейних фондів у Музеї Лувр, Мішель Ручковскі – головний зберігач музейних фондів у Національній інспекції музеїв Франції і Марі-Кларте О'Ніл – заступник директора Національного інституту спадщини Франції. У діяльності семінару взяло участь близько 70 фахівців з найбільших музеїв України. Французькі фахівці розповіли українським колегам про організація музейної справи у Франції та її досвід для України. Зокрема, Жаннік Дюран, Мішель Ручковскі та Кларте О'Ніл ознайомили вітчизняних музейних фахівців із новими підходами до вирішення проблем, пов'язаних із виставково-експозиційною діяльністю шляхом оцифрування музейних експонатів і надання доступу до них через мережу Інтернет, та провели майстер-клас із цього питання [246].

В електронну базу міжнародних проектів Museum on line (www.museums-on-line.com) та Combis (www.combis.com) в 2009 р. були розміщені колекції найбільших музеїв України, а саме Національного музею історії України, музею історичних коштовностей України [13, с. 327]. Це дало можливість українським музеям презентувати свої колекції поза межами України, пошвидко співпрацю із іншими музейними закладами.

У 2009 р. на платформі ТМ «R-media» був створений Інтернет-телеканал «Музеї України» на якому кожен регіональний музей отримав можливість рекламування своєї діяльності у віртуальній мережі. Особливість проекту була в тому, що кожен відвідувач сайту міг на вибір переглянути відео-інформацію про будь-який музей, який його зацікавив, а також за бажанням отримати контактні дані музею. Матеріали Інтернет-каналу були доступні для ознайомлення усім державам світу, де є доступ до мережі Інтернет. Проект не отримав підтримки серед меценатів і музейних спеціалістів, з 2014 р. сайт є недоступним для перегляду [246].

З 2010 р. на базі Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна започатковані Луньовські читання. Основною тематикою для обговорення є модернізація музейної діяльності України. Протягом 2010 – 2015 рр. ключовою проблемою, яка розглядалася на Луньовських читаннях, була: використання інформаційних технологій у музейній сфері (музейна комунікація за допомогою Інтернет-технологій, оцифрування музейних експонатів, проблема підтримки та функціонування музейних веб-ресурсів тощо) [167, с.7].

У 2010 р. на базі Національного музею Тараса Шевченка реалізовувався проект «Віртуальний архів Тараса Шевченка», який було здійснено за підтримки Фонду Ріната Ахметова «Розвиток України». Вперше в Україні був повністю оцифрований архів документів, пов'язаний із життям і творчістю поета й художника, та представлено широкому загалу доступ до нього на веб-ресурсі Національного музею Тараса Шевченка. Протягом

місяця було оцифровано 138 архівних справ, приблизно по 150 – 200 листів у кожній. Загальна кількість сторінок склала 9 000 шт. [246].

За ініціативи народного депутата України М. Томенка, головного редактора журналу «Главред» Д. Дуцик та депутатів Київради О. Бригинець і О. Давиденко у 2010 р. розпочалася реалізація просвітницького проекту «Київ – столиця українських музеїв»; у ході діяльності масштаб роботи розширився до зібрання інформації про всі музеї України. Основною метою проекту було поінформувати освітні заклади про музеї України та зацікавити передусім школярів та студентів до їх відвідування, популяризація вітчизняної історико-культурної спадщини у віртуальному просторі для підвищення туристичної привабливості України. Для цього розпочалася робота над створенням єдиної бази музеїв України, яка була незавершена через недостатнє фінансування, всі отримані матеріали були представлені на порталі «Рідна країна» [50].

14 – 17 березня 2011 р. у м. Києві проходила Міжнародна конференція «Громадська реформа музейного менеджменту та маркетингу в Україні». Конференція проводилася за сприяння антикризової гуманітарної програми інституту відкритого суспільства (Нью-Йорк–Будапешт), Міжнародного фонду «Відродження», фонду «Розвиток України» Ріната Ахметова, «Українського центру розвитку музейної справи». Однією з ключових проблем, яку обговорювали на конференції, була інтеграція українських музеїв у мережу Інтернет та надання базових уявлень про можливості встановлення співпраці вітчизняних і закордонних музеїв у віртуальному середовищі [246].

У 2011 р. на базі музею «Жовківський замок» була започаткована конференція під назвою «Жовківські читання. Робота конференції сфокусована на дослідженні стану розвитку музейної сфери в Україні та пошуку перспективних форм роботи з відвідувачами установ, зокрема розглядаються можливості використання мережі Інтернет у вирішенні цієї проблеми [246].

Компанія Google в 2011 р. у партнерстві із музеєм мистецтва Метрополітен (Нью-Йорк), галереями Уффіці (Флоренція) та Тейт (Лондон) запустила в мережі Інтернет спільний Арт-проект. Основною метою проекту було вирішити проблему доступу громадськості до художніх робіт різних художників за допомогою їх оцифрування та розміщення в мережі Інтернет. Тепер музеї мають можливість розміщувати свої цифрові фотовиставки для ознайомлення на спеціально розробленому сайті. На сайті для відвідувачів ресурсу розроблені віртуальні тури по музеях різних країн та є можливість ознайомлюватися з інформацією про художні роботи та створювати власні віртуальні колекції. Із 2013 р. виставки таких українських музеїв, як Національний заповідник «Софія Київська» і Національний центр народної культури «Музей Івана Гончара», приєдналися до Арт-проекту Google. Користувачі Інтернету всього світу зможуть ознайомитися із експонатами колекцій цих двох вітчизняних музеїв [246].

27 – 29 жовтня 2011 р. в місті Одеса за підтримки Міністерства культури і туризму України, Управління культури і туризму Одеської обласної державної адміністрації та Державного архіву Одеської області в приміщенні Одеського краєзнавчого музею відбулася IV Міжнародна науково-практична конференція «Музеї. Історія. Одеса». Одним із ключових питань, які обговорювалися в ході конференції, були проблеми і перспективи оцифрування фондів музеїв Одеської області та розглянуто питання використання сучасних технічних засобів для підвищення відвідуваності музейних експозицій та популяризації музейного простору, проаналізовано кращі музейні практики та досягнення в цій області [246].

31 березня 2011 р. в Національному центрі народної культури «Музей Івана Гончара» відбувся семінар з музейної діяльності та культури на тему «Музеї та інтерпретація культурної спадщини: досвід США для України» [246]. Перед українськими музейними фахівцями виступали із лекціями з обміну досвідом використання можливостей Інтернету в музейній справі, впровадження нових підходів у виставковій сфері відомі американські спеціалісти Джеймс Дойч та Чейс Ринд. У ході семінару українські музейні працівники перед американськими спеціалістами висвітлили проблеми, із якими вони зіткнулися під час використання інформаційних технологій та технічних засобів у своїй діяльності. Ці проблеми, в першу чергу, пов'язані з нестачею професійних спеціалістів з обслуговування комп'ютерної техніки, недостатнім технічним забезпеченням музеїв, неякісним сигналом мережі Інтернет у більшості регіональних музеїв. Передбачалося в майбутньому створення інноваційної лабораторії музейного проектування, де б розглядалися основні проблеми музейної сфери в Україні та шляхи їх вирішення.

14 лютого 2012 р. в м. Києві проводилася конференція «Капітал і мистецтво». Центральною темою для обговорення на конференції було питання фінансування для модернізації музейного середовища, використання сучасних технологій у популяризації мистецтва в Україні, оцифрування музейних колекцій та інтеграція вітчизняних музеїв в Інтернет-простір. Організатори конференції розглядали також проблему використання мережі Інтернет для здійснення комерційної діяльності музею [246].

У 2012 р. співробітниками Харківського історичного музею було представлено безкоштовне програмне забезпечення для обліку музейних фондів «Кліо», адаптоване до впровадження українськими музеями, аналогами якого є російські системи «Каміс», «Ніка», АС «Музей», використання яких у більшості випадків є платними. До баз даних системи внесено інформацію про більш ніж 30 тис. музейних предметів із фондів Харківського історичного музею, у планах було розробити дієвий механізм представлення матеріалів (текстових, фото-ілюстративних) про будь-який експонат для отримання вичерпної різносторонньої інформації із музейних фондів поза межами установи через мережу Інтернет дослідниками чи просто зацікавленими відвідувачами. Однак пізніше внаслідок ряду факторів,

зокрема, недосконалості програмного забезпечення, недостатньої кількості коштів для оновлення і подальшого обслуговування, ідея щодо вільного доступу до музейного фонду Харківського історичного музею не була реалізована повною мірою [246].

На кафедрі музеєзнавства та історії України Київського національного університету культури і мистецтв 4 жовтня 2013 р. відбувся семінар на тему: «Музей XXI століття – поєднання культурних цінностей і новітніх технологій». Під час заняття між студентами та викладачами обговорювалися проблеми використання медіа-технологій у музейній справі. Завідувач кафедри О. Гончарова спільно з викладачами Ю. Ключко, Л. Чухрай та зі студентами розробили лекцію-презентацію «Медіа-технології в музейній справі». Науковці в ході семінару стверджували, що з появою і активним розвитком засобів масової інформації та Інтернету роль музею в суспільстві істотно трансформувалася. Сьогодні основні функції поширення культури, що раніше належали музеєві, перейшли до преси, телебачення, радіо, Інтернету. На завершення семінару дослідники висловили побажання: щоб музеї не втратили своїх позицій як центрів для організації дозвілля, потрібно активніше використовувати мережу Інтернет у пропагуванні своєї діяльності [313].

7 лютого 2013 р. в приміщенні музейно-виставкового центру «Музей історії міста Києва» відбувся семінар «Сучасні музейні технології в українському форматі» під керівництвом О. Антонця, керівника «майстерні музейних предметів» та директора ТОВ «Лабораторія Динамічні моделі» В. Верещагіна. Ключовими питаннями, які обговорювалися на семінарі, було створення окремого Інтернет-ресурсу, призначеного для співробітників музеїв, де б вони ознайомлювалися із різноманітною інформацією про технологічні новинки і тренди у музейній сфері. Окремо виділявся блок проблем, пов'язаних із використанням Інтернет-ресурсів музеїв як додаткового інформаційного джерела історичної науки [246].

На базі Харківського історичного музею щорічно з 18 квітня 1995 р. відбуваються «Сумцовські читання». У роботі конференцій беруть участь викладачі та студенти вищих навчальних закладів міста Харкова, історики-краєзнавці, музейні працівники з інших установ. Одним із ключових напрямів роботи конференції є аналіз діяльності музейних установ в умовах інформаційного суспільства. Учасниками конференцій представляються доповіді з питань інформатизації та комп'ютеризації музейної діяльності, створення та підтримки музейних Інтернет-ресурсів, особливостей оцифрування музейних фондів тощо [62, с. 4].

Національний музей літератури України наприкінці жовтня 2013 р. проводив науково-практичну конференцію «Літературний музей сьогодні і завтра: виклики часу і нові можливості». Ключові питання, які розглядалися на конференції, були спрямовані на вивчення досвіду закордонних літературних музеїв та створення віртуальних експозицій на веб-ресурсах. На конференції також мова йшла про цілий комплекс інструментів, прийомів,

які надає Інтернет і які можна використовувати для просування літературного музею. У ході обговорення з'ясувалося, що можливості у музеїв для популяризації своєї діяльності досить широкі. Безумовно, більшість музеїв не можуть дозволити собі дорогу розкрутку – це, наприклад, публікація контактних даних на провідних закордонних музейних Інтернет-порталах. Однак, музеї далеко не в повному обсязі використовують ті засоби просування в Інтернет, які їм доступні та є безкоштовними. Це, наприклад, публікація повідомлень про події, проведення виставок на різних новинних майданчиках України тощо [246].

Вперше Державним політехнічним музеєм при НТУУ «КПІ» 25-26 листопада 2013 р. було проведено семінар з проблем оцифрування історичних пам'яток. На семінарі обговорювалося значення створення копій музейних експонатів для збереження цінних речей від пошкодження та ефективність демонстрації виставок у мережі Інтернет. Також у рамках семінару були розглянуті питання технічного переоснащення українських музеїв, актуальність популяризації музейної діяльності у мережі Інтернет для підвищення відвідуваності музейних установ [246].

У 2014 р. кафедра історії та документознавства ГМІ НАУ прийняла участь у міжнародному проекті «Соціально-етичні основи збереження цифрової історико-культурної спадщини», в підпроекті «Умови цифрового збереження історико-культурної спадщини на веб-сайтах архівних і музейних установ України». Керівником підпроекту став завідувач кафедри історії та документознавства, професор, доктор історичних наук І. І. Тюрменко. Науковці, які були залучені до міжнародного проекту, були поділені на дві групи: одна опікувалася питанням збереження та доступу до архівних документів, інша досліджувала способи оцифрування музейних колекції та рівень поширення інформації про музейні виставки в мережі Інтернет. Для детального дослідження були вибрані краєзнавчі музеї України, це пояснюється комбінованими музейними фондами, які містять колекції історичного, природничого, технічного характеру. Подібний тип музеїв існує лише в українському музейному секторі, за кордоном аналоги відсутні. У ході реалізації першого етапу підпроекту (станом на квітень 2014 р.) дослідники здійснили ознайомчий аналіз щодо висвітлення музейних колекцій на сайтах краєзнавчих музеїв. Було з'ясовано, що на території України діє 19 обласних краєзнавчих музеїв, відзначено, що не всі музейні установи мають власні сайти в мережі Інтернет. На другому етапі підпроекту із дослідження були виключені краєзнавчі музеї Донецької і Луганської області через проведення військових дій на їх території. Науковцями була розроблена програма експертної оцінки Інтернет-представництв краєзнавчих музеїв. Метою програми було проаналізувати протягом червня – жовтня 2014 р. діяльність сайтів музеїв за такими ознаками: наявність електронних джерел, актуальність розміщеної інформації, зворотний зв'язок з користувачем сайту та обсяг оцифрованих музейних предметів, які відображені на Інтернет-ресурсах музейних установ. Дослідження показали,

що інформація, яка розміщена на сайтах музеїв, є обмеженою. На всіх веб-ресурсах відсутні правила копіювання зображень музейних предметів. Кінцевим результатом дослідження стала підготовка інструкцій зі створення музейних веб-сайтів, розробка ефективних способів для оцифрування музейних експонатів та їх розміщення на Інтернет-ресурсах [57, с. 311].

У заповіднику «Давній Галич» з 31 березня по 4 квітня 2014 р. проходив Всеукраїнський семінар щодо проблем збереження, використання та популяризації музейних колекцій. Мова йшла про те, що всі види роботи музею на сьогодні: дослідницька, фондова, експозиційна та просвітницька – тісно пов'язані з використанням інформаційних технологій. Ознайомлювали на семінарі вітчизняних музейних фахівців із новими можливостями програми Microsoft Word. У програмі Corel Draw, Photoshop за тематикою музею показано було приклади розробки рекламних буклетів, міні-виставок, створення логотипів для веб-ресурсів музеїв, обробка фотографій, експонатів для віртуальних виставок [246].

22 квітня 2014 р. за ініціативи Львівського музею історії релігії проводився семінар «Фонди музею – функції, завдання, перспективи». Проект підтримали і допомагали із реалізацією Департамент з питань культури, національностей та релігій ЛОДА, Львівська філія Національного науково-реставраційного центру України. Під час роботи семінару розглядався ряд важливих питань, а саме: залучення інформаційних технологій для оцифрування експонатів, проблеми рекламування вітчизняних музейних колекцій через мережу Інтернет, особливості побудови взаємодії між музейними спеціалістами у віртуальному просторі [246].

3 – 4 червня 2014 р. в Національному центрі Народної культури «Музей Івана Гончара» пройшов інтерактивний семінар «Цивілізуючий музей: Креативні підходи до експозицій» за участю музейного фахівця Елейн Гуріан з США. Науковець виступила із пропозицією щодо кардинальної перебудови роботи українських музеїв в контексті сучасних змін у сфері новітніх технологій. Елейн Гуріан вважає, що вітчизняні музеї повинні залучати прогресивний досвід закордонних колег щодо використання мережі Інтернет для налагодження зовнішніх зв'язків та поглиблення співпраці з іншими музеями і організаціями [246].

Сайти українських музеїв активно беруть участь у конкурсах серед найкращих музейних веб-ресурсів, які організуються закордонними фахівцями із музейної справи. Наприклад, в 2013 р. Національний музей Тараса Шевченка переміг у міжнародному конкурсі серед Інтернет-представництв музеїв на тему «Креативний сайт: оригінальність та оптимізація», заснованого міжнародною американською організацією з освіти та культури «IUC» [56, с. 121].

Для покращення взаємодії між музеями та пошуку сучасних підходів у спілкуванні із аудиторією спеціалістами Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара» 23 вересня 2014 р. було проведено музейним фахівцям безкоштовний тренінг «Формуючи майбутнє: голоси

відвідувачів у музеях». Учасники тренінгу розглянули різні способи організації зворотного зв'язку з відвідувачами сайту за допомогою форумів, гостьових книг, Інтернет-голосування та анкетування, створення та підтримка представництва музеїв в соціальних мережах Вконтакті та Facebook, організацію якісного висвітлення послуг музею на офіційному сайті тощо. Окремим пунктом спеціалісти звертали увагу на дотримання безпеки інформації, що зберігається на веб-ресурсах музею в мережі Інтернет, оскільки несанкціонований доступ до неї може призвести до видалення даних та небажаних змін [246].

На базі Харківської державної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка за підтримки та ініціативи Міністерства культури України, Харківської державної академії культури, Харківського обласного відділення української бібліотечної асоціації 8 жовтня 2014 р. відбулася XVII Міжнародна науково-практична конференція «Короленківські читання» за темою «Бібліотеки, архіви, музеї: формування цифрового регіонального простору». У межах конференції обговорювалося ряд актуальних питань пов'язаних із особливостями створення і підтримки електронних ресурсів бібліотек, музеїв, архівів [246].

Розпочинаючи із 2014 р., за ініціативи музеїв Франції щорічно в останній тиждень березня проводиться акція в середовищі Twitter, де музеї і культурні установи з усього світу розповідають в своїх мікроблогах про свою діяльність і намагаються різними способами залучити якнайбільше уваги до себе. У свою чергу, користувачі Twitter, які підписані на музеї в мікроблозі, діляться своїми фотографіями та враженнями від відвідування цих музеїв. У всесвітній акції #MuseumWeek у 2015 р. взяло участь 2825 музейних закладів з 77 держав світу, і серед них вперше Україну представляв Державний історико-культурний заповідник «Межибіж» – це набагато більше, ніж 2014 р., коли у першій акції взяли участь лише 630 установ, і в більшості це були музеї із країн Центральної та Східної Європи. Серед музейних спеціалістів України, Білорусі та Росії під час проведення акції у Twitter відбулося найактивніше спілкування – взаємні підписки на новини, ретвіти найцікавіших повідомлень, коментування та діалоги. Зокрема, була обговорена проблема просування музейних колекцій за допомогою соціальних мереж [91, с. 55].

У період 2013 – 2014 рр. фондом Ріната Ахметова «Розвиток України» здійснювався проект «Динамічний музей», який мав на меті підтримку музеїв України. Фонд за допомогою трьох грантів відкриває можливість модернізації одного із українських музеїв. Одним із результатів діяльності проекту мав стати перегляд та оновлення усіх підходів до музейної справи, в тому числі передбачалися кардинальні зміни роботи з відвідувачами, нові принципи презентації музейних колекцій. Проект «Динамічний музей» спрямований також на створення і розвиток українськими музеями власних електронних ресурсів відповідно до міжнародних музейних стандартів [66].

За підтримки Управління культури Волинської облдержадміністрації протягом травня-червня 2014 р. в приміщенні Волинського краєзнавчого музею проводилася V конференція «Волинський музей: історія і сучасність». Одним із питань, яке розглядалося на конференції, було «Переваги використання мережі Інтернет у виставковій діяльності у формі представлення оцифрованих копій зображень на музейних сайтах» [246].

У науковій бібліотеці Національного університету «Києво-Могилянська академія» 10 – 12 березня 2015 р. відбулася III Міжнародна науково-практична конференція «Наукова комунікація в цифрову епоху». На секціях та засіданнях конференції розглядалися проблеми просування вітчизняних інформаційних ресурсів бібліотек, музеїв, архівів в Інтернет-просторі, обговорювалися вимоги до якості їх інформаційного наповнення, особливості підготовки кадрів для роботи з електронними ресурсами [246].

За підтримки Міністерства культури України з червня 2015 р. розпочалося проведення тренінгів представниками громадської організації «Вікімедіа Україна» І. Корнійком, Н. Тимків і волонтером В. Моторком щодо створення та редагування статей у Вікіпедії для співробітників національних музеїв і заповідників. Перший із серії тренінгів відбувся в Національному заповіднику «Софія Київська» для працівників музеїв «Золоті ворота», «Кирилівська церква», «Андріївська церква», Софійського собору. Наступні тренінги планують проводити в Національному музеї історії України та Києво-Печерському історико-культурному заповіднику [246].

За ініціативи Управління культури Закарпатської ОДА та Закарпатського музею народної архітектури та побуту 25 – 27 червня 2015 р. відбулася Міжнародна конференція «Дослідження, збереження, відтворення та популяризація культурної спадщини», присвячена 45-річчю створення Закарпатського музею народної архітектури та побуту. У рамках конференції було розглянуто питання, присвячене стратегії роботи у соціальних мережах і блогах, відбувалося обговорення різних прикладів із вітчизняної та закордонної практики використання даних Інтернет-ресурсів для формування позитивного іміджу музейних установ [246].

З 2015 р. спеціалісти Управління музейної справи та культурних цінностей Міністерства культури України розпочали роботу з розробки концепції змін до Закону України «Про музеї та музейну справу». Метою їх було визначення на законодавчому рівні шляхів удосконалення механізмів правового регулювання у сфері музейної справи, приведення законодавства у відповідність із концептуальними підходами, що визначені законодавчими актами країн – членів ЄС у цій сфері. Розробники змін вказують, що на рівні діючого законодавства про музеї та музейну справу відсутні норми, які б вимагали від цих установ створення власних представництв у мережі Інтернет, наявність чітких вимоги до змісту сайтів (обов'язковість публікації матеріалів, що включають: інформацію про роботу, історію закладу, опис колекції). Але в концепції змін до закону України «Про музей і музейну справу», запропонованій Міністерством культури, є суперечливий пункт про

надання музеям України права продавати експонати з їхніх зібрань для свого фінансування, який викликає дискусію серед музейних представників, і це не дозволяє прийняти документи в цілому у найближчий період [246].

Таким чином, на початку 90-х рр. ХХ ст. значне здешевлення комп'ютерної техніки та інтенсивний розвиток мережі Інтернет дозволили сформувати сучасне інформаційно-комунікаційне середовище у музейних установах. Протягом 90-х рр. ХХ – початку ХХІ ст. музейними установами організовуються наукові заходи, де обговорюються проблеми пошуку дієвих механізмів для адаптації їх роботи у нових ринкових умовах (використання технічних засобів та Інтернет-технологій для вдосконалення взаємодії музею із відвідувачами, пошук ефективних форм реалізації музейних проєктів тощо). На сьогодні вітчизняними музеями ініціюються зміни до законодавчої бази в сфері музейної справи, тому що є ряд неврегульованих питань, пов'язаних із оцифруванням музейних фондів та їх презентації у мережі Інтернет, затвердження порядку інформаційного наповнення, технічної підтримки і супроводу музейного сайту, розробка національних програм комп'ютеризації та інформатизації музейних установ.

2.2 Репрезентація музеїв у мережі Інтернет: вітчизняний досвід

Інтернет на сьогодні можна розглядати як інформаційне середовище, що дозволяє оперативно отримати необхідні відомості майже про кожну персону, предмет, явище, подію. Якість відомостей, однак, залежить від того, наскільки серйозно перейнялися розробники відповідного ресурсу проблемою якості розміщеної інформації у віртуальному середовищі. Особливо велика громадська і наукова значущість електронних ресурсів організацій, безпосередньо призначених для того, щоб поширювати інформацію, і зрозуміло, що до них суспільством пред'являються підвищені вимоги. Для істориків мова йде, в першу чергу, про архіви, музеї і бібліотеки. В Україні є величезна кількість музейних установ, колекція кожного із якої є унікальною та по-своєму цінною.

На музейних сайтах України не завжди відображена в повному обсязі інформація про дослідну і освітню діяльність установи. Щоб сайт музею міг стати джерелом для досліджень в галузі вітчизняної історії, слід дотримуватися низки умов. По-перше, на сайті повинні розміщуватися інформаційні ресурси високої якості. Причому не обов'язково виставляти в мережі в електронному вигляді весь вміст музейних фондів. Часом досить і докладного опису наявних колекцій, які в даний час експонуються. Крім того, дослідницька робота самих музеїв повинна відображатися в мережі не просто у вигляді анонсування тих чи інших видань, а з наданням доступу до їх змісту. По-друге, музейні матеріали повинні розміщуватися грамотно, з урахуванням існуючих вимог і стандартів, яких прийнято дотримуватися в традиційних публікаціях. По-третє, на сайті повинні чітко позначатися всі формальні позиції, пов'язані з походженням розміщених матеріалів

(довідкові дані). Однак дотримання всіх перерахованих умов не завжди є необхідним для самих музеїв, оскільки не всякий з них має своїм пріоритетним напрямком науково-дослідницьку діяльність. Для підвищення інтересу до своєї діяльності серед населення більшість музеїв позиціонують себе в реальному і у віртуальному просторі як просвітницько-освітні та дозвільні установи.

За даними журналу «Музеї України» та міжнародного благодійного фонду «Україна 3000», станом на 2015 р. в Україні діє близько 5000 музеїв, з них 500 в системі Міністерства культури, понад 3500 перебувають у підпорядкуванні Міністерства освіти, 50 у сфері управління Міністерства оборони, Міністерства внутрішніх справ, Служби безпеки України та ще кілька сотень є приватними [306], хоча ми підкреслимо, що ці цифри умовні і не збігаються із офіційними даними Державної статистики України. Точної кількості музеїв на даний момент встановити неможливо, оскільки в Україні відсутня чітка система обліку та контролю за музейними організаціями, особливо на міських, районних і сільських рівнях, в кожного відомства є своя статистика кількості підвідомчих їм установ, крім того, різні заклади бувають підпорядкованими одночасно різним структурам, а також переважна більшість музеїв при дошкільних, загальноосвітніх та вищих навчальних закладах офіційно не зареєстровані. Крім того, статистика щодо кількості приватних музеїв взагалі не ведеться. Це пояснюється тим, що у законі «Про музеї та музейну справу» відсутнє визначення поняття «приватний музей», також не розроблені інструкції, що визначають порядок та основні форми обліку, наукової обробки, зберігання, консервації і реставрації музейних предметів та музейних колекцій недержавного фонду. Тому приватні музеї функціонують на засадах громадських організацій і, як правило, колекціонери приховують свої колекції та не виставляють їх у вільний доступ для ознайомлення [160].

За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайтів журналів «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на початок 2015 р. було виявлено 200 Інтернет-представництв музейних установ різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із приблизно 1155 діючих музейних закладів в Україні (Додаток А. 1). Офіційну інформацію про кількість музеїв в Україні було взято із паспортів областей, розміщених на сайтах обласних державних адміністрацій, через відсутність оновлених статистичних даних на Інтернет-ресурсі Державної служби статистики України. Виявлені Інтернет-ресурси були проаналізовані за такими критеріями:

- Структурованість, наявність повної інформації про основні напрями діяльності музею (експозиційна, культурно-освітня, рекламно-інформаційна, науково-дослідницька діяльність), відомості про персонал та матеріали довідкового характеру (адреса, телефон, графік роботи установи тощо).

- Актуальність оновлення новинної стрічки.

- Відеоматеріали з проведених музейних виставок, екскурсій та фото

експонатів з можливістю їхньої деталізації.

- Зручна і зрозуміла навігація сайтом.
- Форум або інші засоби спілкування.
- Можливість віртуальної екскурсії по експозиціях музею.

Аналіз за цими критеріями дозволив проаналізувати ефективність діяльності музейних установ у мережі Інтернет та визначити тип музейного представництва (повноцінний сайт чи рекламна візитка із контактними даними закладу).

Проаналізувавши дані діаграм (Додаток А. 2), можна зробити висновок, що українські музеї не повною мірою використовують можливості мережі Інтернет. З огляду на проведені дослідження та аналіз електронних джерел з даної теми в Україні, із загальної кількості майже 1155 музейних установ на сьогодні мають власні представництва у мережі Інтернет лише близько 17% музеїв. Отримані результати дослідження свідчать про те, що 83% музеїв надають перевагу традиційним методам діяльності і не усвідомлюють ефективності та перспектив використання мережі Інтернет у своїй роботі.

За даними Вінницької обласної державної адміністрації, на території Вінницької області станом на 2015 р. діє близько 38 музеїв [45]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 4 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 38 діючих музейних закладів у Вінницькій області (Додаток А. 2).

Сайти Вінницького обласного художнього музею, Військово-історичного музею Повітряних сил Збройних сил України, Національного музею-садиби М. І. Пирогова містять контактні дані установ та представляють відвідувачам сайтів стислу інформацію про колекції музеїв та послуги, які ними надаються.

На сайті Вінницького обласного краєзнавчого музею представлені зібрання матеріалів і документів з історії, етнографії і мистецтва Східного Поділля. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Відвідувачам», «Про музей», «Фотогалерея», «Віртуальний тур». Інформація про розклад роботи, ціни на квитки, додаткові послуги, що включають фотографування та відеозйомку знаходиться в розділі «Відвідувачам». У розділі «Про музей» висвітлюються матеріали з історії закладу та структури установи, короткий шлях проїзду до музею, державні закупівлі на півріччя. Фото артефактів з могильника бронзового віку (кін. XV – поч. X ст. до н. е.), зображення речей скіфського та сарматського періодів тощо в розділі «Фотогалерея». Найбільше оцифрованих експонатів належить предметам побуту та етнографії, які відображають життя різних народів, що мешкали на території Вінничини. На сайті є посилання на віртуальний тур музеєм.

За даними Волинської обласної державної адміністрації, на території Волинської області станом на 2015 р. діє близько 24 музеїв [47]. За

допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 6 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 24 діючих музейних закладів у Волинській області (Додаток А. 2).

На сайті Волинського регіонального музею українського війська та військової техніки доступна інформація про військову техніку та озброєння СРСР та сучасної України. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Новини», «Хроніки подій», «Статті», «Новини інших музеїв України», «Виставки», «Військово-технічний фонд», «Фото-документальний фонд», «Контакти». Довідку про заснування установи, повідомлення про урочисте відкриття першої експозиції музею можна переглянути в розділі «Хроніки подій». Про недостатнє функціонування сайту свідчить те, що новини не оновлюються, фотографії у розділі «Експозиції», «Фото-документальний фонд» завантажені були ще у 2005 р. Інформація про структуру музею, послуги, які надаються музеєм, в розділі «Контакти» є застарілою.

Сайти Ковельського історичного музею, Лобненського музею партизанської слави, Горохівського історичного музею, Берестечківського історичного музею, Іваничівського історичного музею не функціонують. Уся інформація, яка представлена на цих веб-ресурсах, останній раз оновлювалася у 2007 р (Додаток А.1).

За даними Дніпропетровської обласної державної адміністрації, на території Дніпропетровської області станом на 2015 р. діє близько 144 музеїв [67]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 5 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 144 діючих музейних закладів у Дніпропетровській області (Додаток А.2).

На сайті Дніпропетровського національного історичного музею ім. Д. І. Яворницького представлена інформація про колекції від старовинних знарядь праці (часи палеоліту) до експонатів часів Другої світової війни. Головна сторінка сайту поділяється на такі розділи: «Новини», «Увага», «Відвідувачу», «Співробітники», «Бібліотека», «Партнерство», «Наука», «Форум». У розділі «Новини» не публікуються власне новини музею, а є лише посилання на сайти журналу «Музейний простір» та «Музеї України». Важливі та актуальні музейні оголошення публікуються в розділі «Увага». У розділі «Відвідувачу» можна ознайомитися з проведенням екскурсій, різних заходів, свят, що проводяться на базі музею. У розділі «Співробітники» міститься детальна інформація про персонал музею. При переході на детальний огляд відкривається особиста сторінка працівників музею, де опубліковано дані про посаду, публікації, якщо такі є. Переглянути електронні джерела по історії краю, спеціальну музейну літературу, дослідження Д. І. Яворницького є можливість у розділі «Бібліотека». Розділ

«Галерея» відсутній, у більшості випадків для наочності зображення музейних предметів демонструються в сукупності із публікаціями працівників музею.

На головній сторінці Дніпропетровського художнього музею публікуються актуальні новини із життя і діяльності музею. Головна сторінка складається з таких розділів: «Про музей», «Виставки», «Відвідувачам», «Друзі музею». У розділі «Про музей» можна ознайомитися з контактними даними та з історією музею від часу його заснування до теперішніх днів. Розділи «Виставки», «Відвідувачам», «Друзі» знаходяться в процесі розробки та наповнення.

На сайтах музеїв історії комсомолу Дніпропетровщини ім. О. Матросова, музею «Літературне Придніпров'я», музеїв монет України розміщені лише контактні дані установ та опублікована інформація про музейні фонди (Додаток А.1).

За даними Житомирської обласної державної адміністрації, на території Житомирської області станом на 2015 р. діє близько 31 музею [88]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 4 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 31 діючих музейних закладів у Житомирській області (Додаток А.2).

На сайтах Житомирського краєзнавчого музею, музею космонавтики ім. С.П. Корольова Житомирської обласної ради розміщена інформація про структуру установ, персоналу, ресурсаи, контакти і розклад роботи; висвітлюються новини музейного життя, фотоальбоми, анонси запланованих заходів (поквартирно). Працює пошук по сайту і архів публікацій, структурований за періодами. У розділі «Послуги» висвітлена інформація про послуги, які надаються музеями, а саме: проведення лекції працівниками музеїв, екскурсій, організація виїзних виставок. У фотоальбомах виставок завантажені фотографії низької якості, відсутня можливість працювати із зображеннями. Окремо слід звернути увагу на сайт Житомирського краєзнавчого музею, де окремим розділом виділено правила поведінки, яких потрібно дотримуватися під час відвідування музею.

Сайти Житомирського обласного літературного музею, Військово-історичного комплексу «Скеля» не функціонують, розміщені на них лише контактні дані, структура та інформація про персонал, всі інші розділи знаходяться в стані наповнення (Додаток А.1).

За даними Закарпатської обласної державної адміністрації, станом на 2015 р. в Закарпатській області діє близько 34 музеїв [90]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 7 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 34 діючих музейних закладів у Закарпатській області (Додаток А.2).

Сайт Закарпатського краєзнавчого музею ім. Т. Легоцького містить електронні зібрання пам'яток з історії, етнографії і культури Українського Закарпаття. Головне меню сайту музею складається з таких розділів: «Ужгородський замок», «Панорами», «Експозиції», «Про музей», «Відділи», «Колекції», «Екскурсії», «Завітайте». На головній сторінці сайту є посилання на дружні електронні ресурси, по центру висвітлюються новини музею, праворуч розміщений архів новин, де можна переглянути новини, розпочинаючи з 2012 р. У розділі «Ужгородський замок» опублікована історична довідка про замок. Панорамні фото високої якості з великим кутом огляду Ужгородського замку розміщуються у розділі «Панорама». Розділи «Експозиції Закарпатського краєзнавчого музею» та «Колекції» коротко ознайомлюють Інтернет-аудиторію із експозиціями музею та його фондами, а саме: експозицією відділу природи; експозицією відділу археології; експозицією з історії Ужгорода. Історію установи, структуру, персонал, планування діяльності музею на поточний рік можна переглянути в розділі «Про музей».

Сайт Мукачівського історичного музей створений для популяризації відвідування замку, який знаходиться у закарпатському м. Мукачево. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Замок сьогодні»; «Історія замку»; «Екскурсія»; «Фотоальбом». У розділі «Замок сьогодні» розповідається про сучасний стан справ із облаштування музею в стінах замку, перспективи реставрування його середньовічних фортифікаційних споруд. Історія створення і розвитку, особливості будівництва замку описані в розділі «Історія замку». З інформацією про ціни на квитки та програмами екскурсії в музеї можна ознайомитися в розділі «Екскурсії». В розділі «Фотоальбом» зображення відсутні.

Сайти музеїв Затиснянського, Хустського краєзнавчого, музею екології гір та історії природокористування в Українських Карпатах, вишивки і стародавнього одягу не функціонують. Відсутня повністю інформаційна наповненість веб-ресурсу, розміщені лише контактні дані установ.

На сайті Закарпатського обласного художнього музею ім. Й. Бокшая представлена інформація про живопис, графіку, скульптуру, декоративно-ужиткове мистецтво України та Європи. Головне меню сайту складається з таких розділів: «Колекції», «Художники», «Події», «Статті», «Історія», «Партнери». У розділі «Колекції» можна ознайомитися із музейним фондом. При відкритті даного розділу можна побачити, що вся інформація для зручності поділена щодо колекцій музею за тематичними напрямками: Західно-європейське мистецтво XVI – поч. XX ст.; Мистецтво країн Центральної Європи XVIII – поч. XX ст.; Українське мистецтво XVII – поч. XX ст. Історичні довідки про життя і творчість художників Закарпатської області висвітлені у розділі «Художники». Розділи «Виставки», «Події», «Статті», «Історія» на сайті створені, але інформація на них не розміщується (Додаток А.1).

За даними Запорізької обласної державної адміністрації, на території Запорізької області станом на 2015 р. діє близько 46 музеїв [92]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 8 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 46 діючих музейних закладів у Запорізькій області (Додаток А.2).

Запорізький краєзнавчий музей пропонує на розгляд аудиторії сайт, поділений на такі розділи: «Афіша», «Новини», «Музей», «Колекція», «Бібліотека». Зліва на сайті розташовано інформацію про ціни на квитки, номери телефонів, графік роботи установи. На веб-ресурсі музею представлена пошукова система, що дозволяє знайти інформацію, яка цікавить. У розділі «Афіша» розміщено інформацію про планування музеєм заходів. Інтерактивна карта приміщення музею знаходиться в розділі «Музей». Розділ «Бібліотека» розрахований на читачів, які цікавляться історією Запоріжжя. Тут можна ознайомитися і скачати у форматі pdf наукові публікації та статті працівників музею. У розділі «Колекція» демонструються експонати з історії краю із найдавніших часів до сьогодення.

Сайти меморіального будинку-музею П.П. Шмідта [148], Бердянського краєзнавчого музею, Запорізького обласного художнього музею [150], музею історії запорозького козацтва, музею історії зброї, Гуляйпільського краєзнавчого музею та Приазовського краєзнавчого музею створені, та з 2012 р. знаходяться в процесі наповнення, представлена лише довідкова інформація про кількість експонатів в музеях, та контактні дані установ, інша інформація відсутня (Додаток А.1).

За даними Івано-Франківської обласної державної адміністрації, на території Івано-Франківської області станом на 2015 р. діє близько 64 музеїв [101]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 7 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 64 діючих музейних закладів у Івано-Франківській області (Додаток А. 2).

Сайт Івано-Франківського краєзнавчого музею інформує Інтернет-аудиторію про найбільше зібрання пам'яток з історії, етнографії і культури Прикарпаття. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: Про музей; Виставки. У розділі «Про музей» розміщується інформація про колектив музею історію закладу, контакти установи, адреси філіалів. У розділі «Виставки» фотографії відсутні, розміщена лише інформація про виставки та презентації робіт найвідоміших майстрів Прикарпаття, які демонструються в музеї.

Сайт історико-меморіального музею С. Бандери присвячений життю і діяльності українського політичного діяча, ідеолога і теоретика українського націоналістичного руху ХХ ст. Степана Бандери. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Музей», «Світлини», «Заходи», «Статті»,

«Контакти». Інформація про персонал, місце розміщення музею знаходиться в розділі «Контакти». Ознайомитися із постійно діючими виставками, презентаціями книг про діяльність Степана Бандери і його соратників є можливість в розділі «Музей». Привертає увагу розділ «Статті», де розміщуються спогади воїнів УПА про період Другої Світової війни. Розділи «Заходи», «Світлини» знаходяться в стані розробки та наповнення.

Веб-ресурси музеїв народної архітектури та побуту Прикарпаття, Івано-Франківського обласного художнього музею, музею історії міста Коломиї, музею побуту та етнографії Західного регіону, музею історії міста Болехова ім. Р. Скворія створені, але не функціонують. Розміщені лише контактні дані установ, та на сайтах музею історії міста Коломиї, музею побуту та етнографії Західного регіону є посилання на «дружні» сайти місцевих органів влади (Додаток А.1).

За даними Київської обласної державної адміністрації, на території Київської області станом на 2015 р. діє близько 58 музеїв [124]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 14 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із приблизно 58 діючих музейних закладів у Київській області (Додаток А.2).

Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році», Історико-археологічний музей «Прадавня Аратта – Україна», музей-садиба Катерини Білокур, Білоцерківський краєзнавчий музей, Бориспільський державний історичний музей, Кагарлицький державний історико-краєзнавчий та музей Григорія Кочура мають сайти із зручними елементами управління і меню, швидкими переходами та відкриваннями посилань, розміщенням читабельної інформації, дотриманням «зрозумілого» стилю її викладу. Головні сторінки музеїв надають інформацію щодо контактних даних та графік роботи установ, яка розміщена в розділі «Про музей». На сайті викладена історія та структура установи, дані про персонал. У розділі «Бібліотека» можна переглянути праці науковців та працівників установи з тематики музеїв. Щоденно публікується інформація про музей та його діяльність у розділах «Новини» та «Події». У розділах «Про нас» містяться скановані копії статей про музеї в місцевій пресі із зазначенням назви газети і дати публікації. Розділ сайту під назвою «Краєзнавство», який зустрічається в окремих випадках, представляє інформацію про історію краю, символіку, пам'ятки та біографії видатних діячів. Окремим розділом виділена інформація про гуртки за інтересами при центральних музеях, які можна відвідувати учням. Розділ «Фотогалерея» в більшості випадків знаходиться в стадії наповнення, лише веб-ресурс Історико-археологічного музею «Прадавня Аратта – Україна» має якісну фотогалерею, де зображення експонатів демонструються в режимі слайд-шоу та в одиничному перегляді.

Меморіальний музей-садиба І.С. Козловського, Яготинський історичний музей, Фастівський державний краєзнавчий музей, Тетіївський

краєзнавчий музей, Таращанський краєзнавчий музей, Боярський краєзнавчий музей та музей декоративно-ужиткового мистецтва мають веб-ресурси, де висвітлені контактні дані музею, розміщена стисла інформація про персонал, музейні фонди та історію установи (Додаток А.1).

За даними Кіровоградської обласної державної адміністрації, на території Кіровоградської області станом на 2015 р. діє 41 музей [131]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 8 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 41 діючих музейних закладів у Кіровоградській області (Додаток А.2).

Найбільш інформаційно насиченими, активно функціонуючими є сайти Кіровоградського краєзнавчого та художнього музеїв. Веб-ресурси музеїв коротко інформують про історію та контакти музеїв, а також містять публікації про заходи і послуги музеїв. Структура побудови сайтів музеїв є простою і складається із таких розділів: «Про музей», «Для відвідувачів», «Документація». Проте на веб-ресурсах музеїв певна частина інформації про діяльність установ непотрібна, тому що вона може зацікавити лише вузьке коло спеціалістів, розділи «Новини», «Фотогалерея» відсутні.

Сайти державного заповідника-музея І. К. Карпенка-Карого (Тобілевича), меморіального музею Марка Кропивницького, Знам'янського міського краєзнавчого музею, художньо-меморіального музею О. Осмьоркіна, Олександрійського міського краєзнавчого музею, Світловодського міського краєзнавчого музею не функціонують, розділ «Новини» не оновлюється з 2011 р., а в окремих установах з 2012 р (Додаток А.1).

За даними Львівської обласної державної адміністрації, на території Львівської області станом на 2015 р. діє близько 37 музеїв [172]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 13 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 37 діючих музейних закладів у Львівській області (Додаток А.2).

На сайті аптеки-музею «Під чорним орлом» демонструються більше ніж 500 медичних експонатів, які зібрані науковцями, фармацевтами та колекціонерами-ентузіастами. Веб-ресурс музею складається з таких розділів: «Історія», «Відгуки», «Контакти», «Фотогалерея». При спробі переглянути дані розділи на екрані відображається, що помилка 404 – сторінку не знайдено. Не оброблені та поганої якості фотографії експонатів, розташовані в розділі «Фотогалерея».

Сайт музею народної архітектури та побуту у Львові репрезентує особливості фольклору і побуту етнографічних груп українців лемків, бойків, гуцулів та інших жителів, що проживають на території Волині, Поділля, Полісся, Буковини, Закарпаття та Львівщини. Музей народної архітектури та

побуту пропонує на розгляд аудиторії веб-сайт, поділений на такі розділи: «Про музей», «Відвідувачу», «Виставки», «Відео», «Наукова діяльність», «Контакти», «Колекції». У розділі «Виставки» представлені афіші – розклад основних заходів, які відбуваються на базі музею. Зображення споруд бойківської церкви з с. Тисовець, Параскевської церкви, лемківської церкви Святих Володимира і Ольги, колекції одягу і тканин, меблів, музичних інструментів, кераміки тощо розміщені в розділі «Колекції». Фотографії експонатів представлені у високій якості, також в розділі можна застосовувати параметр «Перегляд», що дозволяє відобразити зображення на весь екран. На сайті розміщено загальні відомості про музей та персонал, короткий опис послуг, які надає установа. У розділі «Наукова діяльність» розміщені інформаційні листи конференцій, які проходять на базі музею.

Веб-ресурси державного природознавчого музею НАН України, Львівського історичного музею, Львівського музею історії релігії, Національного музею-меморіалу жертв окупаційних режимів «Тюрма на Лонцького», Бродівського історико-краєзнавчого музею, Львівського музею скла, Історико-етнографічного музею «Яворівщина», Стрийського краєзнавчого музею «Верховина», Дрогобицького музею «Тюрма на Стрийській», Зоологічного музею ім. Бенедикта Дибовського, музею вишитих ікон отця доктора Д. Блажейовського являються яскравими, багато і якісно ілюстрованими і не переобтяженими текстами. Сайти даних музеїв інформують про розклад роботи та контакти, послуги та правила перебування на території установи, діяльності гуртків, які створені та працюють на базі музейних установ. Витрати музеїв на свою діяльність розписано в розділі «Кошторис», який присутній на всіх перерахованих Інтернет-представництвах. У розділі «Події» інформація оновлюється щодня. Аудиторії пропонується переглянути повідомлення про відвідування презентацій, виставок, благодійних заходів. Окремо слід звернути увагу на новий розділ, який зустрічається лише на сайтах музеїв Львівської області «Анонс новин». На сайтах музеїв є розділ «Корисні посилання». Фотогалереї сайтів музеїв є дуже зручними у використанні. Гості сайту можуть переглянути зображення експонатів через слайд-шоу, повернути та приблизити для зручності фотографії. При переході в розділ «Фотогалерея» всі зображення експонатів структуровано за тематичними групами, щоб мати можливість швидко переглянути і дослідити той чи інший предмет. На всіх веб-ресурсах цих музеїв присутня можливість віртуальної екскурсії. Розділ «Фахівцю» дає можливість завантажити музейну документацію, ознайомитися із новими технологіями реставрації експонатів (Додаток А.1).

За даними Миколаївської обласної державної адміністрації, станом на 2015 р. в Миколаївській області діє близько 9 музейних установ [183]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 3 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності

(від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 9 діючих музейних закладів у Миколаївській області (Додаток А. 2).

Сайт Миколаївського обласного художнього музею ім. В. Верещагіна присвячений життю і творчості російського живописця і літератора, одного з найбільш відомих художників-баталістів В. Верещагіна. Веб-ресурс музею надає поверхову інформацію про історію установи, її структуру, послуги, розклад роботи. На головній сторінці праворуч вгорі є посилання на персонал музею, інформація подана у вигляді таблиці, перша колонка якої – це прізвище ім'я та по-батькові, друга – посада, третя – контактні дані. У розділі «Виставки» є можливість переглянути зображення лише деяких картин художника В. Верещагіна. Цей розділ є недоопрацьованим, відсутні функції повороту зображень, ілюстрації, які завантажені на сайт музею є неякісними і це не дає змоги детально їх переглядати.

На сайтах Миколаївського обласного краєзнавчого музею, Очаківського військово-історичного музею ім. О. Суворова опубліковані контактні дані установ, актуальні ціни на послуги, що надаються музеями та довідкова інформація про персонал.

За даними Одеської обласної державної адміністрації, на території Одеської області станом на 2015 р. діє близько 72 музеїв [225]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 10 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 72 діючих музейних закладів у Одеській області (Додаток А.2).

Одеський археологічний музей Національної академії наук України представлений повноцінно діючим та структурованим електронним ресурсом. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Про музей», «Архівні матеріали», «Наукова діяльність». Контактні дані установи, історія музею та Одеського товариства історії та старожитностей висвітлені в розділі «Про музей». Наукові каталоги, документація з польових досліджень, особисті архіви, авторські рукописи, статті різних науковців на загальноісторичну тематику, фотоархіви опубліковані в розділі «Архівні матеріали». Матеріали з наукової діяльності працівників музею, звіти з експедицій та конференцій розміщені в розділі «Наукова діяльність».

На головній сторінці Одеського художнього музею розміщена інформація про організацію та проведення виставок, семінарів, тренінгів на базі музею. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Про музей», «Експозиції», «Відвідувачам», «Електронна бібліотека». У розділі «Про музей» надаються контактні дані установи, історія будівлі та самого музею, інформація про персонал та вільні вакансії. Текстовий матеріал без зображень по експонатах музейного фонду опублікований у розділі «Експозиція». Схема проїзду до музею, правила перебування в установі, ціни на квитки та інші послуги висвітлені в розділі «Відвідувачам». У розділі «Бібліотека» можна переглянути та скачати у форматі pdf наукові публікації,

присвячені художникам, які проживали та вели свою діяльність на території Одеської області.

Сайт Одеського історико-краєзнавчого музею розрахований на тих, хто цікавиться давньою та сучасною історією Одеського краю. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Публікації», «Виставки онлайн», «Відвідувачам». У розділі «Публікації» зібрані оцифровані документи, які знаходяться у фондах музею, це, наприклад, нагородні листи А.Ф. Ланжерона тощо. У розділі «Виставки-онлайн» можна переглянути оцифровані стенди виставок «Одеса поч. ХХ ст.» та «Трагедія людства – Чорнобиль», на яких зображені фото із коментарями до них. Контактні дані установи, інформація про право безкоштовного відвідування музею, графік роботи закладу, вартість екскурсійного обслуговування розміщені в розділі «Відвідувачам».

На сайтах Ізмаїльського історичного музею ім. О. В. Суворова, Одеського літературно-меморіального музею О. С. Пушкіна, Одеського літературного музею, Одеського музею західного і східного мистецтва, Ізмаїльського краєзнавчого музею Придунав'я, Одеського музею нумізматики, Одеського будинку-музею М. К. Реріха опубліковані застарілі дані, новини не оновлюються, нові фотографії експонатів не завантажуються. Присутні окремі розділи, такі, як «Про музей», «Контакти», але в більшості випадків вони знаходяться в процесі наповнення (Додаток А.1).

За даними Полтавської обласної державної адміністрації, на території Полтавської області станом на 2015 р. діє близько 53 музеїв [245]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 9 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 53 діючих музейних закладів у Полтавській області (Додаток А. 2).

На сайті Полтавського краєзнавчого музею ім. В. Кричевського представлена інформація про найбільші зібрання пам'яток і предметів історії, археології, природознавства в місті й області. Головна сторінка сайту поділяється на: «Події», «Адміністрація», «Наукова бібліотека», «Наукова робота», «Експозиції», «Видавнича діяльність» та «Відділи», які, в свою чергу, відсортовані за підрозділами: «Природа», «Археологія», «Реставрація».

У розділі «Події» описуються заходи, які проводяться на базі музею. Інформація про керівництво та персонал музею розташована в розділі «Адміністрація». Розділи «Наукова бібліотека», «Наукова діяльність» та «Видавнича діяльність» розраховані на вузьку аудиторію спеціалістів. У розділі «Наукова бібліотека» розміщений каталог книг з етнографії, історії, природознавства. Із видавничою діяльністю музею, яка полягає в розробці звітів про діяльність музею, випуску путівників можна ознайомитися у розділі «Видавнича діяльність». Інформацію про працівників та специфіку діяльності різних структурних одиниць музею подано в розділі «Відділи». Фотографії у розділі «Галерея» поділені на дві групи, а саме: геологічно-

палеонтологічні – це зображення палеонтологічних знахідок кісток тварин; природно-кліматичні – зображення численних опудал птахів, колекції комах, гербарій.

Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному на своєму веб-ресурсі популяризує збереження гончарської спадщини України. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Експерсії», «Виставки», «Конференції», «Статті», «Контакти», «Як доїхати». На головній сторінці окремо виділено частину головної сторінки для публікації новин. Стрічка новин постійно оновлюється і додається нова актуальна інформація про музейну діяльність України. Інформація щодо контактних даних, персоналу, структурних підрозділів музею розміщені в розділі «Контакти». Музей пропонує різні види експерсій, а саме: економ-варіант та комплекс. Більш детально ознайомитися з інформацією можна в розділі «Експерсія».

Фотоальбом сайту, який знаходиться в розділі «Виставки», є досить зручним у використанні. Відвідувачі сайту можуть переглянути інформацію про музейні заходи і фото з них у режимі одиничного перегляду, для зручності всі виставки розміщуються в хронологічному порядку. Матеріали з проведених симпозиумів, конференцій, семінарів з гончарної справи знаходяться в розділі «Матеріали».

На сайтах Березоворудського народного історико-краєзнавчий музею, Диканського історико-краєзнавчого музею, Полтавського художнього музею, Полтавського літературно-меморіального музею Панаса Мирного, державного історико-культурного заповідника «Поле Полтавської битви», Шишацького краєзнавчого музею, Чорнухинського літературно-меморіального музею Г. С. Сковороди розміщені контактні дані установ, графік роботи, ціни на квитки, інформація щодо персоналу та короткі історичні довідки про експонати музеїв (Додаток А.1).

За даними Рівненської обласної державної адміністрації, на території Рівненської області станом на 2015 р. діє близько 52 музеї [264]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 4 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 52 діючих музейних закладів у Рівненській області (Додаток А. 2).

На сайтах музею нумізматики, Березнівського краєзнавчого музею, Костопільського районного краєзнавчого музею розміщені лише контактні дані установ та застарілі дані про ціни на квитки. Усі інші розділи веб-ресурсів знаходяться в стадії розробки.

Сайт Рівненського обласного краєзнавчого музею присвячений пам'яткам матеріальної і духовної культури Рівненської області. Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Наш музей», «Експозиція», «Каталог файлів», «Блог музею», «Форум», «Гостьова книга», «Зворотній зв'язок», «Новини», «Тематика експерсій». Розділи «Блог музею», «Форум», «Гостьова книга», «Зворотній зв'язок», «Новини», «Тематика експерсій»

створені, але ще знаходяться в процесі наповнення. У розділі «Експозиція» завантажено лише одне зображення фасаду музею (Додаток А.1).

За даними Сумської обласної державної адміністрації, на території Сумської області станом на 2015 р. діє близько 15 музеїв [299]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 3 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 15 діючих музейних закладів у Сумській області (Додаток А. 2).

У мережі Інтернет існують лише сайти Шосткинського краєзнавчого музею, Будинку-музею Чехова в Сумах, Сумського краєзнавчого музею, що інформують відвідувачів Інтернет-ресурсів про контактні дані установ, наявна коротка історична довідка про експозиції музеїв, інша інформація відсутня (Додаток А.2).

За даними Тернопільської обласної державної адміністрації, станом на 2015 р. в Тернопільській області діє близько 27 музеїв [234]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 4 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 27 діючих музейних закладів в Тернопільській області (Додаток А. 2).

Сайти Бережанського краєзнавчого музею, музею Івана Пулюя, Кременецького літературно-меморіального музею Юліуша Словацького створені, але не функціонують. Відсутня повністю інформаційна наповненість веб-ресурсу. На Інтернет-ресурсах є лише контактні дані установ.

Сайт літературно-меморіального музею Б. Лепкого присвячений життю і творчості українського поета Богдана Лепкого. Головне меню сайту складається з таких розділів: «Новини», «Про музей», «Видавнича діяльність», «Фотогалерея», «Відеогалерея», «Проекти» Розділ «Про музей» інформує аудиторію про історію установи, склад персоналу, контактні дані, послуги, які надає музей. Розділ «Проекти» дозволяє ознайомитися із заходами, в яких бере участь музей, на даний час сторінка знаходиться в розробці. У розділі «Події» представлені статті про заходи музею, такі, як відкриття Інтернет-центру і святкування Дня музею. На головній сторінці ліворуч є посилання на віртуальну екскурсію по виставкових залах музею. Музей займається друком і розповсюдженням книг Б. Лепкого, докладніше про це можна дізнатися в розділі «Видавнича діяльність» (Додаток А.1).

За даними Харківської обласної державної адміністрації, на території Харківської області станом на 2015 р. діє близько 18 музеїв [317]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 8 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від

сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 18 діючих музейних закладів у Харківській області (Додаток А. 2).

На сайті Харківського історичного музею ім. М.Ф. Сумцова слід виділити розділ «Освіта». Він побудований як навчальне середовище, що забезпечується за допомогою Інтернету, в режимі онлайн, що дає можливість самостійно вивчати матеріали музейних дисциплін. Розроблені окремі курси для студентів та учнів, які цікавляться історією Харківщини. У розділі «Виставки» розміщені зображення музейних колекцій по групах: «Археологія краю», «Наш край у IX – XVIII ст.», «Україна – козацька»; «Харків XIX ст.», «Етнографія краю», «Харківщина 1917 – 1940 рр.», «1941 – 1945 рр.», «1945 – до сучасності». Інформація про розклад роботи, ціни на квитки, план музею, історію будівлі представлена в розділі «Про музей». У розділі «Наші досягнення» висвітлена інформація про науковців, які під час роботи в музеї захистили кандидатські дисертації. У розділі «Блог» відвідувачі сайту можуть ознайомитися з цікавими фактами про музейні експонати, наприклад: «Як гуляли весілля слобожани у XIX ст.?»», «Таємниці глиняного горщика» тощо.

На головній сторінці сайту національного літературно-меморіального музею Г. С. Сковороди розміщене привітальне слово директора музею. Меню сайту складається з таких розділів: «Події», «Музей», «Проекти», «Співпраця», «Туризм», «Контакти», «Галерея», «Відгуки». У розділах «Події» та «Контакти» надається інформація про структуру музею, контакти і розклад роботи; висвітлюються новини музейного життя. На веб-ресурсі музею можна ознайомитися з музейною експозицією, зі статтями з питань сквородознавства та історії культури Слобожанщини, філософськими творами Г. Сковороди.

Сайти музею театральних ляльок, музею історії Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, Харківського художнього музею, Харківського приватного музею міської садиби, музею історії прокуратури Харківської області, Харківського музею Холокосту є малофункціональними, сторінки цих веб-ресурсів завантажуються повільно. Головна сторінка ресурсу складається з двох розділів: «Про музей» та «Інформація для відвідувачів». Розділ «Новини» та «Фотогалерея» відсутні, тому не можна зрозуміти, чи оновлюються ресурси сайту (Додаток А.1).

За даними Херсонської обласної державної адміністрації, на території Херсонської області станом на 2015 р. діє близько 56 музеїв [318]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 3 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 56 діючих музейних закладів у Херсонській області (Додаток А.2).

На сайті Херсонського обласного художнього музею ім. О. О. Шовкуненка висвітлюється інформація з історії музею та будівлі в різні періоди, повідомляються контактні дані установи. Головна сторінка музею

складається з таких розділів: «Історія музею», «Колекція», «О. О. Шовкуненко», «Масові заходи», «Наукова робота». Зображення експонатів музею, а саме: ікони XVII – початку XX ст., картини російських та українських художників XVIII – першої половини XIX ст., представлені в розділі «Колекція». Усі зображення доступні в режимі слайд-шоу та в одиничному перегляді, їх всі можна повертати, збільшувати масштаб для вивчення деталей експонатів. Розділи «Масові заходи» та «Наукова робота» знаходяться в стані наповнення. Розділ «Новини» відсутній, форум не працює, робота із відвідувачами не ведеться.

На сайті Херсонського краєзнавчого музею представлені матеріали, які презентують історію та культуру Півдня України, в першу чергу теперішньої території Херсонської області. Головне меню сайту складається з таких розділів: «Про музей», «Структура музею», «Експозиції», «Відеогалерея», «Наукова робота», «Наші видання», «Колекції», «Нові надходження», «Екскурсії», «Музей – дітям», «Час дізнатися більше», «Тендер», «Архів новин». У розділі «Експозиція» для зручності перегляду цифрових колекцій відвідувачам надано можливість відфільтрувати контент за напрямками діяльності установи (підрозділами), а саме «Науково-літературний», «Науково-природничий», «Каховський історичний музей» та «Історія краю». Оригінальним є розділ «Нові надходження», де можна ознайомитися із новими експонатами, які були знайдені в ході проведення Пізньоскіфської археологічної експедиції на могильнику Червоний Маяк. У розділі «Час дізнатися більше» розміщені статті, які написані за матеріалами архіву Херсонського краєзнавчого музею, у яких розглядаються актуальні проблеми історії Херсонщини. Інформаційна активність сайту установи не була виявлена, але після повторного моніторингу було з'ясовано, що протягом 2015 р., коли здійснювався аналіз інформаційного наповнення Інтернет-ресурсу, було опубліковано 35 записів. У розділі «Наші видання» подано бібліографічний опис видань музею та публікації його співробітників.

Генічеський краєзнавчий музей на своєму сайті презентує історію та культуру Херсонської області. Головне меню сайту складається з таких розділів: «Про музей», «Природа краю», «Етнографія», «Найдавніша історія краю». Інформація на Інтернет-ресурсі Генічеського краєзнавчий музею не оновлюється з 2011 р. (Додаток А1).

За даними Хмельницької обласної державної адміністрації, на території Хмельницької області станом на 2015 р. діє близько 32 музеїв [319]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 3 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 32 діючих музейних закладів у Хмельницькій області (Додаток А. 2).

Сайти державного історико-культурного заповідника «Межибіж» і державного історико-культурного заповідника «Самчики» за структурою головної сторінки та викладу матеріалу є подібними. Головні сторінки веб-

ресурсів обох музеїв складаються із таких розділів: «Новини», «Історія Межибожа», а на другому веб-ресурсі «Історія заповідника «Самчики»», «Медіа», «Дослідження», «Інформація». Розділ «Новини» оновлюється та містить інформацію в більшості випадків про проведення на базі музеїв уроків для учнів з історії, мистецтва, малювання. У розділі «Історія» висвітлено особливості розвитку та становлення замку Межибіж як оборонної споруди, а на другому веб-джерелі історія створення та сучасний стан заповідника «Самчики». Розділи «Медіа»; «Дослідження» та «Інформація» на сайтах державного історико-культурного заповідника «Межибіж» і Державного історико-культурного заповідника «Самчики» знаходяться в стані розробки.

На головній сторінці сайту Хмельницького обласного краєзнавчого музею розміщені лише контактні дані установи, інша інформація відсутня, структура веб-ресурсу знаходиться в стані наповнення (Додаток А.1).

За даними Черкаської обласної державної адміністрації, на території Черкаської області на 2012 р. діє близько 50 музеїв [323]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» було виявлено 9 Інтернет-представництв музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 50 діючих музейних закладів у Черкаській області (Додаток А. 2).

У місті Черкаси діє центральний відділ краєзнавчого та художнього музею. Вони представлені добре структурованими сайтами, на яких в повній мірі представлена інформація про роботу всіх відділів. Що ж стосується актуальності інформаційного наповнення, то на Інтернет-сторінці Черкаського краєзнавчого музею інформація про майбутні виставки щоденно оновлюється, є безліч фото з експонатів фондів, зображення підписані і деталізуються. Гордістю Черкаського краєзнавчого музею є речі козацької доби, це все оцифровано і представлено на сайті музею.

Оновленість інформації художнього музею є певною мірою застарілою, інформація про заходи, які проходять в установі, давно не оновлювалася, хоча оцифрування експонатів музею і додавання цих даних на сайт відбувається часто. На головній сторінці сайтів музеїв вказано те, що в першу чергу потребують відвідувачі цього ресурсу. Це графік роботи музею, адреса і вартість квитка. Зворотний зв'язок здійснюється на двох сайтах через форум, а також є контактні дані музеїв.

Інтернет-ресурс Черкаського художнього музею подає інформацію про наукові досягнення їхніх працівників в музейній та художній сфері. У розділі «Музейна колекція» зображення експонатів чітко розміщені по відділах музейної експозиції – декоративно-ужиткове мистецтво та образотворче мистецтво – це спрощує ознайомлення та дослідження представлених колекцій музейних фондів. На цьому ресурсі знаходиться велика кількість зображень картин. Кожен представлений експонат має підпис і коротку довідкову інформацію (автор картини, мистецький напрям, коротка історія

картини і цікаві факти), зображення можна наблизити і повернути в різних ракурсах для кращого детального ознайомлення. Тут є докладний план усіх поверхів із зазначенням найцікавіших експонатів із музейних фондів (картини Данила Нарбута, Гонци Асі) і також подана інформація про проведення майстер-класів з різних видів художніх мистецтв.

Національний історико-культурний заповідник «Батьківщина Тараса Шевченка», Корсунь-Шевченківський державний історико-культурний заповідник, Шевченківський національний заповідник м. Канів, Кам'янський державний історико-культурний заповідник та Національний історико-культурний заповідник «Чигирин» мають повноцінно діючі та структуровані сайти. Інформація із сайтів дає уявлення про напрями діяльності музеїв, керівництво та працівників установи, наявність філіалів і тематику їхньої діяльності.

На сайті Національного історико-культурного заповідника «Чигирин» вказується необхідна інформація для туриста. Це і карта автомобільних доріг, де розроблена розмітка найкоротшого шляху до музею, і графік автобусних рейсів, де турист може переглянути інформацію про зручну подорож до цього закладу, також перераховуються пам'ятні місця, які можна відвідати у місті, детально розписано інфраструктуру міста – це заклади харчування, готелі тощо. В окремому розділі демонструються основні публікації з тематики музею. Серед них праці наукових працівників установи та дослідників, які працювали за тематикою музею.

Особливо цікава інформація подана на сайті заповідника «Батьківщина Тараса Шевченка». Музей здійснює акції, серед яких, наприклад, мільйонний відвідувач (переможці отримують цінні призи, наприклад, безкоштовне відвідування установи), майстер-класи з виразного читання віршів Шевченка та інших українських класиків. Також є відео- і фотоматеріали з відзначення українських народних свят, які відбуваються на базі музею. На Інтернет-сторінках музею наявні розвинуті форуми.

На головній сторінці сайту Кам'янського державного історико-культурного заповідника розміщена інформація про графік роботи та планування виставок, деталізовано основні напрями діяльності закладу. Фото експонатів на сайті розділено на сім груп: «Стародавня історія», «Визвольні змагання 1917 – 1922 рр.», «Український побут і етнографія», «Розвиток культури ХХ ст.», «Друга світова війна», «Сучасність». Багатосторонньо представлена інформація про визвольні змагання 1917 – 1921 рр. На сайті музею представлені фото документів і світлини учасників повстання, оригінальні зразки зброї того часу.

Шевченківський національний заповідник у м. Канів намагається подавати всю інформацію на сайті спрощено, у вигляді схем і таблиць, це набагато краще сприймається глядачем, ніж у текстовій формі. Тут є посилання на сторінки, де можна знайти інформацію про кращі музеї України, відомості про законодавчу базу музейної діяльності, розміщені посилання на інформацію про майбутні конференції, сайти музеїв світу, а

також сторінки, що надають можливість віртуально відвідати зали деяких музеїв та багато іншого.

На головній сторінці сайту Корсунь-Шевченківського державного історико-культурного заповідника вказується, що головною метою його діяльності у віртуальній мережі є пропагування та висвітлення серед молодого покоління спогадів про героїчне минуле Корсунщини від давнини і до ХХ ст. Експонати фондів оцифровані і для зручності віртуального перегляду їх розбито на кілька груп: «Історія Корсунь-Шевченківської битви», «Літературна творчість І. С. Нечуя-Левицького», «Фауна та флора краю». На сайті розміщується фото та відео інформація про тематичні виставки, які проходять на території даного закладу.

Сайт Канівського історичного музею є малофункціональним, він знаходиться в «замороженому» стані. Повністю відсутня інформаційна наповненість сторінки музею. Присутнє лише посилання на сайт журналу «Музеї України».

Уманський краєзнавчий музей має недостатнє представництво в мережі Інтернет. Відсутня інформація про керівництво та напрями діяльності музею. Відвідувачам сайту надаються дані про музей (коротка історична довідка), фотогалерея цінних експонатів без деталізації, інформація про нові виставки, а також афіша цікавих подій, які проходять у місті Умані. Також наявні стислі біографічні розповіді про етнографів Уманщини, які зробили великий внесок у дослідження історії краю (Додаток А.1).

За даними Чернівецької обласної державної адміністрації, на території Чернівецької області станом на 2015 р. діє близько 80 музеїв [327]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 3 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 80 діючих музейних закладів у Чернівецькій області (Додаток А. 2).

На сайті меморіального музею В. Івасюка є можливість ознайомитися із життям і творчістю Володимира Івасюка, переглянути копії оцифрованих документів (характеристики учня Володимира, атестат про закінчення школи тощо), фото композитора та його сім'ї, послухати рідкісні записи інтерв'ю та його пісень, побачити всі ті експонати, які розміщені на веб-ресурсі музею. Меню сайту складається із таких розділів: «Новини», «Гостьова», «Про сайт», «Життя», «Версії смерті», «Пісні», «Фотоальбом», «Спогади сучасників», «Статті», «Книжки», «Аудіозаписи». Одним із розділів, які не зустрічаються на веб-ресурсах інших сайтів, це розділ «Про сайт». У ньому розробник проекту І. Чумаченко розповідає про те, що його спонукало до створення сайту і хто допомагає в його функціонуванні. Розділ «Новини» оновлюється, є можливість переглянути архівні повідомлення, розпочинаючи з 2004 р.

На сайті Чернівецького художнього музею представлена цінна інформація про зібрання регіонального українського малярства. Меню сайту

поділяється на 5 розділів: «Про нас», «Художники», «Наша адреса», «Виставки», «Новинки». На головній сторінці сайту є посилання на Інтернет-ресурси місцевих органів виконавчої влади. У розділі «Про нас» розписується історія установи, структура та персонал музею. У розділі «Художники» – короткі біографічні довідки про митців Чернівецької області. У розділі «Виставки» можна переглянути фото картин художників Буковини XVII – XX ст.

Веб-ресурс Чернівецького обласного державного музею народної архітектури та побуту є найдосконалішим із усіх музейних сайтів Чернівецької області за простотою розташування елементів меню, якістю анонсування подій та швидкістю розміщення новин. Меню сайту містить такі розділи: «Про музей», «Експозиція», «Послуги», «Проекти», «Анонси новини», «Фото/відео», «Контакти». Розділ «Про музей» містить історію заснування та будівництва установи, інформацію про колектив, який для зручності розподілений за відділами. У розділі «Експозиція» розміщені зображення будівель (вітряки, садиба священика, мірошника). Натиснувши на іконку будь-якого зображення будинку, відбувається перехід на сторінку, де детально описується інтер'єр житла. У розділі «Послуги» міститься інформація про послуги, які надає музей (Додаток А.1).

За даними Чернігівської обласної державної адміністрації, на території Чернігівської області станом на 2015 р. діє близько 34 музеїв [328]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 11 Інтернет-представництв музейних установ різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 34 діючих музейних закладів у Чернігівській області (Додаток А.2).

На головній сторінці Чернігівського обласного художнього музею ім. Г. Галагана висвітлені контактні дані музею, розклад роботи установи. Меню сайту складається з таких розділів: «Новини», «Проекти», «Публікації», «Колекції», «Бібліотека», «Послуги», «Гостьова книга». Новини швидко оновлюються, в більшості випадків публікується інформація про проведені заходи, наприклад, ніч у музеї, день відкритих дверей, виставка «Заповіт Леоніда Могучова». На базі музею здійснюються авторський проект «Сіверський дивосвіт», музичні зустрічі, драматичні вистави, детально переглянути інформацію про це можна в розділі «Проекти». Дізнатися більше цікавих фактів, наприклад, про повернення на батьківщину сімейного архіву Галаганів тощо, можна в розділі «Публікації». Розділ «Колекції» не розвинутий повністю, на ньому завантажені кілька фотографій, відсутня можливість їх збільшувати та повертати.

На головній сторінці сайту національного історико-культурного заповідника «Гетьманська столиця» розміщені посилання на віртуальні екскурсії по будинку генерального судді В. Кочубея; палацу К. Розумовського; музею археології Батурина; цитаделі Батуринської фортеці. Внизу на головній сторінці ліворуч публікуються новини та анонси подій.

Головна сторінка сайту складається з таких розділів: «Інформація для відвідувачів», «Пропонуємо відвідати», «Про заповідник», «Галерея», «Батурин запрошує». Прейскурант послуг музею, режим роботи заповідника, правила поведінки опубліковані в розділі «Інформація для відвідувачів». Інформація про меценатів закладу, видання та публікації, які підтримуються і друкуються за підтримки заповідника, державні закупівлі та план роботи на півріччя розміщується в розділі «Про музей». Інформація про культурні установи, які можна відвідати, окрім Національного історико-культурного заповідника «Гетьманська столиця», описана в розділі «Пропонуємо відвідати». Розділ «Галерея» поділений на дві частини: відео та фото. У «Відео» можна переглянути історичні місця Батурина, палац гетьмана К. Розумовського, музей археології Батурина, цитадель Батуринської фортеці.

На головній сторінці Національного історико-культурного заповідника «Качанівка» розміщені уривки із творів письменників, поетів, які описують красу природи парку та будівлі палацу «Качанівка». У розділі «Історія» можна ознайомитись з історією заповідника від часу його заснування до теперішніх днів. Розділ «Сучасність» містить інформацію про сучасне становище Качанівки. У «Фотогалереї» можна переглянути багато фотографій, які відображають красу «Качанівки». У розділі «Сьогодні» можна отримати інформацію про діючі виставки та екскурсії. У розділах «Як дістатись?» та «Контакти» висвітлена інформація про те, як дістатися до Качанівки.

На веб-ресурсах Національного архітектурно-історичного заповідника «Чернігів стародавній», Чернігівського літературно-меморіального музею-заповідника М. Коцюбинського, Менського краєзнавчого музею, музею рідкісної книги ім. Г. П. Васильківського, Прилуцького краєзнавчого музею, Сокиринського історико-етнографічного музею ім. О. Вересая, історико-археологічного музейного комплексу «Древній Любеч», Чернігівського обласного історичного музею ім. В. В. Тарновського опубліковані лише контактні дані та коротка історична довідка про музейні фонди (Додаток А.1).

За даними Головного управління культури КМДА, в місті Києві станом на 2015 р. діє близько 167 музеїв, з них 19 мають статус національного [123]. За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 32 Інтернет-представництва музеїв різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 167 діючих музейних закладів в м. Києві (Додаток А 2.).

В місті Києві діє найбільша кількість музеїв в Україні, що мають статус національного, а саме: Національний музей мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків, Національний музей «Чорнобиль», Національний культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький Арсенал», Національний музей українського народного декоративного мистецтва, Національний

військово-історичний музей України, Національний музей бджільництва України, Національний художній музей України, Національний музей народної архітектури та побуту України, Національний музей історії України у Другій світовій війні, Національний музей «Меморіал пам'яті жертв голодоморів в Україні», Національний музей історії України, Національний науково-природничий музей НАН України, Національний музей російського мистецтва, Національний музей Тараса Шевченка, Національний музей медицини України, Національний музей літератури України, Національний заповідник «Софія Київська», Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Їхні сайти є найдосконалішими веб-ресурсами України з точки зору простоти подачі, структури розміщення і повноти інформації для відвідувачів. На головних сторінках їх електронних ресурсів міститься контактна інформація, графік роботи, історія музеїв і послуги, що надаються відвідувачам. Наявний для усіх музейних сайтів розділ «Про музей», що надає інформацію про структуру музейної установи та персонал. У розділі «Виставки» пропонується добірка виставок, які відбулися, та анонси майбутніх. В окремих розділах представлені статті, періодичні видання та наукові напрацювання працівників музею. На електронних ресурсах представлена фотогалерея, де публікуються фото із проведених наукових заходів музейних установ. Для демонстрації виставкових залів музеями застосовується технологія віртуального перегляду. На сайтах музеїв розміщені відповідні розділи – 3D, віртуальні тури чи екскурсії.

Музей Якубовських є приватним музеєм, директором і власником якого є О. Якубовський. Сайт «Музею Якубовських» містить інформацію про релігійне життя українського населення в період XVIII – XIX ст. На головній сторінці веб-ресурсу розташовано зображення старовинного годинника та засновника фірми «Якубовських» Івана Якубовського. Сайт має просту будову і лише два розділи. У розділі «Виставки» розміщено фото понад 12000 одиниць предметів різних епох та культур. У більшості це зображення українських ікон, їх є близько 400. Окрім ікон, відвідувачам демонструється музейна колекція вітальних листівок початку XX ст., зразки флакончиків парфумів СРСР, колекція старовинної дерев'яної християнської скульптури, приклади уніатської, православної та католицької скульптури XVIII – XIX ст.

Музей історії київського транспорту «Київпастрас» має лише Інтернет-сторінку, де коротко подана інформація про різні етапи розвитку київського транспорту та розміщені фото моделей трамваїв, тролейбусів та автобусів, що працюють або працювали у Києві в різні періоди.

На сайті музею історичних коштовностей України розміщена інформація з історії музею та його колекцій, ціна квитків, розклад роботи, контакти і структура музейної установи; оперативно оновлюється сторінка новин, є можливість пошуку в архіві новин за датою публікації. Розділ «Ювелірне мистецтво» містить матеріали про ювелірні вироби різних народів та епох. Розділ поділений на декілька підрозділів: Скіфо-Сарматська доба (IX ст. до н.е. – IV ст. н.е.); Ювелірне мистецтво Східної Європи за доби

Середньовіччя (III – XIV ст.); Ювелірне мистецтво в Україні XVI – XX ст. У Розділі «Виставки» висвітлюється інформація про проведені виставки, розпочинаючи з 1975 р. і до сьогодення.

Музей історії Києва представлений доволі функціональним сайтом. Головна сторінка ресурсу поділяється на 7 розділів: «Новини», «Події», «Про музей», «Архів», «ЗМІ про музей», «Контакти» та «Соціальні мережі». У розділі «Новини» та «Події» відвідувачам пропонується ознайомитися з постійно діючими виставками, в першому випадку музеїв Києва, а в другому деталізовано інформацію про виставки музею історії Києва. Інформація на сайті є актуальною і оновлюється щодня. На веб-ресурсі зібрано безліч цікавих матеріалів: фільми, фотографії, публікації про видатних людей, які жили та працювали у м. Києві.

Сайт музею І. Гончара є динамічним ресурсом, який привертає увагу багатьох відвідувачів використанням великої кількості графіки та flash-анімації. Все це дає можливість користувачам Інтернету безперешкодно ознайомлюватися на досить високому візуальному рівні з інформацією про результати діяльності працівників музею та його загальні надбання. Веб-ресурс музею містить вичерпну інформацію про структуру та контактні дані музею, регулярно оновлюються новини музею. У розділі «Експозиція» можна переглянути основну колекцію музею, значна частина, якої є оцифрована і нараховує понад 15 тисяч експонатів, серед яких є зразки рушників, верхнього одягу, килимів, предметів кераміки, колекція українських писанок, всі зображення підписані, їх можна наблизити та повернути за годинниковою стрілкою. Окремо в Розділі «Наша гордість» є зображення українських народних картин, зокрема, «Козаків Мамаїв», а також ікон.

Музей Гетьманства на своєму веб-ресурсі надає детальну інтерактивну карту виставкових залів установи, інформацію про історію закладу, структуру та контакти музею, є посилання на мистецькі виставки, які проводяться в галереях міста Києва. У розділі «Події» кожного дня відбувається оповіщення про заплановані заходи і публікуються новини музеїв України, подається перелік платних послуг, що надаються відвідувачам. Розділ «Бібліотека музею» та «Скачати книгу» містить перелік книг, наукових публікацій та окремих видань з приватного архіву П. Скоропадського у форматі pdf, які можна переглянути і за необхідності скачати. Значної уваги заслуговують викладені зображення оцифрованих портретів гетьманів, отаманів, листівки, зразки грошей УНР та речі з козацького побуту, розташовані в розділі «Експозиція».

Головна сторінка літературно-меморіального музею М. Булгакова пропонує Інтернет-аудиторії ознайомитися з короткою інформацією про музей та його персонал, рекомендується для ознайомлення історична довідка по архітектурі будівлі. Розробниками сайту акцентується увага на великій ролі письменника М. Булгакова у формуванні літературного простору Києва того часу та самотності його населення. У розділі «Виставки»

пропонується ознайомитися з великою кількістю експонатів, що висвітлюють історію проживання М. Булгакова в м. Києві. Розроблена віртуальна екскурсія по 3 виставкових кімнатах із 7. Зворотний зв'язок на сайті здійснюється за допомогою заповнення анкети, де пишеться запитання, яке цікавить, прізвище, ім'я, по батькові, місто, країна, поштова адреса, телефон та обирається відповідна категорія звернення.

На сайті державного музею авіації України представлена на огляд широкому загалу інформація про повітряні сили України. Головне меню подається в яскравому візуальному вигляді. Привертає увагу, перш за все, раціональне і досить логічно продумане розміщення загальної інформації. Подається детальна інформація про музей (розпорядок роботи, контактні дані). Цікаві відомості подано в розділах «Заходи для дітей», «Заходи». У розділі «Події» представлено різноманітну інформацію: анонси подій на поточний місяць та архів, оголошення виставки, презентації та інші цікаві події, що стосуються життя музею. Експонати фондів музею представлені у розділі «Виставки». Тут можна ознайомитися з розробками практично всіх провідних авіаційних конструкторських бюро періоду СРСР – А. Туполева, О. Яковлева тощо.

Політехнічний музей у Київському політехнічному інституті має лише статистичну Інтернет-сторінку у віртуальній мережі, де в короткій формі описано цікаві факти про експонати та подана контактна інформація музею.

Музей циркового мистецтва пропонує на огляд аудиторії веб-сайт, поділений на два блоки «Загальна довідкова інформація та «Експонати». У розділі «Виставки» представлені зображення циркових предметів, фестивальні нагороди, передані в подарунок цирковими династіями, колекціонерами.

Сайт літературно-меморіального музею-квартири П. Г. Тичини містить інформацію, пов'язану із життям та діяльністю українського поета Павла Тичини. Меню сайту містить розділи: «Пропозиції відвідувачам», «Про музей», «Музейні події», «Павло Тичина», «Наука», «Блоги». Інформація про музей знайомить аудиторію із напрямками роботи, розкладом роботи та персоналом музею. У розділі «Виставки» на цілий рік розписано перспективний план роботи музею. Розділ «Павло Тичина» розрахований на аудиторію, яка цікавиться творчістю П. Тичини, тут опубліковані вірші поета.

Сайт музею сучасного мистецтва надає детальну інформацію з історії музею, персоналу, графіка роботи та відомості про послуги, які пропонує установа. У розділі «Виставки» представлені зображення картин сучасних художників, де за допомогою фільтрів зліва можна відсортувати за країнами та видами мистецтва як і самих художників, так і їхні твори. У розділі «Музеї tv» знаходяться відеоінтерв'ю сучасних українських художників, які можна переглянути. З розділу «Видання» є можливість скачати у форматі pdf-файлів видання музею. Проекти, які організовує та в яких бере участь музей, розташовані у розділі «Наші проекти».

Головна сторінка сайту музею Української революції 1917 – 1921 рр. поділена на 3 розділи: «Фото», «Відео», «Реконструкція». У розділі «Фото» та «Відео» знаходяться матеріали, присвячені подіям, які відбувалися на території сучасної України в період 1917 – 1921 рр. У розділі «Реконструкція» розміщено фото обмундирування солдатів із різних ворогуючих сторін. Інформаційний блок та форум на веб-ресурсі музею відсутній.

Сайт Водно-інформаційного центру (музею води) створений для різноманітних категорій користувачів Інтернету, буде цікавим як для дітей, так і для дорослих. Він містить інформацію про водні ресурси України та про роль води у житті людини і природи в цілому. Інтернет-ресурс музею поділений на чотири розділи: «Фотогалерея», «Новини», «Форум», «Контакти». У розділі «Фотогалерея» демонструються зображення експонатів, які пов'язані із водою. Розділ «Новини» періодично оновлюється (Додаток А. 1).

За даними Всеукраїнської асоціації музеїв [51], Луганської обласної військово-цивільної адміністрації [166] та Донецької обласної військово-цивільної адміністрації [68], на території Автономної республіки Крим, Донецької та Луганської областей станом на 2015 р. діє близько 434 музеїв.

За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено близько 22 Інтернет-представництв музейних установ різного рівня складності (від сайтів-візиток до повноцінних веб-ресурсів) із близько 434 діючих музейних закладів у Донецькій, Луганській областях і Автономній республіці Крим (Додаток А. 2). Через об'єктивні та суб'єктивні причини більшість сайтів музеїв тимчасово не функціонують і при спробі увійти на них пошукові системи висвітлюють відповідь про те, що не вдалося з'єднатися з веб-ресурсом, або установи здійснюють свою діяльність в музейному просторі іншої держави та перейшли у їх сегмент мережі Інтернет. Останні оновлення інформаційного наповнення більшості веб-ресурсів відбувалися у 2014 р.

Таким чином, аналіз наявності та сучасного стану представлення музеїв у мережі Інтернет показав, що робота в цьому напрямі ведеться і є певні результати. Станом на початок 2015 р. власні представництва у веб-просторі мали 200 закладів із 1155 діючих музеїв (32 – київські музеї, 167 – регіональні музеї). Проаналізувавши більшість вітчизняних музейних сайтів, можна вказати, що значна частина з них має лише декілька розділів, у яких розміщена інформація про історію закладу, персонал, розпорядок роботи, тематику виставок та представлено зображення експонатів, які в більшості випадків є неякісними.

2.3 Можливості використання соціальних мереж у музейній діяльності

Значний вплив інформаційних технологій на сучасне суспільство призводить до зміни традиційних сфер комунікації. Інтернет стає майданчиком для безбар'єрного спілкування та взаємодії людей різних міст, країн, культур. На сьогоднішній день найбільш універсальним інструментом спілкування і найпопулярнішим сервісом, який утримує увагу більшої частини Інтернет-аудиторії, є соціальні мережі. Під терміном «соціальна мережа» у сфері інформаційних технологій розуміються спільноти користувачів у віртуальному просторі, об'єднані за спільними інтересами на базі одного інтерактивного багатокористувацького сайту (який в цьому випадку називається соціальною мережею), інформаційне наповнення якого формується самими учасниками.

Соціальні мережі мають ряд переваг, які необхідно використовувати в професійних цілях задля ефективного розвитку музейної спільноти: високий рівень довіри – вищий, ніж до офіційних джерел інформації; швидкий зворотний зв'язок; використання будь-яких форм комунікації (текст, відео, аудіо, фото) [322, с.31].

В Україні найпопулярнішими соціальними мережами є Вконтакті та Однокласники, серед міжнародних Інтернет-спільнот мікроблог Twitter і Facebook. Точної статистики щодо українців, які користуються Вконтакті та Однокласниками, немає. Є лише фрагментована інформація. Наприклад, Mail.Ru Group, яка володіє 100% «Однокласників» та 40% Вконтакті, не ділиться інформацією про щоденну чи щомісячну кількість українських користувачів. Нам відомо лише про кількість зареєстрованих українців у мережі Вконтакті – близько 22 млн. та Однокласники – 11млн станом на 2015 р. До цієї цифри входить маса дублікатів, зламаних та порожніх сторінок та багато створених ботів. Кількість зареєстрованих українських користувачів у Facebook і Twitter станом на 2015 р. становила відповідно 6 млн. та 50000 осіб [268].

Сторінки в соціальних мережах використовуються музеями як локальний інформаційний ресурс, більш наближений до користувача, ніж сайт музею. Спеціалісти з маркетингу та інформаційних технологій вважають, що вихід музейної установи у соціальну мережу позбавлений сенсу, якщо ще немає створеного власного сайту [336, с. 216].

Сучасний сайт музейного закладу має бути інтегрованим у різні соціальні мережі. За допомогою соціальних мереж простіше і зручніше отримувати відгуки та мати зворотний зв'язок із іншими закладами культури та суспільними організаціями і залучати їх до різних проектів (виставок, наукових зборів, обговорення виставлених музейних колекцій та залучення приватних фондів до цієї діяльності, рекламування, поширення та друк збірників і книжкових видань, пропагування власне науково-дослідної роботи). Музейні фахівці, прагнучи скористатися соціальними мережами в рекламних цілях, найчастіше прирівнюють їх до їхніх попередників – преси, радіо, телебачення, не розуміючи, що соціальні спільноти за своєю специфікою насамперед є засобами для міжособистісного спілкування.

Ненав'язливі враження від відвідування музейних виставок, проведених конференцій, тренінгів, поширених за допомогою соціальних мереж, набагато впливовіше діють на репутацію музею, ніж звичайне поширення матеріалів про музейну діяльність за допомогою засобів масової інформації [113, с. 67].

На сьогодні свої сторінки у популярних соціальних мережах мають найбільші музеї України: Національний музей історії України, Національний музей історії України у Другій світовій війні, Національний художній музей України, Національний науково-природничий музей НАН України та ін. Тим не менше, більшість створених представництв датується лише 2011 – 2013 рр., тобто можна говорити про те, що це початковий етап входження більшості музеїв у сферу соціальних мереж, але досі ще триває створення музейних спільнот в соціальних мережах, що вказує на розмитість вказаної періодизації. Музеї України розпочинають другий етап інтеграції в соціальні мережі із 2014 р., який характеризується постійною роботою на ресурсі (Додаток Б. 1). Музеї в соціальних мережах використовують різну тактику: реєструються, як «люди» і підключають «друзів», створюють групи [289].

На головних сторінках у більшості Інтернет-ресурсів музеїв розміщені посилання на соціальні мережі Вконтакті, Однокласники, Facebook і мікроблог Twitter, де установа має свої власні групи, сторінки. Завдяки цим посиланням на головних сторінках сайтів збільшується кількість відвідування відповідних ресурсів. На сьогодні музеї в більшості випадків використовують можливості соціальних мереж лише на початковому рівні – це створення своїх представництв на базі даних ресурсів і налаштування експорту новин із сайту музею. Закономірним елементом подальшого розвитку являється створення на базі соціальної мережі, середовища для ефективної роботи із читачами на рівні проведення наукових семінарів, конкурсів, залучення їх безпосередньо до планування діяльності музеїв [322, с. 33].

Користувачі проводять свій час у соцмережах, спілкуючись, розвиваючи дискусії, шукаючи цікаві теми та новини. Беручи до уваги цей факт, музейне співтовариство повинно розуміти, що це надзвичайно велика потенційна аудиторія, яку можна залучити до діяльності музею. Треба чітко усвідомлювати, що перш ніж приступати до просування музею в соціальних мережах, необхідно скласти обґрунтований план дій, в якому будуть прописані завдання, мета та причини вибору тієї чи іншої соціальної мережі. Якщо недостатньо серйозно поставитися до розробки стратегії розвитку музею в соціальній мережі, то в результаті можна отримати неприємні наслідки у вигляді втрати відвідувачів Інтернет-ресурсу, а також репутації самої установи. Найбільш важливий етап у складанні стратегії діяльності музею в соціальній мережі – це чітка постановка мети. Має бути чітке розуміння того, що необхідно досягти в соціальній мережі. Наприклад, набрати передплатників до групи, мотивувати користувачів перейти на музейний сайт тощо. Потрібно розуміти, за рахунок чого планується

досягнення мети і чи вистачить ресурсів (часу, грошей, досвіду) для її досягнення. Визначення істинності мети. Чи справді виконання такого завдання дозволить досягти бажаної мети? Необхідно впевнитися, що просування в соціальній мережі є дійсно актуальним та необхідним, а не викликано модою. Визначення часового проміжку, після настання або закінчення якого повинна бути досягнута мета (виконано поставлене завдання).

На початковому етапі головним завданням для музеїв, звичайно, є саме створення подібних представництв в соціальних мережах, налаштування облікового запису в соціальній мережі, формування бази підписників. Наступний етап розвитку закономірно повинен припускати організацію постійної роботи музею в соціальних мережах [346, с. 104].

Часто в музейних працівників виникає питання, яку мережу вибрати для створення музейного представництва. Соціальні мережі відрізняються одна від одної складом аудиторії і можливостями просування. Найчастіше користувачі зареєстровані в декількох, а перевагу віддають якійсь одній. Потрібно перш за все порівняти всі плюси і мінуси кожної із соціальних мереж, наприклад, Facebook – відмінні технології та відсутність нелегального контенту, велику популярність має у європейських країнах; Вконтакті – популярна у молоді, багато спаму і нелегального контенту; Однокласники та мікроблог Twitter – користується пріоритетом серед людей середнього та старшого віку, що мають відносно слабкі технічні можливості [187, с. 44].

Завдяки інструментальним можливостям соціальних ресурсів можна вирішувати ряд питань. Наприклад:

- Формувати знання про діяльність музею.
- Забезпечувати одночасне спілкування із великою кількістю людей;
- Обмінюватися файлами (текстами, малюнками, фотографіями, відео);
- Проводити опитування та голосування (найкращий працівник музею, яка виставка музею найбільше зацікавила тощо);
- Підтримувати постійне коло читачів завдяки обговоренню та дискусії щодо важливих питань, отримувати зворотний зв'язок (скарги, подяку, пропозиції);
- Виставляти «цікавинки» з тематики музею, що давало б можливість читачам дізнаватися про щось нове;
- Збирати статистичні дані для аналізу аудиторії і майбутньої проектної діяльності.

При роботі з соціальними мережами в музейних працівників виникають також і ряд труднощів, а саме:

- Багато неофіційних сторінок музею (в більшості випадків це спостерігається у великих музеях), які представляють не завжди достовірну інформацію;
- Поступово робота в соціальних мережах, яка починалася завдяки

особистій ініціативі співробітників музею, замінюється офіційною звітністю, а критерії оцінки ще не вироблені;

- Необхідність підтримувати постійну активність, яку важко організувати, тому співробітники, що працюють з соціальними мережами, зазвичай виконують ще й інші посадові обов'язки;

- Кадрова нестача, необхідне виділення спеціально підготовлених співробітників – менеджерів соціальних мереж, що володіють знаннями в галузі психології, інформаційних технологій, відкритих і енергійних [346, с. 100].

У соціальних мережах проходять основні комунікаційні шляхи, в них найпростіше знайти відповіді на питання: хто такі сьогоднішні потенційні відвідувачі музейних закладів, які у них інтереси, яким вони хочуть бачити музей, які прогнози вони складають на розвиток музейної сфери у найближчі роки.

У ході роботи із соціальними мережами потрібно пам'ятати: коли кількість учасників групи і друзів акаунту музею перевищить тисячу осіб, з'являється потенційна загроза злому сторінки і розсилки спаму (шкідливих повідомлень) за допомогою облікового запису, що, очевидно, підриває довіру підписників музейної групи. Досить ефективним способом боротьби з цією загрозою є регулярна (не рідше одного разу на місяць, а може бути і частіше) зміна пароля, причому, чим складнішим він буде, тим краще, хоча 100% гарантії безпеки дати неможливо [161, с.70].

За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту «Музеїв України» та порталу «Музейний простір» станом на 2015 р. було виявлено 126 представництв музеїв України на різних платформах соціальних мереж (Додаток Б. 2). Рейтинг українських музеїв за чисельністю учасників спільнот та кількістю опублікованих записів є умовним і не претендує на всеосяжність. Специфіка всіх соціальних мереж полягає в тому, що творці спільноти можуть у будь-який час видалити створене представництво, включати та виключати підписників, редагувати інформаційне наповнення Інтернет-ресурсу. Цей зріз музейної діяльності в соціальній мережі проводиться за дуже вузькими критеріями, а саме: за датою публікації першого повідомлення на стіні, кількості підписників та записів на стіні, це дозволяє проаналізувати активність музейних установ у соціальних мережах. У рамках цього дослідження було проаналізовано ступінь інтеграції українських музеїв у соціальні мережі – Вконтакті, Однокласники, Facebook та Twitter.

Проаналізувавши дані із діаграми (Додаток Б. 2), можна зробити висновок, що діяльність у соціальних мережах не є пріоритетною для українських музеїв. Робота в соціальних мережах є незапланованою та нестабільною, погано налагоджені зв'язки між музеєм та підписниками музейних спільнот. У ході проведеного дослідження було виявлено те, що на більшій частині музейних сторінок в соціальних мережах кількість людей, які обговорюють публікації, є незначною і дещо зростає лише під час

проведення помітних музейних заходів. У більшості випадків в обговоренні матеріалів, які публікуються, беруть участь лише працівники цього ж музею та колеги з інших музейних установ.

за кількістю зареєстрованих акаунтів у соціальних мережах лідирує Вконтакті. На її платформі представлено 90 музеїв (Додаток Б. 2). Така популярність пояснюється поширеністю мережі серед населення та простотою в обслуговуванні створених спільнот. Найменше використовується мікроблог Twitter через неможливість у повному обсязі висвітлювати музеями інформацію про свою діяльність.

Користувачам Вконтакті доступний характерний для багатьох соціальних мереж набір можливостей: створення профілю з інформацією про людину чи установу, взаємодія за допомогою особистих повідомлень і записів на «стіні», відстеження через стрічку новин активності учасників спільнот. Є кілька видів співтовариства, які можна створювати в мережі Вконтакті: «Група», «Публічна сторінка» і «Заходи». Основна відмінність груп від сторінок в усіх соціальних мережах полягає в тому, що сторінки доступні всім, у тому числі і тим, хто в соціальній мережі не зареєстрований, а групу можна приховати від інших користувачів. Група може бути створена у відкритій чи закритій формі. Вона створюється від імені окремого користувача, але носить назву музею, а людина, яка створила групу, автоматично стає її адміністратором. Важливо також підібрати відповідний аватар, який має відображати тематику спільноти. У такій спільноті є можливість створювати альбоми фото, аудіо та відеоматеріалів і документи для завантаження. Вступити в групу можна або за заявкою, яка протягом години схвалюється адміністраторами, або на запрошення адміністраторів групи. Так само існує можливість рекомендувати групу своїм друзям. У «Публічній сторінці» потрібно підібрати аватар, який має бути чітким і з «першого погляду» вказувати на тему сторінки. Найчастіше на місці аватара розміщується логотип музею чи зображення будівлі музею, що цілком виправдано і зрозуміло для будь-якого відвідувача ресурсу. Адміністратори мають повністю відповідати за розміщення інформації. Також можна розміщувати фото-, відеоматеріали і вести форум. «Заходи» функціонально подібні до групи, різниця лише в тому, що є інформація про місце і час проведення подій. Соціальна мережа Вконтакті дає можливість «дружити» не тільки з окремими людьми, але і з цілими спільнотами, установами. Як вказують розробники мережі Вконтакті, група в більшості підходить для організації дискусій та обміну думками, публічна сторінка – для швидкого розповсюдження новин та інформації. При створенні групи в різних соціальних мережах найважливіше – скласти опис групи, розповісти про її цілі і користь у її перегляді.

У цьому описі повинна бути інформація, що розповідає про особливості музею. Подібних музеїв у світі сотні тисяч, і завдання організаторів групи – привернути увагу саме до свого закладу, а значить, не потрібно скупитися на вихваляння установи (найбільший музейний фонд

регіону, щоденне поповнення фонду тощо). Потрібно наводити якомога більше цікавих фактів про установу і статистичних даних. Аудиторія завжди довіряє цифрам і лаконічним фактам [346, с. 107].

Як приклад можна навести опис групи Національного музею Тараса Шевченка: «Всім-всім-всім, хто читає зараз, незалежно від віку, заняття ... і взагалі незалежно ні від чого!. Музейна колекція складається з унікальних пам'яток: картин, творів, документів, які висвітлюють життя і діяльність Шевченка, зображення поета та його друзів, в музеї представлено також твори художників, архітекторів, скульпторів, письменників, в яких відображено епоху, в якій проживав Шевченко. Національний музей Тараса Шевченка створив цю групу спеціально для того, щоб усі були в курсі останніх подій, що пройшли або тільки заплановані в музеї, виставкові новинки, цікаві зустрічі, конкурси, акції і свята, а ще для того, щоб спілкуватися, обмінюватися думками, дружити, заряджатися позитивом і ділитися ним з оточуючими».

У назві групи будь-якої соціальної мережі, а в даному випадку мережі Вконтакті, повинна бути відображена суть того, що людина може знайти в групі. Тема може бути як інформаційною («Дніпропетровський художній музей»), так і емоційною, цей випадок зустрічається на закордонних ресурсах («Вся правда про науково-технічний музей Берліна»). Досвідчені творці груп у соціальних мережах радять спочатку придумати декілька варіантів назв і перевірити їх дію на своєму оточенні.

Аналізуючи дані таблиці щодо кількості підписників у спільнотах Вконтакті, бачимо, що перше місце посідає Дніпропетровський національний історичний музей. Необхідно вказати, що цей музей розміщує на стіні групи звіти своєї щоденної діяльності (оновлюються теми для дискусії, відео- та аудіоматеріали), підписано до цієї спільноти 964 людини. Найменша кількість підписників (2 учасники) і відсутня інформаційна підтримка групи в Полтавського музею дальньої авіації (Додадок Б.1).

Безліч створених досліджених музейних спільнот у мережі Вконтакті не розвиваються, але і не видаляються своїми творцями, таким чином засмічуючи мережу Інтернет, що ускладнює музеям поширювати про себе інформацію, існує також багато дублюючих спільнот, інколи музейні представництва в соціальних мережах створюються сторонніми особами після відвідування установи, це вводить в оману потенційних відвідувачів закладу. Наприклад, в соціальній мережі Вконтакті існують чотири спільноти музею Івана Гончара, дві групи національного музею мистецтва ім. Богдана і Варвари Ханенків, які не функціонують. Це характерно для соціальних мереж Вконтакті, Facebook, Однокласники та Twitter.

В Однокласниках існує вид співтовариства «Група» та особиста сторінка. Web-представництво музеїв в мережі Однокласники створюється, як правило, у вигляді групи, а не особистої сторінки. Це вирішить питання з невідповідним змістом. Під час створення представництва музею як особистої сторінки в мережі Однокласники на їх стрічку новин потрапляє із

усіх сторінок «друзів» інформація, яка ними публікується і носить в більшості своїй особистий характер та не використовується музейними спеціалістами для розвитку ресурсу, а лише засмічує Інтернет-простір непотрібними даними; дозволить створювати більш якісний контент і налагодити швидкий зворотний зв'язок з відвідувачами ресурсу; вирішить можливу проблему передачі спільноти музею при звільненні співробітника, відповідального за групу (модератора).

Група може бути закритою чи відкритою. Інформаційне наповнення «Групи» контролює адміністратор, а також її учасники. У групі є можливість розміщувати пости, створювати фото- та відеоальбоми, слухати музику. В Однокласниках існують різні групи музейних установ, у яких як спеціалісти, так і звичайні відвідувачі ресурсу діляться враженнями від відвідування екскурсії, проведених конференцій, семінарів, обговорюють загальні тенденції в розвитку музейної сфери, висвітлюють загальні професійні проблеми, розглядають останні новини в музейному світі [161, с. 68].

У ході дослідження було виявлено, що найбільшу групу в Однокласниках за підписниками має Національний музей історії України – 1573 чол., але оновлення записів на стіні не проводиться, наповнення основною інформацією музею на недостатньому рівні. Найменшою за кількістю підписників є група музею суднобудування і флоту м. Миколаїв, на неї підписано 56 чол. Відсутня інформаційна підтримка спільноти цього музею (Додаток Б.1).

Так, як і Вконтакті, у Facebook є «Група», «Публічна сторінка», «Заходи» і вони функціонально подібні. «Групи» та «Заходи» краще використовувати для організації короткострокових нерегулярних подій, наприклад, дослідити інтерес цільової аудиторії установи за першочерговістю проведення різних заходів та реалізацією проектів, обговорити специфіку їх здійснення, дізнатися їхню думку, щоб її врахувати під час підготовки виставок у напрямі визначення переліку майбутніх музейних предметів, які експонуватимуться. Сторінки більше підходять для довгострокових проектів, наприклад, для створення представництва музею. Соціальна мережа Facebook має ряд переваг: відмінні технології; відсутність нелегального контенту. Окрім того, Facebook має ще один вагомий позитивний фактор – інформація, якою зацікавлена людина, стає видною її друзям, і спільноти постійно розширюються. Ресурс цікавий просто тому, що спілкуватися, організовувати і підтримувати професійні контакти тут найзручніше. Тут можна інформувати читачів про свої послуги та пропозиції, формувати громадську думку, а також привертати увагу до своїх заходів. По суті, музей має справу з унікальною базою даних на аудиторію, де він може безпосередньо вийти на будь-якого користувача і дізнатися про його інтереси, проблеми, проаналізувати їх, прийти до спільного висновку щодо подальшої стратегії. Загальною тенденцією серед музеїв, які мають акаунт на Facebook, є те, що музеї є дуже традиційними в їх зв'язку та взаємодії із людьми. Більшість музеїв діють стандартно: розміщують інформацію на стіні

про екскурсії, акції, свята, відкриття нових виставок, запрошуюють брати участь у заходах, що проходять на базі установи всіх користувачів Facebook. У Facebook присутня досить зручна і докладна статистика. Можна побачити, скільки в той чи інший день зайшло людей на сторінку, дізнатися їх стать і вік, з яких вони міст, країн, що вони дивляться – «стіну», фотографії, інформацію або події, скільки з них прочитали кожне повідомлення, скільком сподобалося [120, с. 69].

Однією з важливих складових Facebook для музейної спільноти є можливість створити персональну сторінку події (відкриття, презентації, семінару, виставки, майстер-класу) в рамках основного профілю, що дозволяє швидко розсилати адресні запрошення на її відвідування, оперативно розміщувати і коментувати фотографії, обговорювати та ділитися враженнями щодо побаченого на музейних заходах між Інтернет-аудиторією.

Соціальна мережа Facebook є на сьогодні найбільш популярною платформою для спілкування у всьому світі. Музеї України активно вивчають досвід зарубіжних колег щодо використання можливостей Facebook у музейній сфері, хоча кількість установ, які створили своє представництво у цій соціальній мережі є меншою у порівнянні із Вконтакті, це пояснюється в першу чергу складним адміністрування сторінок-спільноти. Результат дослідження свідчить: незважаючи на те, що за рівнем присутності музеїв у соціальних мережах лідером є Вконтакті, кількість учасників спільнот і активність здійснення діяльності є набагато більшою в Facebook. Головною причиною цього є те, що пріоритетним напрямом у розвитку вітчизняних установ є їх інтеграція у європейську музейну спільноту, поступова відмова від використання російських соціальних мереж та представлення більших можливостей для просування своєї діяльності в Facebook, ніж Вконтакті. Найбільшу групу серед сегменту українських музеїв має Мамаєва Слобода – 4345 учасників, а найменшу – Національний музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття – 904 чол. Мамаєва Слобода розміщує щотижневі звіти про проведену роботу на стіні спільноти, їх нараховується 1234, найменше має Музей книги і друкарства України – 9 записів (Додаток Б.1).

Мікроблог Twitter – це сервіс, у якому можна обмінюватися короткими повідомленнями, розміщувати фото- і відеоресурси і також гіперпосилання на іншу актуальну інформацію. Більшість музеїв використовують Twitter як ефективний маркетинговий інструмент для анонсування інформації. Мікроблог дозволяє транслювати інформацію широкій аудиторії, моментально повідомляючи тисячам читачів сервісу важливі новини із музейного життя. Варто писати як мінімум два-три повідомлення на день. Більшу частину переписки необхідно планувати заздалегідь, пропонуючи читачам різні форми комунікації: наприклад, «день цікавих фактів» (за тематикою музею), «вгадай експонат» (за коротким описом), «зворотна сторона експозиції» (фотографії, які розповідають про організацію виставки) [186, с. 72]. З 2013 р. з метою пошуку нових відвідувачів німецькі музеї

відкривають нові можливості Twitter. Був розроблений новий метод для демонстрації виставок – так звані твіттер-екскурсії. У Гамбурзі у березні 2013 р. стартувала перша музейна «Tweetup». Відмінністю від проведення звичайної музейної екскурсії є те, що екскурсоводи тут не використовуються, відвідувачі музею самі на емоційному рівні сприймають той чи інший експонат, фотографують його і діляться своїми враженнями від перегляду музейної колекції у мережі Twitter. У 2014 р. Національний художній музей України, перейнявши досвід німецьких музеїв, також розпочав проведення твіттер-екскурсії, але даний проект не викликав інтересу у вітчизняних відвідувачів музейного закладу, тому був закритий [246].

У Twitter можна відправляти також і посилання на YouTube, де є можливість завантажувати та зберігати записи всіх заходів без будь-яких обмежень. Корисною практикою є «день питань», коли музейні фахівці надають публіці можливість поставити будь-яке питання. Кожного дня у модератора ресурсу має бути відведений час для відповіді на звернення до музею в Twitter [186, с.74].

Обов'язково потрібно відстежувати, яким чином відвідувачі ресурсу реагують на діяльність музею, тому що це висвітлює громадську думку щодо музейної установи. Дуже часто під час прийняття того чи іншого рішення людина керується відгуками і думками інших людей. Найпростіший спосіб отримати відгуки – зробити опитування серед постійних учасників спільноти музею і викласти їх у групу в соціальних мережах. Twitter залишається однією з найменш використовуваних соціальних мереж музеями. Це в більшості випадків пояснюється обмеженістю введення символів інформації. Тут можна опублікувати інформацію, яка не перевищує 140 знаків. Але є і ряд переваг, якими володіє Twitter і які можливо використати музеям у своїй науково-дослідній та просвітницькій роботі. Серед них: інформувати аудиторію про майбутні виставки; додавати фото-, відео- та аудіоматеріали і швидко їх поширювати серед підписників; публікувати посилання на цікаві статті про музей; відповідати на запитання користувачів. Важливим є також адаптація наукового тексту під формат Twitter: короткий текст, бажано у розмовному стилі [91, с. 54].

Повідомлення у Twitter прийнято називати «твіт». Слово «ретвіт» (англ. retweet), своєю чергою, означає «перепост» такого повідомлення. Ретвіт використовується, коли автор мікроблога хоче поділитися зі своїми читачами новиною чи повідомленням, яке написав хтось інший. Власне дія «поділитися твітом» часто позначається неологізмом «розшарити» (від англ. To share – «ділитися»). Ключові слова, або, інакше, «теги»/«хештеги» – важливий елемент дієвого ведення твіттера. Вони задають основну тему вашого повідомлення, і за ними також легко проводити пошук. Хештег задається поєднанням слів (будь-якою мовою), що починається із символу решітки (наприклад, якщо ваш твіт присвячений ночі музеїв і ви хочете це підкреслити, ви додасте до свого повідомлення подібний «хвіст»: #ніч_у_музеї) Twitter дозволяє підписатися на оновлення інших користувачів

сервісу, або «зафоловити» (від англ. To follow – «слідувати»). Друзі або читачі в термінології твіттера називаються «фоловерами» [66].

Можливості мікроблогу Twitter є обмеженими – це лише платформа для швидкого обміну невеликими повідомленнями, ефективніше використовувати її у взаємодії із іншими соціальними мережами, такими, як Вконтакті, Однокласники і Facebook. Twitter являє собою стіну з дописами акаунтів, на які підписаний користувач мережі. У більшості випадків допис містить в собі лише заголовок і посилання на першоджерело: сайт, блог та на різні соціальні мережі.

Музеї України на своїх сторінках подають найрізноманітнішу інформацію: від життя музею, планування виставок, конкурсів, до гіперпосилань для детального ознайомлення та вивчення додаткових джерел за тематикою музею. Найактивнішим у мікроблозі Twitter є Вінницький обласний краєзнавчий музей. Він має 285 учасників та 377 розміщених новин на стіні спільноти. Найменше використовує можливості мікроблога Чернігівський обласний художній музей ім. Григорія Галагана – 109 підписників та 50 новин (Додаток Б.1).

Будь-яка група людей, яка об'єднана у соціальних мережах, має свої правила, за дотриманням яких, зазвичай, має стежити спеціальна людина – модератор. Модератор стежить за дотриманням учасниками правил, він може підтримувати найцікавіші теми та закривати їх відповідно до розвитку дискусії, виносити попередження учаснику, редагувати матеріали з альбомів спільнот. Окрім модератора спільноти, існує ще й адміністратор – він є творцем групи. Тільки в адміністратора є доступ до налаштувань групи і можливість призначати модераторів. Адміністратори часто на практиці поєднують обов'язки модератора – створюють, редагують і видаляють різні теми, розміщують новини, відповідають на коментарі, завантажують фотографії, відеоматеріали, блокують учасників спільноти.

Музей може використовувати власний персонал для просування в соціальних мережах – відділ маркетингу, якщо такий створений, але в більшості випадків діяльність музею в соціальних мережах здійснює непідготовлений спеціаліст, звичайний працівник музею. У цьому випадку є один нюанс: враховуючи, що просування в соціальних мережах вимагає певного досвіду в галузі інформаційних, рекламних технологій та соціальної психології, то результат праці штатних фахівців буде або нульовим, або негативним. Серед основних помилок, які допускають музейні фахівці – вибір «не тієї» соцмережі, в результаті чого можливі негативні коментарі з боку користувачів мережі; низька активність, нерегулярне оновлення інформації, розміщення недостовірної інформації, довга відсутність відповідей на коментарі, запрошення в групи випадкових людей [336, с. 216].

У соціальних мережах Facebook і Вконтакті є технічна можливість публікувати тексти різного розміру, на відміну від, наприклад, Twitter і Однокласники. Не існує принципових відмінностей між набором редакторських функцій в Facebook і ВКонтакті.

Серед інструментів, доступних адміністраторам сторінок, груп, акаунтів в соціальних мережах, особливий інтерес становить так звана «Відкладена публікація матеріалів»: існує технічна можливість завантажити тексти та ілюстрації заздалегідь, вказавши дату та час публікації. ВКонтакті дозволяє створювати не більше 10 відкладених публікацій, Facebook – понад 20. Використання цього інструменту дозволяє організувати час співробітника, що відповідає за соціальні мережі, а також мінімізувати кількість помилок і друкарських помилок, оскільки існує можливість не тільки підготувати заздалегідь матеріали, але і перевірити їх [189, с. 71].

Також не потрібно нехтувати можливістю ознайомитися зі сторінками інших музеїв у Facebook, ВКонтакті та Twitter. Коли їх переглянути, буде простіше зрозуміти, які прийоми і методи роботи слід перейняти та набути для конкретно свого музею. Для вирішення комунікаційних завдань музеям достатньо використання однієї із соціальних мереж, але, як показує практика, для досягнення найкращих результатів необхідно підібрати комбінацію з декількох популярних соцмереж [260, с. 94].

До моменту створення сторінки у соціальній мережі музейні фахівці повинні підготувати весь матеріал, який планується розмістити. У соціальних мережах не повинно бути ніяких написів у вигляді: «Група знаходиться в стадії наповнення, чи розробки», або «Тут скоро буде ...».

Потрібно розуміти, що реєстрація та створення представництва музею в соціальній мережі і запрошення до неї учасників – це лише половина справи. Головне завдання полягає в постійній підтримці життя спільноти, сторінки, а це вже щоденна копітка робота. Оскільки музеї є установами, які задають високі стандарти в галузі культури, їх співробітники повинні вкрай уважно ставитися до якості і кількості публікованих в Інтернеті матеріалів; це стосується всіх без винятку Інтернет-ресурсів, зокрема соціальних мереж. У сі тексти, які будуть публікуватися в соціальних мережах, необхідно писати за допомогою текстового редактора Word або аналогічних програм, у яких існує автоматична перевірка орфографії і пунктуації.

Існує кілька способів, як візуальних, так і безпосередньо пов'язаних зі змістом тексту, які допоможуть зробити музейні публікації більш помітними і цікавими для відвідувачів соціальних спільнот. Перш за все, перед підготовкою кожної публікації потрібно відповісти на такі питання:

- Що я хочу сказати цією публікацією?
- Яке завдання вирішує ця публікація?

Розуміння завдання, яку повинна вирішити та чи інша публікація, дозволить не тільки вибрати потрібний стиль подачі інформації, але також підкаже, яким чином розташувати її в тексті. Слід уникати наукового стилю, який зазвичай використовується в традиційних музейних публікаціях. Необхідно знайти баланс між науковою, класичною мовою музею і розмовною, повсякденною, якою звикли спілкуватися користувачі, під час «взаємодії» з відвідувачами спільноти використовуючи звороти і фрази, які здатні передати доброзичливий настрій. Наприклад, можна бажати доброго

дня чи настрою, супроводжуючи побажання яскравою, що запам'ятовується, фотографією будівлі музею чи експонату. У ВКонтакті, Facebook, Однокласники, Twitter функції редагування текстів істотно відрізняються від текстового редактора Word. Наприклад, у цих соціальних мережах немає можливості поставити новий рядок або ж виділити слово або фразу курсивом (або ж використати інший колір). Однак існують можливості урізноманітнити текст, і один з таких способів пов'язаний із вмістом публікації. Багато музеїв ведуть регулярні публікації з певної теми і використовують заголовки – рубрики – для відображення змісту публікацій.

Переваги подібних публікацій:

- регулярна тема дозволяє сформувати коло постійних відвідувачів спільнот;
- рубрика за рахунок короткої і незабутньої назви поступово стає пізнаваною, що дозволяє утримувати увагу наявних підписників спільноти, а також залучати нових [189, с. 72].

Коли обрана тема публікації, підібраний стиль оформлення заголовка і готовий сам текст, необхідно подумати про зображення, які будуть розміщуватися в публікації. Зображення повинно бути яскравим, незабутнім і відповідати змістові тексту. ВКонтакті, Facebook, Однокласники, Twitter дозволяють прикріпити одне або кілька зображень до кожної публікації. Якщо в текстовому редакторі Word можна вставити зображення в будь-яку частину документа, то в соціальних мережах зображення завжди йтимуть у кінці публікації. Необхідно підписувати кожне зображення, а також вказувати джерело, звідки воно взято. Якщо воно зроблено фотографом або співробітником музею, обов'язково вкажіть його ініціали. Найчастіше саме якість зображення впливає на те, буде прочитаний текст публікації чи ні [188, с. 74].

У підписників спільноти існує два способи побачити музейну публікацію: по-перше, у власній стрічці новин; по-друге, на сторінці музею (для цього відвідувач спільноти повинен зайти в групу музею).

У відвідувача спільноти існує чотири способи взаємодії з публікацією: ігнорування; вираз схвалення і підтримки (шляхом натискання кнопки «Мені подобається»); бажання поділитися отриманою інформацією зі своїми друзями (шляхом натискання кнопки «Поділитися»); потреба вступити в діалог з музеєм, прокоментувавши публікацію.

Додавання нової інформації можна розділити на такі види:

- Створення нових тем обговорень. Вони можуть складатися з повідомлення і наступних коментарів. Члени групи можуть самі створювати нові теми і коментувати їх.
- Розміщення новин. У цьому розділі можна розміщувати інформацію про заходи в музеях, акції, оновлення, нові обговорення.
- Розміщення фотографій і відеозаписів. Часто і слів не потрібно, достатньо фото- і відеозаписів, щоб привернути увагу до обговорення.
- Розсилка повідомлень. Відразу відзначимо, що мова не йде про спам-

розсилки. Це свідомо розсилка для своєї цільової аудиторії. Вони служать для так званого «другого контакту», коли людина в групі зареєструвалася, але не проявляє ніякої активності. Завдання розсилки – нагадати про існування групи [189, с. 73].

Ідеальний варіант існування спільноти в соціальних мережах – це коли в неї добровільно і самостійно вступають користувачі мереж. Але щоб у групу вступили, про неї спочатку потрібно дізнатися. Неправильно робити розсилку про існування певного музею в соціальній мережі всім і запрошувати всіх до неї вступати. Потрібно визначитися зі своєю цільовою аудиторією, щоб надалі діяльність групи була максимально ефективна.

Критеріями, за якими ведеться пошук потенційних членів групи, можуть бути членство в подібних групах, інтереси, стать, вік, місце проживання, сімейний стан, освіта тощо. Після визначення потенційної аудиторії потрібно вибрати спосіб запрошення вступити у спільноту музею. Їх декілька, і кожен з них має свої переваги і недоліки.

- Запрошувати від приватної особи, у якої зареєстрована сторінка в соціальній мережі. Спосіб дуже повільний. У деяких мережах є обмеження на число запрошених людей в день. Але в цьому випадку можна відкрити під своїм ім'ям кілька особистих сторінок.

- Skorистатися програмою для автоматичної розсилки запрошень. Але в цьому випадку цінність запрошення нівелюється.

- Запрошувати від своїх друзів у мережі. Але для цього ваш друг спочатку повинен сам вступити в групу музею. Цей спосіб має право на існування тільки в тому випадку, якщо в автора сторінки багато друзів.

- Розміщення банерів групи в мережі. Але такий вид вимагає додаткових фінансових вкладень [125].

Також для пошуку нових членів груп у соціальних мережах використовуються пошукові можливості самих соціальних мереж. Наприклад, Вконтакті, якщо потрібно знайти людей, що зацікавлені музейною сферою, то у профілі групи в розділі особиста інформація, де вказується інформація про інтереси та діяльність, прописуються ключові слова для пошуку «музеї», «історія», після кліку на ці слова відкриється нове вікно з усіма користувачами, які вказали той же інтерес у себе на своїх сторінках.

Будь-яке представництво музею в соціальній мережі повинно викликати довіру в учасника групи. При першому ж перегляді спільноти відвідувач повинен розуміти, що це офіційна сторінка установи в соціальній мережі, тобто наявними мають бути такі основні елементи: правдиве фото профілю (аватар), точна адреса та контакти, посилання на офіційний сайт (за наявності), модератора групи, години роботи музею, карта короткого маршруту до установи та будь-які інші дані, які допоможуть потенційному відвідувачеві зацікавитися та відвідати заклад. Потрібно розміщувати актуальні фото відвідувачів із проведених заходів музеїв, зображення персоналу та зовнішній вигляд будівлі, щоб можна було ідентифікувати

музей [188, с. 75].

Таким чином, проблема використання Інтернет-спільнот для організації музейного маркетингу ще тільки починає досліджуватися та є інноваційною тенденцією у розвитку вітчизняної музейної сфери. Перші кроки у цьому напрямі дають підстави констатувати, що активне застосування соціальних мереж у діяльності музеїв дозволяє отримати нові ефективні інструменти для поширення інформації про музеї та дає змогу розширювати і вдосконалювати взаємодію з потенційними відвідувачами установи.

Отже, підсумовуючи викладене вище, констатуємо, що швидкий розвиток мережі Інтернет зумовив формування нового середовища для комунікації, яке передбачає використання сучасних технологій в усіх сферах життя і діяльності суспільства.

З появою на початку 90-х рр. ХХ ст. на території України мережі Інтернет розпочинається активна комп'ютеризація музейної діяльності, відбувається перехід музейного сектору держави до міжнародних стандартів правового, техніко-технологічного характеру. Українські музеї здійснюють перші кроки в бік перебудови форм і методів роботи музейних працівників з урахуванням сучасних досягнень науки та техніки. Працівники вітчизняних музеїв в останнє десятиріччя ХХ ст. організовують та беруть участь у тренінгах, семінарах і конференціях, що присвячені вивченню проблем використання сучасних інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет для поширення інформації про діяльність установ.

На державному рівні приймається ряд важливих законів, які регулюють музейну діяльність та впроваджують механізми щодо процесу модернізації музейної сфери. Громадськими організаціями, меценатами реалізуються регіональні та національні проекти, спрямовані на комп'ютеризацію та впровадження сучасних технологій в музейну діяльність, організовуються курси, проводяться тренінги про особливості створення сайтів музеїв, їхнє обслуговування та інформаційне наповнення.

У результаті проведеного дослідження було виявлено, що в Україні із загальної кількості майже 1155 діючих музейних установ, за даними обласних державних адміністрацій, станом на 2015 р. у мережі Інтернет представлено близько 200 музеїв. Опрацьований матеріал був узагальнений і дав можливість зробити певні висновки, зокрема, визначити тип музейного представництва (було з'ясовано, що 69 музеїв мають окремі багатофункціональні сайти, а 131 представлений у форматі музейних сайтів-візиток), оцінити ефективність здійснення діяльності музею у віртуальному просторі, простежити географію представленості музеїв у мережі Інтернет (встановлено було, що за кількістю створених Інтернет-представництв лідером є музеї м. Київ – 32 сайти, а всі інші вітчизняні музейні установи мають лише 168 діючих Інтернет-ресурсів).

Використання соціальних мереж дозволяє музеям розширити та якісно оновити свою діяльність у напрямі популяризації музейних фондів, дає можливість миттєво повідомити широкому загалу про наукові заходи, які

здійснюються на базі музею, оперативно з'ясувати думку підписників спільноти з певного приводу, дізнатися їх побажання, виявити та дослідити уподобання цільової аудиторії установи. Публікації в соціальних мережах вимагають комплексного підходу. В умовах жорсткої конкуренції між музеями за відвідувача необхідно ретельно стежити за якістю інформації, що публікується, необхідно заздалегідь продумувати як і зміст кожної публікації, так і стиль її оформлення.

Українські музеї все ще повільно освоюють простір популярних соціальних мереж, але вже розпочинають рух до перебудови методів взаємодії із своєю потенційною аудиторією. У відвідувачів музейних спільнот з'являється можливість висловити свої побажання та задати запитання, а також отримати на них своєчасні відповіді. Музеї ще не повністю використовують усі інтерактивні можливості, які їм надаються для спілкування із відвідувачами в просторі соціальних мереж: не всі музейні установи розуміють важливість представлення повної інформації про себе у профілі, ігнорують мультимедійні додатки, не заохочують обговорення у спільноті, лише дублюють інформацію із офіційного сайту, не розуміючи при цьому, що соціальна мережа – це насамперед віртуальний майданчик для здійснення неформального спілкування між музеями та їх аудиторією, місце для проведення вільного часу.

РОЗДІЛ 3

МУЗЕЙНИЙ САЙТ ЯК ІСТОРИЧНЕ ДЖЕРЕЛО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ МУЗЕЙНОЇ СТРАТЕГІЇ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

3.1 Комунікація в музейних установах засобами веб-ресурсів

Використання сучасних засобів Інтернету для організації спілкування та різного програмного забезпечення дає змогу музеям створити ефективне інформаційно-комунікативне середовище. Музеї, будучи частиною соціальної структури суспільства, змушені реагувати на всі зміни, що відбуваються в ньому, і пристосовуватися до умов і «правил гри» сучасного світу. Змінюється суспільство і тим самим утверджуються і закріплюються нові конкретні види соціальної взаємодії музею з суспільством, соціальними групами, окремими їх членами. За даними Державної служби статистики України, станом на 2015 р. «музеями цікавляться і відвідують їх лише 33% українців, 67% – ні» [63]. Така статистика говорить про наявність пласту проблем, серед яких – відсутність музейних програм для підлітків та молоді, високі ціни, нерозвинена інформаційна культура, погане знання музейної аудиторії, їх потреб тощо. Такі дані, безумовно, свідчать про необхідність змін у діяльності сучасної музейної установи. Музейним закладам, щоб залишатися актуальними та потрібними суспільству в цілому і конкретному відвідувачеві зокрема, необхідно вдосконалювати комунікативні механізми взаємодії із цільовою аудиторією.

На сьогодні існує проблема оновлення та використання нових форм і методів взаємодії музеїв у своєму внутрішньому і зовнішньому середовищі. Практично залишається невирішеним питання ефективної модернізації комунікації у музейній сфері у відповідності із запитами ХХІ ст., яке несе в собі підґрунтя для застосування Інтернет-технологій у роботі музейного працівника, що дасть змогу розширити та інтегрувати зв'язки музею у соціумі. Процес інформатизації музейного середовища актуалізує завдання до адаптації культурної спадщини в період швидкої інформаційної глобалізації суспільства. Сьогодні перед музеями постає проблема змін самої сутності музейної справи, коли необхідно переосмислити способи комунікації як в локальному (з відвідувачами музеїв), так і в глобальному просторі (між музеями, державними, міжнародними структурами) [70, с. 35].

Перед музеями постає ряд проблем, що виникають у зв'язку з інформатизацією музейної діяльності. Насамперед, це проблеми технічні: розробка сайтів, порталів, каталогів тощо. Вони є не стільки технічними, скільки насправді змістовними – організація дистанційного спілкування з відвідувачами музеїв, коли безпосередня традиційна взаємодія виявляється неможливою: «Багато музеїв стурбовані тим, що доступ до них через мережу Інтернет може зменшити бажання відвідувати реальні музеї; в більшості випадків, відбувається прямо протилежне. У тих, хто до цього мав слабокe уявлення про цінність колекцій, що зберігаються в музеї, може прокинутися

інтерес після перегляду музейного веб-представництва, де представлені цифрові зображення музейних експонатів. Справжні цінителі музеїв, очевидно, сприймуть ці нові способи доступу до музейних фондів як додатковий та ефективний шлях до знань, якими володіють сучасні музейні установи». Сьогодні музеї змушені боротися за своїх відвідувачів на ринку дозвілля і конкурувати з культурними інституціями, які використовують Інтернет як новий майданчик для організації комунікації з сучасною аудиторією [32, с. 328].

Музейна комунікація має стати рівним, багатостороннім діалогом, в ході якого буде активізуватися на найвищому рівні увага задля сприйняття інформації.

Поняття «музейна комунікація» ввів у науковий обіг у 1968 р. Д. Камерон. Згідно з його трактуванням, музейна комунікація – це процес спілкування відвідувача з музейними експонатами, що представляють собою «реальні речі». В основі цього спілкування лежить, з одного боку, вміння творців експозиції вибудувувати за допомогою експонатів особливі невербальні просторові «висловлювання», а з іншого, – здатність відвідувача розуміти «мову речей» [217].

Англійський музеєзнавець Джаспер Виссер виділяє такі сучасні форми комунікації між музеєм і аудиторією та ділить їх на три категорії:

- нові і традиційні медіа (онлайн-виставки, сайти, онлайн-магазини, віртуальні екскурсії, соціальні мережі, блоги, аудіогіди, форуми, друковані продукти, програми для мобільних пристроїв);
- заходи, що відбуваються в музеї (лекції, семінари, майстер-класи, розважальні заходи, різні програми лояльності);
- реальні виставки, які влаштовують у будівлі музею [220, с. 41].

До музейної комунікації в рамках сучасного інформаційного суспільства можна віднести: наявність у музею певної ніші в інформаційному просторі (як пріоритет поряд із накопиченням, збереженням і трансляцією культурних цінностей, виходить і робота із «глядачем»); наявність сучасних форм взаємодії музею із іншими музеями і відвідувачами – актуальні і співвідносні з рівнем розвитку суспільства, відповідають сучасним запитам; розробку нових способів для експонування предметів: музей повинен бути «рухливим», постійно розробляти нові виставки, нові способи подачі інформації; можливість застосовувати інформаційні технології для створення експозицій – більш цілісні і контекстні, необхідні програми, розраховані на різні групи «глядачів», залежно від віку чи рівня підготовки до сприйняття інформації; доступ до фондів для заочного ознайомлення і опрацювання (створення Інтернет-каталогу) [286, с. 56].

На сьогодні існує багато способів спілкування та обміну інформацією у мережі Інтернет, основними з яких є електронна пошта, гостьові книги сайтів, форуми, блоги, чати, соціальні спільноти тощо.

Музейна комунікація може бути зовнішньою, внутрішньою (локальною), міжмузейною (професійне спілкування). Для реалізації кожного

із видів комунікації використовується різні технології. Зовнішня комунікація спрямована на спілкування поза межами музею. Активне впровадження в музейну діяльність Інтернет-технологій створює умови для впровадження нових методик роботи, створення нового, зрозумілого для сучасної, в першу чергу молоді аудиторії «мови спілкування». Використання Інтернет-технологій надає можливість для вибудовування повноцінних (двосторонніх) відносин, тобто допомагає встановити ефективний зворотний зв'язок між музеями і їх аудиторією. Для реалізації цих завдань використовуються як традиційні на даний момент Інтернет технології: електронна пошта, офіційний сайт музею, так і нові: розробка програмних додатків для смартфонів і планшетних комп'ютерів [262].

Завдяки мережі Інтернет як комунікаційного механізму зросла роль віртуального спілкування. Музеї створюють акаунти у популярних соціальних мережах, ведуть блоги – це гібрид щоденника і журналу в режимі онлайн, для якого характерне хронологічне розміщення даних, де всі записи мають категорії, що полегшують читачам пошук потрібної інформації. Створюватися блоги можуть з різних причин: від простого бажання музейного працівника до вказівки керівництва, бажання урізноманітнити діяльність музею, донести до потенційних відвідувачів установи цікаву чи організаційну інформацію, обговорити події в музейній сфері у професійному колі тощо [205].

Метою створення представництва музеїв у блогосфері є: показати, що музей є сучасним закладом культури, який готовий до конструктивного спілкування, критики, змін та інновацій; поліпшити спілкування з потенційними відвідувачами установи шляхом діалогу та можливістю додавання коментарів до публікацій, які розміщуються на блозі; проводити опитування на різні актуальні питання із музейної сфери та отримувати миттєві відповіді від відвідувачів Інтернет-ресурсу; розвивати маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність музею; спілкуватися зі ЗМІ, адже багато журналістів при підготовці репортажів, сюжетів використовують матеріали із блогів [89, с. 100].

Одним із найбільших популярних веб-сервісів для створення блогів серед музейних спеціалістів є програмна розробка компанії Google Blogger. Це пояснюється в першу чергу популярністю програмного забезпечення Google серед широких верств населення, простотою адміністрування блогів на сервісі Blogger та покращеними можливостями серед інших аналогів ресурсу в доступі користувачів до виправлення CSS шаблонів їхніх сторінок, за умови володіння відвідувачами ресурсу основами програмування, швидке архівування блогів, що дозволяє переносити інформацію на флеш-носій, просте додавання коментарів, можливість публікації постів по електронній пошті [205].

Наприклад, музей Булгакова у м. Київ регулярно додає записи у свій блог, пов'язані з біографією М. Булгакова, зображення портретів письменника та документальні фільми про його життя [15]. Рівненський

краєзнавчий музей використовує блог лише як майданчик для поширення музейних новин [21]. Донецький краєзнавчий музей у своєму блозі приділяє значну увагу опису діяльності музеїв Західної Європи [17]. У блозі Національного художнього музею України [20] можна знайти корисну і цікаву інформацію про діяльність музею та його працівників, графік роботи, ознайомитися з історією установи. На Інтернет-ресурсі музею регулярно додаються статті, зображення, відеоматеріали про експонати музею. Особливий інтерес працівники музею приділяють українському іконопису XII – XIX ст. Привертають увагу до особливостей іконописання, публікують матеріали про випадки зцілення людей за допомогою ікон. Блог музею природи Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна [19] постійно оновлюється та поповнюється науковими матеріалами з природознавчих музейних зібрань. У відвідувачів Інтернет-ресурсу є можливість переглянути зображення та ознайомитися з публікаціями про представників тваринного світу всіх континентів і водних просторів Землі. Автори блогу заохочують до вивчення історії Слобожанщини, тому частина ресурсу присвячена археологічним пам'яткам скіфської доби. На сторінках блогу є можливість залишати коментарі. У коментарях автори ресурсу вказують перелік питань, які можливо ставити адміністраторам блогу. На блозі наявна також інструкція, як відправляти коментарі до статей та яким чином оперативно зв'язатися із музейними працівниками.

Також блогерство як популярний метод для оперативного поширення актуальної інформації про музейні об'єкти серед великої кількості користувачів мережі Інтернет, обміну досвідом, думками та ідеями у віртуальному середовищі використовують окремі музейні спеціалісти, організації чи активісти деяких вітчизняних та закордонних музеїв. Порівняно із музейними сайтами формат і простота в структурі блогу передбачає більш вільне спілкування із Інтернет-аудиторією.

В. о. директора Олександрійського краєзнавчого музею ім. А. Худякової Т. Вальчишена створила свій персональний блог, де висвітлює проблему щодо недостатнього використання музейного потенціалу в освітній сфері. Дослідник також у своєму Інтернет-ресурсі публікує матеріали, пов'язані із історією, археологією та природою Олександрійського району. Наприклад, усі статті, які розміщені на блозі, для зручності відвідувачам ресурсу систематизовані за категоріями: «Знамениті земляки», «Державотворчий процес в Україні», «Екологія рідного краю», «Нумізматика», «Друга світова війна», «Актуальні проблеми музейної діяльності». У блозі окремо створено розділ «Експонати», де завантажені фото оцифрованих експонатів, наприклад, палеонтологічні та археологічні знахідки, колекції монет, фотографії Олександрії кінця XIX ст. – початку XX ст., зразки зброї усіх періодів, речі космонавтів, ордени, медалі, книги [16].

The Uncataloged Museum – блог, розроблений Ліндою Норріс, фрілансером, консультантом з музейної справи, яка відома і українським музейним фахівцям як стипендіат програми Фулбрайта. На блозі

опублікована контактна інформація окремих музеїв України. Наприклад, висвітлені контактні дані Хотинського краєзнавчого музею, Аптеки-музею міста Чернівці, Літературно-меморіального музею Ольги Кобилянської, музею Івасюка, Чернівецького краєзнавчого музею, Чернівецького художнього музею, Львівського музею пива тощо. Також на блозі окремим інформаційним блоком розміщуються матеріали для популяризації українських музеїв у світі – це публікації різноманітних матеріалів (статей, заміток, оголошень щодо проведення конференцій) за музейною тематикою на території України. Матеріали для публікації інформації про українські музеї надаються в більшості випадків спеціалістами Львівського музею історії релігії в рамках різних міжнародних проектів по соціально-культурному обміну між закордонними та вітчизняними фахівцями [18].

В інтерфейсі блогу є можливість удосконалювати структуру та дизайн ресурсу за допомогою віджетів – спеціальних графічних елементів. Вони є частиною програмного забезпечення, яке «підключається» до платформи блогу, підвищуючи його функціональність та інтерактивність. Однією з головних складових блогу є його зміст, актуальність та затребуваність, наповнення блогу як для спеціаліста із музейної галузі, так і для інших відвідувачів Інтернет. За замовчуванням автоматично у блозі створюються три розділи – «Постійні читачі», «Архів блогу», «Про автора», а всі інші додаються за потребою розробником ресурсу. Практично будь-який музейний блог дублює інформаційний зміст та структуру веб-сайтів музеїв і складається з таких основних розділів: «Про музей», «Новини», «Галерея», «Посилання на додаткові ресурси», «Освітні програми», «Контакти» та «Послуги і ціни». Найбільш цікавою складовою блогу для музейного працівника є його інтерактивність – це можливість розміщення автором інформації про діяльність музею у будь-якому вигляді, яку відвідувачі можуть використовувати, поліпшувати, коментувати, оцінювати. Блог став популярним та отримав довіру серед музейних спеціалістів у першу чергу через простоту адміністрування – для публікації не потрібно встановлення спеціальних програм на комп'ютер. Необхідно лише браузер і підключення до Інтернету. Програмне забезпечення, яке відповідає за публікацію інформації у мережі, надається безкоштовно Інтернет-службами разом з місцем для зберігання даних (хостингом) [122, с. 90].

Інформація повинна оновлюватися регулярно, оскільки блог – це власне щось середнє між щоденником, журналом і своєрідним сховищем інформації, або, навпаки, є «обмінником» думок. Недоліками використання блогу є те, що зв'язок обмежується письмовими відгуками; можливості форматування тексту, варіанти оформлення сторінки блогу і мультимедійна підтримка часто обмежені; відвідувачі часто можуть висловлювати підбурювальні, або неприйнятні думки на адресу авторів статті чи блогу.

З появою соціальних мереж блоги як інструмент Інтернет-комунікації потенційного відвідувача і музейної установи відійшов на другий план. Представництво музею, наприклад, Вконтакті відтягує на себе функції

зворотного зв'язку з потенційним відвідувачем. Завести обговорення, поставити запитання, опублікувати новину стає простіше та ефективніше саме в соціальних мережах. Варто відзначити, що блоги адаптуються і модернізуються до сучасних умов і тому не втрачають свого значення як швидкого засобу для поширення інформації, їх кількість росте, проте динаміка їх зростання стабілізувалася, активних сплесків, як це було на початку їх створення, вже не спостерігається [134, с. 8].

З появою перших музейних сайтів в Інтернеті з'явилася можливість з їх допомогою налагоджувати комунікацію між музейними фахівцями та Інтернет-аудиторією. Здатність до віртуальної співпраці виникла завдяки відкриттям гостьових сторінок, форумів, сторінок новин і появою маси іншої інформації, що викладалася на сайті, яка могла зацікавити тих чи інших фахівців із музейної сфери та осіб, які цікавляться музейним життям.

На сьогодні сайти музеїв набувають все більше інтерактивних рис, мотивуючи суспільство до спілкування з музеями. Розміщують максимально велику кількість цифрових зображень (із можливістю збільшити та повернути їх), відеоматеріалів експонатів, що приводить не тільки до зростання віртуальних відвідувачів, але і до збільшення співробітництва між музеями. Якісно зроблений сайт не лише в загальних рисах знайомить потенційну аудиторію з самим музеєм, а й дає їй повне уявлення про його специфіку і напрями діяльності, дозволяє з максимальною повнотою продемонструвати все різноманіття експонатів, що зберігаються у фондах установи та додатково допомагає привернути інтерес до музейної спадщини з боку туристів з інших країн. Найчастіше музеї створюють у мережі Інтернет статистичну сайт-візитку, яка не має великого значення в комунікаційному механізмі взаємодії, також надаються для ознайомлення короткі контактні дані, а в окремих випадках – план проведення виставок. Багато музеїв викладає на своїх сайтах спеціальні підготовчі матеріали для відвідин музею (в короткій цікавій формі опис найцікавіших експонатів) та відповіді на запитання, які найчастіше ставлять відвідувачі Інтернет-ресурсу про діяльність установи [48, с. 70].

Прикладом може бути діяльність музею Гетьманства, який для вдосконалення свого Інтернет-ресурсу розмістив анкету, яку потрібно заповнити кожному відвідувачеві сайту, як вказується в заголовку запитальника, всі відповіді будуть розглянуті і допоможуть працівникам музею поліпшити його роботу. Анкета включає 11 питань, деякі з них мають до 6-ти можливих варіантів відповідей, плюс «відкритий» варіант. Ці 11 запитань умовно можуть бути розділені на дві змістовні групи. Перша група запитань загального характеру, вона стосується самого відвідувача (вік, місце проживання, освіта), друга група пов'язана з інформаційним наповненням сайту.

Інтерактивність сайту полягає у підтримці зв'язку між відвідувачами та адміністрацією в режимі реального часу: для цього існують системи онлайн-чатів (миттєвий обмін повідомленнями на сайті), онлайн-консультацій і

подібні до них інструменти. На сайтах музейними співробітниками створюються форуми для обговорення актуальних тем музейної справи, а інколи це окремий Інтернет-ресурс. Найчастіше веб-форум – це розділ на сайті, в якому відвідувач може залишити своє повідомлення після швидкої реєстрації, і при цьому воно буде доступне для перегляду іншими відвідувачами сайту. Реєстрація на форумі дозволяє його розробникам дізнатися більше інформації про людину, яка відвідує їхній електронний ресурс. Відвідуючи форуми, які цікавлять, можна досить швидко отримати консультацію з якого-небудь питання у більш досвідчених відвідувачів або модераторів ресурсу. Зазвичай у кожного форуму з'являються постійні відвідувачі – ядро аудиторії. Існують різні за тематикою, контингентом учасників і переслідваними цілями форуми: одні є дійсними Інтернет-аналогами раніше проведених конференцій, музейних фестивалів, що вимагають подальшого обговорення, але більше не здатними проводитися у вигляді стандартних конференцій через можливі транспортні та іншого роду труднощі, що перешкоджають проведенню їх у звичному вигляді, інші ж частіше існують для організації спілкування людей, які мають інтерес до музейної тематики [49, с.69].

Діяльність будь-якого форуму здійснюється за трьома принципами:

- Відвідувач відкриває тему для обговорення в одному з розділів форуму, який відповідає тематиці. Це може бути питання або твердження, яке передбачає дискусію.
- Кожен бажаючий висловитися залишає своє повідомлення (пост). Список тем відкривається при вході в розділ. Вміст теми, список повідомлень на цю тему, відсортованих за датою, відкривається, якщо клацнути по її назві.
- У самому верху списку тем знаходяться теми, які мають найбільш свіжі відповіді.

Окремо взята тема, по суті, являє собою тематичну гостьову книгу. Користувачі можуть коментувати тему, яка сподобалася, ставити питання за нею і отримувати відповіді, а також самим відповідати на запитання інших користувачів форуму, давати їм поради і вести дискусію. Усередині теми також можуть влаштовуватися опитування (голосування) для з'ясування думки певної частини суспільства щодо окремих подій. Питання та відповіді зберігаються в базі даних форуму і надалі можуть бути корисні як учасникам форуму, так і будь-яким користувачам мережі Інтернет, які можуть зайти на форум, знаючи адресу сайту або отримавши його від пошукових систем під час пошуку інформації. Найпоширеніша ієрархія форуму – це розділ, тема, повідомлення. На одних форумах можна вільно писати повідомлення, а на інших потрібно перед цим зареєструватися [37]. Використовується в окремих випадках змішаний доступ до тем, коли певна частина їх прихована і доступна лише працівникам музею, це пояснюється тим, що там обговорюється внутрішній робочий процес. Можна за бажанням додавати в деяких випадках в повідомлення картинки, використовувати графічні

«смайлики» (символи або піктограми, які позначають емоції), розфарбовувати текст повідомлення різними кольорами та виконувати інші цікаві дії. Залучення користувачів до обговорення і підтримання їх на форумі потребує від адміністрації сайту постійного контролю за контентом, розміщення актуальної інформації, поновлення значущих тем. Чим вища якість та інформаційне наповнення ресурсу, тим активніше користувач буде включатися в дискусію, робити свій внесок у розвиток форуму, ставати його повноправним учасником. Перевага Інтернет-форумів полягає у відсутності необхідності здійснювати переїзди до місця проведення форуму – досить лише включити комп'ютер і набрати його адресу. Недоліками форумів є те, що необхідно мати мінімальні навички із використання мережі Інтернет та володіння комп'ютером [212, с. 106].

Особливими є форуми, розміщені на сайті музею історичних коштовностей України та Національного художнього музею України. Форум Національного художнього музею України поділений на дві частини: перший розділ є майданчиком для предметного і професійного обговорення, в другому ведеться спілкування на різні загальні теми, в якому беруть участь всі бажаючі, і це не потребує додаткових знань з тематики дискусії. На форумі влаштовано також обговорення комерційної складової життя художників (продаж їх робіт).

Структура форуму музею історичних коштовностей України складається із 4 розділів:

- Правила форуму (в даному розділі публікуються оголошення адміністраторів ресурсів, обговорюються нововведення на форумі);
- Обговорення останніх новин у музейній та культурній сфері та коментування матеріалів, які публікуються на сайті музею.
- Усе про музеї (відвідувачі в цьому розділі обговорюють та обмінюються враженнями від відвідувань вітчизняних і закордонних музейних установ).
- Туристичні маршрути України (розглядаються теми внутрішнього туризму на території України).

На форумі ведеться статистика за кількістю переглядів анкет зареєстрованих користувачів, створених розділів та тем.

У більшості випадків форуми на сайтах музеїв України створені, але не функціонують, що не дозволяє повною мірою взаємодіяти з відвідувачами Інтернет-ресурсів музейних установ.

Гостьова книга – це сторінка, розділ на сайті, в якому відвідувачі можуть залишати свої відгуки, зауваження, привітання, побажання, коментарі, які адресуються адміністраторові, керівництву сайту або іншим його відвідувачам. Кожен відвідувач може залишити своє повідомлення. Стандартна структура гостьової книги зазвичай включає в себе кілька основних пунктів: 1. Ім'я користувача. 2. Адреса електронної пошти та сайту. 3. Місце проживання. 4. Форма для повідомлення.

Гостьова книга додає інтерактивності сайту і використовується для організації зворотного зв'язку з відвідувачами. Гостьові книги на сайтах музеїв можуть перетворитися на популярний форум, а дискусії затягуються на довгий період. Якщо не забезпечено розвиток сайту, то створення гостьової книги та інших інтерактивних форм спілкування може мати негативний результат, тобто в гостьовій книзі будуть накопичуватися різні критичні зауваження, які зовсім не додають значущості Інтернет-ресурсу [138].

Наприклад, Херсонський краєзнавчий музей використовує можливості гостьової книги для покращення якості свого сайту і його вмісту. У його гостьовій книзі дуже багато пропозицій, у яких відвідувачі пропонують теми для проведення майбутніх виставок, запитують про наявність вакансій у музеї.

Музеї України масово створюють свої статті на платформі Вікіпедії. Вікіпедія – це вільна електронна енциклопедія, яку може кожен, хто бажає, редагувати (за винятком авторських статей). Музейні працівники пишуть статті про власні музеї, вони в початковому варіанті відображають певну позицію автора, тому користувачі, які не згодні із поданими твердженнями, мають можливість, попередньо ознайомившись із правилами роботи на ресурсі, виправляти інформацію [246].

Наступним компонентом зовнішньої музейної комунікації в діяльності музеїв є зв'язки з громадськістю за допомогою публікацій у друкованих та електронних ЗМІ, які є доступними всім бажаючим. Такими виданнями є «Музеї України», «Музейний простір України». Важливими є сюжети на радіо і телебаченні (наприклад, фільм «Національний музей України», знятий в 1997 році режисером Г. Десятником, у якому використовуються матеріали з музею. Його можна вільно переглянути та завантажити у мережі Інтернет); реклама – створення банерів на сайтах музею, розміщення спливаючих цікавих заміток про музеї на популярних сервісах; друк буклетів та розсилка їх електронних копій на різні електронні адреси, виставлення їх на сайтах музеїв, де кожен може відкрити їх і ознайомитися з основною інформацією про музей та преїскурантом на його послуги; розміщення великих білбордів у громадських місцях.

Внутрішня комунікація – це простір, який обмежений територіально і включає в себе лише територію музею, в якому відбувається безпосереднє спілкування музейного фахівця та аудиторії, де немає великої необхідності використання Інтернет-ресурсів. Це можуть бути лише окремі елементи інтерактивних технологій для демонстрацій певних експозицій [262]. Наприклад, Волинський краєзнавчий музей у своїх експозиціях та тематичних виставках використовує такі інновації, як: спеціальні інформаційні зони, інтегровані в мережу Інтернет, де транслюються відеофільми присвячені подіям Другої світової війни та демонструються відеоролики, в яких відтворюється робота сільськогосподарської техніки XIX – XX ст.

Наступним видом комунікаційних технологій виступають комунікації, які сприяють обміну інформацією між музеями. Особливе значення має практична реалізація ідеї музею, який відкритий для дослідників. Обслуговування запитів дослідників – від учених до аспірантів – слід розглядати як найважливішу функцію музею. Тільки за цієї умови можна буде налагодити постійну взаємодію з представниками академічної та прикладної науки, домогтися ефективного використання результатів їхніх досліджень у музейній роботі [290].

З найпоширеніших форм професійної комунікації є взаємодія у вигляді конференції. На сьогодні з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій є можливість проведення конференції для цільової аудиторії за допомогою комунікаційних комп'ютерних програм та мережі Інтернет. Цей тип комунікації дозволяє здійснити групову форму взаємодії між багатьма людьми.

Перевагами відеоконференції є: відсутність обмежень для учасників незалежно від місця проживання; доступність для учасників – відсутність спеціальних вимог для проведення конференції у віртуальній мережі Інтернет; економність, пов'язана з відсутністю витрат на проїзд та проживання учасників; можливість розширення часових рамок проведення конференції; оперативність організації обговорення актуальних питань; підключення до участі в конференції в будь-який час в рамках терміну її проведення; доступ до всіх представлених матеріалів конференції як для учасників, так і для відвідувачів порталу [133, с. 55].

Фахівці з інформаційних технологій розглядають використання програми Skype для проведення відеоконференції у мережі Інтернет як ефективне комунікаційне програмне забезпечення, серед інших альтернатив якому притаманна висока швидкість роботи і зручний інтерфейс, пристосований для потреб користувача.

До особливостей Skype можна віднести: безкоштовні аудіо- та відеодзвінки між різними абонентами; можливість організації відеоконференцій для необмеженої кількості учасників; передача коротких текстових повідомлень; просте налаштування (програма автоматично налаштовується під різні операційні системи); можливість швидко відправляти файли будь-якого розміру; трансляція робочого столу іншого співрозмовника, що дає можливість демонструвати презентації, фотографії, схеми, графіки всім учасниками розмови.

Завдяки бурхливому розвитку інфраструктури цифрових комунікаційних мереж сучасний музей отримав можливість організовувати конференції без затрат великої кількості коштів, пошуку необхідного приміщення, друку великої кількості паперового матеріалу. Організувавши канал відеоконференції, музейні фахівці мають можливість спілкуватися зі своїми колегами, які проживають у різних регіонах України чи взагалі за межами країни [292].

Наприклад, 16 травня 2011 р о 15.00 год. на базі музею «Бойківщина» за підтримки Міністерства культури України відбулася відеоконференція між чотирма музеями: Долинським краєзнавчим музеєм «Бойківщина» Тетяни і Омеляна Антоновичів, музеєм Івана Гончара та музеями «Книги і друкарства України» в м. Київ) та комунальним закладом «Міський музей» м. Рубіжне. У ході відеоконференції керівництвом музеїв було висловлено ряд позицій, що стосувалися проблеми збереження, комплектування, наукового опрацювання та популяризації музейних колекцій [246].

30 червня 2014 р. в рамках культурного проекту «Зустріч Одісея» за підтримки Українського центру розвитку музейної справи та Польського інституту у місті Києві відбулася міжнародна відеоконференція за участю українсько-польських музейних фахівців: Національного музею народного мистецтва Гуцульщини та Покуття ім. Й. Кобринського, музею Опольського села та Вроцлавського етнографічного музею (Польща). У ході відеоконференції основною темою для дискусії були проблеми сучасного та традиційного писанкарства на території України. Окремо було обговорено використання інформаційних технологій у музейній діяльності, створення електронних баз даних музейних фондів [246].

Музеї України активно використовують у своїй діяльності популярний відеохостинг YouTube, що надає безкоштовні послуги зі зберігання та транслювання відеоматеріалів у мережі Інтернет. Використовуючи YouTube, музеї не тільки створюють профілі і зберігають там відео, пов'язане з поточною діяльністю, а й розробляють відео-проекти і навіть онлайн-фестивалі [173]. Наприклад, Київський національний музей України створив проект «Виставки» – серію відеозамальовок, зроблених як відвідувачами поточних виставок, так і персоналом самого музею – під час їх підготовки і проведення. За допомогою YouTube можна рекламувати музейну продукцію і послуги, залучати нову, а також взаємодіяти з існуючою аудиторією за допомогою перегляду відеоматеріалів та їх коментування.

Найпоширенішим способом для здійснення міжмузейної комунікації, ймовірно, є електронна пошта. Завести електронний віртуальну поштову скриньку з електронною адресою можна абсолютно безкоштовно, зареєструвавшись на одному із сайтів спеціальних поштових сервісів, які працюють на всіх великих пошукових системах. Найчастіше музейні установи користуються у своїй діяльності електронною поштою: Gmail, Ukr.net, Yandex та Mail.

Цей вид спілкування відрізняється оперативністю, конфіденційністю, динамічністю і потенційною можливістю виходу практично на будь-якого фахівця в кожному музеї, в якого є своя поштова електронна адреса. У більшості випадків електронну адресу можна знайти на сайтах музеїв у розділі контакти. В Інтернеті на сьогодні можливо отримувати величезну кількість інформації про музеї України та світу безкоштовно і швидко, записавшись на їх оновлення через e-mail. Це інформаційні бюлетені конференцій, плани роботи, сценарії виховних заходів та екскурсій музеїв.

Повідомлення можуть містити різні вкладення у вигляді графічних (фотографій, малюнків), аудіо, відео та інших видів файлів. Негативною стороною такого зв'язку є те, що він не є публічним, суть розмови залишається відомою лише певній частині спеціалістів, а також недоліком електронної пошти є присутність такого поширеного явища, як спам (масові рекламні та вірусні розсилки). Разом із тим, електронна пошта дає можливість групі людей, об'єднаних спільною діяльністю чи інтересами, підтримувати спілкування на одну із актуальних тем за допомогою швидкої розсилки інформації на їх адреси [345, с. 64].

Такі спеціалізовані музейні ресурси, як «Музейний простір» та «Музейний портал України», – найбільш відвідувані музейні веб-ресурси України [11, с. 179]. Вони відкривають масу різноманітних можливостей для музейних працівників. Тут є різні форуми, віртуальні конференції, блоги, можливість створення власних тем для обговорення тощо. Ці портали, безумовно, надають можливості для організації співпраці між музейними закладами, а оперативність виставлення найсвіжішої інформації із музейної сфери і їх постійна розсилка за численними адресами сприяють налагодженню активної та ефективної комунікації між різними фахівцями в музейній сфері.

Взаємодія музею з його аудиторією постійно трансформується, і на зміну стаціонарним комп'ютерам та ноутбукам з виходом у мережу Інтернет, за допомогою яких можна було б переглянути інформацію про музей, приходять мобільний пристрій, який кожен відвідувач музею носить із собою. У більшості випадків мобільний бездротовий Інтернет дозволяє йому зробити будь-який запит через пошукову систему і таким чином він стає незалежним від екскурсовода. Серед останніх технологічних нововведень в Україні є QR-коди. Їх важливою характеристикою є легкість зчитування мобільними пристроями (телефонами) з обов'язково вбудованою камерою і встановленою програмою розпізнавання (QR Droid Code Scanner, ICONIT тощо). Сфотографувавши QR-код на мобільний телефон, можна отримати доступ до інформації про об'єкт. Зчитавши штрих код за допомогою мобільного телефона, відвідувач отримує можливість швидко перейти на опис даного експоната на сайті музею, в окремих випадках для отримання інформації Інтернет не потрібен, бо код містить лише текстову інформацію і текст буде безпосередньо відображатись на екрані мобільного телефона [287, с. 69].

У 2013 р. в Україні на території Музею історії Києва, Музею російського мистецтва, Національного музею мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків, Дніпропетровського історичного музею ім. Д. Яворницького, Національного музею літератури України, на пам'ятках архітектури Києво-Печерського заповідника вперше були встановлені QR-коди [246].

Таким чином, з розвитком інформаційних технологій сформувалося нове комунікаційне середовище – мережа Інтернет. Музейні фахівці

використовують у своїй діяльності можливості різного програмного забезпечення і засоби мережі Інтернет для розширення професійних контактів і з метою здійснення спілкування та розробки нових способів взаємодії з цільовою аудиторією.

3.2 Музейні Інтернет-виставки

Музеї під впливом нових вимог змінюють свої методи роботи і, щоб привернути увагу більшої кількості відвідувачів, презентують експонати у Інтернет-просторі. Віртуальна виставка – це новітній спосіб взаємодії між музейними працівниками та відвідувачами ресурсу, на якому розміщені оцифровані копії музейних предметів. Наскільки ця взаємодія буде продуктивною, залежить тільки від якості презентації музейних колекцій на Інтернет-ресурсах установ.

У питанні використання Інтернет-технологій у виставково-експозиційній діяльності думки музейного співтовариства розходяться. Одні фахівці використовують можливості мережі Інтернет для презентації експонатів у віртуальному просторі, а інші виступають з критикою віртуалізації установ, вказують, що це знижує культурний рівень музейного відвідувача та поступово витіснить традиційні виставки, що призведе до занепаду музеїв [39, с. 64].

На сьогоднішній час у фахових музейних виданнях можна зустріти поняття віртуальні, електронні чи цифрові музейні експозиції і виставки. У музеєзнавстві відсутнє чітке розмежування між такими поняттями, як електронний, віртуальний та цифровий, і тому окремі дослідники (Т. Смірнова [287, с. 67], Л. Ноль [221, с. 56]) вважають, що вони мають різний зміст, а інші – серед них українські науковці П. Жежнич, Ю. Ришковець [263 с. 159] – вважають їх однаковими за значенням.

Різноманітні за тематикою, дизайнерським баченням «Інтернет-виставки» виконують окремі функції традиційних реальних виставок, зокрема науково-дослідну та функцію презентації музейних колекцій. Перші Інтернет-виставки були культурно-мистецького спрямування, розміщувалися на веб-ресурсах галерей, мистецьких об'єднань і повністю відповідали поняттю «виставка», характерною особливістю якої була демонстрація зібрань живописних праць, художніх колекцій, що давало можливість відвідувачам сайту безпосередньо ознайомитися з ними. Для виставок, які розміщені в мережі Інтернет, характерне швидке розповсюдження даних, поєднання різних видів інформації та необмежена кількість матеріалів для демонстрації [261, с. 86].

Універсального рецепту для використання музеями Інтернет-технологій в експонувальній справі не існує. Ця стратегія повинна вироблятися індивідуально для кожного музею, з урахуванням безлічі факторів, починаючи від типу музею, характеру його колекції, місії, аудиторії, місця в інформаційному просторі міста, і закінчуючи

можливостями фінансування музейної установи тощо. Проте в силах кожного музею окреслити те коло завдань, яке він ставить перед таким комплексом робіт, а саме: зрозуміти всі позитивні сторони в оцифруванні музейних предметів та експозиційних залів установи і їх розміщення у віртуальному просторі. Завдання можуть бути такі:

- Зорієнтувати відвідувача у плануванні музею за допомогою електронного подання схем виставкових залів із зазначенням розташування найцікавіших експонатів.

- Створити віртуальне виставкове середовище, яке дозволяє відтворювати умови, в яких перебували музейні експонати – це сприятиме більш глибокому і осмисленому сприйняттю представлених музейних зібрань.

- Представити детальну інформацію про виставково-експозиційну діяльність музею, багато аспектів якої традиційно залишаються прихованими від відвідувачів (інформація про хід наукових досліджень, у тому числі експедицій, інформація про нові надходження).

- Реконструювати втрачені об'єкти та експонати музею.

- Забезпечити музей ефективним інструментом для проведення музейно-педагогічної, просвітницької та екскурсійної роботи на рівні сучасних світових стандартів.

- Забезпечити доступ до музейних колекцій категоріям відвідувачів з обмеженими можливостями [196, с. 82].

Для створення електронних музейних виставок необхідні такі спеціалісти: фахівець-предметник (усе залежить від специфіки музею – це може бути історик, культурознавець), який є спеціалістом безпосередньо з тематики виставки; художник (найкращим варіантом є фахівець з дизайнерського оформлення сайтів); програміст, фахівець у сфері інформаційних технологій; спеціаліст-мовознавець, особа, яка здійснює редагування тексту; незалежний експерт – людина, яка об'єктивно оцінює якість зробленої роботи щодо створення цифрової виставки; технічні редактори (якщо виставка супроводжується аудіо- та відеоматеріалами).

Існує два підходи у створенні електронної виставки з музейної тематики. Згідно з одним із них, окреслити план дій щодо вирішення проблеми презентації оцифрованого матеріалу, розробляти стратегію просування майбутньої виставки зобов'язані не «предметники» (спеціалісти в цій галузі), а фахівці у сфері інформаційних технологій. Відповідно до іншого підходу, на чолі подібного проекту повинен стояти саме профільний спеціаліст, який самостійно визначає як стратегічні завдання, так і оперативні цілі до представленого матеріалу.

Усім учасникам проекту необхідно мати розуміння основних ідей «екранної культури» (засоби передачі культурних цінностей за допомогою звуку і зображення), бути знайомими із сучасними тенденціями в експозиційно-виставковій діяльності, володіти комп'ютером та вміти

користуватися мережею Інтернет на рівні користувача, а програмістам і художникам – професійно [53, с. 87].

Створення електронних виставок відбувається в кілька етапів:

- Розробка сценарію виставки. На першому етапі розробляється тематика виставки, її мотиваційне навантаження для потенційних відвідувачів, взаємозв'язок музейних предметів у Інтернет-середовищі музею. Іноді сценарій замінюють тематико-експозиційним планом. Головна роль на цьому етапі відводиться фахівцеві-предметнику.

- Збір і підготовка матеріалу. Початок роботи над експозицією фактично не відрізняється від першого етапу будь-якої наукової роботи. Вивчаються документи, що визначають тематичну спрямованість експозиції. Виявляється і вивчається загальна та спеціальна наукова література з поставленої теми. При цьому ведуться попутні авторські записи, особливості яких полягає в тому, що з'ясовуються можливості предметного розкриття висвітленої у літературі досліджуваної проблеми. Широко використовуються консультації експертів, особливо необхідні у підготовці експозиції з сучасного періоду. Одночасно починається загальне попереднє ознайомлення з джерельною базою поставленої теми, в першу чергу, у фондах музею, а також в інших сховищах (музеї, архіви, бібліотеки). На другому етапі збором і підготовкою матеріалу для майбутньої виставки займаються фахівці-предметники, мовознавці, які вичитують текст, та дизайнери, які обробляють зображення музейних предметів у відповідних фоторедакторах.

- Створення проекту електронної виставки. Проектування експозиції складається з трьох взаємопов'язаних елементів: наукового, художнього і техно-робочого дослідження. На цьому етапі визначається обсяг ресурсів, який буде потрібно використати для реалізації проекту, складається пакет технічних завдань (механізм побудови електронної виставки), списки необхідного обладнання та їх конфігурації, а також розробляється кінцевий кошторис проекту. Саме з цього моменту створення електронної експозиції переходить від проектної фази до безпосередньої її розробки. На цьому етапі основну діяльність здійснює дизайнер, він у фоторедакторі створює макет майбутньої виставки, яка буде розміщена на веб-ресурсі музею. Успіх в реалізації проекту зі створення електронних виставок музейних експонатів залежить від дизайнерського рішення: за допомогою кольору, графіки, анімації з'являється можливість створити настрій, привернути увагу, підкреслити і виділити важливі моменти. Але не варто перевантажувати її спецефектами, колірною різноманітністю, увага відвідувача музейного сайту не повинна розсіюватися. Для ефективного проведення традиційних виставок на базі музею так і заради успішної організації демонстрації експонатів в мережі Інтернет потрібно правильно сформулювати концепцію та створити перспективний тематико-експозиційний план виставки. Розробка концепції виставкового проекту здійснюється співробітниками музею або розробниками електронної експозиції, які працюють у тісній співпраці з музеєм. У концепції відображаються цілі виставки, дата, час і електронна

адреса їхнього розміщення у мережі Інтернет, дається коротка характеристика експонатів, пропорованих до опублікування, вказані учасники проекту. Для розкриття змісту електронної виставки дається обґрунтування тематичної структури, її основних розділів і загальна характеристика джерельної предметної бази експозиції. Також у документі викладаються провідні ідеї виставки, характеризуються стрижневі проблеми, морально-виховний потенціал експозиції.

- Створюється тематико-експозиційний план – це один з основних документів, який визначає склад і основні характеристики експозиційних матеріалів, їх розподіл і групування за темами, підтемами, а також основні тексти до експозиції, що будуть розміщені на сайті музею. Продумується, як саме підібрані зображення експонатів та додаткові матеріали будуть логічно взаємопов'язані між собою.

- Програмний збір. На четвертому етапі основну роботу виконує програміст, він працює в рамках розробленого сценарію та використовує готовий дизайнерський макет. Діяльність ведеться у тісній співпраці із фахівцем-предметником і дизайнером. На цьому етапі розробляється попередній варіант електронної виставки, або, як його називають фахівці із інформаційних технологій, «демо-версія».

- Тестування електронної виставки. Демо-версія електронної виставки надходить до незалежного експерта, який виявляє у проекті виставки помилки та неточності. Після перевірки фахівці за короткий проміжок часу виправляють недоліки та помилки проекту. Наступним етапом є розміщення розробленої виставки на веб-ресурсі музею. Після «запуску» виставки на сайті необхідно ретельно перевірити її функціонування, походити по посиланнях, завантажити окремі фото, визначити середній час завантаження сторінок, спробувати змінити масштаб перегляду тощо. Уявити себе на місці стороннього користувача, незнайомого зі структурою проекту та принципами його роботи.

- Контроль правильності відображення матеріалів проекту в різних браузерах. На жаль, через відсутність єдиних стандартів відображення веб-сторінок різними браузерами, а також через велику кількість використовуваних користувачами їх версій, цей етап може піднести масу неприємних сюрпризів. Виставка, яка відмінно виглядає в браузері Opera, може функціонувати зовсім інакше, наприклад, в Internet Explorer. Те ж саме стосується і інших браузерів.

- Розробка графічного банера електронної виставки, а також, за необхідності, інших рекламних матеріалів, в т.ч. для онлайн просування. Слід акцентувати увагу глядача на назві проекту, а також, можливо, на найбільш цікавих експонатах. Можна спробувати створити колаж з найбільш ефектних зображень чи анімаційний ролик. Метою є мотивація людини до відвідування ресурсу [94, с. 65].

При класифікації традиційних виставок велике значення приділяється видам експозиційних матеріалів. Кожен вид вимагає створення спеціальних

умов розміщення та забезпечення їх збереження. Специфіка електронної виставки дозволяє не надавати великого значення створенню відповідних умов, які притаманні реальним виставкам, оскільки предметом експонування електронної виставки є не самі матеріальні цінності, а їх цифрові копії.

Для класифікації електронних музейних виставок використовується досвід видової класифікації традиційних виставок музеїв. Класифікація електронних виставок здійснюється за такими ознаками:

- За тематичним напрямом: універсальні, багатогалузеві, предметні, монографічні.
- За цільовим призначенням: меморіальні, просвітительські, ярмаркові.
- За тривалістю: постійні, тимчасові.
- За способом доступу: локальні, мережеві, комбіновані.
- За категоріями аудиторії: для масового користувача, для спеціалістів.
- За видами представлення: flash-технології, html-формат, gif-анімації.
- За наявністю реальних виставок: копія традиційної виставки, оригінальна виставка.
- За предметом експонування: однотипні (на виставці експонуються предмети одного виду, наприклад, твори живопису, речі, документи), багатопредметні (виставки експонують кілька видів предметів, об'єднаних за різними ознаками) [156, с. 51].

На багатьох сайтах вітчизняних музеїв можна зустріти фотоматеріали, які позиціонуються авторами як електронні виставки, а в більшості випадків це звичайна фотогалерея, у якій хаотично, без жодної логіки зібрані фото експонатів. Усе це розміщується без жодної обробки і не дає можливості зацікавити користувачів сайту відвідати музей, а науковцям системно працювати із музейними колекціями. Представлені матеріали не володіють тими характеристиками, які притаманні електронним виставкам. Найбільш значущими характеристиками електронних виставок можна назвати інтерактивність і мультимедійність – комбінування різних видів інформації, таких, як текст, графіка, звук, відео, анімація [96]. На відміну від традиційної, електронна виставка надає музеям та їх потенційним відвідувачам додаткові можливості:

- Демонструвати експонати у вигляді слайд-шоу, фотоекскурсій.
- Виставки на веб-ресурсі музею можуть переглядати всі охочі, хто підключений до мережі Інтернет.
- Використання всіх можливостей комп'ютерної графіки для демонстрації оцифрованих копій музейних предметів.
- На огляд може бути представлено більшу кількість експонатів тощо.

- Отримання додаткової текстової інформації, можливість детально ознайомитися з предметом експонування, висловити ставлення до виставки, поставити питання про експонати дистанційно.

- У будь-який час можна швидко замінити зображення експонатів і їх розташування, прибрати непотрібні або вставити нові, змінити дизайн.

- Відсутні географічні та часові обмеження – будь-яка електронна виставка відкрита 24 години на добу 365 днів у році і доступна з будь-якої точки планети, на відміну від реальної виставки, яка проводиться протягом певного часу і строго локалізована [75, с. 82].

При підготовці та відборі експонатів для публікації у мережі Інтернет слід керуватися такими принципами:

- Принцип доцільності реалізується у здійсненні експертизи цінності зображень експонатів, щодо необхідності розміщення їх у віртуальній мережі з метою уникнення перенасиченості інформацією Інтернет-середовища.

- Принцип достатності – це врахування повноти максимального розкриття змісту різних тем за допомогою публікації зображень музейних експонатів.

- Принцип достовірності полягає у забороні модифікації текстової інформації та графічних матеріалів, пов'язаних із музейним експонатом при редагуванні його електронного зображення.

- Принцип уніфікації передбачає вироблення єдиних стандартів для методів описування оцифрованих музейних колекцій, представлення, передавання та розповсюдження інформації про них у мережі Інтернет.

- Принцип законності полягає у дотриманні вимог законодавства про музеї та музейну справу, інтелектуальну власність і авторське право, положення про Музейний фонд України.

- Принцип ідентифікації вимагає створення повноцінного інформаційного супроводу до кожної електронної виставки [222, с. 83].

Однією з особливостей цифрової виставки є наявність гіпертексту: виставка може мати складну багаторівневу структуру, а її сторінки пов'язані гіперпосиланнями, крім того, можливий вихід на близькі за змістом ресурси Інтернету. Завдяки цьому користувач може отримати більш детальну інформацію про експонат, який цікавить його, швидкий перехід на інші сторінки виставки, без витрат часу на читання матеріалів, які не становлять для відвідувача інтересу; отримати додаткові відомості з інших ресурсів, пов'язаних з виставкою за допомогою гіперпосилань тощо. Електронні виставки можуть супроводжуватися аудіозвуком і відеорядом [292].

Структура розміщення зображення експонатів на сайті музеїв може бути лінійною, розгалуженою або комбінованою. Лінійна структура розміщення експонатів (по горизонталі або по вертикалі) зустрічається найчастіше – це коли матеріали розташовуються за тематико-хронологічним принципом. Розгалужена структура (візуально представлена у вигляді, наприклад, «таблиці» або «схеми») дозволяє формувати більш складні

сміслові взаємозв'язки між окремими експонатами. У результаті з'являється можливість «вбудовування» в експозицію фрагментів опису цікавих фактів про експонати, різноманітного ілюстративного матеріалу, допоміжної інформації – те, що виходить за хронологічні або структурні рамки виставки, але, що дуже важливо, додає до музейних матеріалів емоційну складову. Комбінована структура поєднує в собі переваги двох попередніх типів, розширюючи можливості компоновки матеріалів виставок у мережі Інтернет [300, с. 66].

Детально ознайомившись зі специфікою подачі музейних предметів на сайтах музеїв України, можна вказати на те, що механізми презентації експозиції в мережі Інтернет реалізуються трьома способами – віртуальною експозицією (виставкою), каталогом експонатів і створенням фотогалереї. Найпоширенішим способом залишається створення галереї, де завантажено фото експонатів, які не структуровані за жодними параметрами. Існує два способи перегляду зображень: одиночний показ і в режимі слайд-шоу. Це забезпечує можливість користувачеві музейного електронного ресурсу приділити більше часу для знайомства з експонатом і пропустити зображення, яке не становить інтересу [11, с. 178].

Для більш детальної демонстрації експонатів (обертання в різні сторони, деталізація його окремих частин) використовують: віртуальні виставки, екскурсій, тури, колекцій, віртуальні версії неіснуючих об'єктів, які розміщені на сайтах установ [73, с. 21].

На сайтах музеїв України відсутні детальні каталоги музейних експонатів, які є досить поширеними на Інтернет-ресурсах музеїв Європи. Каталог дозволяє детально проводити пошук, сортування і фільтрацію за окремими ознаками експонатів. Цей механізм повністю орієнтований на аудиторію, яка виявляє більш глибокий інтерес до експонованих об'єктів. Це дає змогу поглиблювати взаємодію з кожним з експонатів окремо за допомогою механізму презентації експоната [11, с.179].

Процес створення віртуального проекту виставки на веб-ресурсі музею складається з фотозйомки об'єкта, чи його сканування, подальшої обробки зображення та створення віртуальної екскурсії чи виставки і монтаж отриманого матеріалу.

Кожен із музейних експонатів (документи, стародруки, рукописи, предмети нумізматики, ізоматеріали, фотоматеріали, живопис, графіка, об'ємні матеріали (скульптури, археологічні знахідки, різні типи зброї тощо)) мають різну специфіку оцифрування. Критерії відбору експонатів для оцифрування, в більшості випадків залежать від мети проекту. Але складності у створенні цифрових копій предметів можуть включати таке: юридичні проблеми, можливість отримання дозволу на створення цифрових копій, якщо це потрібно; унікальність експонатів матеріальної і духовної спадщини спільноти, країни чи світу; стан збереженості експонатів і необхідність їх захисту шляхом виготовлення цифрових версій як альтернативних; фінансові проблеми [158, с. 206].

Однією з актуальних проблем, пов'язаних з оцифруванням книг, листівок тощо полягає в недостатній розробленості відповідних загальних методологічних підходів до сканування документів і питаннях, що стосуються повноти їх оцифровки. Приміром, електронна копія книги, архівної справи і т.п. може бути неповна. Наступна проблема носить суто технічний характер і пов'язана з відсутністю в українському законодавстві регламентів, методичних рекомендацій, інструкцій з технології оцифровки (сканування, фотографування) і перевірки якості електронних копій. При цьому цей збір документів повинен носити, як мінімум, національний характер і бути керівництвом до дії для будь-яких організацій, що займаються оцифруванням історико-культурної спадщини [281, с. 86].

Дуже важливо перед початком оцифрування музейного фонду спланувати проект. План повинен включати:

- Причину оцифрування музейної колекції, наприклад, забезпечення доступу до артефактів із запасників музею, захист цінних музейних предметів від пошкодження, створення електронних (цифрових) виставок.

- Отримання дозволу від власників прав на музейні експонати на переведення їх у цифровий формат. Фотографії експонатів у високому розширенні, що представляють комерційну цінність, можуть бути опубліковані з водяними знаками, в тому числі прихованими водяними знаками, що містять інформацію про правовласників зображення.

- Визначення виконавців роботи. Це можуть бути працівники музею, професійні фотографи, спеціалісти із архівів тощо. Питання наявності професійних навичок в технічній, інформаційній, маркетинговій сфері є надзвичайно важливо для спеціаліста, який здійснює оцифрування музейних предметів.

- Місце проведення. У більшості випадків діяльність з оцифрування експонатів здійснюється на базі музею, щоб унеможливити ризик пошкодити чи втратити оригінал та зекономити кошти на оренді приміщень і транспорту.

- Строки виконання роботи. Беруться до уваги відпустки працівників, проведення спеціалізованих виставок та інших подій і проектів, де залучаються експонати, які будуть оцифровані.

- Способи виконання роботи. Ця частина плану включає технічні деталі з оцифрування. У процесі переведення музейних предметів у цифровий формат зображенням надаються імена за назвами експонатів.

- Стратегію зберігання. Усе залежить від мети оцифрування експонатів: одні зображення розміщуються на сайтах музеїв, інші використовуються для публікації фотоальбомів музейних фондів, виробництва сувенірів, створення мультимедійних відеороликів, електронних каталогів.

- На стадії планування розглядаються також вибір цифрових форматів зображень, технічне та програмне забезпечення проекту, вартість проведених робіт [229].

Традиційні методи оцифрування музейних колекцій, що здійснюються за допомогою цифрових фотоапаратів або сканерів, мають ряд недоліків або взагалі не дозволяють отримувати електронні копії цінних оригіналів. У виборі типу сканера для музеїв важливими є такі параметри, як: швидкість сканування, оптичний дозвіл і глибина передачі кольору, а також можливість сканування об'єктів великих розмірів, що не є рідкістю в музеях.

Основні недоліки сканерів: відсутня можливість сканувати об'ємні предмети (лише карти, книги, журнали, картини тощо), не забезпечується збереження матеріалів у процесі сканування, дуже низька швидкість, неточна передача кольору, контактне сканування (для створення зображень певних об'єктів потрібно пристроєм проводити по документу, що може пошкоджувати артефакт), потужні системи освітлення з сильним інфрачервоним випромінюванням [248, с. 15].

Для фотографічних робіт об'єкти та предмети музейного фонду для зручності розділяють на великогабаритні (зброя, меблі, костюми, килими, засоби пересування (карети, автомобілі тощо), середні, дрібні (фарфор, скло, мереживо, ювелірні вироби) та інтер'єрна зйомка: каміни, об'єкти, настінні фризи, стельові розписи, мозаїка, загальний вигляд приміщень. Під час оцифрування експонатів фотокамерою зйомка відбувається в умовах низької освітленості, тому фотоапарати не можуть дати необхідної якості копій музейних предметів. По-перше, світло від спалаху фотоапарату веде до значного світлового навантаження на оригінали експонатів, особливо з урахуванням необхідності багаторазових дублів при зйомці, а це абсолютно неприпустимо для історичних полотен, реліквій або ікон. По-друге, порушується природний вигляд експонатів при їх музейному освітленні. Зараз різні цифрові фотокамери використовуються музеями для оцифровки своїх фондів через свою дешевизну і простоту в експлуатації пристроїв. При оцифруванні експонатів за допомогою сканера використовуються різні режими сканування: чорно-білий режим сканування, сканування в градаціях сірого, кольорове сканування. Дуже важливо при скануванні експонату мати можливість застосовувати за вибором той чи інший спосіб, а також комбінацію різних режимів. Наприклад, для оцифрування рукописів, документів використовується чорно-білий режим, а ілюстрації, які містяться в документах, скануються в градаціях сірого або у кольоровому режимі, або в режимі високоякісного сканування [223, с. 57].

Під час обробки зображень експонатів найчастіше використовуються графічні редактори Paint Shop Pro, Adobe Photoshop, Corel DRAW, які мають зручний і простий інтерфейс, що дозволяє виконувати різні операції зі створення й обробки зображень. У виборі відповідного програмного забезпечення потрібно брати до уваги матеріал, який оцифровується, наприклад, якщо це рукописні документи, то необхідно використовувати також додатково, якщо це необхідно, програми для розпізнавання тексту, наприклад ABBYY FineReader.

На рівні графічної обробки електронних копій музейних колекцій у спеціальних програмних оболонках виникає ряд проблем, що наносять відчутну шкоду зображенням експонатів і роблять їх абсолютно непридатними для розміщення у мережі Інтернет. Наприклад, якщо електронна копія експонату – це книга, документ, то під час фотообробки є можливість допустити плутанину в нумерації сторінок, деякі комп'ютерні програми автоматично нумерують все, починаючи з обкладинки, і таким чином спотворюється зовнішній вигляд документа. Електронна копія може бути відретушована (видалені дописи пізніших авторів тощо), але інформація про те, що конкретно було виправлено, відсутня. Оцифрована копія, наприклад, картина, скульптура тощо можуть під час фотообробки втрачати відповідність кольорів та відтінків між зображенням і оригіналом музейного експонату. Підготовка до публікації вимагає, щоб зображення відповідало основним вимогам мережі Інтернет, що означає зменшення розміру та якості файлів (рекомендований розмір фотографії: 1600x1200, формат – JPEG) з метою скорочення часу для його завантаження [301, с. 69].

Таким чином, електронна виставка є синтезом традиційного і нового способу презентації експонатів за допомогою засобів веб-технологій, які повинні відповідати всім основним вимогам, що пред'являються до звичайних реальних виставок музеїв.

3.3 Структура та інформаційне наповнення музейних сайтів

Розвиток новітніх інформаційних ресурсів та їх впровадження в усі сфери життя суспільства призводить до того, що сучасна людина вже не уявляє свого життя без них. Музеї також не відстають від суспільних нововведень і перетворюються з простих установ зі збереження та вивчення пам'яток природи та культури на потужні інформаційні центри, які функціонують у віртуальній мережі Інтернет. Сайт музею в деяких випадках може бути єдиною можливістю отримати вичерпну інформацію про установу і його колекцію потенційному відвідувачеві, який в реальності не зможе відвідати цей музей з яких-небудь об'єктивних причин (наприклад, відвідувач з обмеженими можливостями або сам музей знаходиться в недоступному для відвідувача місці). Тому перед сучасними музеями стоїть завдання створити інформаційне середовище, яке б відповідало всім вимогам, що ставлять на сьогоднішній час користувачі мережі Інтернет. Також значний прорив в інформаційних технологіях створив проблему якості електронних ресурсів, у тому числі і музейних у мережі Інтернет. У рамках виконання проектів «Minerva» і «Minerva plus» підготовлено й опубліковано документ «Принципи якості веб-сайтів з культури». Згідно з прийнятим документом, при розробці сайтів з культури повинні забезпечуватися загальні вимоги до змісту сайту (достовірність опублікованих відомостей для відвідувача, чітке та логічне структурування розділів і підрозділів), навігація

(зрозуміла карта сайту) і наявність зручної пошукової системи для пошуку інформації на Інтернет-ресурсі [250, с. 5].

Зміст (контент) і структура є запорукою успіху і довголіття музейного сайту, таким чином проблема розробки меню (логічного розташування розділів, підрозділів, сторінок та створення зв'язку між ними), дотримання основних принципів та рекомендацій, щодо управління інформаційним наповненням Інтернет-ресурсів є актуальним питанням для дослідження, оскільки Інтернет стає основним джерелом для отримання інформації. Для побудови ефективного інформаційно-ємнісного сайту музею важливим є вивчення прогресивного досвіду інших установ з цього питання.

Під поняттям структура сайту розуміється внутрішній устрій веб-ресурсу, його основа («скелет»), розташування сторінок, розділів, підрозділів, додаткових джерел. Структура сайту – це логічно побудована зв'язка хаотичного скупчення інформації, поєднана єдиним дизайном, посиланнями і стилем. Це також і систематизація всієї інформації по веб-сторінках сайту під один зразок, об'єднуючим механізмом тут є головне меню сайту. Розробка музейного сайту вимагає послідовного виконання широкого комплексу робіт, що визначаються трьома типовими стадіями створення сайту, як і будь-якого іншого електронного інформаційного ресурсу: передпроектного, проектного, післяпроектного етапу. На першому етапі розробляються концепція сайту та технічні завдання, що визначають вимоги та порядок створення ресурсу. Концепція включає опис мотивації щодо створення та використання сайту, визначення цілей, функцій, основних його завдань, характеристику відвідувачів Інтернет-представництва і їхні вимоги до ресурсу.

На етапі проектування дизайнер у спеціальних графічних програмах створює дизайн шаблону веб-сторінок майбутнього сайту. Після затвердження дизайну сайту здійснюється верстка сайту (процес створення ресурсу із готового шаблону). На цьому етапі інформація надана замовником переводиться у спеціальний формат, текст і графіка та відеоматеріали розташовуються на сайті на певних сторінках. На кінцевому етапі готовий для демонстрації сайт розміщується в Інтернет-просторі [341].

Більшість веб-ресурсів побудовано за блоковим принципом. Вгорі шапка (заголовок), ліворуч – меню, інколи праворуч розміщується блок реклами у вигляді банера, посередині – інформація (тіло сайту), а внизу розташований підвал Інтернет-ресурсу.

У шапці сайту (верхня частина), в більшості випадків розташовується спільна для всіх сторінок інформація. Меню – це перелік розділів сайту. Натиснувши на назву розділу, користувач потрапляє на відповідну сторінку. Тіло сайту – це центральна частина Інтернет-ресурсу, де публікується основна інформація ресурсу. Підвал сайту – це нижня його частина. Вона, як і шапка сайту, постійна для всіх сторінок. Зазвичай в ній розташовуються дані розробника сайту, необхідні посилання, контакти [213, с. 39].

У сучасному суспільстві класичні функції музею успішно реалізуються через мережу Інтернет, що визначає структуру будь-якого Інтернет-ресурсу та характер інформації, яка буде на ньому розміщена. Вітчизняні та закордонні музейні фахівці виділяють три основні функції, що визначають специфіку діяльності музею: освітньо-виховна, комунікативна та інформаційна. Допоміжні функції, такі, як: аксіологічна, естетична, охоронна, ідеологічна, науково-дослідна, пізнавальна, розвиваюча, популяризаторська, організації вільного часу, – взаємодоповнюють три основні.

Функція освіти і виховання полягає у представленні всіляких даних, пов'язаних безпосередньо з освітньою місією музею, це може бути інформація про проведення в музеї лекцій, відеоекскурсій, майстер класів тощо.

Комунікативна функція передбачає надання можливості встановлення зворотного зв'язку між установою і відвідувачем, поглиблення співпраці та обмін досвідом серед музейних працівників.

Інформаційна функція базується на представленні необхідної інформації про діяльність музею [157].

Особливо слід виділити такий недолік усіх музейних сайтів, як неповнота відображення діяльності музею з погляду виконуваних ним функцій. Аналіз представлених матеріалів на вітчизняних сайтах музеїв у розрізі їх основних функцій показує, що в середньому за числом створених розділів провідне положення займає відображення інформаційної функції.

Вимоги, що пред'являються до текстів для сайтів, можуть бути поділені на загальні і специфічні (характерні для публікацій, які розміщуються на Інтернет-ресурсі). До числа загальних вимог, запропонованих до всіх текстів, належать повнота, точність, логічність, послідовність, структурованість, конструктивність і схематичність, чіткість викладу опублікованого матеріалу, відповідність граматичним та стилістичним нормам української мови. Специфічними вимогами, зумовленими електронним поданням інформації, є лаконічність, пропорційність і обов'язкова рубрикованість матеріалу, поєднання різних стилів подання інформації (наукового, публіцистичного). Підготовку інформації для розміщення на сайті установи здійснюють співробітники структурних підрозділів музею, інколи аудиторія сайту. Робота з підготовки матеріалів для розміщення на музейних сайтах залишається доволі складним і трудомістким процесом, вирішення якого не забезпечене необхідними методичними інструкціями. Найбільша проблема українських музеїв у цьому сегменті полягає в тому, що стиль тексту не відповідає сучасним вимогам читача – він є дуже специфічним, тому автори зловживають і використовують лише академічний стиль. Часто змістовна частина сайтів українських музеїв є цитатами співробітників музеїв або наукових робіт учених, які досліджували тематику, з якою пов'язана діяльність музею. Вони

рідко намагаються захопити предметом дослідження і розповісти його історію на науково-популярному рівні [164, с. 29].

Весь контент музейного сайту складається з текстової інформації (статті, огляди, описи, рецензії, інструкції), мультимедіа (відео, фото, аудіо, графіка), табличні дані, змішаний контент, коли одна сторінка може містити відео, фото (мультимедіа), інформаційну частину, таблиці та посилання. Інформація, яка розміщується на музейному сайті, можна умовно поділити на три типи: динамічна (новини, оголошення, поповнення колекцій, афіша); статична (історія установи, контакти); користувацька (голосування, віртуальні довідки, коментарі). Якщо створення третього типу контенту залежить від активності відвідувачів ресурсу, то перші два лягають на плечі редакторської групи сайту, причому для першого типу особливо важлива актуальність відомостей, а для другого – пропрацьованість, ефективність реалізації і точність. Вся перевірена і схвалена інформація публікується на офіційному сайті установи. Відповідальність за достовірність та своєчасність надання інформації покладається на завідуючих секторами та відділами [270, с. 76].

Крім україномовної частини, на сайті музею повинна бути й англійська частина, на якій би розташовувалася основна (постійна) інформація про музей, а також деякі періодично оновлювані сторінки, що стосуються планів заходів, анонсів виставок, важливих подій музейного життя, які можуть становити інтерес для іноземних відвідувачів сайту. Наявність англійської версії сайту сприяє спілкуванню з іноземними користувачами, але тільки 56 з 200 (28%) наявних вітчизняних музейних сайтів мають англійську версію.

Розробка контенту музейного сайту включає в себе: визначення назви розділів та підрозділів на основі аналізу контенту сайту; диференціацію розділів за категоріями «обов'язкові», «умовні» і «факультативні» з метою формування оптимальної моделі контенту сайту; встановлення взаємозв'язків розділів і підрозділів контенту сайту; побудову карти контенту сайту; перевірку моделі контенту сайту за комплексом критеріїв: за критеріями вимог усіх потенційних відвідувачів сайту; за критеріями якості сайтів закладів культури, а також затвердження інформаційного наповнення сайту [271, с. 55].

Для того, щоб сайт музею максимально повно та об'єктивно відповідав всім напрямкам його діяльності як закладу культури, доцільно використовувати ряд принципів, які закладаються в основу формування ефективних і якісних сайтів. Найважливішими принципами проектування контенту офіційних сайтів є функціональний і користувальницько-орієнтований принципи. Функціональний принцип передбачає відображення на сайті інформації, що характеризує всі напрямки функціонування музею. Користувальницько-орієнтований принцип передбачає відображення на сайті інформації, що задовольняє інформаційні потреби кожної категорії потенційних відвідувачів ресурсу [278, с. 110].

Музейні представництва у мережі Інтернет за структурою та інформаційним наповненням діляться на три основні типи – сайт-візитка, інформаційно-довідкові веб-ресурси та портал.

Найпростішими за змістом сайтами є так звані Інтернет-сторінки, де подаються лише контактні дані музею та розміщена в довідковій формі інформація про діяльність установи. Актуальною проблемою багатьох музеїв України на сьогодні залишається те, що вони реєструють своє представництво у мережі Інтернет у вигляді сайтів-візиток, що не відповідає сучасним вимогам відвідувачів установ, які шукають повноцінного спілкування з музеями також і за допомогою мережі Інтернет. Слід зазначити, що такий тип музейних сайтів найпоширеніший серед Інтернет-представництв українських музеїв.

Інформаційно-довідкові веб-ресурси мають складну структуру, де кожному напрямку діяльності установи відповідає відповідний розділ [36, с. 70]. Такі веб-ресурси характерні для обласних та центральних музеїв України.

Музейний портал – єдиний Інтернет-ресурс, який включає інформацію про значну кількість музейних об'єктів. Яскравим прикладом є портал «Музейний портал», що надає можливості пошуку інформації по більшості реально діючих вітчизняних музеїв. Такі Інтернет-ресурси містять велику кількість мультимедіа, зазвичай вся інформація, яка представлена на них, багато і якісно ілюстрована [52, с. 71].

Музейні фахівці формують завдання, які ставляться перед Інтернет-джерелом, у тому сенсі, щоб за сайтом зберігалися всі можливості реальної установи. Основні завдання, які можна поставити перед сайтом музею, такі: загальна інформація про музей як заклад; інформація про фонди та колекції музею; інформація про проведення виставок у музеї та за його межами; інформація про екскурсії, які проводяться в музеї; інформація про лекції, семінари, заняття, консультації, майстер-класи, які проводяться співробітниками музеїв; інформація про святкові заходи, концерти, фестивалі, що проводяться на території музею, або під його патронатом; організація освітньо-ігрових програм; представлення освітньо-пізнавальних програм близьких до тематики музею; можливість зворотного зв'язку; забезпечення обміну інформацією між музейними співробітниками; забезпечення громадськості знаннями, необхідними для розуміння і сприйняття тематики музеїв різного типу; висвітлення даних, що носять оперативний характер (інформування про останні події в житті музею і майбутніх виставках); забезпечення цілодобового доступу необмеженого кола відвідувачів Інтернет до повної і достовірної інформації про культурні цінності, що зберігаються в музеї; зберігання оцифрованого матеріалу [56, с. 122].

Для всіх видів діяльності, пов'язаних з публікацією інформації в мережі Інтернет, питання якісного дизайну є актуальним, оскільки це є важливою складовою для успіху всього проекту. Основне завдання дизайну –

не красиве зображення, а максимально просто і доступно допомогти відвідувачеві знайти потрібну інформацію на сайті. Кожен елемент дизайну повинен працювати на це завдання. Вся справа в тому, що дизайн є найпотужнішим засобом впливу на свідомість відвідувача ресурсу. Має значення використання колірної гами і розміру шрифтів, насиченість інформацією конкретного сайту і зручність навігації. Справа ця складна і матеріально затратна, тому завжди потрібно пам'ятати, наскільки виправдані витрати на створення якісного дизайну музейного сайту.

При пошуку дизайнерських рішень музейного сайту необхідно враховувати вже сформований образ реальної установи. Але часто спостерігається явна невідповідність між можливостями музейних працівників, які, як правило, не є фахівцями в галузі програмування і веб-дизайну, і потребами музею, які можна було б реалізувати через Інтернет. В розробці дизайну сайту пріоритет повинен віддаватися творчості. Очевидно, що найбільш якісний і оригінальний дизайн можна очікувати від професійної дизайн-студії, але її робота потребує великих коштів, та й змістовна сторона сайту, в будь-якому варіанті, лягає на плечі колективу музейної установи. Другий спосіб безкоштовний і не вимагає досконалого знання в галузі інформатики для розробника сайту – все робиться в онлайн режимі за допомогою детальної інструкції на спеціальних сервісах (веб-хостингах із вбудованим програмним забезпеченням для створення сайтів). Під поняттям веб-хостинг розуміється послуга з розміщення та підтримки сайту в мережі Інтернет. Розробники Інтернет-представництва музейної установи використовують уже готові базові шаблони основних сторінок сайту, які створені фахівцями із веб-програмування на основі проведеного аналізу аналогічних ресурсів, які розміщені у мережі Інтернет. Технології конструювання музейних сайтів на основі шаблонів вже випробувані і використовуються музейними спеціалістами для створення представництв музеїв у мережі Інтернет [115, с. 84].

Наприклад, сайти Канівського історичного музею, Кам'янського державного історико-культурного заповідника створені на безкоштовному веб-хостингу ucoz.ru, що має українську версію uCoz.ua. Конструктор сайтів uCoz, RX-NAME.UA та інші дозволяють створювати сайти різного рівня складності, є можливість вибрати готовий розроблений шаблон сайту чи створити власний дизайн або переробити будь-який зі стандартних. Основним недоліком безкоштовних веб-хостингів є присутність рекламного банера на веб-сторінках ресурсу та обмеженість в адмініструванні сайту. Організатори безкоштовного хостингу не несуть ніякої відповідальності за збереження даних. Використання неспеціалізованого програмного забезпечення розробниками призводить до великої кількості помилок на сайтах: «обірваних» посиланнях, відсутності якісної графіки та інше. Окрім того, сайти, створені на безкоштовних конструкторах, сайтах без залучення спеціалістів в галузі веб-розробок, породжують для відвідувачів музейних Інтернет-ресурсів безліч проблем і незручностей на практиці: неповнота або

надмірність інформації; неструктурованість інформації; невідповідність стилю викладу інформації статусу сайту; різномірність інформації; лінійність подання інформації, дефіцит візуальних елементів; архаїчність, відсутність оперативного оновлення інформації; похибки мови; відсутність орієнтації на конкретну групу користувачів та інші [132, с. 79].

Головне в дизайнерському вирішенні будь-якого музейного сайту є естетичний візуальний образ музейної інформації, розміщеної в Інтернет-просторі. Усі розділи сайту повинні мати єдину концепцію дизайну. Необхідно уникати «химерності» композиції, а домагатися зовнішньої простоти – так, щоб було зручно взаємодіяти з сайтом будь-якому Інтернет-відвідувачеві. Дизайн повинен бути таким, щоб у відвідувачів залишився в пам'яті певний візуальний образ, приємне враження від віртуального візиту і бажання зайти на сайт ще. Ще один важливий момент дизайну пов'язаний з тим, що сайт музею повинен постійно розвиватися, можуть з'являтися нові розділи та підрозділи. Тому дизайн повинен бути гнучким, тобто потенційно розробники повинні передбачати можливості для змін і доповнень [159, с. 206].

Як правило, розробку структури сайту починають із головної сторінки, потім переходять до основних розділів, а в них додають підрозділи. Головна сторінка – це «обличчя» сайту, вона повинна бути яскравою і якісно ілюстрованою. На головній сторінці будь-якого музею має бути наявна зрозуміла навігаційна карта всієї структури ресурсу, основні розділи повинні розподілятися на підрозділи. Має бути створена можливість пошуку по сайту за ключовими словами. Ця опція дуже важлива, вона підвищує рейтинг музейного сайту. Потрапивши на головну сторінку, користувач повинен отримати коротку, але повну інформацію про музей у цілому. Від того, яка буде запропонована інформація відвідувачеві відразу після завантаження сайту, будуть залежати його подальші дії: перейде він до перегляду сайту або покине його. Необхідно дати стислий огляд діяльності музейної установи вже на головній сторінці, показавши всі розділи так, щоб була можливість вибору інформації, що цікавить відразу (без прокрутки). Анонс тимчасових виставок, новин і важливих подій необхідно також розміщувати на головній сторінці. Динаміка, рух сприймаються на екрані миттєво. Наприклад, анонс головних подій можна показувати на сайті як слайд-шоу і розміщувати його в центральному блоці сайту, причому кожен кадр можна зупинити і перейти до тієї інформації, яку він ілюструє. Це дасть можливість миттєвого доступу до сторінок з описами основних колекцій музею [159, с. 208].

У «шапці» музейного сайту інколи розміщують назву установи та фотозображення музею як самостійної деталі фону. До цього прикладу краще підходити обережно, оскільки є сенс робити це лише у випадку, якщо музей є архітектурною пам'яткою. Це візуальний образ, який має привертати увагу, а перегляд на численних музейних сайтах зображення типової споруди буде не цікавим для сучасного відвідувача веб-ресурсу музею [185].

На головній сторінці викладаються основні новини, пов'язані з діяльністю музею. Для того, щоб підтримувати сайт в актуальному стані, важливо оновлювати новинну стрічку не менше трьох разів на тиждень. Приводами для публікації можуть стати відкриття виставок, захоплюючі майстер-класи, семінари чи конференції, конкурси або вікторини. Коли немає очевидного інформаційного приводу до створення контенту, можна розмістити анонс або цікаву історію про організацію, а часом просто написати про важливу пам'ятну дату або дні народження співробітників.

Новини важливо дозувати: якщо їх буде занадто багато, відвідувач не буде встигати їх сприймати, але якщо їх буде мало, він втратить інтерес до сайту. Необхідно весь час подавати нові і відносно невеликі порції інформації. Новини музейного закладу можуть бути окремим інформаційним блоком або поєднуватися з іншими розділами. Розміщувати окремий розділ із новинами потрібно лише в тому випадку, якщо це дійсно необхідно і є впевненість у його постійних оновленнях в майбутньому. Часто значна частина головної сторінки відводиться для звернення офіційних осіб музею, в більшості випадків – директорів, до відвідувачів [119, с. 78].

Аналіз структури наявних сайтів музеїв України допоміг виявити розділи, які найбільше зустрічаються на веб-ресурсах музеїв: «Виставки» (42%), «Відвідувачам» (60%), «Про музеї» (54%), «Віртуальна екскурсія» (8%), «Освітні програми» (10%), «Для фахівців» (5%), «Відео та фотогалерея» (98%), «Наші послуги» (45%), «Видання та публікації» (2%). У більшості структура музейних сайтів залежить від завдань, поставлених музейними фахівцями перед розробниками веб-ресурсів і від інтересів потенційних відвідувачів музейного закладу. Решта розділів менш важливі. Вони використовуються на окремих сайтах та можуть бути включені в залежності від вимог замовника сайту. Наприклад, на сайті Національного музею Тараса Шевченка є спеціальний розділ для дітей. Він включає в себе інформацію про організацію та проведення розважальних програм, дитячих мистецьких акцій тощо.

У процесі моделювання контенту сайту для конкретного музею передбачається розширення типової структури веб-ресурсів музеїв, щоб урахувати специфіку музейного закладу [2, с. 123]. Наприклад, додаткові розділи для сайтів краєзнавчих музеїв можуть бути: «Населення краю», «Містобудування та архітектура» і відповідні підрозділи – «Загальна характеристика населення», «Матеріальна культура», «Духовна культура», «Промисли», «Архітектурні пам'ятки, стародавні будівлі та вулиці»; для музею-заповідника – додатковий розділ «Гончарство» та підрозділ «Технологія виготовлення», «Глина», «Артефакти гончарства у археологічних розкопках на території України», «Відомі українські гончарі» «Цікаві факти» тощо. Назви основних розділів, розташованих на головній сторінці повинні нести загальну інформацію про зміст сайту, а в підрозділі – деталізувати її. Користувачі, «рухаючись» по сайту, будуть цілеспрямовано переміщуватися від загального до одиничного. Наприклад, на сайті музею

коштовностей України є розділ під назвою «Ювелірні вироби», який поділяється на підрозділи за назвами виробів обручки, сережки, браслети, намисто, брошки, настільні прикраси. У кожному підрозділі детально розповідається про різні типи пам'яток мистецтва, які були виявлені археологами під час розкопок і зберігаються у фондах музею. Решта розділів менш важливі. Вони використовуються в окремих сайтах або не використовуються взагалі. Вони можуть бути включені в залежності від вимог замовника сайту. Наприклад, інколи розробляється окремий розділ «Оголошення». Розділ «Оголошення» розміщується на головній сторінці сайту. Відмінність оголошень від новин полягає в тому, що новина є інформацією, з якою при бажанні може ознайомитися відвідувач, а оголошення – це обов'язкові відомості, які повинні бути доведені до відвідувачів веб-ресурсу. Оголошення анонсують появу нових розділів музейного сайту, актуальну інформацію про діяльність музею тощо [32, с. 328].

Для кожного досліджуваного музейного сайту також було проаналізовано кількість рівнів вкладень. Рівень вкладеності характеризує положення сторінки в загальній структурі сайту. Іншими словами, дозволяє зрозуміти, за яку мінімальну кількість переходів (кліків) користувач може дістатися до сторінки, яка його цікавить, з головної сторінки сайту.

Головна сторінка має перший рівень вкладеності. Усі сторінки, на які можна потрапити з неї за 1 клік, – це другий рівень, за два кліка – третій, і так далі. Чим більше рівнів вкладень у сторінки, тим рідше на неї будуть приходити пошукові системи і сайт буде переміщуватися на останні позиції у рейтингу Інтернет-середовища, але, із іншого боку, чим менше рівнів вкладеності, тим примітивніший веб-ресурс, і це може негативно вплинути на інтерес до ресурсу. Сайти музеїв України були згруповані відповідно до кількості рівнів вкладень. З 200 проаналізованих сайтів 1 рівень вкладення було виявлено у 120 сайтів, 2 рівні у 75 сайтів, у 5 сайтів – 3 рівні (Додаток Д. 1).

Оскільки у різних замовників різне уявлення про важливість різної інформації, то на сайтах одні й ті ж розділи (підрозділи) можуть розташовуватися на різних рівнях. Найбільш важливі інформативні матеріали для відвідувачів Інтернет-ресурсу музею знаходяться на головній сторінці (1 рівні), у свою чергу, вони включають у себе другорядні підрозділи.

Кожен сайт має закриті для сторонніх відвідувачів два стандартні розділи веб-ресурсу: «Адміністрування» та «Статистика відвідувань». Основною функцією розділу «Адміністрування», або (Адміністративна панель), є налаштування сайту, музейні працівники в більшості випадків використовують його лише для додавання і редагування текстової та графічної інформації. Управління сайтом має бути «прозорим» та простим, тобто забезпечувати можливість передачі адміністрування сайту «в інші руки». Редактор сайту повинен володіти загальною концепцією розвитку ресурсу і зв'язати всі зміни з нею, вміти вчасно виправляти допущені іншими

помилки (як технічні, так і всі інші), модерувати загальні розділи і ресурси. Це важливо, оскільки Інтернет-представництво музейної установи не повинно бути тільки особистою справою його розробника, а передбачати роботу добре організованої команди людей, зацікавлених у підтримці функціонування і розвитку цього Інтернет-ресурсу. Розділ «Статистика» відповідає за збір статистики щодо відвідуваності сайту, дає змогу відстежити розмір аудиторії, звідки приходять відвідувачі, з яких сайтів, пошукових систем, з яких країн. Музейні фахівці за допомогою статистичних даних можуть визначити, який розділ музейного веб-ресурсу найпопулярніший серед відвідувачів, а де потрібно ще доопрацювати інформаційне наповнення [32, с. 329].

У розділі «Про музеї» представлена коротка історія створення установи, інформація про засновників музею, діячів загальнонаціонального значення, які працювали в музеї, адреса місця розташування установи, інформація про партнерів і спонсорів музею, їхні контакти, надаються матеріали про культурну, наукову та просвітницьку роботу музею, публікації про музей, статут організації, наявність філій (основні напрями діяльності та місце знаходження), нагороди, також розміщуються розроблені стратегічні плани, які визначають основні напрямки розвитку музейної установи на майбутнє.

Статут є офіційним документом музейної установи, який в окремих випадках публікується на сайтах для ознайомлення різних структур, які передбачають можливість партнерських відносин із музеєм. Зазвичай статут оформляється для перегляду через Інтернет в архіві, щоб зменшити обсяг інформації для завантаження. Найчастіше музеї надають дані по відділах і співробітниках за ієрархічною складовою – від керівного складу до простого співробітника. Інформацію про співробітників та керівництво установи представляється з будь-яким ступенем деталізації – від короткого перерахування прізвища і посад до докладних розповідей про кожного працівника, його фотозображення, короткої біографії. У цьому розділі також відображається інформація про партнерські зв'язки музейної установи. Існує два типи партнерів – комерційні і соціальні (культурні). Комерційні спонсори, наприклад, можуть бути названі на сторінках спеціального підрозділу «Подяки» зі згадкою, за яку конкретну допомогу музей висловлює їм подяку. Інформація про культурно-освітнє і соціальне партнерство різноманітніша, і тому питання її подання дещо складніше. Наприклад, говорячи про співпрацю між музеями – найпоширеніша ситуація в нинішній практиці – просто зафіксувати на окремому розділі, що музеї ведуть активну співпрацю, є недостатнім. Необхідна конкретизація, наприклад: список партнерів та благодійників; скільки років здійснюється партнерство; в чому полягає партнерство; яка якісна зміна відбулася у житті музею з початком співпраці з партнером. Місцезнаходження музею потрібно представити якомога докладніше: із зазначенням району міста, схему проїзду транспортом, бажано з фрагментом карти, на якому зазначено будівлю

музею, як це зроблено на сайті Вінницького краєзнавчого музею. Не варто поміщати на сайті фотографії музейних будівель великих розмірів. Як правило, вигляд споруди не несе ніякої інформації, а діє негативно, – особливо якщо це зображення довго завантажується на Інтернет-ресурсі установи. Інформація про досягнення музею повинна бути точною. Якщо йдеться про перемогу в конкурсі або участь в акціях різного рівня, то необхідно вказати період проведення, ким вона була організована, який її статус, мета, що була реалізована в ході акції, в чому сенс і значущість цієї діяльності для музею. Цей розділ являє собою той самий необхідний «мінімум», який обов'язково повинен бути представлений на музейному сайті. Уся офіційна інформація повинна бути легкодоступна з будь-якого місця сайту, на що необхідно звертати увагу при розробці меню і навігації веб-ресурса [52, с. 71].

Розділ «Про музей» найбільш простий у підготовці, оскільки рідко потребує змін і може обмежуватися лише текстовим матеріалом. Зразком може бути Педагогічний музей України Національної академії педагогічних наук України. Цей музей у зв'язку з 110-річчям оформив інформацію у вигляді стендів і подав у хронологічній послідовності історію від заснування до сьогодення закладу. Окремим пунктом розкрито напрямки діяльності, завдання та місію педагогічного музею. У стислій формі з фотопортретами подаються біографії видатних людей, які зробили значний внесок у розвиток музею.

У розділі «Виставки» виставляються на огляд постійні, поточні та архівні виставки. Афіші, які публікуються в даному розділі, надають інформацію про планові заходи музею (свята, фестивалі, виставки). Афіші є тимчасовими і змінюються на сайті в міру настання тієї чи іншої події. Архів виставок може бути представлений у вигляді таблиці з поділом на рік, назву та межі проведення [53, с. 102].

У розділі «Освітні програми» має бути представлена інформація про різні форми роботи музею з дитячою та юнацькою аудиторією, розміщені дидактичні матеріали для поглибленого вивчення школярами та студентами історії, культурології, етнографії, української та зарубіжної літератури, в окремих випадках представляються розробки навчальних програм, орієнтовані на використанні музейних експонатів у процесі вивчення дисциплін гуманітарного циклу, які створені у співпраці музейних фахівців із педагогами та узгоджені з Міністерством освіти і науки України. За необхідності можна створити підрозділ «лекторій», де б була можливість додавати окремо від розділу «Відео та фотогалерея» фото, відео та аудіо файли – про лекторів і їх курси.

У розділі «Наші послуги» висвітлено комерційну діяльність музею [32, с. 331]. Тут публікується інформація про продаж квитків. Надаються дані про оплату консультаційних послуг з питань, які є профільними для установи, і проведення експертиз культурних цінностей та з оформлення довідок по завершенню дослідження експонатів, що знаходяться в приватних

зібраннях, організації виїзних виставок та продажу сувенірів. Окремим пунктом розписуються тарифи в музеї на дозвіл фотографування і відеозйомку експозиції, використання для кіновідеозйомки експонатів зі сховищ.

У розділі «Для відвідувачів» зміст у більшості випадків дублюється зі змістом розділу «Наші послуги» або в першому випадку йде загальна інформація, а в другому все детально розписано, окремо тільки може бути висвітлено режим роботи, контакти, карта проїзду до місця, де розташований музей. Іноді музейні працівники викладають на огляд кошторис установи на виконання робіт на поточний рік, ця інформація розміщується в розділі «Для фахівців» [159, с. 208].

Розділ «Видання та публікації» має мати два підрозділи: друковані та електронні видання. Це можуть бути видання і публікації у вигляді каталогів, науково-методичних рекомендацій на допомогу музейним працівникам, за профільними проблемами, які досліджуються в музеях, довідники, путівник, посилення на додаткові ресурси. Оскільки поліграфічні послуги досить дорогі, електронна форма видання публікацій стає все більш привабливою для музеїв. Крім дешевизни, у електронних видань є ще й інші позитивні сторони. По-перше, тираж видання в Інтернет необмежений на протигагу друкованим виданням. По-друге, електронні видання можуть бути в будь-який момент легко оновлені, замінені, або доповнені актуальною інформацією. Найголовніше – у віртуальних відвідувачів повинна бути можливість не тільки ознайомлюватися з бібліографічним описом видань, але і переглядати та скачувати їх, щоб надалі працювати з ними [4].

Розділ «Фото- і відеоматеріали» містить фото- і відеозвіти з виставок, конференцій та проведених майстер-класів. Також у розділі «Фото- і відеоматеріали» містить зображення музейних експонатів та довідкову інформацію про них. Користувач, який входить у цей розділ, повинен мати зручний пошуковий механізм розробленого електронного каталогу музейних предметів, щоб можна було знайти експонат, який зацікавив відвідувача за певними особливостями – періодом, видом, авторами. Цей розділ сайту повинен бути детально продуманим у простоті використання його відвідувачами ресурсу. Наприклад, якщо музей кваліфікується по мистецтву, то фото картин, скульптур, виробів з гончарства повинні містити опис часу створення, автора або авторів. У цьому ж розділі має бути підрозділ «Нові надходження», де будуть представлені експонати, що надійшли за певний період [49, с. 76].

У розділ «Віртуальна екскурсія» представлено новий ефективний інструмент для презентації музейних колекцій. Під поняттям «віртуальна екскурсія» розуміється послідовність декількох об'єднаних панорамних фотографій, між якими в процесі перегляду можна візуально переміщуватись, використовуючи спеціальні переходи (стрілки-показчики), і взаємодіяти з об'єктами, які розміщені на зображенні [226, с. 83]. Використання віртуальної екскурсій дозволяє не тільки переміщуватися по

залах та переглядати зображення експонатів, як, наприклад, на сайті Національного музею народного мистецтва Гуцульщини та Покуття, а й отримувати детальну інформацію про них, як це зроблено на Інтернет-ресурсі Національного музею-меморіалу жертв окупаційних режимів «Тюрма на Лонцького».

Таким чином, аналіз змісту музейних сайтів показав, що в їх основі представлена інформація, пов'язана з діяльністю установи. Структура досліджуваних музейних сайтів найрізноманітніша, але, тим не менш, вона містить багато спільних елементів.

Узагальнюючи вищевикладене, констатуємо, що сучасні інформаційні технології значно розширюють можливості для розповсюдження, пошуку та отримання інформації, що призводить до появи нових форм комунікації музею із їх аудиторією. У музейних фахівців зростає популярність використання засобів мережі Інтернет (електронної пошти, соціальних мереж, блогів, форумів, гостьових книг, чатів), програмного забезпечення (Skype), відеохостингу YouTube, Інтернет-енциклопедії Вікіпедія, QR-кодів для організації ефективного зворотного зв'язку із громадськістю та іншими організаціями культурної сфери.

Інтерес до виставки визначається не тільки кількістю представлених експонатів і їх унікальністю, а тим, як уміло вони подаються, наскільки образно передається основна тема заходу та чи враховані всі смаки відвідувачів. Для створення принципово нових способів представлення музейних експонатів використовуються можливості Інтернет-технологій, що дозволяє візуально якісно відобразити музейний предмет та представити їх у інтерактивній формі, щоб зацікавити більшу кількість аудиторії. Найпоширенішим способом демонстрації музейних предметів у віртуальному просторі Інтернету є створення звичайного альбому, де завантажено фото експонатів із фондів вітчизняних музеїв.

Єдиних вимог з формування інформаційного контенту і структури офіційного сайту музейної установи не існує. Разом з тим, враховуючи завдання, які ставляться перед Інтернет-джерелом, музеями формуються певні рекомендації, пов'язані з розробкою структури та змісту інформаційного контенту. Проаналізувавши сайти музеїв України, можна вказати на те, що поступово Інтернет-джерела приводять свою структуру та інформаційне середовище до єдиних стандартів. Проведений аналіз показав, що в структурі музейного сайту найчастіше представлені такі розділи: «Виставки», або Колекція музею», «Відвідувачам», «Про музеї», «Віртуальна екскурсія», «Освітні програми», «Для фахівців», «Відео та фотогалерея», «Наші послуги», «Видання та публікації». Проведене дослідження вказало на ряд досягнень і недоліків у інформаційному наповненні музейних Інтернет-ресурсів України. Позитивним зрушенням є те, що музеї України здійснюють постійну роботу над інформаційним наповненням сайтів, але існує ряд проблем, пов'язаних зі структурою сайтів, якістю представлених матеріалів, особливо в Інтернет-ресурсах регіональних музеїв. В інформаційному

наповненні Інтернет-ресурів музеїв часто порушується принцип логічності у структуруванні матеріалу; мають місце надмірність, або навпаки, неповнота та різноманітність представлених даних; невідповідність стилю викладу інформації; переважання тексту над ілюстраціями.

ВИСНОВКИ

Однією з провідних тенденцій розвитку історичної науки в ХХ ст. стало використання методів і засобів, понятійного апарату, методичного, технічного інструментарію із інших наук, зокрема інформатики, що послужило передумовою до появи нової дисципліни – історичної інформатики.

У ХХІ ст. у зв'язку з широкою практикою використання в наукових дослідженнях матеріалів, розміщених на сайтах закладів культури, науки та освіти (музеїв, бібліотек, архівів), першочерговим завданням історичної інформатики є вирішення проблем, пов'язаних зі створенням Інтернет-ресурсів історичної тематики і якості їх інформаційного наповнення.

Музейні Інтернет-ресурси стають органічним продовженням музею у віртуальному просторі, використовуються одночасно як засіб комунікації і як інформаційне середовище для презентації інформації про їх діяльність. Дослідження особливостей використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці могло б стати у пригоді під час вирішення проблеми модернізації музейної сфери в Україні, особливо у плані розробки ефективної стратегії у здійсненні маркетингової та рекламно-інформаційної діяльності. У зв'язку із цим тема монографії є актуальною та потребує предметного аналізу. Окрім того, у сучасній історіографії відсутнє комплексне дослідження, предметом якого виступали б питання, пов'язані з аналізом проблем використання Інтернет-технологій у вітчизняній музейній практиці. Науковці, досліджуючи окремі аспекти функціонування Інтернету (можливості використання віртуальної мережі для здійснення комунікації в музейних установах, підтримка спільнот музею в соціальних мережах, оцифрування музейних фондів тощо), фактично не торкалися окресленої проблематики.

Виявлена та проаналізована джерельна база монографії є досить широкою за кількістю представлених веб-ресурсів (сайти центральних та регіональних органів державної влади, науково-дослідних установ, Інтернет-енциклопедії, Інтернет-видання, музейні Інтернет-проекти, Інтернет-портали, Інтернет-ресурси інших держав та різні форми представлення музею у мережі Інтернет). Їх аналіз, заснований на сучасній методології, дозволив повноцінно розкрити тему, досягти поставленої мети та отримати науково-обґрунтовані висновки. Водночас, у силу різних причин (створення нових Інтернет-ресурсів, повне або тимчасове зникнення існуючих тощо) є неможливим охоплення у рамках даного монографічного дослідження всього обсягу Інтернет-ресурсів із музейної тематики.

З поширенням мережі Інтернет в Україні на початку 1990-х рр. розпочинається комп'ютеризація та впровадження сучасних технологій у музейну діяльність, це сприяє активізації пошуку шляхів реформування музейної сфери. В останнє десятиріччя ХХ ст. організовувалися наукові заходи, тематика яких охоплювала широке коло питань, пов'язаних із

вивченням досвіду використання нових інформаційних технологій в закордонних музейних закладах, проблемами інформатизації різних напрямів музейної діяльності, розробкою та впровадженням у музеях спеціалізованого програмного забезпечення для обліку, зберігання, каталогізації експонатів, презентації експозицій та виставок, створенням інформаційних систем для обслуговування відвідувачів, специфікою здійснення співпраці з різними організаціями у віртуальному просторі, особливостями проведення ефективної промоції українських музеїв та музейних колекцій через розповсюдження музейних сувенірів, профільних видань, супутніх товарів та аксесуарів через мережу Інтернет.

У результаті проведеного дослідження було виявлено, що в Україні із загальної кількості 1155 діючих музейних установ, за даними обласних державних адміністрацій, на сьогодні мають власні представництва у мережі Інтернет лише близько 200 музеїв, причому 131 з них представлені у форматі музейних сайтів-візиток, і лише 69 мають окремі багатофункціональні сайти. Виявлені Інтернет-ресурси були проаналізовані за такими напрямками: якість інформаційного наповнення, наявність інформації про діяльність музею, історію закладу та персонал, наявність посилання на сайти «дружніх» організацій (музеїв, бібліотек, архівів), актуальність оновлення матеріалів, які розміщуються на Інтернет-ресурсі, доступність до оцифрованих копій експонатів, відео з проведених музейних подій, представлення музею в інших Інтернет-ресурсах, можливість віртуальної екскурсії по експозиціях музею.

За якістю інформаційного наповнення та кількістю створених веб-ресурсів у мережі Інтернет лідером є м. Київ. Така значна інтеграція музейних установ у м. Києві пояснюється великою кількістю музеїв, які розміщені на території міста, рівнем відвідування, додатковими джерелами фінансування, поглибленими зв'язками із закордонними музейними установами.

Практично всі музеї України не розміщують детальної інформації про фонди, за винятком представлення загальних описів колекцій або переліку експонатів без зображень чи наявні їх цифрові копії низької якості. Винятками є музейні сайти найбільших українських музеїв: Національного музею історії України, Музею історичних коштовностей України тощо. Якщо аналізувати актуальність подачі новин про тематичні заходи та інформацію в музейному секторі взагалі, то вітчизняні музеї не завжди за цим спостерігають, і в окремих випадках інформація є застарілою. Інформація про фонди, виставки та загальні дані про музеї України в більшості випадків розміщується в текстовій та громіздкій формі, відбувається зловживання академічним стилем, що є неефективним для сприйняття представленої інформації.

Головною проблемою українських музейних представництв у мережі Інтернет залишається «загромадження» головної сторінки ресурсу непотрібною інформацією для відвідувача, наприклад, привітаннями дирекції установ із святами, публікацією історії установи, висвітленням загальної

інформації про діяльність музею. Розробники ресурсів не розуміють, що основною функцією головної сторінки є рекламування закладу, винятками в цьому випадку є лише Національний музей мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків, Національний художній музей. Основною мовою викладу текстового матеріалу в більшості випадків є лише українська, в окремих випадках російська, винятками є лише сайти найбільших українських музеїв, в яких інформація дублюється і англійською мовою. Технологію віртуальної екскурсії використовують лише найбільші музейні заклади країни.

Очевидно, що на сьогодні музеям для просування своєї діяльності недостатньо власне сайту, потрібні додаткові засоби інформування, зокрема і менш офіційні та формальні. Останнім часом дедалі більше музеїв створюють свої сторінки в соціальних мережах. Зокрема, більшість закордонних та вітчизняних музейних установ представлені в Twitter, Facebook, Вконтакті та Однокласниках. Для музеїв соціальні мережі є центром для організації діалогу з цільовою аудиторією, які самі вирішують, який контент їм споживати. Музейним співробітникам необхідно вкрай уважно ставитися до кількості і якості матеріалів, які публікуються. Інформація повинна оновлюватися регулярно, ніж на сайтах, та відповідати певним стандартам (легкість сприйняття тощо), щоб утримати в зоні уваги підписників спільноти, адже у соціальних мережах стрімко зростає інформаційна конкуренція серед різних організацій, в тому числі і між музейними установами. Інструменти соціальних мереж дозволяють обмінюватися інформацією й брати активну участь в обговоренні певної теми, оперативно повідомляти великій кількості аудиторії про виставки і заходи, які відбуваються в музеях, інформувати про музейні послуги, представляти каталоги з корисними посиланнями на музейні ресурси у віртуальній мережі і, на відмінну від адміністрування сайту, для підтримки соціальних спільнот не потрібно знання мов програмування. Для українських музеїв на сьогодні не є пріоритетним використання соціальних мереж у своїй діяльності, а в більшості випадків здійснюється лише експорт новин із сайту установи.

У ході проведеного дослідження було виявлено, що на більшій частині музейних сторінок у соціальних мережах кількість людей, які підписані на спільноту, є незначною і не перевищує більше тисячі осіб. Більшість представництв музеїв у соціальних мережах створені в 2011 – 2013 рр. за кількістю зареєстрованих акаунтів у соціальних мережах лідером серед вітчизняних музеїв є Вконтакті. Рівень їх популярності пояснюється досить простим інтерфейсом для підписників спільноти і зручністю в управлінні та забезпеченні достатньої швидкості для отримання необхідної інформації. На їх платформі представлено 90 музеїв. Перше місце за кількістю підписників та активності серед спільнот у Вконтакті посідає Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д. Яворницького, в Однокласниках – Національний музей історії України, Facebook – музей Мамаєва Слобода, у мікроблозі Twitter – Вінницький обласний краєзнавчий музей. Інколи музейні

установи представлені в кількох соціальних мережах, що дозволяє охопити різні вікові групи населення.

З поширенням мережі Інтернет, яка являє собою нове комунікаційне середовище, музеї активно включаються в процес перебудови систем взаємодії з відвідувачами за допомогою нових засобів комунікації (електронної пошти, відеохостингів, форумів, блогів, чатів, соціальних мереж, спеціалізованих ресурсів для обміну інформацією та різного програмного забезпечення), особливо їх використання є актуальним для залучення до музеїв молодого покоління, яке особливо цікавлять можливості використання сучасних Інтернет-технологій у різних сферах діяльності. Найпопулярнішим способом отримання та відправлення інформації у музейних фахівців є електронна пошта, це пояснюється необхідністю її використання у професійній діяльності та простою налаштування. Все частіше для організації музейних конференцій почали використовувати різне програмне забезпечення, для роботи якого потрібне підключення до мережі Інтернет, наприклад Skype, інші способи спілкування у віртуальному середовищі використовуються рідше, окрім соціальних мереж.

Основною тенденцією розвитку виставкової діяльності сучасних музеїв є відмова від статичного демонстрування експонатів на користь розробки інтерактивних форм для висвітлення виставок. Розвиток інформаційних технологій дозволив музеям розкрити свої колекції перед широкою аудиторією, використовуючи різне програмне забезпечення та можливості мережі Інтернет. Процес створення віртуальної виставки вимагає високої професійної підготовки музейних фахівців, серйозної матеріально-технічної бази самого музею та залучення спеціалістів із веб-розробок. Попередньо перед розміщенням зображень на сайті музею пишеться сценарій, здійснюється підбір і підготовка експонатів для оцифрування, створюється проект (розробляється дизайн, продумується послідовність розташування зображень на Інтернет-ресурсі) та здійснюється тестування виставки. Програмне забезпечення (Corel Draw Adobe Photoshop тощо), як правило, використовується для обробки зображень та оформлення пояснювальних записів до них. Віртуальна демонстрація колекції дозволяє більш повно розкрити музейний фонд та ознайомитися з експонатами, які не демонструються відвідувачам установи через різні причини. При створенні Інтернет-виставки в окремих випадках використовується відеоматеріали та аудіовізуальна підтримка.

Ознайомившись зі специфікою подачі музейних предметів на сайтах музеїв України, можна вказати на те, що найпоширенішим способом презентації музейних колекцій в мережі Інтернет залишається створення галереї на Інтернет-ресурсі, де завантажено зображення експонатів. Окрім традиційної демонстрації статистичних зображень експонатів, Інтернет-виставки можуть бути представлені в динамічній формі, що дозволяє переглядати об'єкт із різних сторін.

Єдиних вимог до музейного сайту не існує, але є певні рекомендації до створення Інтернет-ресурсів даних закладів, які необхідно враховувати при розробці структури та їх інформаційного наповнення. У створенні сайтів музеїв важливі: простота навігації; зручність пошуку; високий рівень мультимедійних елементів (анімація); якість інформаційного наповнення; наявність підказок, довідок; оригінальність дизайну; стабільність і швидкість роботи Інтернет-ресурсу. Проведений аналіз показав, що зміст таких сайтів зазвичай включає: інформацію про роботу музею та його історію, опис колекцій, інформацію про виставкову та наукову діяльність, освітні програми і т.п., що відображено в структурі Інтернет-ресурсу, де найчастіше представлені такі розділи: «Виставки», або Колекція музею», «Відвідувачам», «Про музеї», «Мультимедіа», «Освітні програми», «Для фахівців», «Відео та фотогалерея», «Наші послуги», «Видання та публікації».

Словник термінів

«Віртуальний відвідувач музею» – особа, яка цілеспрямовано або спонтанно «відвідує» представництво музею у мережі Інтернет, де знайомиться з його діяльністю (виставками, заходами, новинами, рекламними анонсами), здійснює онлайн-запити до адміністрації установи за допомогою механізмів зворотного зв'язку з метою пошуку і з'ясування певної інформації щодо придбання квитків, купівлі музейної продукції тощо.

«Віртуальний музей» – цифровий аналог реальних експозиційних залів, колекцій та виставок відповідного музею, що репрезентовані на Інтернет-ресурсі установи, а в окремих випадках – це створена за допомогою комп'ютерних технологій модель музею, що існує лише у віртуальному просторі.

ГІФ-анімація – це рухливі зображення, призначені для короткочасної уваги, характерної для читання онлайн.

«Інтернет-ресурси музею» – це офіційне представництво установи у вигляді сайту, блогу, форуму, спільнот у соціальних мережах, створені із метою здійснення, зокрема, рекламно-інформаційної діяльності у віртуальному середовищі.

JPEG (Joint Photographic Experts Group) – формат зберігання графічних зображень, що використовує стиснення з втратами. Розширення файлів цього формату – .Jpg. Стиснення цього типу дозволяє створювати файли невеликого розміру за допустимої якості зображення.

Аватар, або аватара, або аватарка, або юзерпик (від англomовних слів user picture – картинка користувача) – це невелике зображення, яке використовується для персоналізації користувачів на таких сервісах, як чати, форуми, портали та ін. Аватаром може бути як фотографія, так і будь-яка інша статична або анімована картинка.

Акаунт (синонім: екаунт – від англ. Account – обліковий запис, особистий рахунок) – обліковий запис, що містить відомості, які повідомляє про себе користувач при реєстрації в певному сервісі (сайті). Крім облікових даних, акаунт містить безліч настройок і опцій для роботи з даним сервісом. Говорячи простою мовою, акаунт – особистий розділ (кабінет) у сервісі.

Банер – один із форматів медійної реклами в мережі Інтернет. Являє собою статичне або анімоване графічне зображення, що є гіперпосиланням на сайт рекламодавця.

Блог (англ. blog, від web log, «мережевий журнал чи щоденник подій») – це веб-сайт, головний зміст якого – записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості.

Блогери – автори блогів.

Блогосфера – сукупність усіх блогів Мережі.

Електронна пошта, або е-пошта (англ. e-mail, або email, скорочення від electronic mail) – спосіб обміну цифровими повідомленнями між людьми з використанням цифрових пристроїв, таких, як комп'ютери та мобільні телефони, що робить можливим пересилання даних будь-якого змісту (текстові документи, аудіо-, відеофайли, архіви, програми).

Інтернет – це велика, розгалужена (розподілена) мережа, що включає комп'ютерні вузли, розміщені у світі. Коли відбувається з'єднання із Інтернетом, то комп'ютер стає частиною цієї всесвітньої мережі комп'ютерів.

Інтернет-технології – це технології створення і підтримки різних інформаційних ресурсів у комп'ютерній мережі Інтернет: сайтів, блогів, форумів, чатів, електронних бібліотек та енциклопедій.

Інтернет-чат – віртуальний ресурс, у якому можна поспілкуватися з іншими користувачами в режимі реального часу.

Клік (від англ. Click) – клацання кнопкою миші.

Контент – зміст сайту, що складається з тексту, ілюстрацій тощо.

Мікроблог – різновид блогу, який дозволяє користувачам публікувати короткі текстові чи фото/відео матеріали. Дописи в мікроблозі можуть бути прочитані або всіма, або ж обмеженим колом людей, яким користувач дозволяє читати свій мікроблог.

Онлайн (від англ. Online – на лінії) – процес або операції, що відбуваються в режимі реального часу. Онлайн-трансляція в інтернеті - еквівалент прямої трансляції по телевізору. Залишаючи свій коментар на сайті або спілкуючись у чаті, ви також працюєте в режимі онлайн.

Повідомлення – це різні форми подання якої-небудь інформації.

Пошукова система – веб-сайт, що надає можливість пошуку інформації в мережі Інтернет (наприклад, Google, Yandex). Більшість пошукових систем шукають інформацію на сайтах Всесвітньої павутини (WWW).

Просування сайту – це комплекс заходів і способів зі збільшення відвідуваності сайту цільовими відвідувачами. Цільові відвідувачі – це відвідувачі, які зацікавлені в товарі, послугі або інформації, представленої на сайті.

Сайт або веб-сайт (від англ. website, місце, майданчик в Інтернеті) – сукупність веб-сторінок, доступних у мережі Інтернет, які об'єднані як за змістом, так і за навігацією під єдиним доменним ім'ям.

Спам (англ. spam) – масова розсилка реклами або іншого виду повідомлень особам, які не бажають їх отримувати. Існує також поняття, як спам на сайті. Це означає, що на сайті (сторінці сайту) виявлено небажаний (прихований) вміст, який не бачить відвідувач сайту, але яке підвищує рейтинг сайту в різних пошукових системах. Належить до «чорної розкрутки» сайтів.

Хостинг (англ. hosting) – послуга з надання дискового простору для фізичного розміщення інформації на сервері, що постійно знаходиться в Інтернеті.

Шаблон сайту – це файл, який визначає загальний вигляд Інтернет-ресурсу.

HTML (Hyper Text Markup Language) – мова розмітки гіпертексту, що дозволяє за допомогою керуючих міток (тегів) визначати структуру і зовнішній вигляд HTML-документа (web-сторінки) при відображенні в браузері, а також створювати посилання на інші файли.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Аартс Г. Що таке музей? / Г. Аартс // Музей: менеджмент і освітня діяльність. – Львів : «Літопис», 2009. – С. 16–22.
2. Анциферова Т. Проблема конструирования музейных представительств в сети Интернет / Т. Анциферова // Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер». № 36. Материалы XII конференции АИК. Октябрь 2010 г. – Москва : Изд-во Московского университета, 2010. – С. 122–124.
3. Ассоциация «История и компьютер»: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: www.aik-sng.ru/
4. Алдохина О. Сайты библиотек и музеев в едином информационном пространстве: анализ отечественного и зарубежного опыта структурирования контента [Электронный ресурс] / О. Алдохина, Н. Гендина, Н. Колкова // Материалы конф. «Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса». – М. : ГПНТБ России, 2008. – Режим доступу : http://нэб.рф/catalog/000219_000026_006071___
5. Бабенко В. Виртуальная реальность. Толковый словарь терминов / В. Бабенко. – М. : Магадан, 2012. – 86 с.
6. Баркова О. Опыт создания полнотекстовых ресурсов научной периодики / О. Баркова // Информационные ресурсы России. – 2007. – № 4. – С. 11–14.
7. Баркова О. Технологія інтеграції та використання електронних ресурсів у рамках міжгалузевої кооперації (досвід взаємодії Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського і Державної наукової медичної бібліотеки України) / О. Баркова // Наукові медичні бібліотеки : пріоритети розвитку і перспективи : Матеріали наук.-практ. конф., Київ, 8-9 листопада 2006 р. – 2006. – С. 31–38.
8. Баркова О. Формирование электронной библиотеки как направление развития научных коммуникаций / О. Баркова // Б-ки нац. акад. наук: пробл. функционирования, тенденции развития. – К. : НБУВ, 2005. – Вып. 3. – С. 123–130.
9. Баркова О. В. Електронні ресурси як об'єкти універсальної електронної бібліотеки / О. В. Баркова // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2004. – № 2. – С. 75–80.
10. Баркова О. Електронні ресурси: аспекти типології / О. Баркова // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: Проблеми науки, освіти, практики: Зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25-26 травня 2004 р. – К., 2004. – С. 147–149.
11. Баталкіна В. Веб-сайт музею – інформаційний доступ до збереження історії / В. Баталкіна, С. Андреев, К. Андреева // Історико-культурна спадщина: збереження, доступ, використання : матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 7–9 квітня 2015 р., Національний авіаційний

університет / ред. кол. Тюрменко І. І. та ін. – К. : «Талком». – 2015. – С. 178–182.

12. Бекетова В. Дніпропетровський історичний музей в мережі Інтернет / В. Бекетова // Музей і ХХІ сторіччя: Збірник наукових праць. – Херсон: Айлант, 2000. – С. 113–119.

13. Белікова М. Запровадження інноваційних технологій в музеях України / М. Белікова // Наукові праці історичного факультет Запорізького національного університету. – 2015. – Вип. 43. – С. 326–329.

14. Білавич Д. Школа, салон чи клуб: чим стануть українські музеї? [Електронний ресурс] / Д. Білавич // журнал «Тиждень ua». – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Culture/60483>

15. Блог Bulgakov. Museum in Kiev. – Режим доступу: bulgakovmuseumkiev.blogspot.com

16. Блог в. о. директора Олександрійського краєзнавчого музею ім. А. Худякової Тетяни Вальчишен. – Режим доступу: <http://museum-alex.blogspot.com>

17. Блог Донецького краєзнавчого музею. – Режим доступу: <http://muspoint.blogspot.com>

18. Блог Лінди Норріс, фрілансера, консультанта з музейної справи. – Режим доступу: <http://uncatalogedmuseum.blogspot.com>

19. Блог музею природи Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – Режим доступу: <http://muzei-prirody.blogspot.com>

20. Блог Національного художнього музею України. – Режим доступу: <http://namu.kiev.ua/ua/blog.html>

21. Блог Рівненського краєзнавчого музею. – Режим доступу: rivnemuseum.blogspot.com

22. Богомазова Т. Музейный интернет маркетинг: что и как продвигать в сети [Електронний ресурс] / Т. Богомазова // Некоммерческое партнерство «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии»: официальный сайт. – 2001. – Режим доступу: <http://aditru.706.com1.ru/rus/publication/web/paper.asp?nomer=%C02001034>

23. Богомазова Т. Электронная музейная экспозиция как субъект межкультурной толерантности / Т. Богомазова, І. Ицкова // Материалы тридцатой ежегодной международной научно-практической конференции СИДОС-АДИТ-2003 «Электронный потенциал музея: стимулы и ограничения, достижения и проблемы». – Санкт-Петербург, 2003. – С. 55–56.

24. Боряк Г. Інформатизація архівної галузі сьогодні: поточні здобутки і завдання формування електронних ресурсів / Г. Боряк // Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики. – К.: Інститут історії України НАН України, 2004. – № 11. – С. 3–5.

25. Боряк Г. Информатизация архивного дела в Украине: Опыт, проблемы и перспективы / Г. Боряк // Архивы в новом веке: Стратегические вопросы автоматизации архивов : Междун. конф. стран Центральной и

Восточной Европы «Colloquia Jerzy Skowronek dedicata». – Варшава, 2001. – С. 76–82.

26. Боряк Г. Електронні архівні публікації в Інтернеті: проблеми репрезентації інформаційних ресурсів / Г. Боряк // Архіви України. – 2002. – № 4–6(250). – С. 141–169.

27. Боряк Г. Електронні архівні публікації в Інтернеті: проблеми репрезентації інформаційних ресурсів / Г. Боряк // Архіви України. – 2002. – Вип. 4-6. – С. 141–169.

28. Боряк Г. Пріоритетні проекти та перспективні напрями діяльності архівних установ в інформаційній сфері: (з доп. на підсумковій колегії Держкомархіву України, лютий 2007 р.) / Г. Боряк // Сумський історико-архівний журнал. – 2007. – № 2/3. – С. 7–15.

29. Браккер Н. Сохранение цифрового наследия – мировой опыт / Н. Браккер, Л. Куйбышев // Материалы тринадцатой ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-2009 «Культурное наследие и информационные технологии: музей – непознанное пространство коммуникации». – Чебоксары, 2009. – С. 23–27.

30. Браккер Н. Сохранение цифрового наследия / Н. Браккер, Л. Куйбышев // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2010. – № 2. – С. 62–71.

31. Бронников В. Роль Интернет в экономической стратегии музея: взаимодействие с некоммерческими и коммерческими организациями [Электронный ресурс] / В. Бронников // Некоммерческое партнерство «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии»: официальный сайт. – 2000. – Режим доступа: <http://aditru.706.com1.ru/rus/publication/web/paper.asp?номер=%C02000053>

32. Валетов Т. Музеи в Интернете: обзор глобальной сети / Т. Валетов // Труды VIII конференции Ассоциации «История и компьютер» «Круг идей: электронные ресурсы исторической информатики» / Ред. Л. Бородкин и В. Владимиров. – М. – Барнаул, 2003. – С. 328–358.

33. Валиева Д. Портал музея как информационная система с различными сервисами [Электронный ресурс] / Д. Валиева, Л. Калинина, И. Пролеткин, М. Федоренко // Материалы шестнадцатой ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-2012 «Культурное наследие и информационные технологии: музей как информационная система». – 2012. – Режим доступа : <http://kizhi.karelia.ru/library/adit-2012-t/935.html>

34. Васильченко М. Трансформаційні процеси функціонування архіву в сучасному соціально-комунікаційному середовищі / М. Васильченко // Вісник ХДАК. – Випуск 30. – 2011. – С.166–173.

35. Васильченко М. Інформатизація архіву як соціально-комунікаційної структури / М. Васильченко // Вісник ХДАК. – Випуск 31. – 2011. – С. 199–208.

36. Васильченко М. Електронні ресурси обласних державних архівів України в мережі Інтернет: стан і перспективи розвитку в сучасному соціально-комунікаційному середовищі / М. Васильченко // Вісник ХДАК. – Випуск 32. – 2011. – С. 159–167.
37. Веб-форум [Електронний ресурс] // Словник великий – Режим доступу: http://wikitwiki.in.ua/index.php?newsid=6295&news_page=2
38. Верховна Рада України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>.
39. Ветчанова О. Внедрение инноваций в сфере культуры / О. Ветчанова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2012. – № 3. – С. 64–74.
40. Взаимодействие веб-сайтов по культуре с пользователем: Рекомендации / Под редакцией рабочей группы проекта MINERVA ЕС «Качество, доступность и удобство работы». Перевод: Е. Малявская. – М.: МОО «Информация для всех», 2010. – 201 с.
41. Використання Інтернету в Україні, Інтернет-безпека та Інтернет-залежність [Електронний ресурс] // Дослідна компанія iVOX.– Режим доступу: http://www/ivoxgolos.com.ua/_2.html
42. Відейко М. Археологія в Інтернеті. Пошук інформації / М. Відейко // Археологія : Науковий журнал. – 07/2001. – №3. – С. 159–161.
43. Відлуння Віків : Український пам'яткоохоронний інтернет-ресурс. – Режим доступу: <http://www.pamjatky.org.ua>.
44. Вікіпедія: вибрані статті // Wikipedia. – Режим доступу: http://www.uk.wikipedia.org/wiki/Вікіпедія:Вибрані_статті.
45. Вінницька обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.vin.gov.ua/>
46. Владимиров В. Историческая информатика: пути развития / В. Владимиров // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2006. – № 1. – С. 86–92.
47. Волинська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://voladm.gov.ua>
48. Волков О. Музейный сайт: технология оформления музейного представительства в Интернете / О. Волков // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2003. – №12. – С. 70–77.
49. Волков О. Ю. Музейный сайт / О. Ю. Волков // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2004. – № 1. – С. 69–77.
50. Все про всі музеї України // Інтернет-портал «Рідна країна». – Режим доступу : <http://ridna.ua/museums/>
51. Всеукраїнська асоціація музеїв: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://vuam.org.ua/uk/>
52. Гендина Н. Создание официальных сайтов учреждений культуры: от разработки концепции к подготовке и повышению квалификации информационных кадров / Н. Гендина, Н. Колкова // Материалы пятнадцатой

ежегодной международной конференция «EVA 2013 Москва. – М. : Центр ПИК, 2013. – С.70–78.

53. Гендина Н. Создание эффективного официального сайта объекта культуры: от эмпирики к разработке и реализации научно обоснованной концепции / О. Алдохина, Н. Гендина, Н. Колкова // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств: журнал теоретических и прикладных исследований. – Кемерово : КемГУКИ, 2010. – С. 87–104.

54. Гопенко И. Музей и средства массовой информации / И. Гопенко // Музей на межі тисячоліть: минуле, сьогодні, перспективи: Зб. тез доп. та повідомл. Міжн. наук. конф., присвяч. 150 л. від дня засн. ДІМ ім. Д. І. Яворницького. – Дніпропетровськ: Вересень. – 1999. – С. 167–170.

55. Городницька Б. «Українським музеям бракує промоції та мобільності...» / Б. Городницька // Високий Замок. – 2012. – 15 – 17 черв. – С. 9.

56. Горська Н. Інтернет–ресурс та просування вітчизняного музейного продукту на світовий ринок послуг / Н. Горська, Т. Можаровська // Наукові записки НаУКМА. Теорія та історія культури. – 2013. – Т. 140. – С. 120–126.

57. Горська Н. Internet–ресурс музею як іміджевий інструмент / Н. Горська, О. Можаровський // Могилянські читання 2012 року: Зб. наук. пр. – К. – 2013. – С. 310–318.

58. Грогуль О. Аналіз веб–сайтів Обласних бібліотек (на прикладі Рівненської державної обласної бібліотеки та Кіровоградської обласної універсальної наукової бібліотеки імені Д. І. Чижевського) / О. Грогуль // Вісник Львівського університету. Сер.: Книгознавство, бібліотекознавство та інформаційні технології. – 2012. – Вип. 7. – С. 172–181.

59. Грогуль О. Веб–сайти ОУНБ як інформаційне джерело розвитку сучасних інформаційних комунікацій / О. Грогуль // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – 2011. – Вип. 32. – С. 283–292.

60. Гураль Р. Новітні інформаційні технології у роботі музеїв (на прикладі сайту Державного природознавчого музею НАН України) / Р. Гураль // Сучасний музей. Наукова й експозиційна діяльність. Матеріали наукової конференції, присвяченої 145–й річниці заснування Крайового музею в Чернівцях (15 травня 2008 р.). – Чернівці : Видавництво «Друк Арт», 2008. С. – 186–189.

61. Гураль Р. Основні напрямки розвитку інформаційної структури музеїв / Р. Гураль // Зб. мат. Загальноукр. конф. з проблем музеєзнавства, присв. 160–річчю засн. історичного музею ім. Д. І. Яворницького «Роль музеїв у культурному просторі України й світу». – Вип. 11. (14–15 жовтня 2009 р.). – м. Дніпропетровськ : АРТ–ПРЕС, 2009. – С.582–586.

62. Двадцять Сумцовські читання: збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції «Музей у глобальному світі: інновації та збереження

традицій» / [ред. В. Аксьонов, В. Буличова, О. Івах, А. Панченко, О. Сошнікова, І. Шевцов, А. Фененко]. – Х. : Майдан, 2014. – 374 с.

63. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

64. Державний комітет телебачення і радіомовлення України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://comin.kmu.gov.ua>

65. Державного комітету архівів України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.archives.gov.ua>

66. «Динамічний музей». – Режим доступу: <http://www.museums.org.ua>

67. Дніпропетровська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://adm.dp.ua>

68. Донецька обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://donoda.gov.ua/>

69. Дремайлов А. Виртуальные трехмерные исторические реконструкции в музейной выставочной экспозиции / А. Дремайлов // Материали сьомої щорічної міжнародної науково-практичної конференції АДІТ-2009 «Інформаційні технології: доступ к культурному наслідю». – Пушкінські Гори, 2003. – С. 34–50.

70. Дремайлов А. Роль професійного співробітництва інформатизації сфери культури в розвитку інформаційного общества / А. Дремайлов // Материали сьомої щорічної міжнародної науково-практичної конференції АДІТ-2009 «Інформаційні технології: доступ к культурному наслідю». – Пушкінські Гори, 2003. – С. 35–38.

71. Дриккер А. Інформаційні носії та музей ХХІ століття [Електронний ресурс] / А. Дриккер // Материали другої щорічної міжнародної науково-практичної конференції АДІТ-98. «Музеї та інформаційне простір: проблема інформатизації та культурне наслідю». – Іваново, 1998. – Режим доступу: http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/pd101_r.htm

72. Дриккер А. Новий музей в простір інформаційних мереж / А. Дриккер // Материали третьої щорічної міжнародної науково-практичної конференції АДІТ 99 «Музеї та інформаційне простір: проблема інформатизації та культурне наслідю». – Ярославль, 1999. – С.10–11.

73. Дриккер А. Простір екрана – простір картини: інформаційні технології та естетичне сприйняття / А. Дриккер // Материали восьмої щорічної міжнародної науково-практичної конференції АДІТ-2004 «Інформаційні технології: доступ к культурному наслідю». – Самара, 2004. – С. 20–22.

74. Дубровіна Л. Основні положення концепції комп'ютеризації архівної справи в Україні // Студії з архівної справи та документознавства. – 1998. – Том 3. – С. 6–17.

75. Дукельский В. Виртуальный проект в пространстве музея / В. Дукельский, А. Лебедев // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2008. – № 1. – С. 82–87.

76. Жабін О. Оцінка інтегрованості наукових фахових видань у систему мережових комунікацій / О. Жабін // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: Проблеми науки, освіти, практики: Зб. матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 17-19 травня 2011 р. – К., 2011. – С. 207–209.

77. Жабін О. Вебометричні дослідження бібліотечних сайтів України / О. Жабін // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – 2013. – Вип. 37. – С. 197–205.

78. Жабін О. Структуризація інформаційних ресурсів бібліотечного сайту / О. Жабін // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: Проблеми науки, освіти, практики: Зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25-26 травня 2004 р. – 2004. – С.160–161.

79. Жданович О. Дослідницькі ресурси історичної тематики в мережі Інтернет: створення та використання: дис. канд. іст. наук: 07.00.06 «Історіографія, джерелознавство та спеціальні історичні дисципліни» / О. Жданович. – К., 2010. – 160 с. + дод.

80. Жданович О. Досвід застосування електронних баз даних в історичних дослідженнях / О. Жданович // Історико-географічні дослідження в Україні : Зб. наук. пр. – 2009. – Вип. 11. – С. 256–275.

81. Жданович О. Інформатика історична // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол. : В. А. Смолій (голова) та ін.; Інститут історії України НАН України. – К. : Наук. думка, 2005. – Т. 3 : Е – Й. – С. 525.

82. Жданович О. Историческая информация в Интернет. Краткая история сети Интернет и использование ее информационных ресурсов / О. Жданович // Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики: Збірка наукових праць. – Число 5. / Відп. ред. М. Ф. Дмитрієнко. – К. : НАН України. Інститут історії України, 2000. – С. 336–347.

83. Жданович О. Історіографічні аспекти наукової інформатики / О. Жданович // Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики: Збірка наукових праць. – Число 12. / Відп. ред. М. Ф. Дмитрієнко. – К. : НАН України. Інститут історії України 2005. – С. 154–168.

84. Жданович О. Методология поиска и работы с историческими текстам в Интернет / О. Жданович // Історико-географічні дослідження в Україні. Збірка наукових праць. – Число 9. / Відп. ред. М. Ф. Дмитрієнко. – К. : НАН України. Інститут історії України, 2006. – С. 187–203.

85. Жежнич П. Структурна та формальна моделі віртуального музею / П. Жежнич, Ю. Ришковець // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – № 631 : Інформаційні системи та мережі. – С. 107–112.

86. Жеребцова Л. Комп'ютерні технології проектування інформаційно-довідкової системи «Мито» / Л. Жеребцова, О. Жеребцов //

Історіографічні та джерелознавчі проблеми історії України. – Д. : ДНУ, 2004. – С. 236–247.

87. Жеребцова Л. Создание электронного ресурса по истории таможенной службы Великого княжества Литовского (на примере базы данных «Мыто») / Л. Жеребцова // Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер». – М.; Томск, 2010. – № 36. – С. 65–66.

88. Житомирська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://oda.zt.gov.ua>

89. Загоскин Д. Перспективы музейного ресурса / Д. Загоскин // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2004. – № 11. – С. 89–100.

90. Закарпатська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.carpathia.gov.ua>

91. Западенко І. Музеї зарубіжжя і України в мережі Twitter – досвід #MuseumWeek2015 / І. Западенко // Музейна справа на Поділлі: історія та сучасність : зб. наук. пр. за підсумками Всеукр. наук.–практ. конф., 15 травня 2015 р. – Кам'янець–Подільський: Кам'янець–Подільський державний історичний музей-заповідник, 2015. – С. 54–57.

92. Запорізька обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.zoda.gov.ua>

93. Запорожский областной художественный музей (Украина) // Портал «Русский музей: виртуальный филиал». – Режим доступу: <http://www.virtualrm.spb.ru/>

94. Заславец Н. Информационные технологии в музейной экспозиции / Н. Заславец // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2009. – № 1. – С. 65–72.

95. Заславец Н. Информационное обеспечение музейной экспозиции: на примере Государственного исторического музея: дис. канд. культ. наук: 24.00.01 «Теория и история культуры» / Н. Заславец.– СПб. 2008. – 190 с.+дод.

96. Зінченко О. Що не так із сайтами українських музеїв [Електронний ресурс] / О. Зінченко // Історична правда. – Режим доступу: <http://www.istpravda.com.ua/articles/2013/01/21/108504>.

97. Знаменский А. Компьютер в экспозиции. Взгляд из провинции / А. Знаменский С. Черкалин // Материалы пятой ежегодной международной научно-практической конференции АДТИТ-2001 «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие».– Тула, 2001. – С. 15–16.

98. Захарченко Т. Застосування ЕОМ у роботі державних архівів України / Т. Захарченко // Архіви України. – 1996. – № 4–6. – С. 37–47.

99. Захарченко Т. Створення електронних версій фондів каталогів у державних архівах України / Т. Захарченко // Вісник. – 2002. – Вип. 2 (10). – С. 211–213.

100. Захарченко Т. Автоматизовані інформаційно-пошукові системи архівних установ України та проблеми їх експлуатації / Т. Захарченко // Укр.

архів-во: історія, суч. стан та перспективи. Наук. доп. Всеукр. конф. – К., 1996. – С. 344–348.

101. Івано-Франківська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.if.gov.ua>

102. Івченко Б. Маркетинг і реклама в роботі сучасного музею (з досвіду роботи ХІМ) / Б. Івченко [Електронний ресурс] // Сімнадцяті Сумцовські читання: Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму. – Харків. – 2011. – Режим доступу: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2011/article.html?n=83>

103. Лясков Л. Сучасні форми та методи рекламної роботи музею / Л. Лясков // Національний музей історії України: його фундатори та колекції. – К., 1999. – С. 169–174.

104. Інститут гуманітарних та соціальних наук Національний університет «Львівська політехніка»: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.lp.edu.ua/node/50>

105. Інститут історії України Національної академії наук України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.history.org.ua>.

106. Інститут української археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського НАН України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://archeos.org.ua>

107. Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Рильського НАН України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.etnolog.org.ua/>

108. Інтернет-журнал «Museum»: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.formuseum.info>

109. Інтернет-журнал «Музеї України»: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://museum-ukraine.org.ua>

110. Інформаційні технології в професійній діяльності: Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Рівне : РВВ РДГУ. – 2015. – 222 с.

111. Історико-культурна спадщина: збереження, доступ, використання: матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 7-9 квітня 2015 р., Національний авіаційний університет / ред. кол. Тюрменко І. І. та ін. – К.: «Талком», 2015. – 384 с.

112. Історико-філософське відділення Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Ушинського. – Режим доступу: <http://www.pdpu.edu.ua/fakulteti/136-istoriko-filosofskij-fakultet-institut-psikhologiji>

113. Історичний факультет Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://eenu.edu.ua/uk/structure/faculties-and-institutes/istorichniy-fakultet>

114. Кабінет Міністрів України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>

115. Калинина Л. Интернет-сайт как инструмент для работы музейщика / Л. Калинина, И. Пролеткин, М. Шпак // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2007. – № 11. – С. 83–87.

116. Калинина Л. Информационное пространство музея. Разработка стратегии работы с аудиторией через Интернет / Л. Калинина, И. Пролеткин, М. Шпак // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2006. – № 12. – С. 83–88.

117. Калинина Л. Изучение виртуального пространства музея / Л. Калинина, И. Пролеткин, М. Шпак // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2008. – № 10. – С. 37–51.

118. Калинина Л. Модель ИТ-сотрудничества / Л. Калинина, И. Пролеткин, М. Шпак // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2005. – № 6. – С. 59–67.

119. Калинина Л. Новостной сайт музея: Основные этапы создания и перспективы развития / Л. Калинина, М. Шпак, И. Пролеткин, А. Турлов // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2003, № 10. – С. 75–81.

120. Капранов Е. Группа Facebook как инструмент эффективного продвижения услуг музея / Е. Капранова, Л. Калинина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2012. – № 5. – С. 69–80.

121. Капустіна Н. Деякі аспекти роботи з музейною аудиторією (з досвіду роботи Дніпропетровського історичного музею ім. Д. І. Яворницького) / Н. Капустіна // Сучасний музей: між скарбницею і підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8–10 жовтня 2006 року в м. Чернівці. – Львів: ВНТЛ-Класика, 2008. – С. 99–102.

122. Касьянов В. Музеи и Интернет: новые возможности / В. Касьянов // Информационные технологии в гуманитарных исследованиях. – Новосибирск: Новосибирский госун-т, 2006. – Вып.10. – С. 88–96.

123. Київська міська державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://kievcity.gov.ua>

124. Київська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.kyiv-obl.gov.ua>

125. Кириличева А. Музей-всегда online [Электронный ресурс] / А. Кириличева // Материалы шестнадцатой ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-2012 «Культурное наследие и информационные технологии: музей как информационная система». – 2012. – Режим доступу: <http://kizhi.karelia.ru/library/adit-2012-t/887.html>.

126. Кисельова А. Архівні ресурси України в глобальній інформаційній мережі: види, доступ, перспективи: дис. канд. іст. наук: 07.00.10 «Документознавство, архівознавство» / А. Кисельова. – К., 2005. – 190 с.+ дод.

127. Кисельова А. Використання архівних електронних ресурсів: статистика відвідувань архівного порталу України / А. Кисельова // Архіви України. – 2004. – № 1–2(253). – С. 158–167.

128. Кисельова А. Відкриті інформаційні ресурси архівного порталу України: структура, наповнення, моніторинг / А. Кисельова // Студії з архівної справи та документознавства. – 2004. – Т. 11. – С. 58–70.

129. Кисельова А. Українські архівні ресурси в Інтернеті [Електронний ресурс] / А. Кисельова // Рукописна та книжкова спадщина України. – 2004. – Вип. 9. – С. 238–247.

130. Киссель О. Современные средства отображения в пространстве музея / О. Киссель // Материалы восьмой ежегодной международной научно-практической конференции АДТИТ-2004 «Информационные технологии: доступ к культурному наследию». – Самара, 2004. – С.50–51.

131. Кіровоградська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://kr-admin.gov.ua/start.php>

132. Козловская Н. Музейный сайт – ресурс коммуникации и аналитики / Н. Козловская, В. Тамм // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2012. – № 6. – С. 79–85.

133. Кокорина Е. Информатизация музеев / Е. Кокорина // Справочник руководителя учреждений культуры. – 2006. – № 5. – С.55–61.

134. Колкова Н. Электронные информационные ресурсы: общее и специфическое в оценке качества / Н. Колкова, И. Скипор // Материалы девятой всероссийской научно-практической конференции «Электронные ресурсы библиотек, музеев, архивов». – СПб. : Политехника-сервис, 2013. – С. 8 – 16.

135. Концепція наукової діяльності Запорізького національного університету на 2010 – 2020 рр. [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://ua.convdocs.org/docs/index-66064.html?page=3>.

136. Копитько О. Кращі музеї і галереї України: рейтинг користувачів Facebook [Електронний ресурс] / О. Копитько // портал «Музейний простір». – Режим доступу : <http://prostir.museum/ua/post/30326>.

137. Копитько О. Рейтинг музеев Украины: версия пользователей Вконтакте [Електронний ресурс] / О. Копитько // портал «Музейний простір». – Режим доступу : <http://prostir.museum/ua/post/25276>.

138. Коровай І. Гостьова книга: трохи історії та призначення [Електронний ресурс] / І. Коровай // Соціальні мережі. – Режим доступу: <http://www.socialnetwork.com.ua/2012/04/hostova-knyha-trohy-istoriji-ta-pryznachennya/>

139. Костенко Л. Реферативна база даних «Україніка наукова»: стан, перспективи використання / Л. Костенко // Сучасний стан та перспективи наукового реферування : матеріали міжнар. семінару-практикуму (Київ, 29 травня 2009 р.). – Київ : ННЦ ІАЕ, 2009. – С. 53–57.

140. Костенко Л. Проблеми формування електронних бібліотек в Україні / Л. Костенко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 1998. – Вип. 1. – С. 220–228.

141. Костенко Л. Бібліотека суспільства знань: концептуальна модель / Л. Костенко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2006. – № 1. – С. 23–28.
142. Костенко Л. Информационные ресурсы Вэб-сайта библиотеки / Л. Костенко // Электронные информационные ресурсы: проблемы формирования, обработки, распространения, защиты и использования – 2002: Материалы III Междунар. науч.-техн. конф. – К. : УкрИНТЭИ, 2002. – С. 43–45.
143. Костенко Л. Функции и статус библиотеки информационного общества / Л. Костенко, М. Сорока // Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире: новые технологии и новые формы сотрудничества: Тр. конф. / 9-я междунар. конф. «Крым 2002». – М. : ГПНТБ России, 2002. – Т. 2. – С. 743–746.
144. Костенко Л. Використання Internet у бібліотеках / Л. Костенко // Бібліотечний вісник. – 1999. – № 2. – С. 6–10.
145. Костенко Л. Бібліотека інформаційного суспільства / Л. Костенко, М. Сорока // Бібліотечний вісник. – 2002. – № 3. – С. 33–38.
146. Кравченко Н. Віртуальні виставки Педагогічного музею України як спосіб популяризації видатних педагогів / Н. Кравченко // Історико-культурна спадщина: збереження, доступ, використання: матер. Міжнар. наук.– практ. конф., м. Київ, 7–9 квітня 2015 р., Національний авіаційний університет / редкол. Тюрменко І. І. та ін. – К. : «Талком», 2015. – С. 202–206.
147. Кузьмук О. Стан та шляхи модернізації музейного менеджменту в Україні [Електронний ресурс] / О. Кузьмук. – Режим доступа: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/oktober08/2.htm>
148. Кулешов С. Архів, бібліотека, музей: спроба інтеграції на засадах комунікаційного підходу / С. Кулешов // Студії з архівної справи та документознавства. – 2009. – Т. 17. – С. 29–31.
149. Куліков В.О. Пошук історичної інформації в Інтернеті: посібник для студентів історичних факультетів / В.О. Куліков. – Харків : Вид-во ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2007. – 91 с.
150. Куліков В. Нові інформаційні технології в історичних дослідженнях / В. Куліков // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Сер.: Історія. – 2007. – № 762. – С. 217–228.
151. Куліков В. Digital history: становлення, сучасний стан, перспективи / В. Куліков // Спеціальні історичні дисципліни. – 2013. – № 21. – С. 27–44.
152. Курченко Т. Стан доступу та збереження цифрової історико-культурної спадщини України на сайтах обласних краєзнавчих музеїв південного регіону України / Т. Курченко // Південь України: етноісторичний, мовний, культурний та релігійний виміри: V міжнар. наук. конф., 24–25 квітня 2015р. – Одеса : ОМУ, 2015. – С. 144–148.

153. Лаборатория музейного проектирования Российского института культурологии: официальный веб-сайт. – Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/lmp/>

154. Лаптева М. Виртуальный музей. Проблема определения / М. Лаптева // Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер». № 36. Материалы XII конференции АИК. Октябрь 2010 г. – Москва : Изд-во Московского университета, 2010. – С. 125–126.

155. Лебедев А. Информационные технологии в контексте гуманитарного знания / А. Лебедев // Материалы третьей ежегодной международной научно-практической конференции АДТИ 99 «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Ярославль, 1999. – С.15–17.

156. Лебедев А. Виртуальные экспонаты: Современные средства отображения информации в музейной экспозиции / А. Лебедев // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2006. – № 7. – С. 50–55.

157. Лебедев А. Музейные представительства в Интернете. Российский и зарубежный опыт [Электронный ресурс] / А. Лебедев // Материалы второй ежегодной международной научно-практической конференции АДТИ-98. «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Иваново, 1998. – Режим доступа: http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/pd501_r.htm

158. Лебедев А. Электронный музейный предмет: новая аутентичность / А. Лебедев // Материалы седьмой ежегодной международной научно-практической конференции АДТИ-2005 «Культурное многообразие в едином информационном пространстве». – Казань, 2005. – С. 25–27.

159. Легеченко М. Некоторые аспекты культуры создания музейного веб-сайта / Легеченко М. // Омский научный вестник. – 2011. – №1. – С. 206–211.

160. Леньо П. Приватні музеї Закарпаття та їх роль у популяризації традиційної культури [Електронний ресурс] / П. Леньо // просвітницько-пізнавальний портал «Закарпаття». – Режим доступа: <http://www.zakarpattia.com/?p=2323>

161. Лепаловская В. Добавь музей в друзья ! : использование соц. сетей в музейной работе / В. Лепаловская, Е. Сосновская // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2011. – № 11. – С. 67–74.

162. Лившиц Л. Детские страницы музейных сайтов [Электронный ресурс] / Л. Лившиц // Материалы шестнадцатой ежегодной международной научно-практической конференции АДТИ-2012 «Культурное наследие и информационные технологии: музей как информационная система». – 2012. – Режим доступа: <http://kizhi.karelia.ru/library/adit-2012-t/904.html>

163. Лорд Б., Лорд Г. Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М. : Логос, 2002. – 256 с.

164. Лоскутов Э. Оптимизация и анализ работы сайта музея / Э. Лоскутов, А. Ушаков // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2014. – № 3. – С. 29–45.

165. Лубчак В. Чому більшість українських музейників боїться інтерактиву? / В. Лубчак // День. – 2012. – 18–19 трав. – С. 17.

166. Луганська обласна військово-цивільна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.loga.gov.ua>

167. «Луньовські читання». Матеріали науково–практичних семінарів (2010–2014 рр.) / [ред. Н. Вербук, О. Денисенко, В. Іващенко, В. Круглова, С. Куделко, П. Луньов, О. Павлова, С. Посохов]. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 2014. – 202 с.

168. Лях С. Комп'ютерна інформаційна система «Вольності Війська Запорозького у XVIII ст.» / С. Лях // Запорозьке козацтво в пам'ятках історії та культури : Матеріали міжнар. наук.– практ. конф., м. Запоріжжя, 2–4 жовтня 1997 р. – Запоріжжя: РА «Тандем-У», 1997. – Секції III,IV,V. – С.57–59.

169. Ляшенко І. Прогресивні інформаційні технології в управлінні бібліотечними процесами / І. Ляшенко. – Київ: НАН України. НБУВ, 1998. – 44 с.

170. Ляшенко І. Автоматизація бібліотечних процесів з використанням інформаційних мережевих технологій / І. Ляшенко. – НАН України. НБУВ. – К., 1998. – 20 с.

171. Львівська національна наукова бібліотека України імені Василя Стефаника: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.library.lviv.ua/>

172. Львівська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://loda.gov.ua>

173. Мазурик З. Для чого нам музеї [Електронний ресурс] / З. Мазурик // видання «Історична правда». 2010. – Режим доступу: <http://www.istpravda.com.ua/articles/2012/08/27/92208/>

174. Максимова Т. Виртуальные музеи как социокультурный феномен: дис. канд. культ. наук: 24.00.01 «Теория и история культуры» / Т. Максимова. – М., 2012. – 187 с.+дод.

175. Маневич Г. Современные Internet-технологии и их применения при автоматизации музейной деятельности [Електронний ресурс] / Г. Маневич // Материалы второй ежегодной международной научно-практической конференции АДТИТ-98. «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Иваново, 1998. – Режим доступу: http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/td507_r.htm

176. Маневич Г. Создание сети по национальному наследию: опыт зарубежных проектов / Г. Маневич // Материалы третьей ежегодной международной научно-практической конференции АДТИТ 99 «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Ярославль, 1999. – С.30–33.

177. Маньковська Р. Музеї України в інформаційному просторі: досвід та перспективи / Р. Маньковська // Історія України. Маловідомі імена, події, факти. Вип. 11. – К., 2000. – С. 214–221.

178. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку / Р. Маньковська // Краєзнавство. – 2013. – № 3. – С. 75–84.

179. Материалы второй ежегодной международной научно-практической конференции АДТИТ-98. «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Иваново, 1998. – Режим доступа: <http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/default.htm>

180. Матяш І. Організація архівної справи в сучасній Україні / І. Матяш // Студії з документознавства та архівознавства. – 2005. – Т. 13. – С. 10–26.

181. Матяш І. Проекти архівної реформи: основні положення та спроби втілення / І. Матяш // Архіви України. – 2008. – № 1-2 (260). – С. 22–38.

182. Милосердова Е. Трехмерная визуализация в музейном пространстве: технологиимногослойной проекции / Е. Милосердова // Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер». № 36. Материалы XII конференции АИК. Октябрь 2010 г. – Москва: Изд-во Московского университета, 2010. – С. 126–127.

183. Миколаївської обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступа: <http://www.mk.gov.ua>

184. Мина Ж. Перспективи розвитку інформаційної структури музеїв / Ж. Мина // Інформація, комунікація, суспільство: матеріали I Міжнародної наукової конференції ІКС–2012, 25–28 квітня, 2012 року, Львів / Національний університет «Львівська політехніка», Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Кафедра інформаційних систем та мереж. – Львів : Видавництво Львівської політехніки.–2012. – С. 274–275.

185. Минина С. Web-сайт как элемент коммуникационной инфраструктуры музейного сетевого социума [Электронный ресурс] / С. Минина // Некоммерческое партнерство «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии»: официальный сайт. – 2000. – Режим доступа: <http://aditru.706.com1.ru/rus/publication/web/paper.asp?nomer=%C02000>

186. Михайлова А. Твиттер-проекты для музеев / А. Михайлова // Справочник руководителя учреждения культуры : профессиональное издание для руководителей культуры. – 2015. – № 4. – С. 72–77.

187. Михайлова А. Интернет – площадка для профессионального развития / А. Михайлова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2015. – № 8. – С. 43–48.

188. Михайлова А. Правила использования изображений в социальных сетях / А. Михайлова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2015. – № 3. – С. 73–80.

189. Михайлова А. Правила подготовки публикаций для социальных сетей «Фейсбук» и «ВКонтакте» / А. Михайлова // Справочник руководителя учреждения культуры: профессиональное издание для руководителей культуры. – 2015. – № 2. – С. 71–82.
190. Міністерства освіти і науки України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua>
191. Міністерство внутрішніх справ України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://mvs.gov.ua>
192. Міністерство культури України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua>
193. Міністерство оборони України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.mil.gov.ua>
194. Мірошника Р. Інтернет-ресурси історії України в глобальній комп'ютерній мережі: особливості формування, інформаційне наповнення, проблематика (1991-2010 р.р.) : дис. канд. іст. наук: 07.00.01 «Історія України» / Р. Мірошник. – Київ., 2011. – 238 с. + дод.
195. Могилянські читання 2012 року: Зб. наук, пр. «Традиції печерних монастирських комплексів в Україні та Східній Європі. Проблеми вивчення, збереження та музеєфікації» / [Ред. рада: В. М. Колпакова (відп. ред.) та ін.]. – К. – 2013. – 480 с.
196. Морозкина Л. Электронные информационные ресурсы музея : иллюстрированный каталог музейных коллекций / О. Докучаева, Л. Морозкина, И. Хургина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2004. – № 11. – С. 82–88.
197. Москалець А. Музей і ЗМІ. З досвіду організації співпраці з мас-медіа Дніпропетровського історичного музею. / А. Москалець // Роль музеїв у культурному просторі України і світу. Вип. 11. – Дніпропетровськ, 2009. – С. 565 – 573.
198. Мотвиллофф В. Политика ЮНЕСКО в области информатизации Мирового Культурного Наследия [Электронный ресурс] / В. Мотвиллофф // Материалы второй ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-98. «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Иваново, 1998. – Режим доступу: <http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/pd102.htm>
199. «Музейна крамниця онлайн». – Режим доступу: <https://museumstore.com.ua/>
200. Музей будущего: Информационный менеджмент: Сб. ст. / Сост. А. Лебедев. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 315 с.
201. Музей и новые технологи: Сб. ст. // На пути к музею XXI века / Сост. и науч. ред. Н. Никишин. – М. : Прогресс-Традиция, 1999. – 216 с.
202. «Музейне Коло Прикарпаття». – Режим доступу: <http://www.museum.if.ua>
203. Музейна справа на Поділлі: історія та сучасність: зб. наук. пр. за підсумками всеукр. наук.-практ. конф., м. Кам'янець-Подільський, 15 травня

2015 р. / [редкол.: В. С. Травінський (голова), Л. В. Баженов, О. М. Завальнюк та ін.]. – Кам'янець-Подільський : ПП «Медобори-2006», 2015. – 272 с.

204. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики: Сб. ст. / Сост. В. Дукельский. – М. : Российский институт культурологии МК РФ, 2010. – 199 с.

205. Музейне блогерство: огляд цікавих блогів, присвячених музейній справі // портал «Музейний простір». – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/29872>

206. Музеї Києва та Київської області // Київський портал «Твій Київ». – Режим доступу: <http://tvoj.kiev.ua/>

207. Музеї Львова та Львівської області // Львівський портал. – Режим доступу: <http://portal.lviv.ua>

208. Музеї Одеси, Іллічівська // Одеський портал. – Режим доступу: <http://odportal.com.ua/>

209. Музеї Херсонської області // Херсонський портал Арт-Кавун. – Режим доступу: <http://artkavun.kherson.ua>

210. Музеї Чернівецької області // Північно-Бессарабський інформаційний портал. – Режим доступу: <http://nordbess-news.cv.ua>

211. «Музейний портал». – Режим доступу: <http://museum-portal.com/>

212. Мурадов Д. Сайт ДНІМ в Інтернеті: аналіз інтерактивних компонентів (на прикладі музейного фонду) [Текст] / Д. Мурадов // Наддніпрянська Україна: історичні процеси, події, постаті: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: Вид-во Дніпропетр. нац. Ун-ту. – 2010. – Вип. 8. – С. 103–111.

213. Наседкин К. Конструирование музейных сайтов от А до Я / К. Наседкин, Д. Ольшанский // Материалы третьей ежегодной международной научно-практической конференции АДІТ 99 «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Ярославль, 1999. – С. 39–47.

214. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

215. Національний інститут стратегічних досліджень: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>.

216. Некоммерческое партнерство «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии»: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.adit.ru>

217. Никишин Н. О коммуникационных проблемах развития музейной сферы [Електронний ресурс] / Н. Никишин // Материалы шестнадцатой ежегодной международной научно-практической конференции АДІТ-2012 «Культурное наследие и информационные технологии: музей как информационная система». – 2012. – Режим доступу: http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/td602_r.htm

218. Новохатський К. Організація доступу до документів Національного архівного фонду України та використання архівної інформації / К. Новохатський // Архіви України. – 2008. – № 3-4 (261). – С. 75–83.

219. Новохатський К. Гуманітарна місія архівів та реформування архівної справи в Україні / К. Новохатський // Архіви України. – 2007. – № 1–3. – С. 79–85.

220. Цит. за: Новые информационные и коммуникационные технологии в развитии музеев. Аналитическая записка / Автор-составитель: Н. Толстая. – М., 2014. – С. 91.

221. Ноль Л. Доступ к культурному наследию / Л. Ноль // Учреждения культуры. – 2003. – № 2. – С. 56–64.

222. Ноль Л. Информационные технологии в деятельности музеев / Л. Ноль // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2004. – № 12. – С. 74–90.

223. Ноль Л. Компьютерные технологии в музее / Л. Ноль. – М.: Российский институт переподготовки работников культуры, искусства и туризма, 1999. – 114 с.

224. Нужен ли музеи в век Интернета? [Электронный ресурс] // портал Музеи мира. – Режим доступа: <http://www.globmuseum.info>

225. Одеської обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступа: <http://oda.odessa.gov.ua>

226. Ольшанский Д. Разработка музейных сайтов / Д. Ольшанский // Материалы третьей ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ 99 «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Ярославль, 1999. – С. 82–84.

227. Опалько Ю. Збереження культурно-історичної спадщини в сучасній Україні: проблеми та перспективи / Ю. Опалько // Стратегічні пріоритети. – К., – 2007. – № 1 (2). – С. 83–88.

228. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв. Посібник // Під редакцією: В. Великочого, Н. Гасюк. Авторський колектив: П. Горішевський, М. Дейнега, М. Ковалів, В. Мельник, Н. Рега, С. Оришко, О. Соколова. – Івано-Франківськ: Плай. – 2005. – 64 с.

229. Оцифровка музейных экспонатов [Электронный ресурс] // Компания «Електронні архіви України». – Режим доступа: <http://elau.org/post.php?id=226&lang=ru>

230. Павлуша І. Електронні бібліотеки: системний підхід до формування фондів / І. Павлуша // Бібліотечний вісник. – 2000. – № 2. – С. 16–19.

231. Павлуша І. Електронні бібліотеки: зарубіжний досвід, питання розробки української концепції / І. Павлуша // Бібліотечний вісник. – 1999. – № 4. – С. 13–24.

232. Павлуша І. Рукописи і стародруки на WWW-серверах національних бібліотек / І. Павлуша // Бібліотека. Наука. Культура.

Інформація: Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського. – К., 1998. – Вип. 1. – С. 332–336.

233. Пантелейчук І. Трансформація музею як соціокультурного інституту (XX–початок XXI століття): дис. канд. іст. наук: 17.00.01 «Теорія та історія культури» / І. Пантелейчук. – К., 2006. – 205 с. + дод.

234. Пелешишин А. Інтернет-джерела як засіб використання інформації для джерелознавців // А. Пелешишин, Т. Білушак // Сумський історико-архівний журнал. – 2016. – № XXVI. – С. 16–23.

235. Південь України: етноісторичний, мовний, культурний та релігійний виміри: збірник наукових праць V Міжнародної наукової конференції, 24–25 квітня 2015 р., Одеса / Ред. кол.: М. І. Михайлуца (відп. ред.), О. Г. Бажан, О. А. Бачинська, Дж. Єнаке, О. Є. Лисенко, О. П. Реєнт, О. П. Тригуб, А. В. Тулуш, В. М. Хмарський. Міністерство освіти і науки України; Інститут історії України НАН України; Національна спілка краєзнавців України; Одеський національний морський університет; Universitatea «Dunarea de Jos» Galati (Romania); Державний архів Одеської області; Громадська рада при державному архіві Одеської області. – Одеса : ОНУ, 2015. – 442 с.

236. Підгаєцький В. Модернізм і постмодернізм: уявне минуле чи інваріантне майбутнє? // Україна модерна / За ред. В. Верстюка та ін. – Львів: Ін-т істор. досліджень Львівського Нац. ун-ту ім. І.Франка, 2000. – Ч. 4-5. – С. 289–316.

237. Плишина І. Інтернет-представительство: анализ имиджформирующих качеств интернет-ресурса музея / И. Плишина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2007. – № 5. – С. 67–72.

238. Подгаецкий В. Вариант создания базы данных о крестьянских хозяйствах Украины в годы НЭПа / В. Подгаецкий, Ю. Святец // Круг идей: новое в исторической информатике: Труды I конференции Ассоциации «История и комп'ютер». М., 1994. – С. 151–156.

239. Подгаецкий В. Клиометрика: Axiomata minora (Версия 3. Предметное пространство) / В. Подгаецкий // Круг идей: развитие исторической информатики: Труды II конференции Ассоциации «История и комп'ютер». – М., 1995. – С.470–482.

240. Подгаецкий В. Клиометрика: АХИОМАТА МИНОРА (Версия 2. «Массовые источники») / В. Подгаецкий // Информационный бюллетень АИК. – 1994. – № 10. – С. 81–82.

241. Подгаецкий В. «Историческая информатика» как источниковедение XX и/или XXI века? Pro et Contra (ad Nominem) / В. Подгаецкий // Круг идей: историческая информатика в информационном обществе: Труды VIII конференции Ассоциации «История и комп'ютер». – М., 2001. – С. 417–418.

242. Подгаецкий В. «Пахари ледника» и их истории как метафоры прошедших времен. Пионеры. Версия 1. Информация к размышлению /

В. Подгаецкий // Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер». 2004. – № 32. – С. 203–204.

243. Подорожуємо, не виходячи з дому (віртуальні екскурсії по музеях України та світу): вебліографічний путівник / уклад. : В. Савельєва, Ю. Ніколаєнко. – Сєверодонецьк, 2015. – 22 с.

244. Поздняков И. Виртуальные музеи мира: состояние и перспективы развития / И. Поздняков, В. Тютник // Материалы седьмой ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-2009 «Информационные технологии: доступ к культурному наследию». – Пушкинские Горы, 2003. – С. 107–108.

245. Полтавська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.adm-pl.gov.ua>

246. Портал «Музейний простір». – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua>

247. Портал МАРТ. – Режим доступу: <http://mart-museum.ru>

248. Посібник Calimera: Використання в культурі: Місцеві заклади, як посередники в організації доступу до електронних ресурсів. Рекомендації з позитивної практики. 2005. – 383 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://library.kr.ua/calimera/>

249. Президент України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua>

250. Принципы качества веб – сайтов по культуре. Руководство / Под редакцией Пятой рабочей группы проекта Minerva «Определение потребностей пользователей, содержания и критериев качества веб-сайтов по культуре». Перевод: Н. Браккер, Л. Куйбышев, Е. Кузьмин. – М. : Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2006. – 61 с.

251. Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні [Електронний ресурс]: сайт «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/928/2000>

252. Про інформацію [Електронний ресурс]: сайт «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

253. Про музеї та музейну справу [Електронний ресурс]: сайт «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/249/95-вр>

254. Про Національну програму інформатизації [Електронний ресурс]: сайт «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/74/98-вр>

255. Про невідкладні заходи щодо розвитку музеїв України [Електронний ресурс]: сайт «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/489/2000>

256. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки [Електронний ресурс]: сайт «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/537-16>

257. Про схвалення плану дій з впровадження в Україні Ініціативи «Партнерство» «Відкритий Уряд» [Електронний ресурс]: сайт «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/220-2012-p>
258. Про телекомунікації [Електронний ресурс]: сайт «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>
259. Програма «Розвиток музейної справи» [Електронний ресурс] // сайт міжнародного благодійного фонду «Україна 3000». – Режим доступу: <http://www.ukraine3000.org.ua/yesterday/vchora/5243.html>
260. Пролеткин И. Интернет-мониторинг: анализ глобальной сети как один из приоритетов музейной деятельности / И. Пролеткин, Л. Калинина, М. Шпак // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2008. – № 3. – С. 94–98.
261. Пролеткин И. Несколько PR-шагов музея в Интернете / И. Пролеткин, Л. Калинина, М. Шпак // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2010. – № 10. – С. 86 – 97.
262. Ремовська О. Сучасний музей: концентрація на відвідувачах і вихід онлайн [Електронний ресурс] / О. Ремовська // інформаційна служба «Радіо свобода» (українська редакція). – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24884059.html>
263. Ришковець Ю. Побудова віртуальних галерей за інтересом користувача / Ю. Ришковець, П. Жежнич, В. Литвин // 36. Наук. праць, / НАН України. Ін-т пробл. модел. в енергетиці ім. Г. С. Пухова. – К. : Ін-т пробл. модел. в енергетиці ім. Г. С. Пухова НАН України-2009. – Вип. 51. – С. 159–166.
264. Рівненської обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.rv.gov.ua/sitenew>
265. Роль музеїв у культурному просторі України й світу: стан, проблеми, перспективи розвитку музейної галузі. (Збірник матеріалів загальноукраїнської наукової конференції з проблем музеєзнавства, присвяченої 160-річчю заснування Дніпропетровського історичного музею ім. Д.І. Яворницького) / [Уп. В. М. Бекетова]. – Вип. 11. – Д. : АРТ-ПРЕС. 2009. – 608 с.
266. Рутинський М. Музеєзнавство: Навч. посіб. / М. Рутинський, О. Стецюк. – К.: Знання. – 2008. – 428 с.
267. Рябчикова Ф. Комунікативний вектор у музейній діяльності / Ф. Рябчикова // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Культура і соціальні комунікації. – 2009. – Вип. 1. – С. 158–163.
268. Савенський М. Чи стануть українські соціальні мережі серйозним бізнесом [Електронний ресурс] / М. Савенський // Forbes. Україна. – Режим доступу: <http://forbes.ua/ua/opinions/1369177-chi-stanut-ukrayinski-socialni-merezhi-serjoznim-biznesom>.

269. Савин Р. Музейные базы в сети Интернет [Электронный ресурс] / Р. Савин // Материалы шестнадцатой ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-2012 «Культурное наследие и информационные технологии: музей как информационная система». – 2012. – Режим доступа: http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/td509_r.htm

270. Самаковская О. Моделирование контента сайта музея (на примере этнографических музеев и музеев-заповедников) / О. Самаковская // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств: журнал теоретических и прикладных исследований. – Кемерово: КемГУКИ. – Вып. 12. – 2010. – С. 76–86.

271. Самаковская О. Формирование контента сайтов этнографических музеев: проблемы качественного представления музейной информации в Интернете и пути их решения / О. Самаковская // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – № 20. – С. 55–61.

272. Святець Ю. Технологічні аспекти проектування електронної публікації комплексу актів Руської (Волинської) метрики (1569–1673) / Ю. Святець // Вісник Дніпропетровського університету. – 2015. – Т. 23, вип. 23. – С. 25–37.

273. Святець Ю. Контент-аналіз та комп'ютерні технології його реалізації в історичних дослідженнях / Ю. Святець // Наукові записки. Острозька академія. Острог, 1999. – Т. 2. – Ч.1 – С. 71–78.

274. Святець Ю. Историческая информатика на историческом факультете Днепропетровского госуниверситета / Ю. Святець // Опыт компьютеризации исторического образования в странах СНГ: Сб. ст. / Под ред. В.Н. Сидорцова, Е.Н. Балыкиной. – Мн. : БГУ, 1999. – С. 30–39.

275. Святець Ю. Научно-учебный семинар «Компьютинг в изучении средневековой истории» / Ю. Святець // Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер». – 1997. – № 20. – С. 31–33.

276. Святець Ю. База данных как динамическая информационная модель предметной области исторического исследования / Ю. Святець // Информационный бюллетень. – 1996. – №17. – С. 71–73.

277. Святець Ю. Компьютерные технологии обработки текстовых источников: преобразование, моделирование, анализ / Ю. Святець // Информационный бюллетень. – 1996. – №19. – Режим доступа: <http://aik-sng.ru/text/bullet/19/4.shtml>

278. Скакун Л. Представительства музеев в сети Интернет/ Л. Скакун // Информационный бюллетень ассоциации «История и компьютер». – № 30. Материалы VIII конференции АИК. Июнь 2002 г. – М., 2002. – С. 109–111.

279. Скакун Л. Музейное представительство в Интернет – комплексный обучающий ресурс / Л. Скакун // Информационный бюллетень ассоциации «История и компьютер». № 32. Материалы IX конференции АИК. Апрель 2004 г. Москва, Томск, 2004. – С. 42–44.

280. Скакун Л. Виртуальный музей: особенности и возможности / Л. Скакун // Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер». № 36. Материалы XII конференции АИК. Октябрь 2010 г. – Москва: Изд-во Московского университета, 2010. – С. 133–134.

281. Сидорчук Т. Оцифрування як стратегія забезпечення збереженості особових фондів науковців: досвід Наукового архіву Національного університету «Києво-Могилянська академія» / Т. Сидорчук // Інформаційно-документальні комунікації в глобалізованому світі: матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 21-22 берез. 2013, м. Київ, Україна / редкол.: Тюрменко І. І. [та ін.] М-во освіти і науки України, Нац. авіац. ун-т. – К. : НАУ, 2013. – С. 86–87.

282. Сімнадцяті Сумцовські читання. Матеріали наукової конференції на тему «Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму» / [ред. В. Аксьонов, В. Буличова, О. Івах, А. Панченко, О. Сошнікова, І. Шевцов]. – Х. : Майдан. – 2011. – 268 с.: іл.

283. Сініченко С. Деякі аспекти використання сучасних інформаційних технологій в історіографічних дослідженнях в Україні / С. Сініченко // Проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. пр. – К. : КиМУ, 2010. – Вип. 1. – С. 286–296.

284. Славутич Є. Уніформологія: каталог фахових Інтернет-ресурсів / Є. Славутич // Спеціальні історичні дисципліни. – К.: Інститут історії України, 2013. – №21. – С. 237–276.

285. Словник-довідник термінології музейництва / Р. Микульчик, П. Слободян, Є. Діденко, Т. Рак. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2012. – 128 с.

286. Смирнова Т. «Раздвигая границы реальности...»: тенденции развития виртуальных музеев / Т. Смирнова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2010. – № 12. – С. 56–63.

287. Смирнова Т. Цифровые технологии в экспозиционном пространстве музея: современные тенденции и перспективы / Т. Смирнова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2010. – № 5. – С. 67–74.

288. Создание официальных сайтов учреждений культуры и образования: теория и практика: сб. науч. тр. / под общ. ред. Н. Гендиной, Н. Колковой. – СПб. : Профессия, 2015. – 383 с.

289. Сосновська Т. Музей в Інтернеті: набутий досвід [Електронний ресурс] / Т. Сосновська // портал «Музейний простір». – Режим доступу: <http://prostir.museum/ua/post/32895>.

290. Сосновська Т. Недремне око Інтернету [Електронний ресурс] / Т. Сосновська // портал «Музейний простір». – Режим доступу: <http://prostir.museum/ua/post/32090>.

291. Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики. Електронні інформаційні ресурси. Збірка наукових праць / Відп. ред. Г. В. Боряк. – К. : НАН України, Інститут історії України, 2015. – Число 25. – 260 с.

292. Степанов В. Проблема актуализации информации в Интернете [Электронный ресурс] / В. Степанов // Материалы второй ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-98. «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Иваново, 1998. – Режим доступа: http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/td510_r.htm

293. Строганова Т. Цифровое фотографирование – метод электронной каталогизации произведений искусства в едином формате [Электронный ресурс] / Т. Строганова // Материалы второй ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-98. «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Иваново, 1998. – Режим доступа : http://aditru.706.com1.ru/adit98/material/td404_r.htm

294. Сукало А. Розвиток інноваційних технологій у формуванні інформаційних архівних ресурсів України (1991 - 2003 рр.): дис. канд. іст. наук: 07.00.10 «Документознавство, архівознавство» / А. Сукало. – К., 2005. – 199 с. + дод.

295. Сукало А. Архівна галузь України в умовах глобального інформаційного середовища / А. Сукало // Рукописна та книжкова спадщина України. – 2004. – Вип. 9. – С. 203–216.

296. Сукало А. Впровадження новітніх технологій до архівної справи: сучасний стан та проблеми / А. Сукало // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія. – 2000. – Вип. 51. – С. 22–25.

297. Сукало А. Новітні технології в діяльності архівів України: історіографія проблеми / А. Сукало // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія. – 2001. – Вип. 54. – С. 69–73.

298. Сукало А. Використання можливостей архівних сайтів у дистанційній освіті / А. Сукало // Архівознавство. Археографія. Джерелознавство. Міжвідомчий зб. наук. праць. – Вип. 5: Архіви – складова інформаційних ресурсів суспільства. – К., 2002. – С. 146–151.

299. Сумська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.state.gov.sumy.ua>

300. Сурво М. Повышение эффективности работы сайтов, посвященных культурной тематике / М. Сурво // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2008. – № 7. – С. 66–77.

301. Суслова О. Как создать качественный сайт учреждения культуры / О. Суслова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2011. – № 9. – С. 67–74.

302. Сучасний музей: між скарбницею та підприємством: матеріали Міжнар. конф. 8-10 жовт. 2006 р. в м. Чернівці. – Львів: ВНТЛ-Класика, 2008. – 132 с.

303. Сучасний музей. Наукова й експозиційна діяльність. Матеріали наукової конференції, присвяченої 145-й річниці заснування Крайового музею в Чернівцях (15 травня 2008 р.) / За ред. І. В. Скільського. – Чернівці: Видавництво «Друк Арт», 2008. – 296 с.

304. Тейлор К. Українські музеї майбутнього [Електронний ресурс] / К. Тейлор // журнал «Новий час». – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/opinion/kate-teylor/ukrajinski-muzeji-majbutnogo-64182.html>
305. Тернопільська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.oda.te.gov.ua>
306. Тригуб В. «Маємо 5000 музеїв! І це прекрасно!» [Електронний ресурс] / В. Тригуб // журнал «Музеї України». – Режим доступу: <http://museum-ukraine.org.ua/?p=1219>
307. Тринадцяті Сумцовські читання. Матеріали наукової конференції «Сучасний музейний заклад: проблеми вивчення, збереження та популяризації національної історико-культурної спадщини» / [ред. В. Аксьонов, В. Буличова, О. Івах, А. Панченко, О. Сошнікова, І. Шевцов]. – Харків, 2007. – 152 с.
308. Трофименко Т. Технічні не-можливості: що заважає музею на шляху до майбутнього? / Т. Трофименко // «Луньовські читання». Матеріали науково-практичних семінарів (2010 – 2014 рр.). – 2014. – С. 154–158.
309. Україна Incognita // газета «День»: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://incognita.day.kiev.ua>
310. Усенко П. Сайт Дніпропетровського історичного музею: аналіз інформаційної присутності в Інтернет / П. Усенко // Роль музеїв у культурному просторі України і світу. Вип. 11. – Дніпропетровськ, 2009. – С. 573 – 581.
311. Факультет історії, політології та міжнародних відносин Чернівецького національний університет ім. Федьковича. – Режим доступу: <http://history.chnu.edu.ua/index.php?page=ua>
312. Факультет культурології Харківської державної академії культури. – Режим доступу: http://www.ic.ac.kharkov.ua/Facs_Kaf/F_K.html
313. Факультету культурології Київського національного університету культури і мистецтв: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://fk.knukim.edu.ua/kafedras/history-of-ukraine-and-museology/news.html>
314. Фесенко Г. Роль музеїв у формуванні культурного простору України / Г. Фесенко. // Международные конференции: Пространство литературы, искусства и образования – НТУ «ХПИ». – Х., 2011. – С. 184–187.
315. Фіткулін О. Вибір технологій та програмних засобів для створення архівних копій веб-сайтів / О. Фіткулін // Архіви України. – 2014. – № 4–5. – С. 227–235.
316. Халецька Л. Цифрове збереження об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО в Україні та Франції (на основі аналізу веб-сайтів Софії Київської та Шартрського кафедрального собору Богоматері) / Л. Халецька // Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики. Електронні інформаційні ресурси: зб. наук. праць. – К. : НАН України, Інститут історії України, 2015. – Число 25. – С. 161–172.
317. Харківська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://kharkivoda.gov.ua>

318. Херсонська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://khoda.gov.ua>
319. Хмельницька обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.adm.km.ua>
320. Художньо-педагогічний факультет Рівненського державного гуманітарного університету: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.rshu.edu.ua/index.php/khudozhno-pedagogichnij-fakultet>
321. Чекмарьов А. Інтернет-технології та управління знаннями в бібліотечних комплексах і мережах / А. Чекмарьов, О. Жабін // Бібліотечний вісник. – 2009. – № 6. – С. 11–15.
322. Червоний Є. Музеї та соціальні мережі: нові можливості та випробування / Є. Червоний // Музейний простір. – 2013. – № 2. – С. 30–33.
323. Черкаська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://ck-oda.gov.ua>
324. Черненко В. Музейное пространство XXI века / В. Черненко, Н. Пантелеева // Материалы одиннадцатой ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-2007 «Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие». – Саратов, 2007. – С. 84–86.
325. Черненко В. Что дает музейная мультимедийная инсталляция. Мнение пользователя и специалиста / В. Черненко, Н. Толстая, С. Петрикова-Агафонова // Материалы тринадцатой ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ-2009 «Культурное наследие и информационные технологии: музей – непознанное пространство коммуникации». – Чебоксары, 2009. – С. 45–48.
326. Черненко О. Світові та українські музеї в умовах інформаційно-комп'ютерного суспільства / О. Черненко // Історико-географічні дослідження в Україні : Зб. наук. пр. – 2004. – Вип. 7. – С. 146–160.
327. Чернівецька обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://bukoda.gov.ua>
328. Чернігівська обласна державна адміністрація: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://cg.gov.ua>
329. Чистяков В. Технологии оцифровки экспонатов в музейных базах данных [Электронный ресурс] / В. Чистяков // Некоммерческое партнерство «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии»: официальный сайт. – 2001. – Режим доступу: <http://aditru.706.com1.ru/rus/publication/web/paper.asp?nomer=%C02001051>
330. Чупрій Л. Музеї як інститути пам'яті: сучасні реалії та перспективи модернізації / Л. Чупрій // Національна та історична пам'ять. – 2012. – Вип. 4 : Національна та історична пам'ять: соціокультурний та духовний виміри. – С. 137–145.
331. Чупрій Л. Роль Інтернету у формуванні історичної пам'яті українського народу / Л. Чупрій // Стратегічні пріоритети: Науково-

аналітичний щоквартальний збірник Національного інституту стратегічних досліджень. – К. – 2010. – № 1. – С. 98–102.

332. Чупрій Л. Стан та проблеми музейної справи в Україні [Електронний ресурс] / Л. Чупрій // журнал «Музеї України». – 2010. – Режим доступу: <http://museum-ukraine.org.ua/?go=News>.

333. Чупрій Л. Стан та проблеми розвитку музейної сфери в умовах сучасних викликів / Л. Чупрій // журнал «Музеї України». – 2010. – Режим доступу: <http://museum-ukraine.org.ua/?p=3010>

334. Шевцов І. Деякі аспекти інтеграції Інтернету у музейній діяльності / І. Шевцов // Тринадцяті Сумцовські читання: Сучасний музейний заклад: проблеми вивчення, збереження та популяризації національної історико-культурної спадщини. – Харків, 2007. – С. 28–30.

335. Шевцов І. Створення музейного сайту – необхідна складова сучасної маркетингової системи закладів культури / І. Шевцов // Сімнадцяті Сумцовські читання: Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму. – Харків, 2011. – С. 53–57.

336. Шевченко О. Використання сайту та соціальних мереж в роботі художньо–меморіального музею І. Ю. Репіна як новий засіб комунікації / О. Шевченко // Двадцяті Сумцовські читання: Музей у глобальному світі: інновації та збереження традицій. – Харків, 2014. – С. 216–221.

337. Шемаєв С. Бібліотека, архів, музей: шляхи співробітництва / С. Шемаєв // Наук. пр. Нац. Б-ки України ім. В. І. Вернадського. – 2013. – Вип. 35. – С. 548–555.

338. Шихов К. Історичне джерело у віртуальному просторі комп'ютера / К. Шихов // Джерелознавчі та історіографічні проблеми історії України. – Дніпропетровськ, 1997. – С. 123–131.

339. Шихов К. Комп'ютерні технології і дослідження історії благочинності в Катеринославській губернії 1864 – 1914 рр. (створення вибірки та побудова бази даних) / К. Шихов // Вісник Дніпропетровського університету. Історія та археологія. – Дніпропетровськ, ДНУ, 2001. – вип.9. – С. 33–42.

340. Шпак М. Электронный информационный бюллетень как инструмент коммуникации музея / М. Шпак, И. Пролеткин, Л. Калинина // Материалы шестой ежегодной международной научно-практической конференции АДИТ 2002 «Музеи и информационное пространство: проблемы информатизации и культурное наследие». – Н. Новгород, 2002. – С. 75–78.

341. Шуваев Ю. «Блеск и нищета» музейных сайтов [Електронний ресурс] / Ю. Шуваев // Некоммерческое партнерство «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии»: официальный сайт. – 2001. – Режим доступу: <http://aditru.706.com1.ru/rus/publication/web/paper.asp?nomer=%C02001035>

342. Шулепова Э. Основы музееведения / Э. Шулепова. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 504 с.

343. Юмашева Ю. Создание электронных копий предметов культурного наследия: проблемы и возможные решения / Ю. Юмашева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2011. – № 10. – С. 78–93.
344. Яковець І. Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації / І. Яковець // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – 2014. – № 4–5. – С. 129–133.
345. Якушина Е. Службы мгновенных сообщений / Е. Якушина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2011. – № 3. – С. 63–69.
346. Якушина Е. Социальные сети / Е. Якушина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2011. – № 5. – С. 100–108.
347. Яцечко-Блаженко Т. Інтеграція цифрових технологій в музейну справу / Т. Яцечко-Блаженко // Інформаційні технології в професійній діяльності : матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 25 березня 2015 року, м. Рівне / Рівненський державний гуманітарний університет. – Рівне, 2015. – С. 139–141.
348. Яцечко-Блаженко Т. Музейний продукт у добу цифрових технологій / Т. Яцечко-Блаженко // Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали науково-практичної конференції (24–25 вересня 2013 р.) / Національній Києво-Печерський історико-культурний заповідник. – К. – 2013. – С.77–79.
349. Ayzencot L. How to Manage a Small, Medium-scale Internet Project? / L. Ayzencot, Y. Baruch // Selected Papers from the International Summer Course in Bușteni, Romania, 20th – 26th of September, 2004 «Museum and the Internet: Presenting Cultural Heritage Resources On-line». – B. – 2008. – P. 19–25.
350. Cântar A. Virtual Reconstructions of Museum Exhibits / A. Cântar // Selected Papers from the International Summer Course in Bușteni, Romania, 20th – 26th of September, 2004 «Museum and the Internet: Presenting Cultural Heritage Resources On-line». – B. – 2008. – P. 121–125.
351. Eide O. Museum Collections Catalogues and Archives Online: A Reference Resource for Professionals and a Learning tool for the Public / O. Eide // Selected Papers from the International Summer Course in Bușteni, Romania, 20th – 26th of September, 2004 «Museum and the Internet: Presenting Cultural Heritage Resources On-line». – B. – 2008. – P. 35–53.
352. Kostas K. Virtual museums, a survey and some issues for consideration / K. Kostas, P. Petros, S. Styliani, L. Fotis // Journal of Cultural Heritage. – 2009. – № 10. – S. 520 – 528.
353. Museum and the Internet: Presenting Cultural Heritage Resources On-line: Selected Papers from the International Summer Course in Bușteni, Romania, 20th – 26th of September, 2004 / Edited by Irina Oberländer-Târnoveanu. – Budapest, 2008. – 160 p.
354. Niccolucci F. How to Find and be Found on the Internet / F. Niccolucci // Selected Papers from the International Summer Course in Bușteni,

Romania, 20th – 26th of September, 2004 «Museum and the Internet: Presenting Cultural Heritage Resources On-line» . – B. – 2008. – P. 53–57.

355. Oberländer-Târnoveanu I. Museum websites / I. Oberländer-Târnoveanu // Selected Papers from the International Summer Course in Buşteni, Romania, 20th – 26th of September, 2004 «Museum and the Internet: Presenting Cultural Heritage Resources On-line». – B. – 2008. – P. 11–19.

356. Sauter J. Neue Medien in Museen und Ausstellungen / J. Sauter // Sichtweisen: zur Veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen. – B. : SPRINGER VERLAG GMBH, 2005.– P. 29–35.

357. Sichtweisen: zur Veränderten Wahrnehmung von Objekten in Museen // Berliner Schriften zur Museumskunde / Editor B. Graf, A. Müller. B. : SPRINGER VERLAG GMBH, 2005.– 192 p.

358. Sylaiou S. Emerging Digital Image Formats for Virtual Museums on the Internet / S. Sylaiou, L. Sechidis, O. Georgoula, P. Patias //Selected Papers from the International Summer Course in Buşteni, Romania, 20th – 26th of September, 2004 «Museum and the Internet: Presenting Cultural Heritage Resources On-line». – B. – 2008. – P. 151–157.

359. Schweibenz W. Virtual Museums. The Development of Virtual Museums [Электронный ресурс] / W. Schweibenz // ICOM NEWS. – Режим доступа : http://cool.conservationus.org/icom/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-3/ENG/p3_2004-3.pdf

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А
Таблиця А.1

Каталог вітчизняних музейних сайтів станом на 2015 р.

Вінницька область	
1. Вінницький обласний краєзнавчий музей	vinnytsia-museum.in.ua/
2. Військово-історичний музей Повітряних сил Збройних сил України	citycard.travel/.../voenno_istoricheskij_muzej_vozdushnykh_sil_vooru
3. Національний музей-садиба М. І. Пирогова	www.pirogov.com.ua
4. Вінницький обласний художній музей	http://artmuz.org.ua/
Волинська область	
5. Волинський регіональний музей українського війська та військової техніки	volmuz.org.ua
6. Ковельський історичний музей	http://kovel.in.ua/ukr/culture/istor/
7. Лобненський музей партизанської Слави	http://www.muzej.zafriko.pl
8. Горохівський історичний музей	http://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/66384_istoricheskij-muzej-gorohov.htm
9. Берестечківський історичний музей	https://ru.foursquare.com/v/берестечківський-народний-історичний-музей/52f93c7111d2c52c4c960ad5
10. Іванічівський історичний музей	http://bug.org.ua/news/ivanychi/ivanychivskij-rajonnyj-istorychnyj-muzej-vidsvyatkuvav-svij-40-j-den-narodzhennya-37996/
Дніпропетровська область	
11. Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д. І. Яворницького	http://museum.dp.ua
12. Дніпропетровський художній музей	http://www.artmuseum.dp.ua
13. Музей історії комсомолу Дніпропетровщини ім. О. Матросова	http://161140.ui.ua/ua/about

14. Музей «Літературне Придніпров'я»	http://dnepr.liter.net/litmuz.htm
15. Музей монети України	www.radabank.com.ua/money/
Житомирська область	
16. Житомирський обласний краєзнавчий музей	http://kraymuz.com.ua
17. Музей космонавтики ім. С. П. Корольова Житомирської обласної ради	http://cosmosmuseum.info
18. Житомирський обласний літературний музей	http://www.ukt.zhitomir-region.gov.ua/index.php?museum_lit
19. Військово-історичний комплекс «Скеля»	demarcos.livejournal.com/136528.html?thread=1087568
Закарпатська область	
20. Закарпатський обласний краєзнавчий музей ім. Т. Легоцького	http://www.zkmuseum.com
21. Мукачівський історичний музей	http://www.zkmuseum.com
22. Затисянський краєзнавчий музей	http://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/86136_kraevedcheskiy-muzey-tisobiken.htm
23. Хустський краєзнавчий музей	http://khustmuzeum.at.ua
24. Музей екології гір та історії природокористування в Українських Карпатах	http://cbr.nature.org.ua/museum.htm
25. Музей вишивки і стародавнього одягу	http://tyachiv.com.ua/NewsList/id_key_вишивка
26. Закарпатський обласний художній музей ім. Й. Бокшая	bokshaymuseum.com
Запорізька область	
27. Запорізький краєзнавчий музей	http://www.zokm.jimdo.com/
28. Меморіальний будинок-музей П. П. Шмідта	www.bkm.zp.ua

29. Бердянський краєзнавчий музей	http://www.bkm.zp.ua/
30. Запорізький обласний художній музей	http://www.zotic.zp.ua/uk/zkm/museum/zphudmuz
31. Музей історії запорозького козацтва	http://museum.zp.ua/main/contacts.phtml
32. Музей історії зброї	http://find-way.com.ua/v-mandry/zaporizhzhia/muzei-istorii-zbroi-v-zaporizhzhia
33. Гуляйпільський краєзнавчий музей	gulyaypolemuseu.at.ua/
34. Приазовський краєзнавчий музей	http://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/1912_priazovskiy-kraevedcheskiy-muzej.htm
Івано-Франківська область	
35. Івано-Франківський краєзнавчий музей	http://www.ifkm.if.ua
36. Історико-меморіальний музей Степана Бандери	http://museum-bandera.if.ua
37. Музей народної архітектури та побуту Прикарпаття	davniyhalych.com.ua
38. Івано-Франківський обласний художній музей	http://www.history.iv-fr.net/article.php?id=923
39. Музей історії міста Коломиї	museum.ko.if.ua/
40. Музей побуту та етнографії Західного регіону	http://rest.frankivsk.today/muzei/muzej-pobutu-ta-etnografii-zahidnogo-regionu/
41. Музей історії міста Болехова ім. Р. Скворія	http://bojkosvit.com/muzeji/muzeji-ivano-frankivschyny/muzej-istoriji-mista-bolehova-imeni-romana-skvoriya/
Київська область	
42. Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році»	http://www.battleforkyiv.org.ua
43. Історико-археологічний музей «Прадавня Аратта – Україна»	http://www.arattaukraine.com
44. Музей-садиба Катерини Білокур	kidsonly.com.ua/memorialnij-muzej-sadiba-katerini-bilokur/
45. Білоцерківський	http://bkm.in.ua/

краєзнавчий музей	
46. Бориспільський державний історичний музей	http://www.boryspilmuseum.info/
47. Кагарлицький районний державний історико-краєзнавчий музей	kagarlik.at.ua
48. Музей Григорія Кочура	http://kochur.do.am
49. Меморіальний музей-садиба І. С. Козловського	http://maryanivka.do.am/
50. Яготинський історичний музей	http://yagotin-museum.at.ua/
51. Фастівський державний краєзнавчий музей	http://museum.fastiv.com.ua/index.php
52. Тетіївський районний історико-краєзнавчий музей	http://socinfo.net.ua/object/31546
53. Таращанський історико-краєзнавчий музей	our-travels.info/ost/Goroda/.../Tarash-dost.php
54. Боярський краєзнавчий музей	http://www.rbkm.com.ua/
55. Музей декоративно-ужиткового мистецтва	http://www.mundm.kiev.ua/
Кіровоградська область	
56. Кіровоградський краєзнавчий музей	www.kokm.kr.ua/
57. Кіровоградський художній музей	artmuzeum.kr.ua/
58. Державний заповідник-музей І. К. Карпенка-Карого (Тобілевича)	http://irp.kr.ua/zapovidnyk/
59. Меморіальний музей М. Л. Кропивницького	tourism.kr-admin.gov.ua/index.php?q=Object/24.html
60. Олександрійський міський краєзнавчий музей	http://museum-alex.blogspot.com/2012/06/45-45-45.html
61. Світловодський	http://smkm.org.ua/#1

міський краєзнавчий музей	
62. Знам'янський міський краєзнавчий музей	http://www.znamenka.org.ua/sport.html
63. Художньо-меморіальний музей О. О. Осмьоркіна	http://osmerkinmuseum.kr.ua
Львівська область	
64. Аптека-музей «Під чорним орлом»	http://lvivpharmacy.org.ua/
65. Музей народної архітектури та побуту у Львові	lvivskansen.org/
66. Державний природознавчий музей НАН України	http://www.smnh.org/ua/
67. Львівський історичний музей	www.lhm.lviv.ua/
68. Львівський музей історії релігії	http://www.museum.lviv.ua
69. Національний музей-меморіал жертв окупаційних режимів «Тюрма на Лонцького»	http://www.lonckoho.lviv.ua
70. Бродівський історико-краєзнавчий музей	http://www.brodu.narod.ua /
71. Львівський музей скла	glass-museum.virtual.ua
72. Історико-етнографічний музей «Яворівщина»	http://stezhkamu.com/places/80_ist-etnohrafichnyy_muzei_«javorivschyna»
73. Стрийський краєзнавчий музей «Верховина»	http://stryimuzei.org.ua/
74. Дрогобицький музей «Тюрма на Стрийській»	http://www.dr-museum.com/
75. Зоологічний музей ім. Б. Дибовського	http://zoomus.lviv.ua
76. Музей вишитих ікон отця доктора Дмитра Блажейовського	www.blazejowskyj.org
Миколаївська область	

77. Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Верещагіна	http://vereschagin.com.ua
78. Миколаївський обласний краєзнавчий музей	www.museum.mk.ua/
79. Очаківський військово-історичний музею ім. О.Суворова	http://luginlib.org.ua/mykolaiv/museum/hist4.php
Одеська область	
80. Одеський археологічний музей НАН України	http://www.archaeology.odessa.ua/
81. Одеський художній музей	http://ofam.od.ua
82. Одеський історико-краєзнавчий музей	www.history.odessa.ua
83. Ізмаїльський історичний музей О. В. Суворова	http://hero.izmail-city.com/muzei/museum.html
84. Літературно-меморіальний музей О.С.Пушкина	http://museum.odessa.net/museum_pushkin/
85. Одеський літературний музей	http://museum.odessa.net/litmuseum
86. Одеський музей західного та східного мистецтва	http://www.oweamuseum.odessa.ua/
87. Ізмаїльський краєзнавчий музей Придунав'я	http://pridunavie.com.ua
88. Одеський музей нумізматики	http://www.museum.com.ua/
89. Одеський будинок-музей М. К. Реріха	http://www.odessa-roerich-house.od.ua
Полтавська область	
90. Полтавський краєзнавчий музей ім. В. Кричевського	www.pkm.poltava.ua
91. Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному	http://opishne-museum.gov.ua
92. Березоворудський	br-museum.at.ua/

народний історико-краєзнавчий музей	
93. Диканський історико-краєзнавчий музей	http://dikanka-museum.narod.ua /index.htm
94. Полтавський художній музей	http://www.gallery.poltava.ua/
95. Полтавський літературно-меморіальний музей Панаса Мирного	http://poltavahistory.org.ua/hisp_u_117.htm#met112
96. Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви»	http://www.battle-poltava.org/ukr/
97. Шишацький краєзнавчий музей	http://shyshakycbs.16mb.com/Muzeums.html
98. Чорнухинський літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди	uatravel.org>chornuhinskiy-literaturno-memorial/
Рівненська область	
99. Музей нумізматики	http://museum.uosa.uar.net/ua/nymizm
100. Березнівський краєзнавчий музей	http://berezne.lib.rv.ua/berezne/museum.html
101. Костопільський районний краєзнавчий музей	www.rv.gov.ua/sitenev/kostopilsk
102. Рівненський обласний краєзнавчий музей	http://oblmus.ucoz.ua
Сумська область	
103. Шосткинський краєзнавчий музей	museum.shostka.org/
104. Будинок-музей А. П. Чехова в Сумах	http://www.chekhov.sumy.ua/
105. Сумський краєзнавчий музей	museum.sumy.ua/
Тернопільська область	
106. Бережанський Краєзнавчий музей	http://www.bkm.ber.te.ua
107. Літературно-меморіальний музей Івана Пулюя	http://centerculture.uagate.com/?p=709
108. Кременецький	http://mjsk.te.ua/

літературно-меморіальний музей Юліуша Словацького	
109. Літературно-меморіальний музей Богдана Лепкого	www.lepkiy.te.ua
Харківська область	
110. Харківський історичний музей ім. М.Ф. Сумцова	museum.kh.ua/
111. Національний літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди	http://www.skovoroda.in.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=6
112. Музей театральних ляльок	http://www.puppet.kharkov.ua/museum.php
113. Музей історії Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна	http://www-museum.univer.kharkov.ua
114. Харківський художній музей	http://artmuseum.kh.ua/
115. Харківський приватний музей міської садиби	http://ysadba.rider.com.ua/
116. Музей історії прокуратури Харківської області	http://khar.gp.gov.ua/ua/xarmyz.html?_m=publications&_t=rec&id=143604
117. Харківський музей Холокосту	http://holocaustmuseum.kharkov.ua
Херсонська область	
118. Херсонський художній музей ім. О. Шовкуненка	http://www.artmuseum.ks.ua/
119. Херсонський краєзнавчий музей	http://hokm.ks.ua/promuzey.html
120. Генічеський краєзнавчий музей	henicheskmuseum.at.ua
Хмельницька область	
121. Державний історико-культурний заповідник «Межибіж»	http://mezhibozh.com
122. Державний історико-	http://samchyky.com.ua/

культурний заповідник «Самчики»	
123. Хмельницький обласний краєзнавчий музей	okm.km.ua/
Черкаська область	
124. Черкаський обласний краєзнавчий музей	ckoblmuz.ck.ua/
125. Черкаський художній музей	www.museum.ck.ua/
126. Національний історико-культурний заповідник «Батьківщина Тараса Шевченка»	www.batjkivshhyna-tarasa.com.ua/
127. Корсунь-Шевченківський державний історико-культурний заповідник	www.korsun.ic.ck.ua/
128. Шевченківський національний заповідник м. Канів	shevchenko-museum.com.ua/
129. Кам'янський державний історико-культурний заповідник	kammuz.ucoz.ua/
130. Національний історико-культурний заповідник «Чигирин»	chigirinzapovidnyk.org.ua/
131. Канівський історичний музей	kaniv-museum.at.ua/
132. Уманський краєзнавчий музей	http://umanmuseum.blogspot.com
Чернівецька область	
133. Меморіальний музей Володимира Івасюка	www.ivasyuk.org.ua
134. Чернівецький художній музей	http://hosted.sacura.net/museum/
135. Чернівецький обласний музей народної архітектури та побуту	http://bukovina-museum.com
Чернігівська область	
136. Чернігівський обласний художній музей ім. Г. Галагана	http://www.halahan-art.com

137. Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця»	http://www.baturin-capital.gov.ua
138. Національний історико-культурний заповідник «Качанівка»	kachanovka.in.ua
139. Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній»	naiz1.pp.net.ua
140. Чернігівський літературно-меморіальний музей-заповідник М. Коцюбинського	http://kotsubinsky.org/
141. Менський краєзнавчий музей	http://muzeymena.blogspot.com/
142. Музей рідкісної книги ім. Г. П. Васильківського	http://in.ndu.edu.ua/ua/libmuz.php
143. Прилуцький краєзнавчий музей	http://prilukiart.al.ua/ru/museum/index.html
144. Сокиринський історико-етнографічний музей ім. Остапа Вересая	http://sokirin.do.am/
145. Історико-археологічний музейний комплекс «Древній Любеч»	http://liubech-grad.ucoz.net
146. Чернігівський обласний історичний музей імені В. В. Тарновського	http://www.choim.org
м. Київ	
147. Національний музей мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків	http://www.khanenkomuseum.kiev.ua/ru/
148. Національний музей «Чорнобиль»	http://chornobylmuseum.kiev.ua/ru/
149. Національний культурно-мистецький та музейний комплекс Мистецький Арсенал	http://artarsenal.in.ua/about.html
150. Національний музей	http://www.mundm.kiev.ua

українського народного декоративного мистецтва	
151. Національний військово-історичний музей України	http://nvimu.com.ua
152. Національний музей бджільництва України	http://prokopovich.com.ua/nacionalnij-muzej-bdzhilnictva/
153. Національний художній музей України	http://namu.kiev.ua
154. Національний музей народної архітектури та побуту України	http://pyrohiv.com.ua/ua/
155. Національний музей історії України у Другій світовій війні	http://www.warmuseum.kiev.ua/ukr/rozklad.shtml
156. Національний музей «Меморіал пам'яті жертв голодоморів в Україні»	http://memorialholodomors.org.ua/uk
157. Національний музей історії України	www.nmiu.com.ua/
158. Національний науково-природничий музею НАН України	www.museumkiev.org/
159. Національний музей російського мистецтва	www.kmrm.com.ua/
160. Національний музей Тараса Шевченка	museumshevchenko.org.ua/
161. Національний музей медицини України	histomed.kiev.ua/
162. Національний музей літератури України	museumlit.org.ua/
163. Національний заповідник «Софія Київська»	www.sophiakievaska.org/
164. Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник	www.kplavra.kiev.ua/
165. Музей Якубовських	http://www.yakubovski.kiev.ua
166. Музей історії київського транспорту «Київпастрас»	http://www.mashke.org/kiyvtram/museum/index.html
167. Музей історичних коштовностей України	miku.org.ua/

168. Музей історії Києва	kyivhistorymuseum.org/
169. Музей Івана Гончара	honchar.org.ua/
170. Музей Гетьманства	www.getman-museum.kiev.ua/
171. Літературно-меморіальний музею Михайла Булгакова	http://bulgakov.org.ua
172. Державний музей авіації	aviamuseum.com.ua/
173. Державний політехнічний музей при НТУУ КПІ	museum.kpi.ua/
174. Музей циркового мистецтва	http://museum.circus.com.ua
175. Літературно-меморіальний музей-квартира П. Г. Тичини	www.tychyna.com/
176. Музей сучасного мистецтва	modern-museum.org.ua/
177. Музей Української революції 1917–1921 років	http://muzejnr.io.ua
178. Водно-інформаційний центр (Музей води)	www.aqua-kiev.info/
Автономна Республіка Крим	
179. Алупкінський державний палацово-парковий музей-заповідник	http://turson.at.ua/index/0-144
180. Бахчисарайський історико-археологічний музей	http://www.bikz.org
181. Кримський республіканський краєзнавчий музей	tavrida.museum.crimea.ua
182. Сімферопольський художній музей	http://simhm.ua/ru/
183. Керченський історико-археологічний музей	http://www.kerch-museum.com/ua/ru/index.html
184. Севастопольський художній музей імені Крошицького	http://www.sevartmuseum.info
185. Феодосійський музей	old-museum.org

старожитностей	
186. Меморіальний будинок-музей Олександра Гріна	grinworld.org/
187. Феодосійський музей грошей	http://ua.museum-of-money.org/
188. Музей дельтапланеризма	www.uzun-sirt.feo.com.ua
189. Будинок-музей Чехова (Ялта)	http://rusmilestones.ua/ru/theme/show/?id=24629
190. Музей Лесі Українки (Ялта)	http://lesiaukrainka.crimea.ua
191. Будинок-музей Максиміліана Волошина	south-east.crimea.ua
192. Музей Амет-Хана Султана	krtmuseum.com
193. Кримський історичний музей «Ларішес»	suntime.com.ua/sight_item.php?id=447
Донецька область	
194. Донецький краєзнавчий музей	http://www.museum.dn.ua
195. Донецький обласний художній музей	http://www.partner.dn.ua/culture/museum/hud/
196. Горлівський міський музей мініатюрної книги ім. В. А. Разумова	http://mmk.ucoz.org/
197. Маріупольський краєзнавчий музей	museum.marsovet.org.ua/
Луганська область	
198. Луганський обласний краєзнавчий музей	http://museum.inf.ua
199. Літературний музей Володимира Даля	http://dal.lg.ua
200. Авіаційно-технічний музей (Луганськ)	http://www.avia-museum.lg.ua

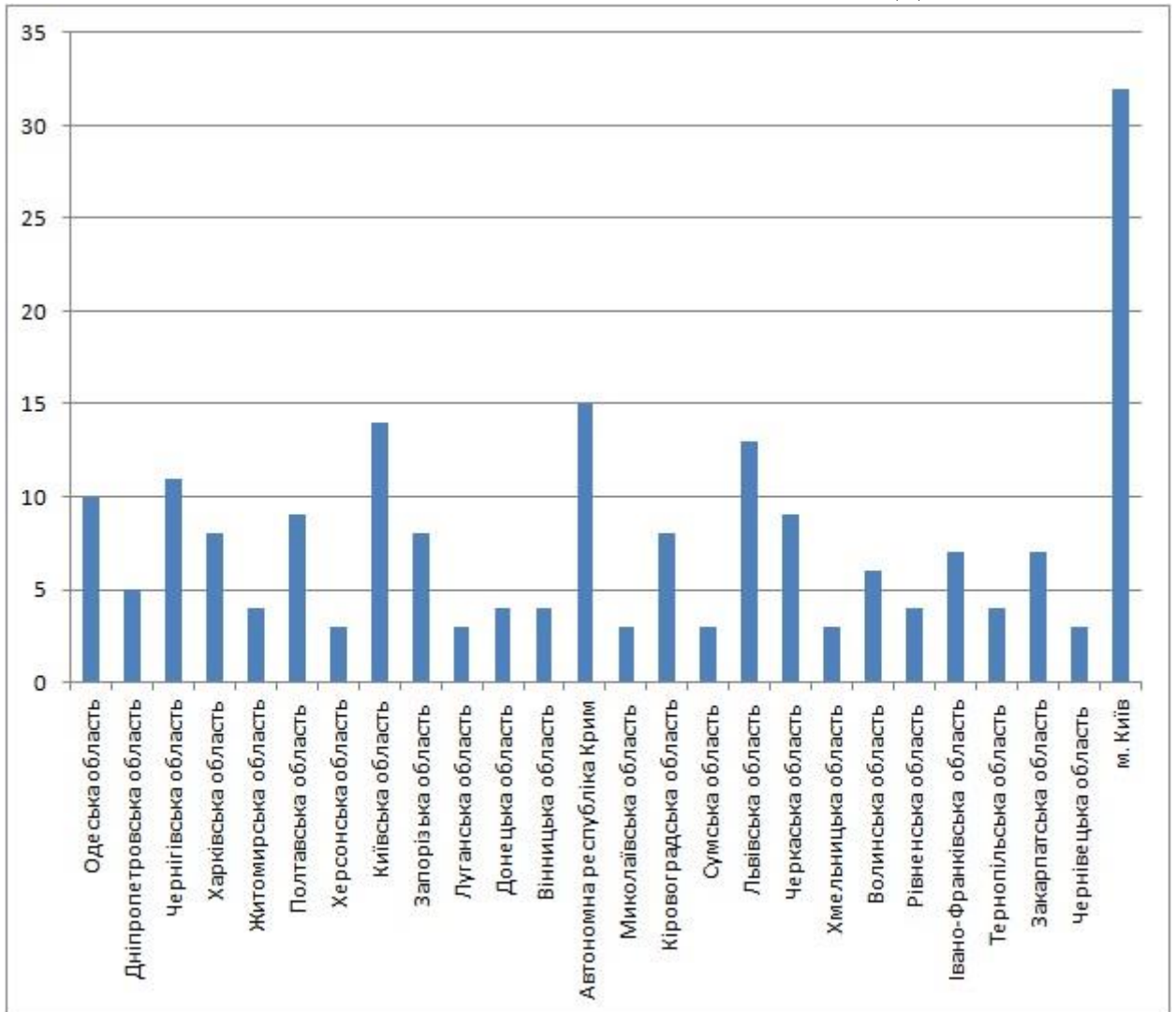


Рис. 1. Кількість сайтів музеїв України по областям

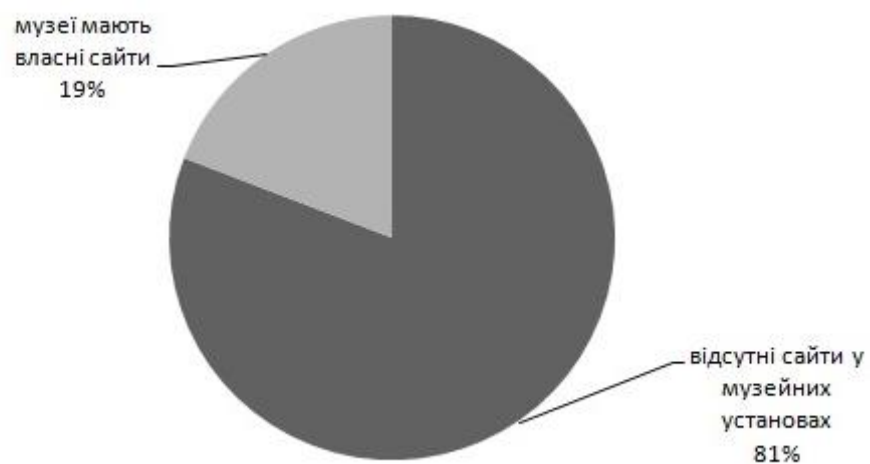


Рис. 2. Рівень забезпечення сайтами музейних установ м. Києва

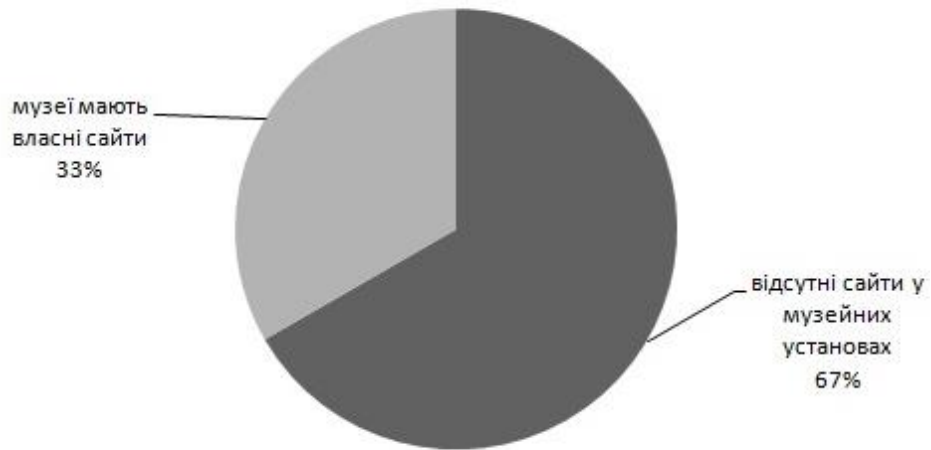


Рис. 3. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Миколаївська область



Рис. 4. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Черкаської області

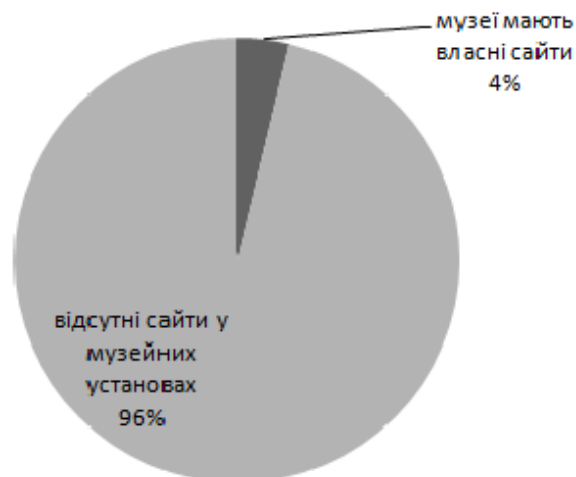


Рис. 5. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Чернівецької області

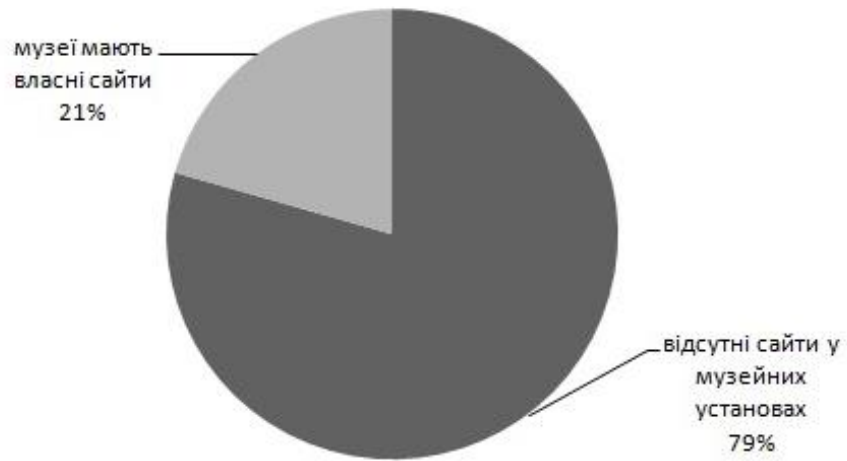


Рис. 6. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Закарпатської області



Рис. 7. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Тернопільської області

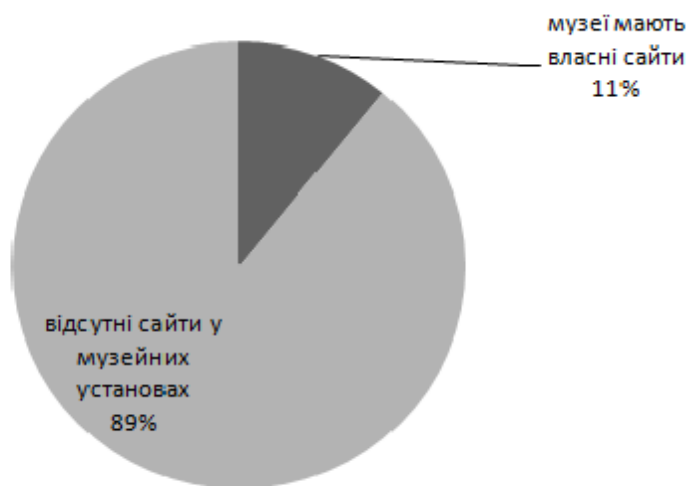


Рис.8. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Івано-Франківської області



Рис. 9. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Рівненської області

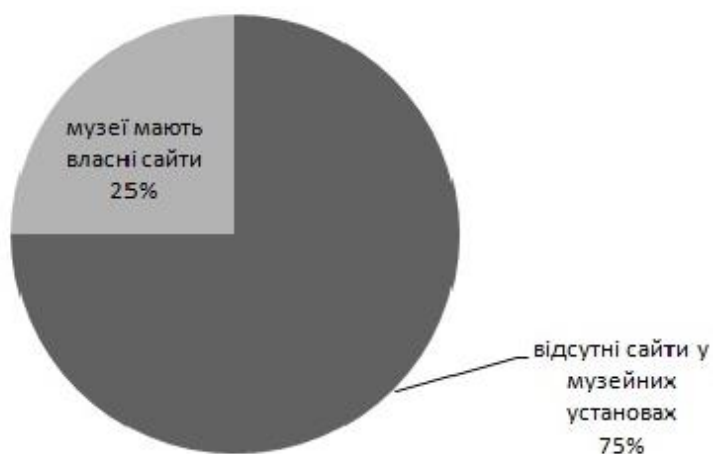


Рис. 10. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Рівненської області

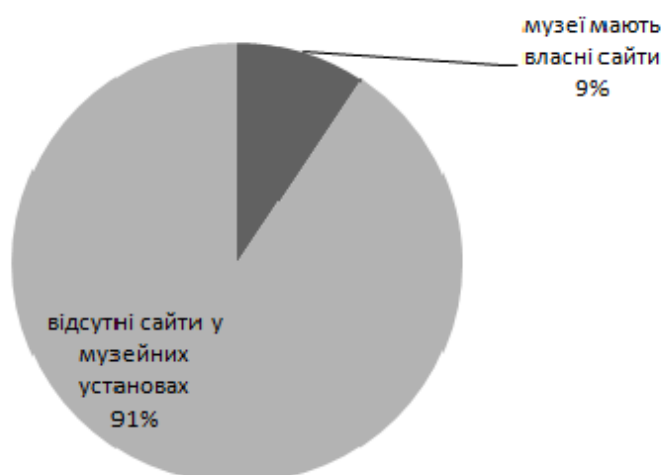


Рис. 11. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Хмельницької області

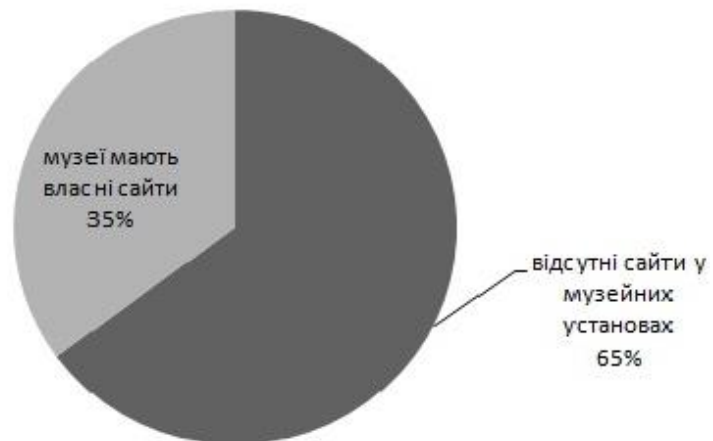


Рис. 12. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Львівської області

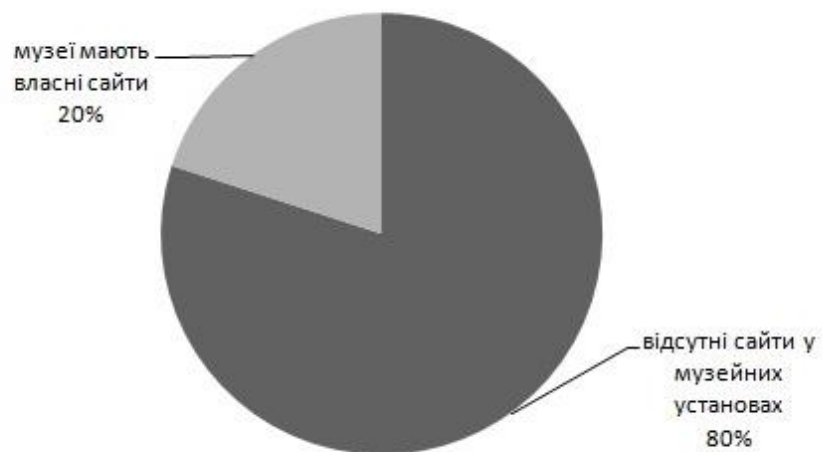


Рис. 13. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Сумської області

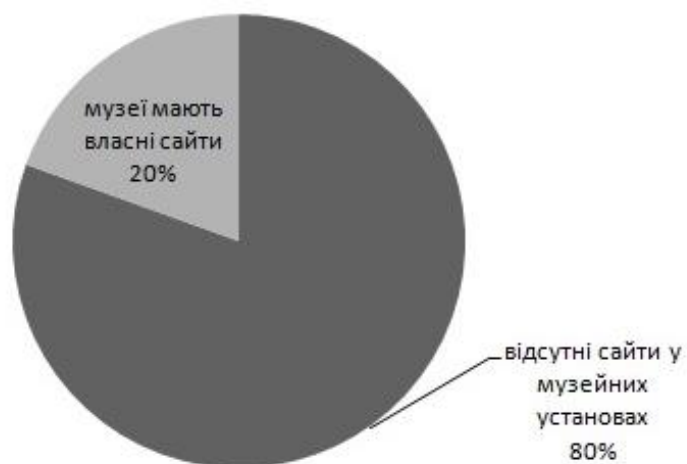


Рис. 14. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Кіровоградської області

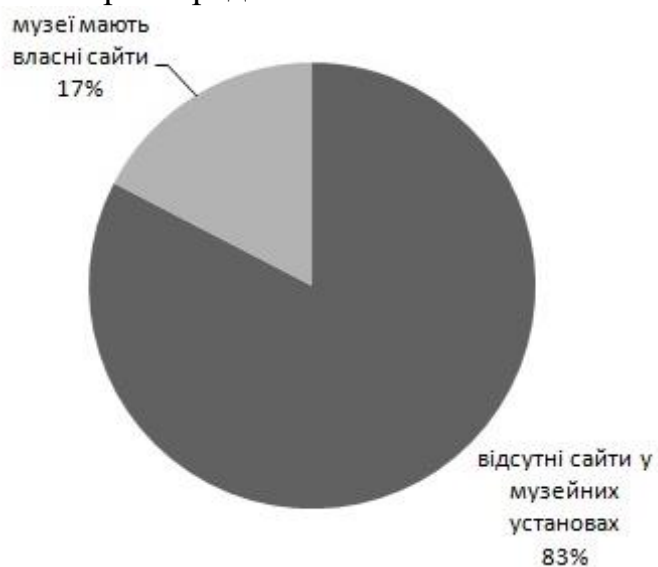


Рис. 15. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Запорізької області

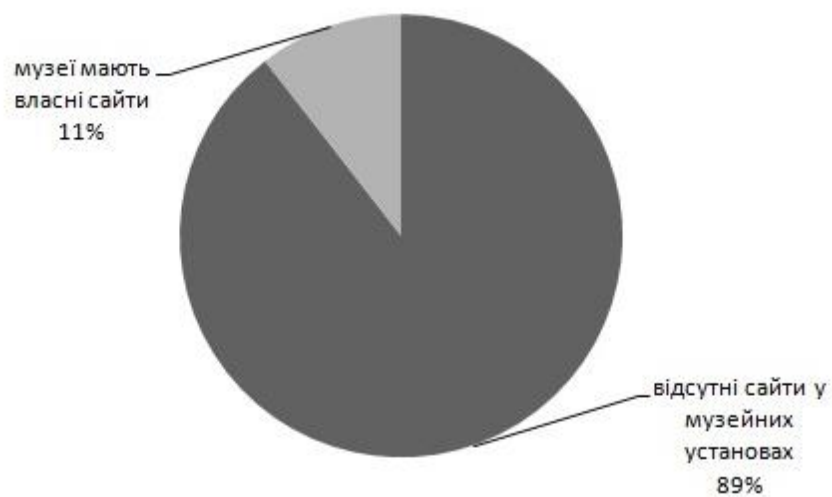


Рис. 16. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Вінницької області



Рис. 17. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Київської області



Рис. 18. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Херсонської області

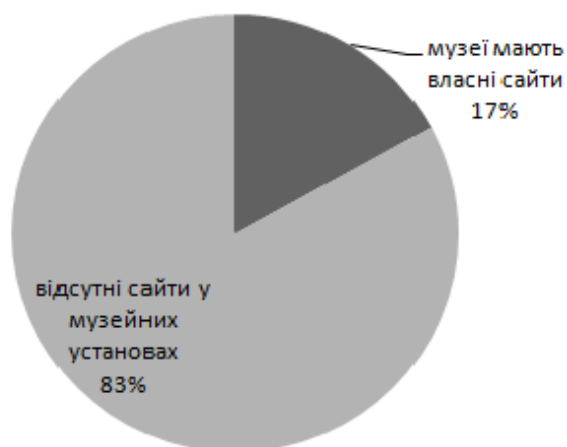


Рис. 19. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Полтавської області

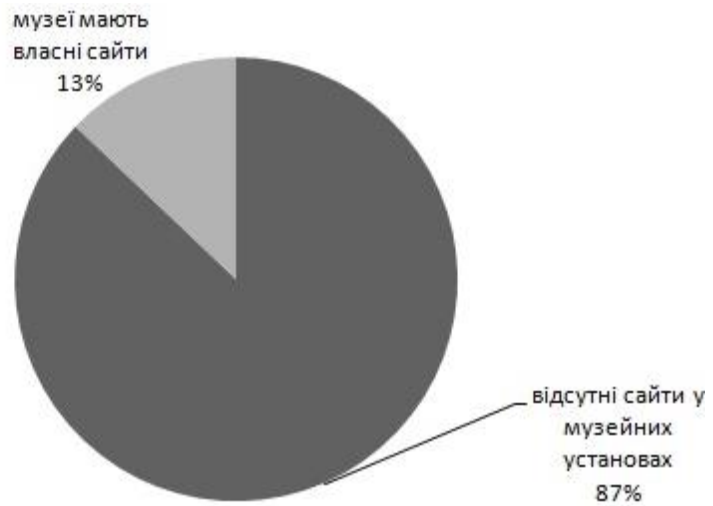


Рис. 20. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Житомирської області

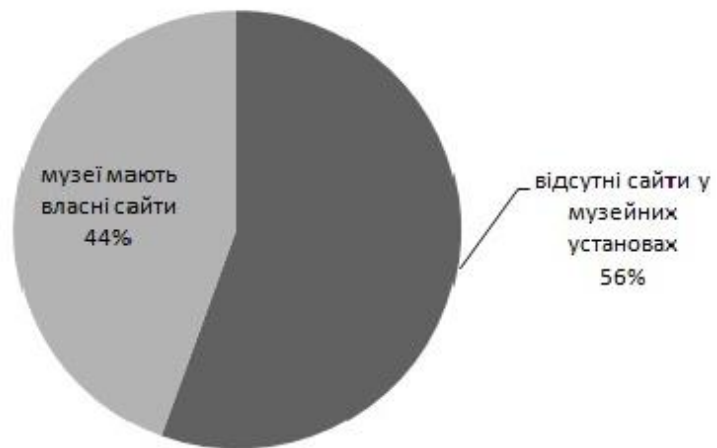


Рис. 21. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Харківської області



Рис. 22. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Чернігівської області

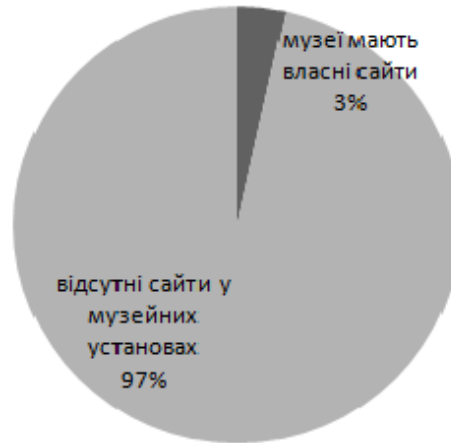


Рис. 23. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Дніпропетровської області

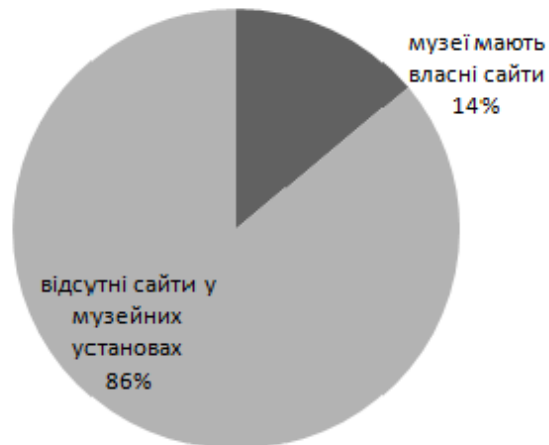


Рис. 24. Рівень забезпечення сайтами музейних установ Одеської області

Додаток Б

Таблиця Б.1

Аналіз наявності та активності музеїв України в соціальних мережах

Назва музею	Назва соціальної мережі											
	Вконтакті			Facebook			Twitter			Однокласники		
	Дата першого запису	Учасники групи	Кількість записів на стіні	Дата першого повідомлення	Учасники групи	Кількість записів на стіні	Дата першого повідомлення	Учасники	Кількість записів на стіні	Дата першого повідомлення	Учасники групи	Кількість записів на стіні
1. Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д. І. Яворницького	04.08.2012	964	1445				3.10.2010	23	89	1.04.2012	4	7
2. Національний художній музей України (Київ)	01.08.2013	823	800				7.10.2013	12	5			
3. Національний музей літератури України	03.09.2013	789	567									

4. Національний музей Тараса Шевченка	07.18 .2012	3	77	390										
5. Національний музей мистецтва ім. Богдана і Варвари Ханенків	03.20 .2013	9	60	189				0.13. 2014	63	8				
6. Музей Івана Гончара	07.12 .2014	7	56	77	06. 27. 20 14	2	7		234	89				
7. Національний заповідник «Хортиця»	09.20 .2013	3	52	82										
8.														
9. Дніпропетровський художній музей	01.18 .2012	5	48	57										
10. Черкаський художній музей	07.15 .2013	8	47	41										
11. Павлоградський історико-краєзнавчий музей	08.28 .2014	4	43	90										
12. Сімферопольський краєзнавчий музей	01.14 .2012	2	41	123										
13. Кримський музей мистецтва	07.03 .2012	8	40	54										
14. Музей народної архітектури і побуту України (Пирогів)	06.07 .2012	9	39	234	04. 14. 20	1	7		304	87				

				13									
15. Національний військово-історичний музей України	08.27 .2013	38 3	53										
16. Бахчисарайський історико-культурний заповідник	05.29 .2012	37 7	98										
17. Педагогічний музей України	06.21 .2012	34 5	72										
18. Музей космонавтики ім. С.П. Королева	10.11 .2011	34 0	80										
19. Мелітопольський міський краєзнавчий музей	12.07 .2012	33 3	45										
20. Музей історичних коштовностей України	01.06 .2013	32 9	78										
21. Донецький обласний краєзнавчий музей	04.05 .2013	32 3	67										
22. Волинський краєзнавчий музей	02.06 .2012	31 8	44										
23. Музей історії жіноцтва, історії жіночого та	05.26 .2013	31 1	34				5.11. 2012	01	6				

гендерного руху													
24. Музей «Поляна казок»	04.21 .2012	30 9	41										
25. Військово-морський музей «Михайлівська батарея»	07.16 .2012	30 7	23										
26. Музей народної архітектури та побуту у Львові	07.07 .2012	30 4	59										
27. Одеський історико-краєзнавчий музей	08.01 .2012	29 8	43	12. 23. 12	1 024	7 8							
28. Центральний музей Таврида	09.03 .2012	28 4	55										
29. Харківський літературний музей	07.04 .2012	28 0	39										
30. Музей радянської окупації	06.05 .2013	27 6	34										
31. Вінницький обласний краєзнавчий музей	05.04 .2013	27 0	74				4.02. 2014	85	77				
32. Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному	07.11 .2012	26 8	89										

33. Єврейський одеський музей «Мигдаль-Шорашим»	08.17 .2012	25 6	73										
34. Київський національний музей російського мистецтва	07.15 .2013	25 3	90	10. 22. 12	1 675	9 5							
35. Музей-Садиба Родини-Антоничів	05.18 .2013	24 8	127										
36. Музей Михайла Булгакова в Києві	08.07 .2012	23 7	61										
37. Севастопольський художній музей ім. М.П. Крошицького	11.12 .2013	23 0	55										
38. Музей Сновидінь в Києві	12.26 .2012	22 2	61										
39. Одеський художній музей	10.12 .2013	22 0	66										
40. Білозерський районний музей ім. Дмитра Багалія	11.04 .2013	21 4	128										
41. Державний політехнічний музей при КПІ	05.03 .2012	21 0	23										
42. Музей історії міста Сімферополя	04.05 .2014	20 3	52										
43. Білгород-Дністровський	01.09 .2011	20 0	37										

краєзнавчий музей													
44. Музей Бойківщина	04.10 .2012	17 8	99										
45. Києво-Печерський Заповідник	07.23 .2013	16 7	45										
46. Національний музей у Львові імені Андрея Шептицького	09.27 .2011	15 8	93										
47. Музей історії міста Києва	12.21 .2011	14 4	71										
48. Музей історії Хіміко-Технологічного університету	02.02 .2012	13 7	17										
49. Музей сучасного мистецтва Одеса	04.05 .2011	12 0	56										
50. Херсонський обласний краєзнавчий музей	03.09 .2012	11 7	126	05. 10.2012	2 00	1 23							
51. Музей Гетьманства	08.12 .2014	10 9	19										
52. Кам'янець-Подільський державний історичний музей-заповідник	10.11 .2011	10 5	22										
53. Вінницький	01.08	10	29										

обласний художній музей	.2012	1											
54. Історико-меморіальний музей-заповідник «Ганнина Пустеля» імені Пантелеймона Куліша	03.13 .2012	98	52										
55. Донецький обласний художній музей	12.01 .2012	92	37										
56. Національний музей історії України	07.04 .2014	87	83				2.10. 2013	34	0	5.13. 2013	573	3	
57. Уманський краєзнавчий музей	02.27 .2012	82	19										
58. Лівадійський палац-музей	03.24 .2012	79	22										
59. Музей І. Рєпіна в Чугуєві	06.19 2011	77	128										
60. Морський музей (Харків)	08.17 .2013	75	12										
61. Одеський музей західного і східного мистецтва	09.12 .2013	71	10										
62. Бережанський краєзнавчий музей	12.12 .2013	69	27										
63. Горлівський краєзнавчий музей	09.01 .2012	64	11										

64. Черкаський обласний краєзнавчий музей	10.25 .2011	60	900										
65. Полтавський художній музей (галерея мистецтв)	07.08 .2012	58	45										
66. Керченський історико-культурний заповідник	04.10 .2011	55	70										
67. Долинський краєзнавчий музей «Бойківщина» Тетяни і Омеляна Антоновичів	02.14 .2013	52	84										
68. Нововолинський народний історичний музей	10.11 .2012	49	70										
69. Музей-квартира Павла Тичини (Київ)	12.12 .2014	38	126	01. 22. 12	1 222	5 03							
70. Музей мистецтв Прикарпаття	10.05 .2012	32	12										
71. Теробовлянський історико-краєзнавчий музей	02.17 .2013	26	50										
72. Кам'янець-Подільський	04.18 .2011	24	7										

державний музей заповідник													
73. Ялтинський історико-літературний музей	05.01 .2013	21	44										
74. Художньо-меморіальний музей О. Осмеркіна	07.04 .2013	18	27	06. 12.2013	1 098	3 42							
75. Луганський обласний краєзнавчий музей	04.12 .2012	15	8										
76. Археологічний музей Одеса	01.15 .2012	15	51										
77. Державний музей іграшки	03.23 .2014	13	14										
78. Історико – археологічний музей трипільської культури «Прадавня Аратта – Україна»	08.02 .2011	10	4										
79. Музей знаменитих харківчан ім. К. Шульженко	09.11 .2012	7	49										
80. Музеї особистих речей ім. О. Блещунова	05.10 .2012	5	23										
81. Кам'янський історико -	02.10 .2011	3	12										

краєзнавчий музей													
82. Херсонський художній музей ім. О. Шовкуненко	05.10 .2011	2	50										
83. Бориспільський державний історичний музей	08.02 .2013	2	4										
84. Музей театрального, музичного та кіномистецтва	07.02 .2012	2	43										
85. Національний музей - заповідник «Битва за Київ у 1943 р.»	01.19 .2012	2	8										
86. Кременчуцький краєзнавчий музей	02.22 .2013	2	5										
87. Музей-цирка України	04.05 .2013	2	1										
88. Національний науково-природничий музей НАН України	08.11 .2014	2	12										
89. Національний музей історії України у Другій світовій війні	05.11 .2014	2	16										
90. Полтавський музей дальньої авіації	08.14 .2014	2	-										
91. Мамаєва				03.	4	1							

Слобода				12.2013	345	234						
92. Одеський літературний музей				09. 10.2012	4 002	1 114						
93. Національний заповідник «Софія Київська»				01. 22.2013	3 456	9 92						
94. Національний музей у Львові імені Андрея Шептицького				03. 12.2012	2 345	9 12						
95. Замок Радомишль				04. 08.2013	2 003	8 67						
96. Музей Експериментаніум (Київ)				05. 22.2013	1 723	8 44						
97. Етнографічний комплекс «Українське село»				06. 10.2013	1 234	7 12						
98. Музей Шоколаду «АВК»				05. 12. 2013	1 002	6 88						
99. Музей Історії Міста Києва				08. 09. 20 13	9 78	6 71						
100. Музей ФК «Шахтер»				01. 04. 20 13	9 56	4 55						
101. Музей книги і				04.	9	9						

друкарства України				05. 20 13	34							
102. Національний музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття				06. 10.2013	9 04	3 44						
103. Державний історико-культурний заповідник «Межибіж»							9.12. 2013	67	1			
104. Чернігівський обласний художній музей ім. Григорія Галагана							2.02. 2012	09	0			
105. Дім-музей М.М. Коцюбинського												
106. Музей історичних коштовностей України										9.23. 2012	54	3
107. Український національний музей «Чорнобиль»										0.13. 2013	43	5
108. Музей авіаційної техніки Луганського										1.14. 2012	00	6

авіаційного ремонтного заводу												
109. Вінницький обласний краєзнавчий музей										5.19. 2013	36	8
110. Музей суднобудування і флоту м. Миколаїв										2.10. 2012	6	

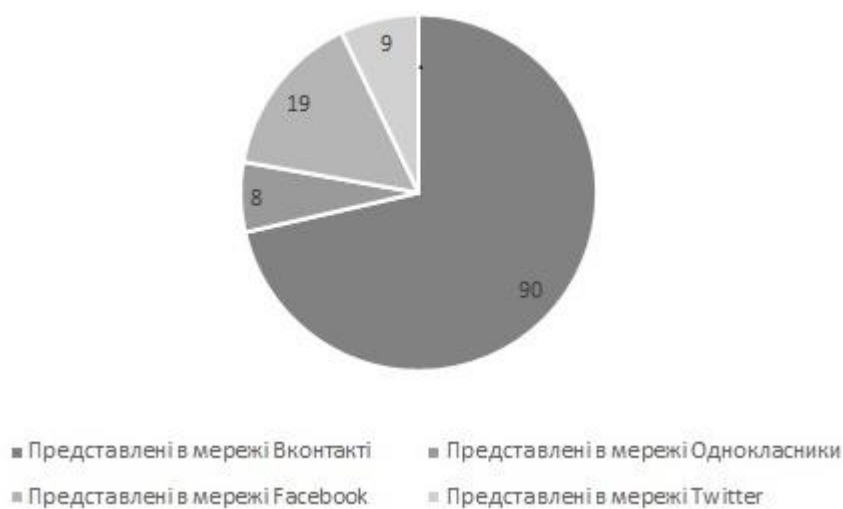


Рис. 26. Ступінь інтеграції українських музеїв в соціальні мережі
Додаток Д

Таблиця Д. 1
Характеристика сайтів за рівнями вкладення

№	Кількість рівнів вкладень	Кількість сайтів	
		абс.	%
1	Один	120	60
2	Два	75	37,5
3	Три	5	2,5