

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

**Куценко Сергій Юрійович**



УДК (069+004.738.5) (043.3)

**СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ МУЗЕЇВ  
УКРАЇНИ**

Спеціальність 07.00.06 – історіографія, джерелознавство та спеціальні історичні  
дисципліни

Автореферат  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата історичних наук

Черкаси – 2017

Роботу виконано на кафедрі загальної історії Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини Міністерства освіти і науки України

**Науковий керівник:** доктор історичних наук, професор  
**Священко Зінаїда Василівна,**  
Уманський державний педагогічний  
університет імені Павла Тичини, професор  
кафедри загальної історії

**Офіційні опоненти:** доктор історичних наук, професор  
**Андрєв Віталій Миколайович,**  
Херсонський державний університет,  
завідувач кафедри всесвітньої історії та  
історіографії

кандидат історичних наук, професор  
**Мельниченко Василь Миколайович,**  
Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького,  
професор кафедри археології та спеціальних  
галузей історичної науки

Захист відбудеться «28» квітня 2017 р. о 15 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 73.053.01 у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького (18031, м. Черкаси, бул. Шевченка, 81)

З дисертацією можна ознайомитися у науковій бібліотеці Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького (18031, м. Черкаси, вул. Університетська, 22)

Автореферат розіслано «24» березня 2017 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради  
доктор історичних наук, професор



Н. І. Земзюліна

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Сучасний етап розвитку історичної науки характеризується активним пошуком нових інструментів для удосконалення процесу опрацювання історичних джерел. Дедалі більшого значення набуває мережа Інтернет як цінний інформаційний ресурс для багатьох гуманітарних наук, насамперед історичних. 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 підтверджена жодними даними. Винятком є лише інформаційне наповнення офіційних Інтернет-ресурсів установ, зокрема музеїв.

На сучасному етапі розвитку музеїв у зв'язку із посиленням ролі Інтернету як ефективного інструмента для поширення інформації є всі підстави стверджувати про формування сприятливих умов для представлення музейних колекцій у віртуальному просторі.

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 вивчення питань, пов'язаних із дослідженням становлення та розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України.

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

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано відповідно до наукової проблематики кафедри загальної історії Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини «Східна Європа в другій половині XIX – першій половині XX ст. : економічні, суспільно-політичні та культурні процеси» (номер державної реєстрації 0115U000075).

**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.

**Об'єктом дослідження** 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 проектів 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 в якості багатофункціональної комунікаційної системи 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.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у тому, що:

- на основі широкого кола джерел уперше проаналізовано особливості становлення та розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України;
- на прикладі аналізу особливостей розвитку інформаційно-комунікаційного середовища у вітчизняних музейних установах з'ясовано, що основними перешкодами на шляху інтеграції музеїв у мережу Інтернет є психологічні, юридичні та економічні чинники;
- доповнено критерії оцінювання Інтернет-ресурсів, що дало змогу здійснити системний аналіз віртуального середовища сайтів музеїв України;
- проаналізовано особливості впровадження інноваційних технологій в експозиційно-виставкову діяльність музеїв, з'ясовано рівень їх використання українськими музейними установами;

- висвітлено практику застосування соціальних мереж у рекламно-інформаційній діяльності музеїв України та наведено практичні рекомендації ефективного використання цього засобу електронної комунікації;
- розкрито специфіку побудови комунікаційної стратегії музею у мережі Інтернет;
- встановлено, що на музейних Інтернет-ресурсах розміщено достовірну інформацію про експонати, що зберігаються у музейних фондах, яка може використовуватися для вирішення дослідницьких завдань;
- розкрито етапи створення та підтримку Інтернет-ресурсів, які вимагають адаптації і доопрацювання під музейну специфіку;
- уточнено поняття «віртуальний відвідувач музею», «віртуальний музей», «Інтернет-ресурси музею»;
- у контексті поглибленого вивчення особливостей становлення і розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України набули подальшого вивчення можливості використання мережі Інтернет як ефективного засобу для промоції українських музеїв та музейних колекцій.

**Практичне значення дисертації** полягає в тому, що фактологічний матеріал, теоретичні положення, що містяться у роботі, можуть стати у нагоді у розробці методичних рекомендацій щодо створення та інформаційного наповнення музейних Інтернет-ресурсів, у навчально-пізнавальній діяльності для викладання курсів із історії, спеціальних історичних дисциплін, музеєзнавства, культурології, комп'ютерних технологій в історії, інформаційних технологій в музеєзнавстві, ПР і реклама в музейній діяльності, комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв. Різноманітний фактологічний і статистичний матеріал буде корисним дослідникам як довідкова інформація для використання інформаційного наповнення Інтернет-ресурсів музеїв у їх науковій діяльності.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення і висновки дисертації обговорено на розширених засіданнях кафедри загальної історії Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Загальну концепцію дослідження автором відображено у виступах, повідомленнях на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Україна і світ: проблеми історії» (Маріуполь, 29 листопада 2013 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Суспільні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку» (Львів, 31 січня –1 лютого 2014 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Пріоритетні напрямки розвитку суспільних наук у XXI столітті» (Херсон, 21–22 лютого 2014 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Людське співтовариство: актуальні питання наукових досліджень» (Дніпропетровськ, 7–8 березня 2014 р.), Науково-методичному семінарі «Аналіз засобів здійснення дистанційного навчання та особливостей їх використання у навчальному процесі» (Умань, 24 лютого 2015 р.), Всеукраїнській науковій конференції «Музей у глобальному світі: інновації та збереження традицій» (Харків, 18 квітня 2016 р.)

**Публікації.** Основні положення дисертації викладено в 11 публікаціях, 5 із яких – у наукових фахових виданнях України, 1 – у зарубіжному науковому періодичному виданні. Загальний обсяг публікацій становить 4,8 друкованих аркушів.

**Обсяг і структура дисертації** зумовлені змістом, сутністю проблеми, метою та завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку використаних джерел і літератури (359 позицій), додатків. Загальний обсяг дисертації становить 256 сторінок, з них основного тексту – 180 сторінок.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено мету й завдання наукового пошуку, його об'єкт і предмет, окреслено зв'язок із науковими програмами, планами, темами, визначено хронологічні та територіальні межі дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення дисертації, подано інформацію про апробацію та публікацію результатів дослідження.

У першому розділі «**Стан наукового вивчення теми, джерельна база, принципи та методи дослідження**», який складається з трьох взаємопов'язаних підрозділів, проаналізовано стан наукової розробки теми, джерельну базу дослідження, обґрунтовано його науковий інструментарій.

У підрозділі 1.1 «**Історіографія теми**» проаналізовано наукову літературу. Історіографію з теми, в якій висвітлено окремі загальні аспекти з досліджуваної нами тематики, умовно поділено 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, об'єднаних навколо Європейської музейної організації (NEMO). Частина проаналізованих праць, відповідно до специфіки досліджуваної тематики, представлено в електронному вигляді й розміщено на веб-сторінках Інтернет-ресурсів, а інша має друкований варіант, в окремих випадках інформація представлена у двох формах.

У першій половині 2000-х рр. вектор історичної інформатики, пов'язаний з вивченням можливостей мережі Інтернет був прийнятий як один з найбільш перспективних напрямів. З'являються дослідження українських вчених, присвячені реформуванню бібліотечної та архівної сфер: О. Баркова, О. Грогуль, О. Жабіна, Л. Костенко, І. Ляшенко, І. Павлуші, М. Сороки, А. Чекмарьова та інших авторів. У них йшлося про створення і підтримку бібліотечних сайтів та онлайн-ресурсів. Питання використання інформаційних технологій в архівній справі відображено у публікаціях Г. Боряка, М. Васильченко, Л. Дубровіної, Т. Захарченко, А. Кисельова, І. Матяш, К. Новохатського, А. Сукало, О. Фіткуліна та інших авторів.

У дослідженнях О. Ждановича, С. Кулешова, В. Кулікова, С. Сініченка вивчено сюжети, що стосуються оцифрування вітчизняних музейних фондів і забезпечення доступу до них, урегулювання правових питань, пов'язаних із використанням цих матеріалів.



Напрацювання українських учених із окремих аспектів становлення та розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України представлено кількома напрямками: специфіка використання інформаційних технологій для збереження та репрезентації культурної спадщини; створення та інформаційне наповнення представництв музеїв у мережі Інтернет; стратегія просування, продажу музейних товарів, послуг у Інтернет-просторі.

Переваги та недоліки Інтернету як сучасного інструмента маркетингу, аналіз використання Інтернет-технологій у виставковій діяльності, висвітлення досвіду закордонних музейних установ щодо їх інтеграції у віртуальний простір та формування пропозицій щодо можливостей застосування відповідних практик в українських умовах, – питання, що висвітлено у дослідженнях М. Белікова, Н. Горської, Б. Івченко, О. Копитько, Н. Кравченко, Т. Курченко, Р. Маньковської, Ж. Мина, Т. Можаровської, О. Можаровського, Ф. Рябчикова, Т. Сидорчук, Є. Славутич, Т. Трофименко, Г. Фесенко, Л. Халецької, Є. Червоного, О. Черненко, Л. Чупрій, О. Шевченко, С. Шемаєва, І. Яковець і Т. Яцечко-Блаженко.

Ряд робіт українських дослідників: К. Андреевої, С. Андреева, В. Баталкіна, Р. Гураль, П. Жежничка О. Зінченко, В. Литвина, Ю. Ришковець, Т. Сосновської, І. Шевцова – присвячено вивченню створення і обслуговування музейних Інтернет-ресурсів, аналізу різних варіантів трактувань поняття «віртуальний музей».

Специфіка створення, інформаційне наповнення Інтернет-ресурсів бібліотек, архівів, частково музеїв (окремі сайти, зокрема, персональні, блоги, форуми, статті в електронній енциклопедії «Вікіпедія») розглянуто в дисертації О. Ждановича, Р. Мірошника, А. Кисельової, І. Пантелейчук, А. Сукало.

Другу історіографічну групу представлено дослідженнями науковців країн СНД, переважна частина із яких належить російським вченим, які проблему історії становлення і розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України розглядають у контексті висвітлення питання впровадження інформаційних технологій у роботу музеїв та інших закладів культури країн СНД. Результати їх наукових

досліджень знайшли своє відображення у фахових виданнях 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.

Не отримала широкого розвитку проблема становлення та розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України також і серед науковців, об'єднаних навколо Європейської музейної організації (NEMO). Зусилля дослідників, зокрема Л. Айзенкот, Ю. Барух, О. Георгюла, Б. Графа, О. Ейде, Л. Зехідіса, А. Кантар, К. Костас, А. Мюллер та інших 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 насамперед громадянам Східної Європи, які не є членами ЄС.

Отже, узагальнивши історіографічний огляд, констатуємо, що питання співзвучні з нашою темою, знайшли часткове відображення в українській та зарубіжній історіографії. Водночас становлення та розвиток Інтернет-ресурсів музеїв України потребує спеціального науково-історичного вивчення. Цим і зумовлено вибір автором обраної для дослідження теми.

Підрозділ 1.2 «**Джерельна база**» присвячено аналізу джерел, що склали основу дисертації. Визначено, що джерельна база дослідження, відповідно до специфіки теми, поділена на друковані та електронні джерела.

*Перша група* представлена офіційними документами (законами, нормативно-правовими документами, статистичними матеріалами, програмами розвитку музейної справи в Україні і окремо в кожному регіоні) центральних органів державної влади (Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України, Міністерства культури України, Міністерства оборони України, Міністерства внутрішніх справ України, Державної служби статистики України, Міністерства освіти і науки України, Державного комітету телебачення і радіомовлення, Державного комітету архівів України), дія яких поширюється на сферу діяльності музею.

*Друга група* представлена матеріалами, які розміщені на сайтах:

- 1) регіональних органів державної влади (обласних державних адміністрацій);
- 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, Інституту української археографії та джерелознавства ім. М.С. Грушевського, Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т. Рильського, Центру пам'яткознавства НАН України та Українського товариства охорони пам'яток історії та культури, Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, Львівської національної наукової бібліотеки ім. В. Стефаника);
- 3) вищих навчальних закладів (факультету культурології Київського національного університету культури і мистецтв, Інституту гуманітарних та соціальних наук Національного університету «Львівська політехніка», художньо-педагогічного факультету Рівненського державного гуманітарного університету, історичного факультету Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки, факультету культурології Харківської державної академії культури, факультету історії, політології та міжнародних відносин Чернівецького національного університету ім. Федьковича, Історико-філософського відділення Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Ушинського);
- 4) Інтернет-енциклопедій (Вікіпедія);
- 5) Інтернет-видань («Музеї України», «День», «MUSEUM»);
- 6) Інтернет-проектів для поширення інформації про послуги та продаж музейної продукції («Музейна крамниця», «Динамічний музей»);
- 7) Інтернет-представництва музейних організацій (Всеукраїнська асоціація музеїв);
- 8) Інтернет-порталів з музейної тематики («Музейний простір», «Музейний портал»);
- 9) музейних сайтів України;
- 10) Інтернет-ресурсів зарубіжних держав на яких розміщена інформація про українські музеї («Март», «Російський музей: віртуальна філія»).

Таким чином, залучена до дисертації джерельна база є репрезентативною. Її осмислення дозволяє досягти поставленої мети і вирішити наукові завдання.

У підрозділі 1.3 «**Принципи і методи дослідження**» визначено теоретико-методологічну основу дисертації. Теоретико-методологічну основу дослідження становлять загальноприйняті у сучасній українській історіографії принципи науковості, історизму, системності, об'єктивності, які виступають у поєднанні із історіографічним, статистичним, історико-хронологічним, порівняльним методами, джерелознавчим пошуком та аналізом профільних публікацій з теми дослідження із використанням міждисциплінарного підходу.

Важливим для дослідження історії становлення та розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України є понятійно-категоріальне забезпечення. У дисертації уточнено зміст таких понять, як «віртуальний відвідувач музею», «віртуальний музей», «сайт музею».

Отже, представлені у дисертації принципи та методи дослідження зумовили структуру роботи, логіку викладу матеріалу. Шляхом синтезу зазначених методів і принципів вдалося об'єктивно та адекватно відобразити становлення і розвиток Інтернет-ресурсів музеїв України.

У другому розділі «**Формування основних груп інформаційних ресурсів музеїв України**», який складається з трьох взаємопов'язаних підрозділів, розглянуто особливості становлення і розвитку інформаційно-комунікаційного середовища у вітчизняних музейних установах, досліджено ступінь інтеграції музеїв у мережу Інтернет, здійснено системний огляд сайтів, представництв музеїв України у різних соціальних мережах та інших Інтернет-ресурсах.

У підрозділі 2.1 «**Становлення і розвиток інформаційно-комунікаційного середовища у вітчизняних музейних установах**» відображено вплив інформаційних технологій на здійснення трансформаційних процесів у вітчизняній музейній сфері.

Виявлено й проаналізовано основні етапи розвитку музейної діяльності в Україні в сфері використання можливостей мережі Інтернет. Запропоновано й обґрунтовано таку хронологічну послідовність процесу.

Перший етап – початок 90-х рр. ХХ ст. У цей період відбувається дослідження закордонного досвіду автоматизації музейної та архівної

діяльності та реалізації їхніх проектів у мережі Інтернет. Другий етап – середина 90-х рр. ХХ ст. відбувається комп'ютеризація і автоматизація обліку музейних експонатів, реалізуються проекти з оцифрування найбільш цінних пам'яток культури і мистецтва. Третій етап – кінець ХХ – початок ХХІ ст. У цей період на фоні широкого розповсюдження мережі Інтернет в Україні відбувається стрімкий процес інтеграції музеїв у віртуальний простір. Упродовж 1990-х рр. – початку ХХІ ст. музейними установами проведено конференції та інші наукові заходи, де обговорено пошук дієвих механізмів для адаптації їх роботи у сучасних умовах (використання технічних засобів та мережі Інтернет для вдосконалення взаємодії музею із відвідувачами тощо). В умовах задекларованого державою євроінтеграційного курсу відбувається початок переходу музеїв України до світових стандартів правового, технологічного, методологічного характеру. В 2002 р. Кабінет Міністрів України затвердив «Програму розвитку музейної справи на період до 2005 року», в якій була прописана підтримка з боку держави у справі імплементації новітніх інформаційних технологій у музейний сектор.

За підтримки установ органів державної влади і громадських організацій України і зарубіжних країн реалізовано проекти з модернізації музейної галузі в Україні. Одним із варіантів вирішення цієї проблеми ініціатори проектів вважають інтеграцію національної історико-культурної спадщини в глобальну мережу, тому що в еру інформаційних технологій комунікаційні здібності музею зумовлюють його конкурентоспроможність у «боротьбі» за відвідувача. Регіональним туристично-інформаційним центром за підтримки Програми МАТРА КАП Посольства Королівства Нідерландів в Україні у травні 2008 р. розпочалася реалізація проекту «Музейне коло Прикарпаття». Однією із кінцевих цілей проекту є створення сайту, де б розміщувалася інформація музеїв Прикарпаття. Через недосконалість чинного законодавства у сфері регулювання музейної сфери з 2015 р. Управління музейної справи та культурних цінностей опрацьовує зміни до Закону України «Про музеї та музейну справу». Наприклад, у концепції законопроекту присутній пункт про створення онлайн

колекції фондів музейних предметів для внутрішніх потреб музеїв та з метою надання користувачам доступу до музейних фондів.

У підрозділі 2.2 **«Репрезентація музеїв у мережі Інтернет: вітчизняний досвід»** за такими критеріями, як: представлення інформації про діяльність музею, відомості про керівництво та персонал, актуальність інформації розміщеної на Інтернет-ресурсі, наявність відеоматеріалів з проведених музейних заходів, якісних зображень експонатів тощо, проаналізовано виявлені музейні сайти станом на початок 2015 р. Окрему увагу приділено визначенню точної кількості музеїв, що функціонують на території України.

За допомогою пошукових систем Google, Яндекс та електронних баз сайту журналу «Музеї України» і 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, що визначає їх структуру та інформаційне наповнення) із 1155 діючих музейних закладів в Україні. Зважаючи на відсутність оновлених статистичних даних на Інтернет-ресурсі Державної служби статистики України, інформацію про офіційну кількість музеїв в Україні було взято із паспортів областей, розміщених на сайтах обласних державних адміністрацій. Проаналізувавши дані дослідження можна зробити висновок, що українські музеї не повною мірою використовують можливості мережі Інтернет. Із 1155 музейних установ власні представництва у мережі Інтернет має лише 17% музеїв. Отримані результати свідчать про те, що 83% музеїв надають перевагу традиційним методам діяльності й не усвідомлюють ефективності та перспектив використання мережі Інтернет у своїй роботі. Музейні представництва у мережі Інтернет за структурою та інформаційним наповненням розподіляються на три основні типи – сайт-візитка, інформаційно-довідкові веб-ресурси та портал. Найпростішими за змістом сайтами є так звані Інтернет-сторінки, на яких подано лише контактні дані музею та в довідковій формі розміщено інформацію про діяльність установи. 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. 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 простір», що надає можливості пошуку інформації по більшості реально діючих вітчизняних музеїв.

За кількістю створених веб-ресурсів у мережі Інтернет лідером є м. Київ. Така значна інтеграція музейних установ в мережу Інтернет пояснюється кількістю відвідування, рівнем фінансування, поглибленими зв'язками із європейськими музеями.

У підрозділі 2.3 **«Можливості використання соціальних мереж у музейній діяльності»** розглянуто стратегію роботи музею у соціальній мережі, подано практичні рекомендації стосовно підвищення ефективності науково-популяризаційної діяльності установи. Представлено рейтинг популярності представництв українських музеїв, створених у різних соціальних мережах.

На відміну від сайту, підтримка якого потребує значних матеріальних вкладень, додаткового часу та людських ресурсів, створення спільноти у різних соціальних мережах здійснюється досить швидко і не потребує знань із веб-програмування. Вибір музеєм використання соціальних мереж у їх діяльності є цілком виправданим, зважаючи на те, що чисельність користувачів мережі Інтернет із кожним днем невпинно зростає. В Україні найпопулярнішими соціальними мережами являються Вконтакті та Однокласники, серед міжнародних Інтернет-спільнот мікроблог Twitter і Facebook. За даними Mail.Ru Group, станом на 2015 р. кількість зареєстрованих українців у мережі Вконтакті орієнтовно становить 22 млн осіб, в Однокласниках – 11 млн осіб. Чисельність зареєстрованих українських користувачів у Facebook і Twitter станом на 2015 р. становить відповідно 6 млн та 50 тис. осіб. 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. Цей результат дослідження не є остаточним, оскільки творці спільноти можуть у будь-який час видалити створене представництво, включати та виключати підписників, редагувати інформаційне наповнення Інтернет-ресурсу. Найчастіше музеї створюють власні представництва у кількох соціальних мережах. Це дозволяє охопити ширшу аудиторію і використовувати різні можливості, що їм надають Інтернет-ресурси для поширення інформації про їх діяльність серед учасників спільнот. Активність музеїв у соціальних мережах визначається за такими критеріями: датою публікації першого повідомлення на стіні, кількістю підписників та записів на стіні.

Наприклад, Черкаський обласний краєзнавчий музей має свою сторінку у соціальній мережі Вконтакті. Станом на 2015 р. друзями музею тут є 60 осіб – це молодь та люди середнього віку, здебільшого жителі Черкаської області, що дає можливість розсилати прямі запрошення на музейні заходи та швидко отримувати відгуки. У спільноті створено фотоальбом, де працівники музею завантажують фото із проведених заходів (ніч в музеї, новорічне свято для дітей героїв АТО, майстер-клас із розпису писанок тощо). Найпопулярнішими записами за переглядами серед підписників спільноти стали: про проведення виставок Тетяни Голуб (8 репост, 11 лайків та 5 коментарів), Миколи та Галини Морозовських (2 репост, 8 лайків, 5 коментарів), святкування свята Хелувін (21 репост, 19 лайків, 5 коментарів).

Однак у більшості випадків вітчизняні музеї використовують можливості соціальних мереж лише для налаштування експорту новин із сайту музею.

Третій розділ **«Музейний сайт як історичне джерело та реалізація комунікаційної музейної стратегії у мережі Інтернет»** складається з трьох взаємопов'язаних підрозділів, у яких розкрито способи реалізації музейної комунікації у віртуальному просторі, розглянуто можливості використання мережі Інтернет для презентації колекцій, досліджено особливості створення та розвитку музейних сайтів.

У підрозділі 3.1 **«Комунікація в музейних установах засобами веб-**



**ресурсів»** розглянуто специфіку використання мережі Інтернет як нового засобу для реалізації комунікативної функції музею.

До другої половини ХХ ст. музеї були установами, основними обов'язками яких було зберігання і демонстрація власної колекції. В останні кілька десятиліть у центрі музейної проблематики – комунікація з відвідувачем, який формує запит на послуги музею і дедалі більше визначає вектор його розвитку. Багато музеїв змушені шукати шляхи модернізації своєї діяльності, щоб підвищити цінність музею серед його нинішніх і майбутніх відвідувачів.

Сучасні музеї існують у висококонкурентному середовищі, вони змушені боротися за своїх відвідувачів на ринку дозвілля та конкурувати з культурними інститутами, які використовують нові майданчики для комунікації з сучасною аудиторією. Відбувається активна інформатизація всієї культурної сфери, нові медіа та Інтернет-технології стають необхідним каналом для взаємодії з відвідувачами для театрів галерей і музеїв. Висока конкуренція, швидкий розвиток інформаційних технологій, запити відвідувачів змушують музеї модернізуватися і адаптуватися до нового ринку, активно переходити до перспективніших форм комунікації через мережу Інтернет.

Використання Інтернет-мережі для організації спілкування дає змогу музеям створити ефективне інформаційно-комунікативне середовище. Сучасними основними способами для спілкування та обміну інформацією у віртуальному просторі є електронна пошта, гостьові книги сайтів, форуми, блоги, чати, соціальні спільноти, програмні додатки для смартфонів і планшетних комп'ютерів, які використовують мережу Інтернет у своїй роботі. У Інтернет-аудиторії з'являється можливість висловити свої побажання і задати питання, а також отримати своєчасні відповіді, взяти участь в соціальному житті музею як в його стінах, так і за його межами. Найбільш активними осередками спілкування музейних працівників із їх аудиторією є соціальні спільноти, форуми, гостьові книги сайтів. Для налагодження професійних контактів найчастіше використовується електронна пошта і відеоконференції.

Становлення інформаційного суспільства актуалізує проблему сучасної

музеєлогії, де використання нових інформаційних і комунікаційних технологій зумовлює необхідність пошуку нових, ефективних форм і методів роботи з аудиторією.

У підрозділі 3.2 «Музейні Інтернет-виставки» розглянуто механізми презентації оцифрованих копій музейних експонатів у мережі Інтернет, досліджено основні вимоги і можливі проблеми у публічному представленні онлайн-колекції. Наведено порівняння специфічних особливостей традиційних і електронних виставок, представлено їх класифікацію.

Музеї під впливом нових вимог змінюють свої методи роботи з метою привернути увагу більшої кількості відвідувачів. Вони презентують експонати у мережі Інтернет. Представлення музейних колекцій у віртуальному просторі – це новітній спосіб взаємодії між музеєм та Інтернет-аудиторією. Стосовно використання Інтернет-технологій у виставково-експозиційній діяльності, думки музейного співтовариства різняться. Одні музейні фахівці використовують можливості мережі Інтернет для презентації експонатів у віртуальному просторі. Інші виступають з критикою віртуалізації установ і доводять, що це знижує культурний рівень музейного відвідувача та поступово призведе до занепаду музеїв. Для створення якісних електронних музейних виставок необхідні такі спеціалісти: фахівець-предметник, який є спеціалістом безпосередньо з тематики виставки; художник (найкращим варіантом є фахівець із дизайнерського оформлення сайтів); фахівець у сфері інформаційних технологій; спеціаліст-мовознавець, особа, яка займається редагуванням тексту; незалежний експерт – людина, яка б незалежно оцінила якість зробленої роботи щодо створення цифрової виставки; технічні редактори (якщо виставка супроводжується аудіо- та відеоматеріалами).

Існує два підходи до створення електронної виставки із музейної тематики. Відповідно до першого, спочатку визначається план подачі матеріалу. Розробляти стратегію розвитку майбутньої виставки повинні не «предметники» (спеціалісти в галузі), а фахівці у сфері інформаційних технологій. Згідно з другим підходом, на чолі подібного проекту повинен

стояти профільний спеціаліст, який визначає стилістику і стратегічну концепцію представлення матеріалу. На багатьох сайтах вітчизняних музеїв можна зустріти фотоматеріали, які позиціонуються авторами як електронні виставки. Однак у більшості випадків – це звичайна фотогалерея, в якій хаотично зібрано фотоекспонати.

Позитивною тенденцією в експозиційно-виставковій роботі музеїв на сучасному етапі їхнього розвитку є поступовий перехід від статичної демонстрації музейних колекцій до представлення їх у інтерактивній формі з використанням усіх переваг Інтернет-середовища. Це дозволяє забезпечити вільний доступ до фондів установ широкій аудиторії.

У підрозділі 3.3 **«Структура та інформаційне наповнення музейних сайтів»** досліджено принципи конструювання сайтів із урахуванням специфіки діяльності музейних установ.

Перед сучасними музеями стоїть завдання створити інформаційне середовище, яке б відповідало новітнім вимогам користувачів мережі Інтернет. Зумовлено це тим, що сайт музею в деяких випадках може бути єдиною можливістю отримати вичерпну інформацію про установу і її колекції. У межах виконання проектів «Minerva» і «Minerva plus» підготовлено й опубліковано документ «Принципи якості веб-сайтів з культури». Згідно з ним, під час розробки сайтів із культури повинні бути забезпечені загальні вимоги до змісту сайту (достовірність опублікованих відомостей для відвідувача, чітке та логічне структурування розділів і підрозділів), навігація (зрозуміла карта сайту).

Зміст (контент) і структура є запорукою успіху і довголіття музейного сайту. Зважаючи на це, розробка меню (логічне розташування розділів, підрозділів, сторінок та створення зв'язку між ними), дотримання основних рекомендацій щодо інформаційного наповнення Інтернет-ресурсів є актуальним питанням для дослідження, оскільки Інтернет стає основним джерелом для отримання інформації. 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, після-проектного етапу. На першому етапі розробляється концепція сайту та технічні завдання, що визначають вимоги і порядок створення ресурсу. На етапі проектування дизайнер у спеціальних графічних програмах створює дизайн шаблону веб-сторінок майбутнього сайту. Після затвердження дизайну сайту здійснюється верстка сайту (створення ресурсу із готового шаблону). На кінцевому етапі готовий для демонстрації сайт розміщується в Інтернет-просторі. В 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. Типова структура сайтів музеїв України складається з таких розділів: «Виставки», «Відвідувачам», «Про музеї», «Віртуальна екскурсія», «Освітні програми», «Для фахівців», «Відео та фотогалерея», «Наші послуги», «Видання та публікації».

У результаті проведеного дослідження автор виносить на захист такі **висновки та положення:**

1. У сучасній історіографії до тепер було відсутнє спеціальне дослідження, присвячене становленню і розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України. Опрацьована і залучена до дисертації джерельна база є репрезентативною і достовірною для вивчення окресленої теми.

2. Важливим кроком у створенні сучасного інформаційно-комунікаційного середовища музею стало поширення Інтернет-мережі в Україні. Це дало змогу реалізувати програми з реформування музейництва, розширити співпрацю держави і глобальних альянсів. Протягом 1990-х рр. – поч. ХХІ ст. було організовано семінари, конференції тренінги, присвячені використанню інформаційних технологій у всіх сферах діяльності музею: від менеджменту й електронної комерції до презентації музейних фондів. На державному рівні з ініціативи громадських організацій і музейної спільноти розроблено цільові програми із упровадження інформаційних технологій у музейництві.

3. Наприкінці 90-х рр. ХХ ст. в Україні з'явилися перші музейні сайти. Нині в Україні, за даними обласних державних адміністрацій, діють 1155 музейних закладів. Проте в мережі Інтернет українські музеї представлені недостатньо. З 1155 музейних закладів лише 200 установ мають власні Інтернет-представництва. Більшість виявлених і проаналізованих нами музейних сайтів станом на початок 2015 р. відстають від подібних європейських Інтернет-ресурсів. Більшість із них є сайтами-візитками, де подано лише контактні дані музею та розміщено довідкову інформацію про діяльність установи. Вітчизняні музеї поступаються закордонним музейним установам у застосуванні інтерактивних технологій для демонстрації музейних колекцій у віртуальному просторі, не пропонують відвідувачам своїх Інтернет-ресурсів для ознайомлення із експозиційними залами, виставками за допомогою віртуальної екскурсії.

4. Соціальні мережі для музеїв є одним із найефективніших Інтернет-ресурсів для реклами своїх послуг, що дозволяє залучити підписників спільнот до різного роду обговорення, просувати поточні й минулі проекти, обмінюватися досвідом. Більшість вітчизняних музейних установ представлено у таких соціальних мережах, як Twitter, Facebook, Вконтакті та Однокласники. Вони надають різні можливості для просування установ у мережі Інтернет. Активність вітчизняних музеїв у соціальних мережах у більшості випадків концентрується лише на здійсненні експорту новин із сайту установи. Основну кількість представництв музеїв у соціальних мережах зареєстровано у Вконтакті. Це пояснюється високим рівнем популярності цієї соціальної мережі серед країн пострадянського простору, зрозумілим інтерфейсом для учасників спільноти і зручністю в адмініструванні Інтернет-ресурсу. Найменше представництв музеїв у мікроблозі Twitter, тому що його можливості є обмеженими і використовуються лише для швидкого обміну невеликими повідомленнями.

5. Під впливом активного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій перед сучасними музеями стоять непрості завдання пошуку новітніх

способів взаємодії із суспільством з метою заохочення сучасного відвідувача прийти до установи. Для цього використовуються технічні засоби, їх програмне забезпечення та Інтернет-технології, які активно впливають на зміну комунікаційних процесів у музейному середовищі. Безперечними перевагами комунікаційного середовища Інтернету є такі: глобальність, широке використання можливостей інтерактивності, які роблять процес комунікації простішим. Мережа Інтернет надає унікальну можливість максимально швидко поінформувати Інтернет-аудиторію про діяльність установи, організувати із ними спілкування, налагодити і поглибити професійну онлайн-співпрацю з іншими музеями за допомогою проведення відеоконференцій тощо.

6. Головним завданням музею є збереження культурних цінностей і надання доступу до музейних фондів. Останнє вирішується різними способами, найпоширенішим із яких є організація виставок. Однак проведення виставок, як правило, обмежене у часі і площею експозиційних залів. Перенесення виставок у віртуальний простір – це одне із рішень, яке вирішує цю проблему. Віртуалізація має на увазі організацію у мережі Інтернет загальнодоступного ресурсу, зайшовши на який можна ознайомитися з цифровими копіями реальних музейних експонатів. Презентація експонатів на Інтернет-ресурсі музею також представляє можливість для популяризації фондів установи, дозволяє, створюючи виставку, використовувати додаткові інструменти для їх демонстрації (текст, графіка, аудіо, відео), щоб забезпечити якісно новий рівень в інтерпретації музейних колекцій.

7. У сучасних умовах, зважаючи на можливості Інтернет-мережі відбувається формування нового типу музейного відвідувача, який потребує оперативного отримання цікавої для нього інформації. У зв'язку з цим створення і підтримка власних сайтів стали одним із актуальних напрямів роботи сучасного музею. Сайт є важливим елементом для формування позитивного іміджу музею, який може розповісти не тільки про те, що це за установа, які послуги надає своїм відвідувачам, але і показати, наскільки ефективно йде освоєння інформаційних технологій у їх діяльності. Створення

сайту для музею передбачає розробку інформаційного ресурсу, який буде зручний для професіоналів різних освітніх організацій, науковців і для всіх тих, хто бажає відвідати цю установу. На Інтернет-ресурсі музею обов'язково розміщується фотогалерея, календар подій, конфігурації для зворотного зв'язку, пошук по сайту, можливість для користувачів коментувати ту чи іншу подію, або експонат.

**Основний зміст дисертації викладено у таких публікаціях автора:**

1. Музеї Черкаської області в мережі Інтернет: комплексний аналіз // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Історія / За заг. ред. проф. І. С. Зуляка. – Тернопіль, 2014. – Вип. 2. – Ч. 3. – С. 241–247.
2. Можливості використання соціальних мереж у діяльності музеїв України // Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики: зб. наук. праць / Відп. ред. Г. В. Боряк. – Київ, 2015. – Ч. 25. – С. 63–77.
3. Електронні виставки музеїв: особливості та класифікація // Музейний вісник / Відп. ред. Г. І. Шаповал. – Запоріжжя, 2015. – № 15. – С. 49–57.
4. Історичні етапи створення та формування сайтів музеїв України як самостійної одиниці в структурі музейних установ // Гілея: науковий вісник / Гол. ред. В.М. Вашкевич. – Київ : Вид. «Гілея», 2015. – Вип. 102 (11). – С. 127–131.
5. Комунікація в музейних установах засобами веб-ресурсів // Гуржіївські історичні читання: зб. наук. праць / Ред. кол. В.А. Смолій, О.І. Смолій, А.Г.Морозов та ін. – Черкаси : Вид. Чабаненко Ю.А., 2014–2015. – Вип. 8–9. – С. 64–67.
6. Особенности структуры и информационное наполнение сайта музеев // Studia Warminskie. – Olsztyn, 2015. – Edycja 52. – S. 327–337.
7. Використання електронних баз даних в історичних дослідженнях // Україна і світ: проблеми історії: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції / під. заг. ред. К.В. Балабанов. – Маріуполь, 2013. – С. 134–135.

8. Музеї в Інтернеті: Проблеми, перспективи та цілі // Суспільні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів : ГО «Львівська фундація суспільних наук», 2014. – С. 79–83.

9. Проблеми та перспективи застосування новітніх інформаційних технологій в історичних дослідженнях // Людське співтовариство : актуальні питання наукових досліджень: матеріали: Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ : НО «Відкрите суспільство», 2014. – С. 23–27.

10. Використання ресурсів сайтів музеїв України у дистанційному навчанні студентів гуманітарного напрямку // Аналіз засобів здійснення дистанційного навчання та особливостей їх використання у навчальному процесі: матеріали науково-практичного семінару / гол. ред.. Г.В. Ткачук. – Умань : ФОП Жовтий О.О., 2015. – С. 27–29.

11. Особливості організації рекламно-інформаційної діяльності музею в соціальних мережах // Двадцять Сумцовських читання: збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції «Музей у глобальному світі: інновації та збереження традицій», 18 квітня 2016 р. – Х. : Майдан, 2016. – С. 45-52.

## АНОТАЦІЇ

**Куценко С. Ю. Становлення та розвиток Інтернет-ресурсів музеїв України. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук зі спеціальності 07.00.06 – історіографія, джерелознавство та спеціальні історичні дисципліни. – Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. – Черкаси, 2017.

Дисертаційну працю присвячено комплексному аналізу особливостей становлення та розвитку Інтернет-ресурсів музеїв України, що є предметом дослідження історичної інформатики. Автором розкрито причини інтеграції вітчизняних музеїв в мережу Інтернет. Зокрема, проаналізовано такі, як: підвищення популярності музею в Україні і в усьому світі, налагодження



професійних контактів між музеями, науковими установами, які опікуються питаннями розвитку музейної справи та іншими зацікавленими людьми, додаткові можливості для презентації музейних колекцій, зростання освітньої ролі музею, привернення уваги спонсорів. Визначено місце українських музеїв на світовому інформаційному ринку у глобальній мережі. Розглянуто особливості побудови і функціонування виявлених сайтів, представництв музеїв України у різних соціальних мережах та інших Інтернет-ресурсах. Охарактеризовано специфіку використання комунікаційних можливостей Інтернету в музейній сфері, висвітлено проблему представлення колекцій на музейних Інтернет-ресурсах, розкрито перебіг зі створення, підтримки, просування сайтів музеїв. Сформульовано основні вимоги, яким повинні відповідати віртуальні представництва музеїв. Зміст такого Інтернет-ресурсу повинен включати такі структурні елементи: інформацію про роботу музею, історію установи, опис колекції, інформацію про виставкову діяльність, освітні програми, відомості про наукову діяльність тощо. На підставі аналізу інформаційного наповнення Інтернет-ресурсів вітчизняних музейних установ визначено можливість їх використання в історичних дослідженнях.

**Ключові слова:** Інтернет-ресурси, музеї, музейний менеджмент, музейна спільнота, оцифрування, інформаційне наповнення, історична інформатика, Інтернет, Інтернет-технології, Інтернет-комунікація, соціальні мережі, віртуальна екскурсія.

**Куценко С. Ю. Становление и развитие Интернет-ресурсов музеев Украины. – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук по специальности 07.00.06 – историография, источниковедение и специальные исторические дисциплины. – Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого. – Черкассы, 2017.

Диссертация посвящена комплексному анализу становления и развития Интернет-ресурсов музеев Украины, что является предметом исследования

исторической информатики. В диссертации освещен комплекс проблем, связанных с существованием нескольких главных преград экономического, кадрового, психологического характера, сдерживающих модернизацию музейного сектора в государстве. Проанализирован переходный этап развития национальной музейной сети от традиционного к инновационному способу существования.

Определено место украинских музеев на мировом информационном рынке в глобальной сети. В частности, рассмотрены особенности построения и функционирования выявленных сайтов, представительств музеев Украины в различных социальных сетях и других Интернет-ресурсах. Охарактеризована специфика использования коммуникационных возможностей Интернета в музейной сфере. Освещена проблема представления коллекций на музейных Интернет-ресурсах. Раскрыт ход работы по созданию, поддержке, продвижению сайтов музеев. В диссертации отмечено, что «информационное присутствие» музеев в сети Интернет открывает доступ к новому, очень перспективному и глобальному каналу получения (изучение, аналитика), сбыта (реклама, популяризация, презентация) и обмена (координация) информации, который действует непрерывно и обеспечивает самый широкий географический охват. Музеи получают возможность осуществлять двусторонние и многосторонние профессиональные взаимодействия, формировать широкую целевую аудиторию, интенсифицировать интеграцию в отечественное и мировое музейное сообщество. Автором подчеркнуто, что должно быть максимальное сходство структуры музея как социального института, со структурой музейного сайта для полного освещения всех сторон жизни и деятельности учреждения. В диссертации отмечено, что сайт должен быть абсолютно открытым ресурсом. Это предусматривает возможность беспрепятственного ознакомления с результатами деятельности работников музея и его общим достоянием. Автором сформулированы основные требования по созданию и сопровождению музейного Интернет-ресурса, следование которым поможет сделать музейный сайт более посещаемым.

**Ключевые слова:** Интернет-ресурсы, музеи, оцифровка, социальные сети, информационное наполнение, Интернет, Интернет-технологии, Интернет-коммуникация, историческая информатика, виртуальная экскурсия.

**Kutsenko S.Y. The formation and development of internet resources for Ukrainian museums. – Manuscript.**

Dissertation abstract (Candidate of Historical Sciences, speciality 07.00.06 – Historiography, Source Studies and Special Historical Disciplines). – National Bohdan Khmelnytsky University of Cherkasy. – Cherkasy, 2017.

The dissertation is dedicated to the complex analysis of the problem of formation and development of the Internet resources of Ukrainian museums, which represents the research subject of historical informatics. A complex of problems associated with the existence of several major barriers of economic, human, psychological and other character, hat been revealed of the museum sector in the country which contain the modernization. Had been revealed the transition phase of the national museum network from the traditional to the innovative mode of existence and development has been analyzed.

The author has highlighted the role of the Internet network in the process of information and communication environment formation within local museum establishments. The place of Ukrainian museum creation process in the world information market within global network has been decided, in particular author mentions characteristics of structuring and functioning of the identified web sites, Ukrainian museums representatives in different social networks and other Internet resources. Moreover, the dissertation characterizes special features of the usage of Internet communication capacities within museum sphere, elucidates problem of collection representation in the museum Internet resources, describes workflow of museum sites creation, support and promotion. The dissertation mentions that «information presence» of museums in the Internet network grants access to new, very promising and global channel of reception (examination, analytic analysis), marketing (popularization, presentation) and exchange of information, the channel

functions permanently and guarantees the widest geographical coverage and possibility to exercise two-sided and multi-sided professional cooperation, form broad target audience, intensify integration into local and global museum community. Furthermore, the author underlines that there should be established the maximally close connection between museum structure, as a social institution, and museum site structure for the sake of full presentation of establishment's life and activity. The dissertation emphasizes that site should be an absolutely open resource, which would provide an unrestricted possibility to get acquainted with results of museum employees' activities and museum's common heritage.

**Key words:** Internet resources, museums, digitizing, social networks, information content, the Internet, Internet-based technologies, Internet communication, historical informatics, virtual excursion.