

%80%D0%BD%D0%B0%20%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B1%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA (дата звернення 12.03.2020 р.). – Назва з екрана.

МУЗЕЙНІ ІННОВАЦІЇ ТА ІНТЕРАКТИВНІСТЬ: ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТЬ

Д. В. Поливода, студентка спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, група ДІДБ-21

Т. В. Оніпко, науковий керівник, д. і. н., професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасній теорії та практиці музейної справи широко вживаються такі терміни, як «музейні інновації» та «інтерактивність». Ці поняття охоплюють широкий контекст і відмінні між собою галузі музейної роботи: використання мультимедійних технологій та аудіовізуальних засобів у експозиції музею; створення віртуальних музеїв та виставок у мережі Інтернет й офіційних інтернет-сторінок музею; оцифрування та стандарти програмного забезпечення для обліку музейних фондів; застосування нестандартних й творчих підходів у науково-освітній діяльності музею, музейному маркетингу.

Щодо дефініції, тобто роз'яснення понять «музейні інновації» та «інтерактивність». У широкому розумінні музейні інновації представляють докорінне переосмислення традиційних музейних практик, місця та ролі музеїв у суспільстві та культурі, що сприяє подальшій еволюції музею як особливого історично-культурного феномену, дозволяє йому належним чином відповідати на виклики сучасності й залишатися актуальним насамперед для відвідувачів. Музей нині сприймають не як сховище музейних предметів і науково-дослідний центр, а перш за все – як інструмент соціальних й культурних перетворень. Такий музей дозволяє своїм відвідувачам не просто отримувати якісь абстрактні знання або естетичні враження, а відчутти причетність до історії та самобутності своєї власної громади.

Таким чином, інноваційний аспект нової музеології полягає у пріоритетності соціальної місії музеїв над їх традиційними функціями (забезпечення належних умов зберігання й експонування колекцій, обслуговування відвідувачів тощо).

Поняття «музейні інновації» у їх вузькому значенні можна звести до використання інтернет-ресурсів, аудіовізуальних, мультимедійних засобів у експозиційній та фондовій роботі музею.

Цифрові технології в експозиційному просторі музею використовуються у двох взаємопов'язаних аспектах: у вигляді технічної апаратури та як експонати й музейні предмети. У першому випадку інноваційний потенціал технічної апаратури слугує для розкриття сценарію експозиції, а цифрове обладнання виконує допоміжну роль (цифрові етикетки, інформаційні кіоски, звукові ефекти та ін.). В іншому випадку цифровому обладнанню або цифровому твору відводиться ключова роль. У даному контексті мультимедіа в музеї стають самостійним об'єктом мистецтва. Спеціально створені аудіо-, відео- і мультимедійні програми, технічні можливості яких дозволяють відчувати себе в «іншій» реальності, набувають ваги перед відвідувачами поруч із традиційними музейними експонатами. Інновації в науково-фондовій музейній роботі – це оцифрування музейних предметів та створення відповідного програмного забезпечення (стандартів) для обліку музейних фондів.

Інтерактивність – це взаємодія, процес комунікації. Інтерактивність виступає в якості базового принципу музейно-педагогічної діяльності й акцентує увагу на необхідності створення ефективного дидактичного середовища у музеї. Противагою цьому є традиційні методи, які представляють в основному одноманітні екскурсії, характерною особливістю яких є відсутність зворотного зв'язку між музейними працівниками й відвідувачами, які виступають у ролі пасивних слухачів. Інтерактивність науково-освітньої роботи музею проявляється у диференційованому підході до різних категорій відвідувачів, впровадження в традиційну екскурсію ігрових та театралізованих елементів, можливості для відвідувачів дотику до експонатів.

Точкою перетину «музейних інновацій» та «інтерактивності» є музейний маркетинг, де органічно взаємодіють, з одного боку інноваційні методики (паблік рілейшнз – ПР, пабліситі – техніка успішного формування іміджу, партнерські відносини (друзі музею) та ін.), а з іншого – інтерактивні (створення в музеї рекреаційних зон, зон творчості, ігрового простору, музейного магазину, арт-кафе тощо).

Таким чином, інноваційні та інтерактивні аспекти музейного маркетингу в комплексі та взаємодії дозволяють залучити до музею нових відвідувачів, фінансові ресурси та зробити музейний товар конкурентоздатним на ринку культурних послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи / В. М. Банах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2018/jan/7721/3.pdf>. – Назва з екрана.
2. Караманов А. В. Организация интерактивной музейной среды: от методов к моделям [Електронний ресурс] / А. В. Караманов. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-interaktivnoy-muzeynoy-sredy-ot-metodov-k-modelyam/viewer>. – Назва з екрана.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Т. Є. Стечак, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД б-21

Л. М. Колєчкіна, науковий керівник, д. ф.-м. н., професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах;

Ю. О. Литвиненко, науковий консультант, асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Автоматизація ділових процесів є обов'язковою умовою раціональної організації діловодства, засобом підвищення ефективності та здешевлення управлінської діяльності. Можна помітити, що автоматизація використовується на всіх етапах ділового процесу: підготовка документів, їх копіювання, оперативне зберігання і транспортування, контроль за виконанням тощо, університети не є виключенням.

Тому, використання інформаційної системи та повна автоматизація діловодства в навчальних закладах є досить актуальним питанням. Інформаційна система (ІС) – це система, яка надає інформацію зацікавленим у ній особам та включає до себе інформаційну мережу, людські, фінансові, технічні ресурси [2].