



ДЖУМАНТАЕВА Тамара Аляксандраўна, дырэктар Нацыянальнага Полацкага гісторыка-культурнага музея-запаведніка, кандыдат культуралогіі.

Даследуе гісторыю і дзейнасць музеяў у культурнай прасторы горада.

Аўтар публікацыя ў часопісе «Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў» з 2008 года.

РЭГІОНАЛЬНЫЯ МУЗЕІ І ДЗЯРЖАЎНЫ КАТАЛОГ: КАМУНІКАТЫЎНЫ АСПЕКТ

Ва ўмовах развіцця беларускай эканомікі на пачатку XXI ст. адбываецца станаўленне сферы культуры і мастацтва як самастойнай галіны, функцыянаванне якой накіравана на задавальненне культурных і духоўных запытаў асобы.

Сёння з дапамогай новых інфармацыйных тэхналогій, сродкаў сувязі і тэлекамунікацыі магчыма не толькі атрымаць інфармацыю пра розныя музеі, выставы і экспазіцыі, але і віртуальна наведаць іх у любой кропцы свету. У гэтых умовах развіццё музейнай справы заключаецца ў павышэнні эфектыўнасці дзейнасці на падставе пошуку і рэалізацыі сучасных камунікатывых метадаў, форм і сродкаў перадачы сацыяльна-культурнай інфармацыі аўдыторыі. Рэалізацыі эфектыўнай камунікатывай дзейнасці музея садзейнічае выкарыстанне інавацыйных тэхнічных сродкаў.

Музеі Беларусі як установы сацыяльна-культурнай сферы ў апошнія дзесяцігоддзе знаходзяцца ў пошуку і перажываюць змены, улічваючы традыцыі, адаптуюцца да патрабаванняў часу. Пераход дзяржаўных устаноў культуры да новых арганізацыйна-прававых форм вызначае на сучасным этапе ўмовы іх далейшага развіцця. Музей сёння выконвае функцыі захавання, вывучэння і перадачы сацыяльна-культурнай інфармацыі праз музейныя прадметы і музейную камунікацыю; існуе ў пэўных умовах, галоўнай з якіх з'яўляецца стварэнне на базе інфармацыйных рэсурсаў ка-

мунікатывай сітуацыі: зносін, непасрэднага і комплекснага абмену інфармацыяй – інтэлектуальнага і эмацыянальнага. Культурная камунікацыя цесна звязана з агульнымі праблемамі культуралогіі. Сувязь адбываецца не толькі на тэарэтычным узроўні, але закранае і гісторыю культуры, яе сучасны стан.

У сферы культуры і мастацтва інтэнсіўна фарміруецца глабальная інфармацыйная культурная прастора, якая ўспрымаецца як сістэма рэгуляцыйных падстаў дзейнасці чалавека і яе сімвалічнага зместу, увабленага ў шматлікіх прадуктах і паслугах культурнай дзейнасці. Мно-

гія краіны распрацоўваюць стратэгіі стварэння дзяржаўных электронных каталогаў. Шлях да такога каталога даволі доўгі і складаны. Сёння з дапамогай новых інфармацыйных тэхналогій, сродкаў сувязі і тэлекамунікацыі магчыма не толькі атрымаць інфармацыю пра розныя музеі, выставы і экспазіцыі, але і віртуальна наведаць іх у любым канцы свету. У гэтых умовах развіццё музейнай справы заключаецца ў павышэнні эфектыўнасці дзейнасці на падставе пошуку і рэалізацыі сучасных камунікатыўных метадаў, форм і сродкаў перадачы сацыякультурнай інфармацыі аўдыторыі. Рэалізацыі эфектыўнай камунікатыўнай дзейнасці музея садзейнічае выкарыстанне інавацыйных тэхнічных сродкаў.

Распаўсюджанне электронных тэхналогій вядзе да пераасэнсавання ўсіх форм культурнай камунікацыі, у тым ліку і прэзентацыі музейных збораў. Асобай формай рэпрэзентацыі музейнай інфармацыі стаў віртуальны музей, да якога музейныя спецыялісты і наведвальнікі ставяцца па-рознаму. Калекцыі віртуальнага музея геаграфічна захоўваюцца ў розных месцах і часцей за ўсё не існуюць рэальна, але тым не менш такую электронную крыніцу інфармацыі можна вызначыць як музей. Напрыклад, калекцыі архітэктурных праектаў, якія захоўваюцца ў Дзяржаўным музеі архітэктуры імя А. В. Шчусева, утрымліваюць чарцяжы, зробленыя вядомымі архітэктарамі. Аркушы – музейныя прадметы, каштоўнасць якіх заключана ў змесце, таму калі яны будуць прадстаўлены ў электроннай форме ў кантэксце віртуальных рэпрадукцый і гіпертэкставай структуры, значэнне іх толькі

ўзрасце за кошт актыўнасці рэпрэзентатыўнага інструментарыя.

У гіпертэкставай структуры можна размясціць зместавыя элементы, якія маюць непасрэдную сувязь, у экспазіцыі частка гэтых элементаў не можа быць прадстаўлена, ці сувязі паміж імі могуць заставацца схаванымі для наведвальнікаў. Эфектыўнасць паказу зместу праекта ў віртуальнай форме можа быць значна вышэйшай, чым у звычайнай экспазіцыі. Гэта дазваляе гаварыць аб віртуальнай рэпрэзентацыі музейнага зместу любога музея. Такім чынам, віртуальны музей можа стаць часткай існуючага музея, які будзе рэалізоўваць музейныя праграмы, і ў першую чаргу адукацыйныя.

Віртуальны музей можна лічыць асабліва «відовішчным» у сучасных умовах глабалізацыі і ўкаранення інфармацыйных тэхналогій. Работа па стварэнні такога музея не абавязкова павінна быць планавай. Яна можа адбывацца адначасова са стварэннем базы даных і адзінага электроннага каталога, якія ў сваю чаргу могуць і павінны стаць крыніцай для стварэння віртуальных музеяў.

У Рэспубліцы Беларусь была распрацавана Праграма інфарматызацыі галіны культуры Беларусі на 1999–2004 гг. У адпаведнасці з ёй у 2001 г. з'явілася першая версія канцэпцыі зводнага электроннага каталога музейных прадметаў. Далейшае праектаванне каталога аднавілася толькі ў 2006 г. пасля прыняцця Закона «Аб музеях і Музейным фондзе Рэспублікі Беларусь» ад 12 снежня 2005 г., у якім вызначалася патрабаванне аб стварэнні Дзяржаўнага каталога Музейнага фонду Рэспублікі Беларусь. На-

ступным нарматыўным дакументам, рэгламентуючым пытанні стварэння Дзяржаўнага каталога, стала Палажэнне аб Музейным фондзе Рэспублікі Беларусь ад 10 чэрвеня 2006 г. У ліпені 2008 г. пры Нацыянальным гістарычным музеі Рэспублікі Беларусь быў створаны Цэнтр каталога Музейнага фонду Рэспублікі Беларусь. Цэнтр пачаў ажыццяўляць навукова-метадалагічнае і навукова-лінгвістычнае забеспячэнне дзейнасці Дзяржаўнага каталога – распрацоўку ўніфікаваных даведнікаў, слоўнікаў, стандартаў апісання музейных прадметаў, а з 22 верасня 2010 г. – вядзенне ў аўтаматызаваным рэжыме цэнтралізаванага ўліку музейных прадметаў музеяў Беларусі. У жніўні 2012 г. было распрацавана і прынята Палажэнне аб экспертным савеце па пытаннях аднясення музейных прадметаў, уключаных у Музейны фонд Рэспублікі Беларусь, да асабліва каштоўных.

Мэтамі стварэння Дзяржаўнага каталога з’яўляюцца:

- канцэнтрацыя ў адзіным інфармацыйным рэсурсе асноўнай інфармацыі аб музейных прадметах, якія захоўваюцца ў музеях Беларусі;

- стварэнне механізмаў свабоднага і эфектыўнага доступу грамадзян да інфармацыі аб культурнай спадчыне, прадастаўленне шырокага спектра інфармацыйных паслуг на базе сучасных тэлекамунацыйных тэхналогій;

- садзейнічанне развіццю адукацыі, захаванню помнікаў гісторыі і культуры Беларусі, культурнага турызму;

- далучэнне дзяржаўных, камерцыйных і грамадскіх устаноў, асобных грамадзян да працы па захаванні, даследаванні і папулярыза-

цыі культурнай спадчыны краіны з дапамогай сучасных інфармацыйных тэхналогій;

- інтэграцыя Беларусі ў адзіную сусветную культурна-інфармацыйную прастору праз уключэнне ў яе інфармацыі пра помнікі гісторыі і культуры Беларусі.

Задачы стварэння Дзяржаўнага каталога наступныя:

- забяспечыць на дзяржаўным узроўні ўлік музейных прадметаў і калекцый, якія захоўваюцца ў музеях Беларусі;

- забяспечыць дзяржаўнае і грамадскае кіраванне і кантроль за станам музейнага збору;

- стварыць электронную базу даных, якая ўтрымлівае асноўныя звесткі пра ўключаныя ў склад Дзяржаўнага каталога музейныя прадметы і калекцыі.

На 3 верасня 2012 г. у Дзяржаўным каталогу Музейнага фонду (ДКМФ) Рэспублікі Беларусь зарэгістравана 74 040 музейных прадметаў. З іх:

- з музеяў рэспубліканскага падпарадкавання – 28 235 прадметаў, прычым самая вялікая колькасць унесеныя у ДКМФ у Нацыянальным мастацкім музеі – 7173. Нацыянальны гістарычны музей – 6348 прадметаў, Дзяржаўны літаратурна-мемарыяльны музей Якуба Коласа – 2965, Літаратурны музей Максіма Багдановіча – 2942. Толькі распачаў работу ў гэтым кірунку Нацыянальны гісторыка-культурны музей-запаведнік «Нясвіж»;

- Брэсцкай вобласці – 5249 прадметаў;

- Віцебскай вобласці – 4991 прадмет, амаль палова з іх (2428) – у Нацыянальным Полацкім гісторыка-культурным музеі-запаведніку;

– Гомельскай вобласці – 703 прадмета. Гэта самы нізкі і характэрны паказчык, таму што асноўную колькасць музейных прадметаў (621) зарэгістраваў Гомельскі палацава-паркавы ансамбль. Рэгіянальныя музеі толькі пачалі гэтую справу;

– Гродзенскай вобласці – 20 100;

– Мінскай вобласці – 4828;

– Магілёўскай вобласці – 8736 прадметаў. Гэтая лічба складаецца за кошт музеяў абласнога падпарадкавання, а некаторыя рэгіянальныя музеі – Шклоўскі і Быхаўскі прадставілі па 1 музейным прадмеце;

– г. Мінска – 1198 прадметаў.

Да стварэння Дзяржаўнага каталога далучыліся далёка не ўсе музеі, а тыя, якія далучыліся, прадстаўлены нязначнай колькасцю музейных прадметаў. Прычыны такога стаўлення да агульнадзяржаўнай справы, на наш погляд, наступныя: немагчымасць вызначыць каштоўнасць музейнага збору, своечасова вылучыць адметныя музейныя прадметы, недахоп прафесійнай падрыхтоўкі спецыялістаў, адсутнасць неабходнага камп'ютарнага абсталявання і праграмага забеспячэння, недастатковае фінансаванне і адсутнасць планамернага выкарыстання фінансавых сродкаў.

Дзяржаўны каталог – справа не аднаго года. Для вырашэння праблемы трэба было б звярнуць увагу на магчымасць фарміравання менш глабальных рэсурсаў. У якасці выхаду з такога становішча прапануем стварэнне рэгіянальных інфармацыйных сістэм музейных электронных рэсурсаў. Напрыклад, Нацыянальны Полацкі гісторыка-культурны музей-запаведнік сфарміраваў такую сістэму.

Ва ўсім свеце музеі з'яўляюцца буйнейшымі сховішчамі культурнай спадчыны. Многія з іх робяць

пэўныя намаганні для таго, каб пашырыць магчымасці шырокага доступу наведвальнікаў да музейных рэсурсаў. Сучасным сродкам для вырашэння праблемы з'яўляецца Інтэрнэт.

У розных музеях тэмпы папаўнення электронных каталогаў моцна адрозніваюцца. Некаторыя музеі пакуль што не маюць нават свайго сайта і электроннай пошты. Менавіта праз вопыт стварэння прадстаўніцтва ў Інтэрнэце ідзе шлях да фарміравання адзінага каталога.

Рэгіянальныя сістэмы будуць садейнічаць прапагандзе вобраза музея пры дапамозе Інтэрнэта, стварэнню сістэмы доступу да культурнай спадчыны праз рэгіянальныя каталогі асобных калекцый і віртуальных музеяў.

Для таго каб арганізаваць працу, неабходна набыць камп'ютары і паставіць на іх аўтаматызаваныя музейныя сістэмы, набыць абсталяванне для алічбоўкі калекцый, падрыхтаваць і сабраць інфармацыю для рэгіянальнага каталога музейных калекцый. На этапе збору інфармацыі кожны музей павінен забяспечыць хуткі надзейны выхад у Інтэрнэт.

Першым крокам на шляху стварэння прадстаўніцтва ў Інтэрнэце можа быць размяшчэнне інфармацыі на партале Museum.by. Сёння не ўсе беларускія музеі маюць такое прадстаўніцтва, нягледзячы на тое, што гэта не патрабуе асаблівых фінансавых выдаткаў і намаганняў.

Большасць рэгіянальных музеяў маюць свае пляцоўкі на Museum.by: Археалагічны музей «Бярэсце», Віцебскі раённы гісторыка-краязнаўчы музей, Музей гісторыі горада Гомеля, Беларускі дзяржаўны му-

зей гісторыі Вялікай Айчыннай вайны і шмат іншых.

Некаторыя музеі не маюць пляцоўкі на Museum.by, але ажыццяўляюць камунікацыю праз ўласныя сайты: Музей абароны Брэсцкай крэпасці-героя, Дом-музей Марка Шагала, Мазырскі аб'яднаны краязнаўчы музей, Замкавы комплекс «Мір» і інш.

На жаль, ёсць і такія музеі, нават сталічныя, што не маюць прадстаўніцтва ў Інтэрнэце.

Такім чынам, працэсы гуманізацыі культуры і гуманітарызацыі адукацыі, якія вызначылі неабходнасць пошуку інструментаў для здзяйснення новай культуралагічнай парадыгмы, задалі агульныя каардынаты развіцця музея ў прасторы сучаснай культуры. Для засваення гэтай прасторы і выпрацоўкі асабістай мадэлі яе спасціжэння і прадстаўлення, што для музея асабліва важна, ён вымушаны трансфармавацца і змяняцца. Сучасны музей нарошчвае поліфункцыянальнасць, але не губляе асноўных функцый – захавання і прадстаўлення матэрыяльных помнікаў, якія з'яўляюцца гісторыка-культурнымі каштоўнасцямі. У зменлівых умовах музеі застаюцца цэнтрамі захавання культурнай спадчыны, але ў той жа час пераўтвараюцца ва ўсё больш адкрытую грамадству сістэму, якая зарыентавана на задавальненне яго запытаў. У XXI ст. музеі з цэнтраў пасіўнага сузірання гісторыі і культуры ператвараюцца ў «жывую» прастору, якая развіваецца, «кідае выклік» глабалізму і становіцца глебай для рэалізацыі інавацыйных праграм.

1. Дремайлов, А. В. Концепция Государственного каталога Музейного фонда Российской Федерации / А. В. Дремайлов [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.gosbook.ru/document/29273/29306/preview>. – Дата доступа: 26.08.2012.

2. Сапанжа, О. С. Музей в глобальном мире : коммуникационные стратегии / О. С. Сапанжа, Л. М. Шляхтина [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: http://www.tatar.museum.ru/mat/4_tes_02.htm. – Дата доступа: 21.08.2012.

3. Селиванов, Н. Л. Субъективный взгляд на музей из виртуальной реальности / Н. Л. Селиванов // Музей и новые технологии. На пути к музею XXI века. – М.: Прогресс-Традиция, 1999. – С. 139–143.

REGIONAL MUSEUMS AND THE STATE CATALOG. COMMUNICATIVE ASPECT

With the development of the Belarusian economy in the beginning of the 21st century, the formation of the sphere of culture and art, as an independent branch aimed at meeting the cultural and spiritual needs of Belarusian citizens, has been taking place.

Today, with the help of new information technology, communications and telecommunications one can not only get information about the different museums, exhibitions and displays, but also virtually visit them anywhere in the world. Under these circumstances, the development of museology lies in improving the efficiency of its activities on the basis of search and realization of modern communication methods, forms and means of delivering sociocultural information to audience. The implementation of an effective museum communication is supported by the use of innovative technology.

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 24.09.2012.