

## **№9 дәріс. Музейлердегі экскурсия барысындағы ақпараттық-қатынас технологияларын пайдалану және экскурсиялық іс.**

### **Дәріс жоспары:**

1. Экскурсиядағы индукциялық таным әдісі
2. Экскурсиядағы дедукциялық таным әдісі
3. Ақпараттық үдерістегі тікелей және кері байланыстарға сипаттама

Мақсаты: Музейлердегі экскурсия барысындағы ақпараттық-қатынас технологияларын пайдалану және экскурсиялық іс.

Экскурсия нысанын көрсету – оның ерекшеліктерінің біртіндеп ашылуын қамтамасыз етуден басталады. Нысанды көру, оны тамашалау реті индукциялық және дедукциялық сипатта болады. Танымның бұл әдістері талдау (анализ) мен синтездеу секілді әдістерден маңызы жағынан кем түспейді. Алайда, оларды қолдануда үлкен айырмашылықтар бар. Егер анализ бен синтез экскурсияда шартты түрде алғанда «көрсетілім» деп аталатын бөлікте қолданылса, онда индукция мен дедукция экскурсия жүргізушінің әңгімесінде (сөзінде, баяндамасында) орын алады. Сондықтан да экскурсиялық істе олардың әрбірінің өзіндік мәні мен орны бар.

«Индукция» латынның «inductio» деген сөзінен қалыптасқан. Ол – ой салу, бағыттау деген мағына береді. Ғылыми анықтамаларға қарағанда, индукция білімнің жеке пайымдаулардан жалпы қағидаларға қарай ауысуын білдіреді. Ғылым эмпирикалық танымнан, яғни жекелеген заттар мен тарихи (табиғи, т.б.) құбылыстардың сапалары мен қасиеттерін талдаудан басталады. Бір-біріне ұқсас табиғат пен қоғам құбылыстарын зерделеген ғалым олардың барлығында қайталанатын ұқсас дүниелерді, белгілі бір қасиеттерді іздеп табады. Олардың ұдайы қайталануы беруі ортақ жалпы қасиетті айқындауға мүмкіндік береді. Яғни бұл жерде жеке пайымнан жалпы қағидаларға өтудің логикалық формасы индукция әдісі қолданылады. Оның негізгі идеясы жеке айғақтарды жинақтап, тұжырымды ой қорытып шығару болып табылады. Индукциялық ой қорытындының негізіне бір топқа жататын құбылыстарда қайталанатын белгілер жайлы тәжірибе жолымен шығарылған жеке-дара жағдайлар алынады. Дедукциялық ой қорытындымен салыстырғанда, индукциялық ой қорытындының ақиқат сілтемелері әрдайым қажетті түрде ақиқат қорытынды бере бермейді, өйткені индукциялық ой қорытынды жеке деректерге, тәжірибелік мәліметтерге негізделген. Яғни индукциялық қорытынды қималдық сипатта болады.

Ал «дедукция» сөзі болса «бөліп шығару» деген мағына береді. Ол латын тіліндегі «deductio» сөзінен қалыптасқан. Дедукция – білімнің көбіне жалпыдан жекеге қарай көшуі, салдардың алғышарттардан шығарылуы; ғылыми танымда дедукция индукциямен ажырағысыз байланысты. Білімнің көбінесе, жалпыдан кемірек жалпыға қарай қозғалысы оның барлық психикалық процестермен, тұтас алғандағы ойлау қаракетінің құрылымымен шарттастылығында талданады. Дедукциялық пайымдауларды эмпирикалық

зерттеулердің, мысалы, алғышарттарға және олардан шығатын қорытындыларға деген сенімнің талдануы болып табылады. Ол – жалпыдан жекеге қарай дамиды ой қорытындысы, логикалық ойлау формасы.

Экскурсия – жүйеленген ақпараттар легін аудиторияға жеткізетін ақпараттық үдеріс. Бұл үдерісте тікелей және кері байланыстар да орын алады, яғни экскурсия жүргізуші нысанды көрсетсе және жекелеген мәселелерді түсіндіріп кетсе, онда тікелей байланыс орнайды, ал экскурсанттар берілген ақпаратты қабылдап алып, оған өздерінің қатынастарын білдірсе, онда кері байланыс орнайды. Эскурсия жүргізушінің реакциясына экскурсанттар тарапынан берілген реакцияны тікелей байланысты реттеу жолы ретінде қарауға да болады. Оның нәтижесінде әңгіме-баянның мазмұны мен тұрпаты, нысанды көрсету әдісі өзгерістерге ұшырайды.

Экскурсияда маңызды мәселелердің біразы адамның жадына барып тіреледі. Жады жүйесіндегі қасиеттердің бірі, онда есте сақталып қалған ақпараттар легі орналасады. Эскурсант көрген, естіген, ойлаған, тіпті, жаны күйзелген сәттердің барлығын жадында сақтайды. Мамандар жадының еркін және еркінен тыс, тікелей және жанама, ұзақ және қысқа түрлерін жіктеп берген. Бұлардың барлығын ескеріп, экскурсия жүргізуші ақпаратты экскурсант жадында сақтап қалуы үшін материалды жүйелі түрде беруі тиіс.

Қазақстан музейлерінде ақпараттық-қатынас технологияларын пайдалану және экскурсиялық іс

Ақпараттық-қатынас технологияларының дамуы және оларды музей саласында қолдану соңғы онжылдықтардағы техникалық және мәдени дамумен тікелей байланысты екендігі белгілі. Музейдегі ақпараттық-қатынас технологиясы кең ауқымды қамтиды, ол жекелеген музейлердің сайттарының ашылуынан бастап осы салада аудио, видео және мультимедиялық техникаларды қолдануға дейінгі үдерістерді біріктіреді. Себебі аталып отырған техникалардың көпшілікке арналған өнімдерін дайындауда ақпараттық-қатынас технологиялары маңызды рөл атқарады.

Жалпы алғанда, соңғы жылдары Қазақстан музейлері әлемдік тәжірибелерді өз ісінде кеңінен қолданып жатыр, шетелдік әріптестерімен тығыз байланыс орнатып, музей қызметкерлері кәсіби білімдерін үнемі жетілдіруде. Қазіргі таңда музей саласында орныққан ақпараттық-қатынас технологиясы арқылы жұмыс істеу бұрынғы дәстүрлі қызмет аясының кеңейе түсуіне, жұмыс түрінің мейлінше оңтайландырылуына алып келді, яғни ол мәдени саладағы қатынастың жаңаша бір түріне айналып отыр.

Кейбір мамандардың айтуына қарағанда, Қазақстан Республикасында қазіргі таңда 200-дей үлкенді-кішілі музейлер келушілерге қызмет көрсетіп жатыр. Олардан басқа көптеген жоғары оқу орындарының, орташа білім беру мекемелерінің музейлері де жұмыс істейді, бірен-саран жекеменшік музейлер де бар. Жыл сайын мыңдаған адамдар осы музейлерге келіп, алуан түрлі жәдігерлерін тамашалайды. Отандық музейлердің басым бөлігінде келушілерге арналған аудиовизуальды қор да қалыптасқан. Айта кететін бір жайт, музейдегі аудиовизуальды қатынас өткен ғасырдың алғашқы жартысынан бастап орын алған болатын. Бастапқы кездері ол белгілі бір тақырыпқа қатысты фильмдерді

түрлі іс-шаралар (көрме, конференция, т.б.) барысында көрсету тәжірибесінен қалыптасып, тиімді болған соң бірте-бірте күнделікті қызмет аясына айналды, оған мамандар тарапынан кеңінен ден қойылды. Уақыт өте келе бейнетехникалық құралдардың дамуы нәтижесінде көпшілік музейлер аудиовизуальды қорын ұлғайтып, алуан түрлі тақырыптағы материалдарды келушілердің назарына ұсына бастады. Мәселен, ҚР Орталық мемлекеттік музейі №1-залда ұзақ жылдар бойы бейнетехникалық құралдар арқылы тарихи-геологиялық фильмді жұртшылыққа ұсынып келді.

Мұны экскурсия жүргізушілер оңтайлы пайдаланып келген еді. Басқа да музейлерде белгілі бір тақырыптарға арналған кинотуындыларды көрсету дәстүрге айналды. Әрине, ол кезде Интернет желісі жоқ болатын, әлі де болса ақпараттық-қатынас технологиялары дамымай жатқан еді. Бірте-бірте бұл олқылықтар жойылып, аудиовизуальды көрсетілімдер саны, тасымалдаушылар түрі арта түсті. Шетелдік және кеңестік мамандар тарапынан оның әдіс-тәсілдері айқындалып, түрлі нұсқаулықтары жасалды, былайша айтқанда, осы бағыттағы жұмыс заман талабына сай түрлене түсті. Бүгінгі күні аудиовизуальды материалсыз ешбір музейді елестете қою мүмкін емес.

Соңғы онжылдықтарда әлемдік ақпараттық кеңістікке енген музейлер мектеп, жоғарғы оқу орындары, кітапхана және тағы басқа мәдени мекемелермен байланыс орнатып, елге қызмет көрсету аясын ұлғайтты. Қазіргі таңда ақпараттық-қатынас технологияларының қарқынды түрде дамуы нәтижесінде музей сайттарының Интернет агенттіктерінде ашылуы, музейлер туралы және олардағы мыңдаған жәдігерлер жайлы ақпаратты, музейлерде болып жатқан мәдени іс-шараларды хабарлап отыруы музей саласын жаңа бір белеске көтерді.

Әйтсе де, қазақстандық көпшілік музейлерде заманауи ақпараттық-қатынас технологияларына қарағанда ұзақ жылдар бойы қалыптасқан аудиовизуальды қатынас біршама дамығандығы белгілі, тіпті оның өзінде облыстық деңгейдегі ірі музейлерде азды-кемді дамыған, ал кейбір аудандық музейлерде жоқтың қасы десе де болады. Ғылыми әдебиеттерден байқалған нәрсе, зерттеушілердің топтастыруы бойынша аудиовизуальды қатынас аудиальды, аудиовизуальды және мультимедиялық құралдар жиынтығынан тұрады. Біріншісі – дыбыс материалдары технологиясынан, екіншісі – кинометография, теледидар және видео-материалдар технологиясынан, үшіншісі – аудиовизуальды мәтіннің компьютерлік интерпретация мүмкіндіктерін пайдаланатын технологиялардан тұрады. Аталған технологиялар аудиальды, аудиовизуальды және компьютерлік технологиялар функциясының бірігуі нәтижесінде қалыптасады. Нәтижесінде мультимедиялық коммуникация музейде өзінің: музей қорларын компьютерлік есептеу және каталогын жасау, музейді электронды желілерде таныстыру, виртуальды шынайылық жүйелерін пайдалану, т.б. сияқты түршелерін қалыптастырады.

Музей саласында заманауи технологияларды пайдалану, оларды өскелең ұрпақты тәрбиелеу ісінде тиімді қолдану осы саладағы басым бағыттардың біріне жатады. Шындығына келгенде, отандық музейлердің басым бөлігі шетелдік музейлерден аудиовизуальды қатынас жағынан қалып келгендігі,

тіпті, әлі де қалып келе жатқандығы жасырын емес. Әсіресе, өткен ғасырдың 90-жылдары ақпараттандыру жолға қойылғанда, бізде бұл бағыттағы жұмыстар біршама кемшін тартып жатқан болатын. Оған саяси-экономикалық жағдайлар, қаржыландыру көздерінің аздығы, ақпараттық-қатынас құралдарының дамымай жатуы, мамандардың жетіспеуі, заңдық нормативті актілер мен әдістемелік нұсқаулықтардың жоқтығы секілді көптеген факторлар әсерін тигізген еді. Бүгінгі күні ақпараттық-қатынас технологияларының дамуы, шетелдік тәжірибелердің озық үлгілерін музей саласына енгізу нәтижелері бұл бағыттағы жұмыстар кешенін оң қадамдарға бастады.

Дегенмен, қазақстандық музейлердің көпшілігінде ғаламторлық сайт жоқ, кейбір облыстық, аудандық ірі-ірі тарихи-өлкетану музейлері жөніндегі мәліметтерді әкімдіктер сайтынан ғана табуға болады. Ал ол сайттардан оқырман музейдің коллекциясы туралы мардымды мағлұматтарды ала қоймайды, тек бірен-саран жарқын артефактілер, ескерткіштер ғана болмаса. Сондықтан да келешекте бұл олқылықтардың орнын толтыру қажет. Біздің ойымызша, қазақстандық музейлерде ақпараттық-қатынас технологияларын дамыту үшін бірінші кезекте музейлердің аудиовизуальды қорын ұлғайту керек, сонымен қатар аудиовизуальды қатынасты өрістетуге қажет. Сайып келгенде, аудиовизуальды қатынас музей коммуникациясының арнайы тұрпаты болып табылады, ол музейге дер кезінде қор жиынтығы, экспозиция, ғылыми-зерттеу және оқу-ағарту міндеттерін шешуге оң септігін тигізеді. Оны музей қызметкерлері түрлі бағытта (көрмеде, жиындарда, т.б.) пайдаланып, келушілерге сапалы қызмет көрсете алады. Шынайы әрі тарихи мәліметтерге негізделген музейдегі аудиовизуальды қорды басқа мекемелер де пайдаланып, қажеттерін жарата алады.

Аудиовизуальды құралдардың өзіндік ерекшеліктері бар. Оларды сақтау, күтіп ұстау да оңай шаруа емес. Сондықтан олардың электронды нұсқасын жасау, ғаламторға орналастыру да қажет екендігі белгілі. Аудиовизуальды материалдар мәдени және тарихи дереккөзі ретінде музейдің экспозициялық кеңістігінде бұрыннан бері маңызды рөл атқарып келеді. Дегенмен, оларды электронды тасымалдаушыға салып, керек болса өңдеп, кейбір материалдармен толықтырып, дыбыс эффектілерін қосып қосымша қаражат көзін табу (түрлі дискілер түрінде) үшін сатуға да болады, ал табылған қаржы музейдің дамуына жұмсалса дейміз. Сонда ғана музей бұйымы ақпарат кеңістігінде қалың жұртшылыққа жетеді, оны елімізден тыс жатқан жерлердегі көрермендер де пайдаланып, мәдени мұраларымыз жайында бірінші деңгейдегі дереккөзінен мол мағлұмат алатын еді.

Қазіргі таңда әлемдік ақпараттық кеңістікті пайдаланып, аудиовизуальды қатынасты дамыта беру керек. Ғаламтордағы сан алуан материалдарды пайдаланып, келушілерге қызықты болатын өнімдерді шығару керек, бейнекамера сынды құралды, «9-студия» секілді алуан түрлі компьютерлік бағдарламаларды қолданып, өз өнімдерін дайындауы тиіс. Және де оны үнемі жетілдіріп, тың мәліметтермен толықтырып отыру қажет. Яғни кез келген музей өзіне сайт жасамас бұрын PR-компания жүргізіп, мәліметтер базасын топтастырып, оны мүмкіндігінше толықтырып отырғаны абзал. Өйткені бір

жақты ғана берілген ақпараттар легі оқырманды жалықтырып жібереді, әсіресе жылдар бойы бір ғана мәлімет берілсе, онда бұл сайт қызықсыз болып қалады. Сондықтан да егер өз сайттары болған жағдайда, музей қызметкерлері сайтқа кірушілерді тіркеп, белгілі кезеңдерде олардың өсу, құлдырау динамикасын бақылап отырулары керек.

Аудиовизуальды қатынастарды дамыту үшін бірінші кезекте мәліметтер базасы жасалуы тиіс. Онда әрбір электронды тасымалдаушыға өз коды түсірілуі керек, тиісті қорапшаларға салынып, олардың сыртына коды қайталанып жазылғаны лазым. Мамандар материалды сканерлеу, сандық фотоға түсіру, бейнематериалдарды мультимедиалық суреттемелерге бейімдеу секілді қызметтермен айналысып, бұл бағыттағы жұмыстарды жолға қоюлары тиіс. Сонымен қатар аудиовизуальды өнімдерді дайындаған кезде, олардағы сапаға, дыбысқа және бейнелік материалдарға ерекше көңіл бөлінгені абзал. Өйткені бұлардың барлығы өнімнің тағдырына тікелей әсер етеді. Егер белгілі бір видеобейнені музыкамен көркемдеу керек болса, онда ол тақырыпқа сәйкес музыкалық шығарма болғаны жөн. Сонымен қатар, аудиовизуальды қатынас материалы музейге келген көпшіліктің жас мөлшерін ескеруі тиіс. Яғни оны жас та, кәрі де бірдей қабылдай алуы керек. Оны көргеннен кейін музейге келуші ескерткіш немесе нақты бір оқиға, құбылыс, тіпті, жәдігер жөнінде ақпар алып, уақытының музейде босқа кетпегеніне өкінбеуі тиіс.

Қазақстан аумағында орналасқан музейлердің көпшілігі Отан тарихының беттерін айқындайтын, оның қатпарлы тарихын дәріптейтін, тарихи және мәдени даму белестерін нақты материалдар негізінде көрсететін, жастарды ұлтжандылыққа, отансүйгіштікке тәрбиелейтін мекемелер болып табылады. Сол себепті де музей ісін Отан тарихының құрамдас бір бөлігі деуге де болады. Музейлерді дамыту, оларға қолдау көрсету мемлекеттегі сарабал саясаттың негізгі өзегін құрауы тиіс.

Экскурсиялық істе, тіпті музей ісіндегі ақпараттық-қатынас технологиясын дамытуға барлық музей басшылары, бүкіл қоғам мүдделі. Алайда белгілі себептерге байланысты, бұл бағыттағы жұмыстар ауқымы кейде кемшін тартып жатады. Алда әлі алар асқаралы асулары бар қазақстандық музейлерді ақпарат кеңістігіне тарту қажет, одан кейін аудиовизуальды қорды ұлғайтып, ақпараттық-қатынас технологиялары арқылы қалың көпшілікке ұсыну керек. Бір қарағанда, бірнеше кезеңдерден тұратын қарапайым жұмыс болып көрінуі ықтимал, дегенмен, онда алуан түрлі қызметтер аясы тоғысып жатыр, бір фильм жасау үшін бірнеше мамандарды ортақ іске жұмылдыру қажет, сондықтан болар кей жағдайда музей саласында ақпараттық-қатынас технологиясының дамымай жатады.

Бүгінгі таңда музей саласында ақпараттық-қатынас технологиясы дамыған мемлекеттерде түрлі зертханалар жұмыс істейді. Мәселен, Новгород бірлескен музей-қорығының аудиовизуальды зертханасы, т.б. Олардың тәжірибесін пайдалану біз үшін күн тәртібінде тұр. Айта кететін бір жайт, бірқатар университеттердің сайттарында музейлерге де орын берілген. Мысалы, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ сайтында «ҚазҰУ тарихы музейі», «Қазақстан палеолиті музейі» сынды музейлер жайлы ақпараттар, оларда өткен және өтетін

жиындар, көрмелер туралы мәліметтер бар. Соңғы аталған мекеме (Қазақстан палеолит музейі) шағындығына қарамай мол артефактілерден тұрады, қомақты аудиовизуальды технологиялар корпусын қалыптастырған. Жалпы алғанда, аудиовизуальды зертханалар тек ақпараттық-қатынас технологияларымен шектелмейді, сонымен қатар қор, экспозиция, экскурсия, дәріс оқу жұмыстарына да мол ықпалын тигізеді. Қазіргі таңда музей қызметкерлері жинақтаған аудиовизуальды материалдар студенттерді мамандыққа баулу кезінде кеңінен пайдаланады.

Әрине, ақпараттық-қатынас технологиясын музей ісінде қолдану толыққанды техникалық қамсыздандыру арқасында болатын жайт. Ол үшін қаражат бөлінуі, мамандардың жұмысқа тартылуы керек екендігі де белгілі. Бірақ жеке сайт болмаса (мәселен университет сайтының қосалқы құрамында тұрса) да музей қызметкерлері ақпараттық-қатынас технологиясын одан сайын пайдалануды жалғастыра берген жөн. Себебі олардың барлығы жинақталып, келешектегі мұрағат материалдарын құрайды, олардың дамуын кейінірек мамандар зерделейді, жіберілген кемшіліктері мен жетістіктерін саралайды, болашақта жасалатын істерді бағамдайды.

Келешекте Қазақстан музейлеріндегі ақпараттық-қатынас технологияларын дамыту үшін бірқатар міндеттерді шешіп алғанымыз абзал: 1) ақпараттық-қатынас технологиясымен тығыз қарым-қатынастағы музейлердің мәдени-ақпараттық орталық ретінде орнын ашып көрсету; 2) хронологиялық тұрғыдан Қазақстан музейлеріндегі ақпараттық-қатынас технологияларының қалыптасуын, дамуын таразылау; 3) аудиовизуальды зертхана қалыптастыру; 4) ақпараттық-қатынас технологиясының музей жұмысындағы мүмкіндіктерін бағамдау қажет. Сонымен қатар әрбір музей жайында шағын фильмдер түсіріп, оларды «ю-туб» секілді агенттіктер базасына салып қою керек. Сонда ақпараттық кеңістіктегі көрермендерге дербес сайты жоқ музейлер туралы ақпарат жетеді.

Ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың дамуынан экскурсиялық іс те шет қалмауы керек. Оның мүмкіндіктерін экскурсиялық іске оңтайлы пайдалану жолдарын арнайы мамандар қарастырулары қажет. Бұған бірінші кезекте экскурсия жүргізушілер, тіпті, оған маманданып жүрген жас қызметкерлер мүдделі болуы тиіс. Бүгінгі таңда ақпараттық-коммуникациялық технологиялар ішінара болса да экскурсиялық істе, бірінші кезекте қажетті құжаттарды, алуан түрлі тақырыптағы материалдарды Интернеттен алу, т.б. іс-әрекеттер жасалынып та жүр. Жалпы алғанда, экскурсиялық істе, тіпті, барлық Қазақстан Республикасындағы музейлерде ақпараттық-қатынас технологияларын дамыту күн тәртібінде тұр. Оны қарқынды түрде жетілдіруге барлық сала мамандары атсалысуы тиіс. Себебі музейлердің Отан тарихымен астасып жату, оның кейбір беттерін нақты материалдармен айшықтауы, өскелең ұрпақты патриоттық сезімде тәрбиелеудегі қызметі орасан зор.

Бақылау сұрақтары:

1. Ақпараттық-қатынас технологияларын музей ісінде пайдалану жолдарын баяндаңыз.

2. Ақпараттық-қатынас технологияларын экскурсиялық істе пайдалану жолдарын баяндаңыз.
3. Аудиовизуальды қатынастың экскурсиялық істегі маңызын айқындаңыз.
4. Қазақстан музейлеріндегі ақпараттық-қатынас технологияларын дамыту жолдарын көрсетіңіз.
5. Музей саласында заманауи технологияларды пайдалану маңызын әңгімеленіз.
6. Экскурсиялық істе заманауи технологияларды пайдалану туралы өз ойыңыз қандай?

***Бақылау сұрақтары:***

- 1.Экскурсиядағы индукциялық таным әдісін сипаттаңыз.
- 2.Экскурсиядағы дедукциялық таным әдісін түсіндіріңіз.
3. Ақпараттық үдерістегі тікелей және кері байланыстарға сипаттама беріңіз.
4. «Индукция» дефинициясы жайлы не айтасыз?
5. «Дедукция» дефинициясы жайлы не айтасыз?

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

1. Савина Н.В., Горбылева З.М. Экскурсоведение: Учебное пособие. – Минск, 2004.
2. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. Учебное пособие. –М., 2002.
3. Райымханова К.Н., Қатран Д. Музей ісінің теориясы мен практикасы. –А., 2001
4. Дькова Р.А. Основы экскурсоведения. –М.:1985.–255 с.