

# Informacinių technologijų panaudojimo galimybės muziejinkystėje

## Aktualumas

Šiuolaikiniame pasaulyje informacinės technologijos (toliau – IT) tapo neatsiejama kasdienio gyvenimo dalimi. Nieko nebestebina, kai anksčiau tik techniniams skaičiavimams ir operacijoms atlikti sukurta pagalbinė technologija vis dažniau įsiveržia į tokias elitines sritis kaip menas, literatūra, tarp jų – ir muziejinkystė. Lietuva kartu su pasauliu atranda ir plėtoja naujas IT taikymo galimybes tobulindama muziejų teikiamas paslaugas, populiarindama veiklas ir taip vis labiau artėdama prie vartotojų (lankytojų) – tikslinių auditorijų. Kita vertus, informacinių technologijų taikymas muziejinkystėje negali būti ribojamas tik patogaus, turiningo laisvalaikio skatinimu ir kūrimu. Viena svarbiausių muziejaus atliekamų funkcijų – paveldosauga ir švietimas. Šių sričių stiprinimas neabejotinai yra ir valstybės priorite-

tas. Nacionalinėse muziejų strategijose formuluojant naujas muziejų raidos kryptis ir užduotis numatytas informacinių technologijų panaudojimas siekiant teigiamai paveikti visuomenės švietimą ir mokymą bei galimybę plačiau ir operatyviau informuoti visuomenę apie savo veiklą. Atviras lankytojams, pažangus, puikiai organizuotas, puoselėjantis ir populiarinantis Lietuvos kultūrą muziejus – tokia yra nacionalinė muziejų vizija ir tikslas. Siekiant šio tikslo neabejojama, kad aktyvūs šios misijos vedliai turėtų būti tiek visuomenė (nevyriausybinės organizacijos), tiek patys muziejai ir, žinoma, valstybė, kurianti palankią teisinę bei materialinę bazę.

Tačiau, kad ir kas būtų atsakingiausias už šios misijos sėkmingą įgyvendinimą, muziejaus darbuotojai visada yra pirmieji, kurie realiai susiduria su praktiniu informacinių technologijų taikymu kasdieniame

# Kurkime ateities muziejų drauge!

darbe. Kuriamos naujos programos ir produktai, integruojami į muziejaus veiklą, dažnai pareikalauja daug daugiau žinių ir naujų įgūdžių, todėl, be kompiuterinio raštingumo, specializuotų IT programų taikymo, sėkmingi muziejų darbuotojų mokymai neatsiejami nuo muziejininkų pastangų ir motyvacijos (o to, deja, neįmanoma nei išmatuoti, nei įforminti darbo sutartyje ir įkainoti darbo užmokesčiu). Štai todėl taip svarbu suvokti IT panaudojimo galimybių teikiamą naudą – tai būdas pažadinti vidinę motyvaciją ne tik siekiant asmeninės kompetencijos, bet ir skatinant sustiprinti muziejaus vaidmenį informacinės visuomenės kūrimo ir plėtros procese.

Šio straipsnio tikslas – supažindinti muziejų darbuotojus su pagrindinėmis, aktualiausiomis IT priemonėmis bei jų panaudojimo galimybėmis, skatinančiomis įgyvendinti nacionalinėse muziejų strategijose suformuluotus tikslus: muziejų veiklos viešinimas, dalintis su pasauliu savo paveldu, aktyviai prisidėti prie visuomenės švietimo ir mokymo, sėkmingai dalyvauti žinių visuomenės kūrimo procese.

## Elektroninė sklaida (reklama)

Siekiant populiarinti muziejų teikiamas paslaugas neišvengiamai susiduriama su reklamos poreikiu. Sunku šių dienų pasaulyje įsivaizduoti sėkmingą produkto ar paslaugos realizavimą be reklamos. Reklamos teorija išskiria ne mažai jos formų, raiškos būdų, tačiau tikslas visada yra vienas – daryti poveikį tikslinei auditorijai. Trumpai: reklama – tai tarsi žinutė „aš esu“. Tiesa, ne visada tos žinutės gavėjui aktualus ar įdomus tokio pranešimo turinys, todėl tikslingas reklamos formos ir adresato parinkimas nulemia jos poveikio sėkmę. Kitu atveju ji gali sukelti neigiamą reakciją, ir brangus reklamos sukūrimo, platinimo procesas ne tik neatsiperka, bet ir padaro žalos adresanto įvaizdžiui (gyvenamųjų namų laiptines valantys gyventojai tiksliai gali nurodyti tokios netinkamos reklamos pavyzdį).

Populiariausios reklamos rūšys yra (schemoje pavaizduota reklamos rūšys pagal jos tikslingumą – kuo žemiau piramidės pagrindo, tuo reklama universalesnė):



Plačiau vertėtų apžvelgti reklamos internete galimybes, nes lyginant jos universalumą ir tikslingumą gali būti itin naudingai panaudojama muziejams populiarinti:

- reklaminis pranešimas internete gali būti ilgą laiką, ir jo kaina nepriklauso nuo auditorijos fizinės buvimo vietos;
- plačios apipavidalinimo galimybės;
- patogus atnaujinimas;
- galimi reklamos apsikeitimai (nemokamas įdėjimas į kitų organizacijų svetaines, jei skelbiama jų reklama savojoje);
- nesudėtingas nukreipimas į tikslinę auditoriją (pvz., reklama įdedama į mokyklų interneto svetaines);
- galimybė išplėsti pranešimą elementariais navigaciniais veiksmais (naudojamos nuorodos į gilesnės informacijos lygmenis (pvz., ekspozicijos aprašymas, vykdomi projektai, muziejaus žemėlapis ir t.t.). Ne internetinėje erdvėje reklamos kaina dažniausiai priklauso nuo pranešimo apimties);
- reklamos pasiekiamumas (pvz., Vokietijos turistui, planuo-



jančiam aplankyti Lietuvą, patogiau rasti informacijos apie muziejus internete, nei sekti užsienio valstybės spaudą);

■ privaloma finansinės paramos projektų veikla – informacijos sklaida apie paramos šaltinius. Internetinė reklama yra pigesnė nei užsakomasis straipsnis spaudoje, todėl sutaupyti pinigai gali būti panaudojami projektų rezultatams didinti.

Norint sukurti interneto reklamą, kuri būtų patraukli ir naudinga, nebūtina turėti profesionalo gebėjimų. Turint aiškiai suformuluotą pranešimo idėją ir kūrybingumo gali pakakti ir kompiuterinio raštingumo žinių. Reklama internete gali būti kuriama teksto redagavimo, prezentacijų, publikavimo programomis (jose gausu jau parengtų formų, šriftų, paveikslėlių). Tačiau reklama internete turi ir trūkumų. Nepaisant kasmet augančio interneto vartotojų skaičiaus, vykdomų kompiuterinio raštingumo visuomenės mokymų projektų, IT infrastruktūros plėtros, virtualių svetainių lankytojai yra gana diferencijuota grupė – tai daugiausia didžiųjų miestų dirbantys gyventojai. Todėl be tradicinių reklamos formų, tokių kaip spausdintinė reklama ar planuojamų renginių sąrašo išplatrinimas švietimo įstaigose, sunku pasiekti mažiau tikslingas auditorijas ir taip skatinti darnią kultūros plėtrą, mažinti socialinę informacinę atskirtį.

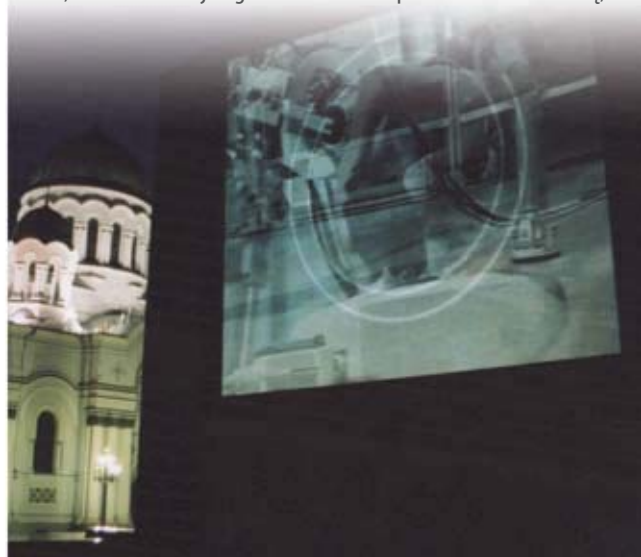
### Aptarnavimas. Lojalumo kortelės

Kadangi vienas iš muziejų tikslų – šviesti ir mokyti visuomenę, siekiama, kad apsilankymas muziejuje nebūtų vienkartinis veiksmas. Kad lankytojas būtų ir savotiška muziejaus bendruomenės dalis, jis turi būti išskirtas iš masės palaikant tiesioginį ryšį ir taip skatinant tiek lankytojo lojalumą, tiek didinant muziejaus populiarumą. Šią užduotį galima vykdyti panaudojus lojalumo kortelių sistemą. Dažnai lojalumas suprantamas siaurąja prasme – momentinės nuolaidos suteikimas ar lankytojo pamaloningas kitais būdais. Kadangi Lietuvos muziejams nėra svarbiausias uždavinys parduoti kuo daugiau bilietų, tad ir lankytojo pritraukimas neturėtų būti siejamas tik su nuolaidų sistema. Lojalumo kortelių sistema yra nemažas IT taikymo iššūkis, kadangi tokios paslaugos diegimas yra brangus ir ilgas procesas. Kita vertus, lojalumo kortelės gali muziejams suteikti labai svarbios informacijos apie lankytojų srautus, jų charakteristiką, fiksuoti operacijas. Tai itin tiksli ir patikima informacija rengiant laikotarpio ataskaitas ar vertinant

muziejų darbą. Nėra griežtai sukomplektuotos lojalumo kortelių sistemos funkcijos, todėl muziejai gali suformuluoti savus reikalavimus. IT galimybės leidžia sistemai turėtojams administruoti, kaupti informaciją apie kortelių turėtojus, nesudėtingai juos informuoti aktualiais klausimais, apdoroti informaciją apie lankytojus, ją analizuoti, perduoti ir taip sutaupyti resursų siekiant nustatyti lankytojų poreikius ar reklamos aktualumą. Tinkamai įvertinus sistemos sąnaudas ir naudingumą bei racionaliai pagrindžiant poreikį, galima tikėtis sumažinti muziejaus investicijas įsigyjant tokio tipo IT paslaugas pasinaudojant tarptautiniais ir nacionaliniais finansinės paramos šaltiniais (pvz., Europos Sąjungos struktūrinių fondų parama).

**Projektų inicijavimas ir vykdymas** taip pat gali būti tobulinamas taikant informacines technologijas. Populiariausia programinio paketo dalis – *Microsoft Project* – skirta valdyti pagrindinius projektų elementus – laiką, kaštus ir užduotis. Šio įrankio sėkmingo valdymo įgūdžiai gali padėti sėkmingiau ir tiksliau planuoti bei įgyvendinti projektus. Tai itin aktualu prasidėjus naujam finansinės struktūrinės paramos Lietuvai etapui (2007–2013 metų Žmogiškųjų išteklių plėtros veiksmų programa, sanglaudos skatinimo veiksmų programa), taip pat Europos ekonominės erdvės ir Norvegijos finansinių mechanizmų paramos programoms. Šie finansiniai šaltiniai numato galimybes teikti projektines paraiškas tokiems subjektams kaip muziejai ar jų asociacija. Remiantis Paramos fondo Europos socialinio fondo paramos agentūros atliktais tyrimais, per pastaruosius metus itin išaugo konsultantų paslaugų įkainiai, be to, ne visada galima užtikrinti konsultavimo (paraiškos pildymo, poreikių suformulavimo, projekto administravimo) kokybę. Praktika rodo, kad prie projekto sėkmės itin prisideda paramos gavėjo atstovų žinios ir įgūdžiai tinkamai valdyti ir vykdyti projekto veiklas nedeleguojant visos šios veiklos atitinkamas paslaugas teikiančiai organizacijai.

Kita projektų valdymo įrankio *Microsoft Project* paskirtis – kaupti ir sisteminti informaciją apie vykdomą projektą, rengti ataskaitas. Šios funkcijos aktualumą nusako tai, kad paskyrus muziejų darbuotoją dirbti projekto komandoje tenka derinti tiesiogines pareigas su atliekamomis projekto valdymo užduotimis. Įdiegus *Microsoft Project* pagrįstai galima tikėtis, kad darbuotojas galės racionaliau panaudoti darbo laiką, nes



vertinant, keičiant, prižiūrint projektą nereikės tos pačios informacijos įvesti kelis kartus, pačiam skaičiuoti ar braižyti grafikus.

Pagrindinės projektų valdymo įrankio funkcijos:

- Projekto rinkmenos kūrimas (veiklos planavimas, pradžios, pabaigos nustatymas, įtraukti aktualiausia informaciją).

- Užduočių įtraukimas (numatoma projekto veikla ir jos detalizavimas, priskirimas, grupavimas. Pvz., užduotis „projekto viešinimas“ dar gali būti skirstoma į kelias veiklas: konferencijos organizavimas, lankstinukų maketavimas ir t.t., tačiau pati užduotis gali būti priskirta stambesnei projekto užduočių daliai, tarkim, „vykdymo veiklos paketas“ ar panašiai).

- Užduočių trukmės nustatymas (kiekviena užduotis trunka nustatytą laiką. Jei užduotis priklauso stambesnei užduočiai, pastarosios laikas nustatomas pačios programos). Užduočių trukmės įvertinimas itin patogus, jei numatomas projekto komandos nario darbo užmokesčio įkainio vienetas nurodomas toks pat kaip ir užduoties laiko vienetas (pvz., jei projekto vadovo darbas projekte vertinamas dirbtų valandų skaičiumi ir ataskaitų rengimo trukmė taip pat nurodoma valandomis, galima suskaičiuoti užduočių, kurias vykdo projekto vadovas, trukmę – ji sutaps su vadovo darbui skiriamu laiku).

- Užduočių sujungimas (t.y. įtrauktų užduočių jungimas pagal vykdymo tvarką – ar vienos veiklos pabaiga nulemia kitos pradžią, ar vienos veiklos pradžia turi sutapti su kitos pradžia, ar priešingai – kelių veiklų pabaigos turi sutapti). Sujungus projekto veiklas į loginę grandinę galima tiksliai numatyti projekto trukmę, kartu ir atskirų veiklų bei už jas atsakingų asmenų darbo laiko sąnaudas. Visą projekto eigą galima vaizduoti net keliomis grafinėmis diagramomis, kurias itin lengva analizuoti projekto užsakovams, partneriams, rėmėjams ar kitiems suinteresuotiems asmenimis.

- Darbo, įrangos, medžiagos išteklių valdymas. T.y. tam tikrų išteklių priskyrimas konkrečiai užduočiai (pvz., „ataskaitų teikimui“ priskiriami tokie ištekliai kaip finansininko darbo užmokestis, kanceliarinių prekių kiekis, ryšio išlaidos ar pan.). Ši funkcija reikalinga norint tiksliai apskaičiuoti projekto biudžetą.

Kitos projekto valdymo įrankio funkcijos skirtos vertinant darbuotojų užimtumą (ar tam pačiam darbuotojui nėra priskiriama per daug ar per mažai užduočių, ar darbuotojas, dirbdamas nustatytą laiką, gali įvykdyti suplanuotas veiklas). Taip pat ne mažiau svarbi funkcija – projekto vykdymo sekimas, t.y., ar veiklos atliekamos laiku, ar ištekliai neviršunami, ar nereikia pakeitimų. Ir galiausiai – projekto informacijos pateikimo funkcija, kurios galimybės apima nuo užduočių grafiko spausdinimo iki ataskaitų pateikimo. Tai labai patogu norint išsamiai informuoti projekto priežiūros grupę apie projekto eigą, išlaidas ir atliktas veiklas tam tikru laikotarpiu, taip pat vertinant projekto veiklų intensyvumą atliekant pakeitimus.

## IT pritaikymas muziejaus vidaus komunikacijoje

Kiekvienos organizacijos sėkmingo darbo pagrindas – tinkamas, efektyvus vidinės informacijos saugojimas ir dalinimasis. Tai pabrėžia visos šiuolaikinės struktūrų darbo kokybės valdymo teorijos. Informacijai saugoti efektyviai gali būti panaudotos elektroninės duomenų bazės. Jos gali būti kuriamos *Microsoft Excel*, *Microsoft Access* programinių paketų

pagrindu – priklausomai nuo organizacijos darbuotojų turimų įgūdžių ir „simpatijų“ vienam ar kitam IT įrankiui. Duomenų bazės gali būti naudojamos renkant ir sisteminant lankytojų informaciją, duomenis apie partnerius. Jei muziejus yra nedidelis, vietinės reikšmės, katalogų informacija taip pat pagal poreikius gali būtų perkeliama į sukurtas duomenų bazines. Labiausiai duomenų bazių patogumas pastebimas, kai organizacija teikia socialines paslaugas, t.y. „išeinamų“ resursų, tokių kaip išduodamų pažymėjimų už išklaustą paskaitą, parodų stendų suvestinė ar lektorių, gidų kontaktinė informacija. Ši galimybė ypač aktuali muziejuose, kuriuose dažna darbuotojų kaita. Naujo darbuotojo informavimas apie turimus muziejaus resursus, saugojimo vietą, kontaktinius kviestinių specialistų duomenis užtruks trumpiau, nes vidinė informacija saugoma ne vienoje vietoje, o yra prieinama pagal darbuotojų poreikius.


Kalbant apie IT pritaikymo galimybes muziejų vidaus komunikacijoje didžiausias dėmesys turėtų būti skiriamas įgūdžiams formuoti dirbant su *Microsoft Outlook* programiniu paketu. Pradinis ir pagrindinis šio IT įrankio uždavinys – elektroninių laiškų tvarkymas, siuntimas. Tačiau nuo paprastos el. pašto dėžutės *Microsoft Outlook* skiriasi plačiomis funkcijų taikymo galimybėmis. Pagrindinė jų – susitikimų organizavimas. Tarkim, derinant susitikimo laiką su kiekvienu darbuotoju užklausa išsiunčiama visiems vienu metu su prašymu patvirtinti nurodytą laiką. Patvirtinus siuntėjas gauna pranešimą, kad adresatai pritarė. Tada automatiškai susitikimo laikas ir trukmė išsaugoma siuntėjo bei adresatų darbo kalendoriuose. Artėjant susitikimo laikui kiekvienas susitikimo dalyvis automatiškai gauna priminimą. Ši funkcija turi galimybę siunčiant kvietimą nurodyti susitikimo temą, vietą, užduotis, persiųsti elektroninį dokumentą (pvz., dienotvarkę), taip pat atšaukimo ar koreguoti susitikimo laiką.

Organizuodamas susitikimą siuntėjas turėtų nepamiršti ir kitos *Microsoft Outlook* funkcijos – kitų darbuotojų kalendorių patikrinimo. Šios funkcijos esmė – susipažinti su kolegų dienotvarkėmis ir taip suderinti tinkamiausią laiką.

Ko gero, populiariausia *Outlook* funkcija – tai priminimų kūrimas ir valdymas, kurių patikimumas ir paprastumas gali formuoti tam tikrą darbo kultūrą. „Kiek negali aštrus protas, tiek gali bukas pieštukas“ – šis pasakymas geriausiai iliustruoja priminimų paskirtį. Šių dienų informacijos srautai sunkiai suvaldomi ir sutalpinami atmintyje. Darbuotojas, nors ir iš dalies lavina savo atmintį bandydamas prisiminti visas užduotis ar idėjas, tačiau kartu patiria nerimą dėl galimybės ką nors pamiršti. Todėl rekomenduojama kiekvieną užduotį, net asmeninio pobūdžio, įtraukti į *Outlook* kalendorių – artėjant užduoties įvykdymo laikui jis kelis kartus pakartos, primins apie veiklą. Pagrindiniai priminimų pranašumai:

- mažėja rizika pamiršti;
- mažina įtampą;
- padeda planuoti darbo laiką;
- padeda kurti darbo dienoraštį (galima peržiūrėti, išspausdinti planuojamas ar jau įvykdytas užduotis, patikrinti tam tikrų įvykių aplinkybes – tai darbo kalendoriaus elektroninis atitikmuo);
- padeda įvertinti darbo krūvį ir užimtumą.

Žvelgiant į IT panaudojimo galimybes pasaulinėje praktikoje didžiausias dėmesys skiriamas naujoms muziejų paslaugų vizuali-



zacijos formoms kurti. T.y., kibernetinės, imitacinės realybės erdvės, atkuriančios tam tikro laikotarpio ar vietovės aplinką, audioįrašų taikymas pristatant eksponatus, retų eksponatų, dokumentų, ypač knygų, skenavimas ir viešinimas (pvz., lankytojai gali „vartyti“ pirmąją bibliją vokiečių kalba prisiliesdami prie sensorinio ekrano, įmontuoto knygos pavidalo muliaže). Tokios formos neabejotinai pritraukia lankytojus ir kartu reikalauja nemažai investicijų. Norint tinkamai eksponuoti, dirbti su panašiais eksponatais reikia sukaupti nemažai IT taikymo ir naudojimo įgūdžių. Todėl Lietuvos muziejų asociacijos sprendimas pradėti populiarinti muziejus nuo mokymų ir kvalifikacijos tobulinimo projekto yra savalaikis ir tikslingas.

Vienas sėkmingiausių kaimyninėse šalyse vykdomų projektų – tai Venspilio (Latvija) muziejaus modernizacijos projektas, apimančias anksčiau išvardytus tikslus – tai darbuotojų mokymai, socialinių paslaugų kokybės gerinimas, veiklos populiarinimas. Kaip ir Lietuva, taip ir Latvija siekia išsaugoti ir populiarinti nacionalinį kultūrinį savitumą muziejų veiklos plėtra. Ryškiausias tokios plėtros rezultatas

– nacionalinių muziejų (jų katalogų ir eksponatų) jungimas į bendrą tinklą, prieinamą ir atvirą vartotojams. Tokio projekto sėkmę lemia tai, kad katalogo ir eksponatų atnaujinimo, tvarkymo darbams nėra perkamos atskiros paslaugos, o šiuos darbus atlieka patys muziejų išmokyti darbuotojai. Tokiu būdu racionaliai panaudojamos laiko, finansų sąnaudos, kadangi nereikia formuluoti ir teikti paslaugų vykdytojams eksponatų bei dokumentų tvarkymo užduočių su jų aprašymais.

Apibendrinant IT panaudojimo galimybių muziejų veikloje apžvalgą galima tik dar kartą patvirtinti IT mokymų ir kvalifikacijos kėlimo svarbą siekiant sėkmingai įgyvendinti muziejų strategiją. Tačiau nereikėtų pamiršti ir IT, padedančių formuoti darnų muziejininkų kolektyvą, malonią darbinę aplinką, taikymo, tarkim, el. paštu nusiųsti kolegai jo mėgstamą dainą ar spalvingą priminimą su linkėjimais **„Sėkmės mokymuose ir darbuose!“**