

16. Пастушак Л. А., Мельник Л. В. Археологічні та історичні дослідження козацької доби на Могилів – Подільщині (козацькі люльки). Режим доступу: <http://irp.vn.ua/index.php?page=0&action=52&k=377>
17. Перлини української народної пісні./ упорядник М.Гордійчук. Київ: Музична Україна, 1991. 383 с.
18. Прояв барокових тенденцій в образотворчому мистецтві та архітектурі України. Режим доступу: <http://www.ipedahohika.com/lirefs-1268-3.html>
19. Пузиренко Я. Звідки в козаків люлька? // Україна Молода №5 10.01.2008.
20. Устное повествование, бывшего запорожца, жителя Екатеринославской губернии и уезда, селения Михайловки, Никиты Леонтьевича Коржа. Днепропетровск, 1991. С. 23.
21. Щербаківський Д. Козак Мамай (народна картинка) // Народне мистецтво. Київ, 1997. № 1. С. 18–23 (Передрук зі скороченнями за публікацією в літературно-мистецькому журналі “Сяйво”. Київ, 1913. №10–12.)
22. Юхно Ф. Козацькі люльки із замської резиденції гетьмана Івана Мазепи / Ф. Юхно // Середньовічні старожитності Центрально-Східної Європи: Матеріали XIV Міжнародної студентської наукової археологічної конференції (Чернігів, 17 – 19 квітня 2015 р.) / Інститут археології НАН України, Чернігівський національний педагогічний університет імені Т.Г. Шевченка, Навчально-науковий інститут історії, етнології та правознавства імені О.М. Лазаревського, Науково-дослідний центр археології та стародавньої і ранньомодерної історії Північного Лівобережжя імені Д. Я. Самоквацова. Чернігів: Чернігівський національний педагогічний університет імені Т.Г. Шевченка, 2015. 124 с. С. 110–114.
23. Яворницький Д.І. Історія запорізьких козаків. Львів, 1990. Т.1. С.237.
24. Афоризми. Режим доступу: <http://aphorism.org.ua>
25. Українське козацтво в образотворчому мистецтві. Режим доступу: <http://vereschagin.com.ua/uk/zhittya-muzeyu/publikaczii/304-ukranske-kozactvo-v-obrazotvorchomu-mistecztv.html>

**Оксана Ломко** (Батурин)  
старший науковий співробітник  
відділу історії Гетьманства  
НКЗ «Гетьманська столиця»

## **Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» і суспільство: основні форми комунікації**

Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» (НКЗ «Гетьманська столиця», далі – Заповідник) є одним із визначних центрів збереження та популяризації історико-культурної спадщини в Україні. Унікальна гама з тематик 4 музеїв, що входять у його структуру, та компактність їхнього розташування вже понад 25-років задовольняють попит відвідувачів різних вікових груп із широким спектром інтересів та культурних уподобань.

Музейна комунікація є методологічною основою сучасної діяльності як науково-дослідних так і культурно-освітніх закладів. У Законі України «Про музеї та музейну справу» зазначено, що музеї як культурно-освітні та науково-дослідні заклади призначені не тільки для вивчення, збереження та використання пам'яток матеріальної і духовної культури, але й для залучення громадян до надбань наці-

ональної і світової культурної спадщини. Проте, щоб пробудити бажання відвідувачів ознайомитися з колекцією музею, необхідно розвивати його комунікативні можливості, залучати різноманітні форми співпраці з музейною аудиторією, що різняться за соціальною, професійною, віковою та іншими ознаками [1, 74].

Тому одне із головних завдань музейної комунікації – створення передумов для активізації відвідувачів, зокрема для вдосконалення їхніх контактів із музейними предметами як джерелами знань, емоцій, естетичних відчуттів і створення ефекту занурення в культурне середовище. З огляду на це, важливо зрозуміти, які форми музейної комунікації на сучасному етапі є найрезультативнішими та перспективними. Адаже нові можливості взаємодії між споживачами інформації та установами, що є її розпорядниками, підносять музейні комунікації на якісно новий рівень, а твердження про вільний доступ до музейних інформаційних ресурсів набуває не декларативного, а реального характеру, що, вочевидь, пов'язано з розвитком Інтернету.

Мета статті – виокремити та всебічно проаналізувати сучасні форми, канали та інструменти музейної комунікації, що сприяють адаптації Заповідника до ефектної діяльності в умовах інформаційного суспільства.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше комплексно висвітлюються всі форми комунікації Національного історико-культурного заповідника «Гетьманська Столиця» із суспільством.

Дослідження інновацій сучасної музейної комунікації здійснювали вітчизняні науковці та практики галузі, зокрема, В. Банах, М. Белікова [2], Л. Дубровіна, А. Киридон, І. Матяш [3], Є. Ковальчук, Р. Маньковська [4], К. Смаглій, О. Сошнікова та інші, а також зарубіжні вчені: Б. Лорд та Г. Лорд [5], Г. Матт [6]. Проблему впровадження інформаційних технологій у діяльності музейних установ розкривали у своїх публікаціях Н. Білан, Р. Гураль, К. Кобцев, І. Пердерій [7], І. Шевцов та інші.

Комунікація фахівців Національного заповідника «Гетьманська столиця» в області культурно-освітньої діяльності з реальною аудиторією здійснюється за допомогою різних методів і форм – як у середині експозиційного простору, так і поза ним. Характеризуючи Заповідник як систему комунікації, можна з впевненістю зазначити, що комунікативний складник є основою в усіх напрямках музейної роботи: у науково-дослідній, експозиційно-виставковій, науково-освітній, видавничо-редакційній, маркетинговій тощо.

У наш час виокремлюють традиційні та новітні (нетрадиційні) форми комунікації, які розповсюджені в музеях. У даній статті йдеться про найпоширеніші та новітні форми і методи комунікації Національного заповідника «Гетьманська столиця».

Основою музейної комунікації, базою для реалізації культурно-освітньої діяльності Заповідника є **експозиційна діяльність**. Наразі багато вчених вважають найрезультативнішим каналом музейної комунікації експозицію. Вона одночасно є візуальним типом комунікації, пов'язаною з процесом перекодування інформації з вербальної в невербальну й відтворенням її знову на вербальну. При цьому предмет в експозиції набуває певного значення лише у відповідному контексті, перетворюючись на експонат [8, 174].

За допомогою музейної експозиції відвідувач спілкується із музейним предметом. Тому вона тісно пов'язана із основною традиційною формою передачі

інформації – **екскурсією**. І якщо експозиція є результативним каналом музейної комунікації, то екскурсія – її ідеальною формою, типом. Вона поєднує вербальний і візуальний комунікативні канали та повністю відповідає схемі: адресант – повідомлення – адресат [9, 130].

Національний заповідник «Гетьманська столиця» має багатоманітні екскурсійні пропозиції, які надаються в 4-х різних музеях, що входять в загальний комплекс закладу: Цитадель Батуринської фортеці, Музей археології Батурина, Будинок Генерального судді Василя Кочубея та Палац гетьмана Кирила Розумовського.

У наш час традиційні екскурсії втрачають свою популярність і затребуваніми стають екскурсії інтерактивного характеру з використанням різних методи-



Іл. 1. Учасники екскурсії-квесту «Темниці Цитаделі» на території Цитаделі Батуринської фортеці. 2018 рік

чних прийомів. Тобто, залучення відвідувачів в діалог, в активний пізнавальний процес: екскурсія-квест, екскурсія-гра. У першу чергу, такі екскурсії орієнтовані на дітей та молодь, наприклад, екскурсія-квест «Темниці Цитаделі» на території Цитаделі Батуринської фортеці (Іл. 1), екскурсія-гра «Вільні воїни» в Музеї археології Батурина, «Легенди Кочубеїв» в Будинку генерального судді Василя Кочубея, «В діяннях гетьманів – велич України» та «Піднята в гору зову булава» у палаці Кирила Розумовського. Екскурсія-квест «Батурин – серце Гетьманщини» розрахована на дорослих, студентів та учнів старших класів.

Однією із поширених традиційних форм музейної комунікації, спрямованої на залучення до діяльності Заповіднику наукової та освітнянської аудиторії, є проведення **конференцій**, музейних читань та круглих столів, які поряд із по-

пуляризацією музейних колекцій сприяють їхньому глибокому дослідженню [4, 79]. У Національному заповіднику «Гетьманська столиця» вже 15-й рік щорічно проводяться наукові Батуринські читання, в яких беруть участь дослідники із різних країн світу (Іл. 2.). Спільно з Ніжинським краєзнавчим музеєм імені Івана Спаського Заповідник проводить Міжнародні наукові Спаські читання. Матеріали конференцій публікують у збірниках наукових праць «Батуринська старовина» та «Ніжинська старовина», які мають широкий попит серед науковців та фахівців галузі.

Важливим інструментом музейної комунікації Заповідника є **видавнича діяльність**. Актуальним завданням у царині музейної видавничої діяльності є випуск не лише наукових, а й популярних видань, адресованих усім групам музейної аудиторії – брошури: «НКЗ «Гетьманська столиця», «Будинок генерального судді Василя



Іл. 2. Учасники конференції наукових Батуринських читань. 2019 рік

Кочубея», «Музей археології Батурина», «Гетьман Іван Мазепа»; путівник «Батурин»; збірник документів і матеріалів «Петро Іванович Прокопович» тощо.

Особливе місце займає науково-популярне періодичне видання Заповідника газета «Слово «Гетьманської столиці», створене для ознайомлення широкого загалу з історією України доби Гетьманщини, гетьманської столиці Батурина, популяризації роботи Заповідника. Тематична спрямованість видання – друк наукових статей, оглядових, іміджевих статей, новин з життя міста Батурина, інтерв'ю тощо. Заснована газета «Слово «Гетьманської столиці» в 2006 р. і з того часу не втрачає своєї популярності. Періодичність виходу видання становить 1 раз на 2 місяці. Газета видається тиражем 1000 примірників та розповсюджується безкоштовно [10].

Одним із провідних завдань Національного заповідника «Гетьманська столиця» є залучення до роботи, взаємодія та співпраця з навчальними закладами мі-

ста, учнівською молоддю. Тому у 2015 р. було організовано історичний **гурток «Батуринський курінь»**. Його учасниками є учні 6–10 класів Батуринської загальноосвітньої школи I–III ступенів імені Григора Орлика.

Головною метою гуртка є виховання в учнівській молоді почуття патріотизму та національної свідомості, популяризацію високих здобутків доби Гетьманщини, які були реалізовані на теренах гетьманської столиці Батурина. Заняття проводять раз на тиждень на базі Музею археології Батурина, доповнюючи їх навчальними екскурсіями, практичними роботами, науково-просвітницькими заходами, різними майстер-класами [11].

Поза рамками експозиційного простору комунікаційна діяльність співробітників Заповідника має такі форми: **лекції, виховні години та скайп-конференції**. Вони побудовані на основі інформаційно-монологічного методу подачі та пояснення матеріалу і організації пізнавальної діяльності слухачів. Їхня тематика відповідає профілю Заповідника і відображає історію Батурина від найдавніших часів до сьогодення, розширює рамки освітнього простору у сфері знань про добу Гетьманщини і козацьку столицю Батурин, інформує про життя відомих персоналії батуринського краю [12].

Ефективним і популярним методом активізації відвідувачів та залучення їх до взаємодії є **науково-просвітницькі заходи** різної тематики відповідно до профілю Заповідника. Систематичне проведення вже визначених заходів та запровадження нових створюють умови для збільшення кількості відвідувачів закладу. Наприклад, у 2017 р. було проведено 19 заходів, які відвідали 3 314 осіб; 2018 р. – 13 заходів, відвідало – 15 600 осіб; 2019 р. – 10 заходів, відвідало – 29 760 осіб [13]. З кожним роком кількість відвідувачів зростає, і причиною цього є більш сучасні, креативні і новітні методи їхнього проведення.

Результативним засобом комунікації з суспільством є проведення щорічної **акції «Подаруй «Гетьманській столиці» експонат»**, започаткованої ще у 2004 р. Акція дозволяє всім небайдужим долучитися до формування фондової колекції Заповідника, взяти участь у створенні історичної бази для майбутнього покоління, яка розкриватиме історію Гетьманщини та її серця – Батурина.

Як дієвий засіб комунікації з суспільством, Заповідник активно використовує **засоби масової інформації (ЗМІ)**: радіо, телебачення, преса (газети, журнали, книги), які допомагають зацікавити громадян до відвідин Батурина. Спостереження останніх років доводять, що кількість відвідувань музейно-виставкової експозиції Національного заповідника «Гетьманська столиця» прямо залежна від висвітлення її в ЗМІ, демонстрації репортажів у телевізійному ефірі, випусків радіопередач, повідомлень у пресі. Тому на сьогодні вже на гідному рівні налагоджене систематичне і довготривале співробітництво та партнерські відносини закладу із ЗМІ, сформований свій власний імідж у суспільстві сучасними засобами музейного піару.

Заповідник систематично і постійно працює з районними газетами «Порядник» та «Голос Присеймів'я», обласною газетою «Світ-інфо», столичними газетами «Україна молода» та «День». Результативною є співпраця з Конотопською телерадіостудією «Вежа», телеканалами ТРО «Кон-Такт», м. Конотоп, ТК «Прямий», ТК «ЮА:Чернігів», ТК «24 Канал», ТК «1+1», ТК «5-й канал», радіокомпанією «Промінь» тощо.

Перспективним напрямом у розвитку музейництва є використання **Інтернет-технологій**, що відкривають великі можливості для комунікації музею з широкою аудиторією відвідувачів, ознайомлення їх з матеріальним і духовним культурним надбанням та розширення між музейних контактів.

Фахове представлення музею в мережі Інтернет сприяє його інтеграції у систему українських і зарубіжних профільних закладів, відкриває додаткові можливості для презентації своїх колекцій, активізує процес обміну професійною інформацією, розширює можливість залучення нових ресурсів зовні музейної системи, поживляє розвиток музею, створює експериментальний майданчик для музейного проектування, розробки різних музейних моделей [6, 115–117].



Іл. 3. Учасники історичного фото-квесту «Батурин – це МИ!». 2019 рік

Найголовнішою формою музейної комунікації відповідного типу є веб-сайт Заповідника (<https://www.baturin-carital.gov.ua>). Включає в себе основну інформацію, зручні пошукові системи, ігри, новини про поточні та майбутні події, фотоілюстрації тощо.

Варто звернути увагу на музейні сторінки у Вікіпедії. З цього веб-сайту відвідувачі отримують вичерпну інформацію про розміщення музею, графік роботи та основні колекції, які зберігає даний музей. Національний заповідник «Гетьманська столиця» має власні сторінки всіх музейних об'єктів, які входять в комплекс закладу: Цитадель Батуринської фортеці, Музей археології Батурина, Будинок генерального судді Василя Кочубея, Палац гетьмана Кирила Розумовського, а також сторінки про Батуринську археологічну експедицію та Григорія Орлика, постать якого розкривається у виставковій діяльності Заповідника. Сторінки у Вікіпедії представлені на різних мовах: українській, російській, англійській, польській тощо.

На сьогодні неабияке місце серед форм музейної комунікації посідає представлення культурних закладів у популярних соціальних Інтернет мережах. Національний заповідник «Гетьманська столиця» має свою власну сторінку, акаунт та канал в таких соціальних Інтернет мережах як Facebook (<https://www.facebook.com/getmanskastolitsya.zapovidnyk/>), Instagram (<https://www.instagram.com/nikzgetmanska/>) та YouTube канал (<https://www.youtube.com/channel/UCExglaPHSKzsomu2pzvRlg>).

За допомогою соціальних мереж простіше та зручніше швидко поширювати потрібну інформацію; отримувати відгуки й мати зворотний зв'язок із зацікавленою цільовою аудиторією та іншими закладами культури, суспільними організаціями; залучати їх до різних проектів (виставок, наукових форумів, обговорення виставлених музейних колекцій); рекламування, поширення та друк видань, пропагування власне науково-дослідної роботи [1, 77].

На сьогодні вище згадані мережі є одними із найдієвіших інструментів комунікації Заповідника із суспільством, завдяки якому професійно і результативно формуються і просувається репутація (бренд) закладу.

Розглядаючи проблему музейної комунікації в соціокультурному просторі, неможливо оминати економічну складову діяльності Заповідника, яка представляє заклад як підприємство з надання послуг, а отже, значно розширює його комунікаційне поле. У цьому контексті важливою комунікаційною групою музею є **спонсори, благодійники, меценати**. Заможні люди розуміють рентабельність передачі коштів Національному заповіднику «Гетьманська столиця», які зміцнюють культурний імідж та туристичну привабливість Чернігівської області та конкретно міста Батурина, а це, безперечно, сприяє розвитку його інфраструктури та економіки, позитивно впливає на бізнесову структуру.

До новітніх засобів музейної комунікації, які використовуються в Заповіднику, слід віднести QR-коди, які за допомогою спеціальної програми дають можливість швидкого отримання суттєвого обсягу інформації про музейний експонат або іншу туристичну локацію на сучасний технічний комунікаційний пристрій. Достатньо мати смартфон або планшет, спеціальний додаток для зчитування цього коду та вихід до мережі Інтернет, і кожен відвідувач зможе без сторонньої допомоги, без екскурсовода отримати найсуттєвішу інформацію про той чи інший об'єкт.

Нетрадиційними для Заповідника формами спілкування з аудиторією стали такі явища як конкурси, концерти, фестивалі та міжміські квести.

З метою виявлення та підтримки обдарованих дітей та молоді, популяризації культурного надбання родини Розумовських, як видатних історичних діячів та меценатів, збереження пам'яті про видатного українського гетьмана Кирила Розумовського й вивчення історії рідного краю Національний заповідник «Гетьманська столиця» проводить конкурси «Розум-фест» та Обласний музичний фестиваль-конкурс молодих виконавців імені Андрія Розумовського. Конкурс – комунікаційний метод, який спрямований безпосередньо на стимулювання пізнавальної активності аудиторії, особливо дітей і підлітків. Важливими елементами конкурсу є визначення переможця та вручення призів.

Інноваційним, але результативним методом комунікації з жителями Батурина та навколишніх міст стали масштабні історичні квести («Же през ШАБЛЮ маєм ПРАВО!», «Стежками Мазепиново кохання», «Батурин – це Ми!», «Батурин – серце

Гетьманщини)), які були організовані Батуринською міською радою, Національним заповідником «Гетьманська столиця» та ГО «Вогонь Відродження» (м. Бахмач).

Наймасштабнішими за кількістю учасників і глядачів заходами, які присвячені певній темі, пов'язаної з діяльністю Заповідника, є фестивалі та концерти, проведені на територіях закладу.

У 2018 р. Національний заповідник «Гетьманська столиця» спільно з Батуринською міською радою започаткували БАТУРИНФЕСТ «Шабля», який став продовжувачем кращих традицій Козацького свята, але представлений загалу абсолютно концептуально новим. Це дводенний фестиваль з організацією окремих локацій просвітницького, вишкольного, навчального та розважального характерів, який орієнтований, у першу чергу, на українську молодь. Фестиваль



Іл. 4. БАТУРИНФЕСТ «Шабля». 2018 рік

проводиться в червні місяці кожного року. Девіз фестивалю «Же през ШАБЛЮ маєм ПРАВО» проголошений гетьманом Іваном Мазепою у Батурині 300 р. тому, але актуальний і сьогодні (Іл. 4).

У 2018 р. в гетьманській столиці України – Батурині відбувся великий проект Руслани «Батурин. Ренесанс Незалежності» до Дня Незалежності України, який відвідали понад 10 000 осіб.

У 2019 р. в День Прапора України на території палацово-паркового ансамблю гетьмана Кирила Розумовського відбувся грандіозний концерт «Viva Батурин!» (Іл. 5). Головною концептуальною ідеєю заходу було відзначення на високому мистецькому рівні двох значимих дат для історії Батурина та нашої держави: 350-ї річниці заснування гетьманської резиденції у Батурині та 10-ї річниці з дня відкриття для відвідування єдиного збереженого гетьманського палацу на теренах України після реставрації 2003–2009 рр. Проведення святково-



го концерту в унікальній локації дало можливість привернути увагу суспільства до «Гетьманської столиці» України, популяризувати історію Батурина, створити потужний інформаційний привід, як рекламу Заповіднику, привабити увагу потенційних туристів та розширити можливості для розвитку туризму у Батурині. На концерт зібралося понад 20 000 тисяч осіб із різних куточків України.

Проведені концерти дали розуміння дієвості таких новітніх комунікаційних методів, які допомогли об'єднати навколо поставленого питання якомога більшу кількість людей та донести важливість розуміння значимості гетьманської резиденції як політичного та адміністративного центру Гетьманщини у XVII–XVIII ст. Вони розкрили головний меседж Заповідника: «Батурин – це серце Гетьманщини! Батурин дає розуміння України, її величі та її трагедій, стверджує її здатність до відродження!».



Іл. 5. Концерт «Viva Батурин!». 2019 рік

Отже, комунікаційні можливості Національного заповідника «Гетьманська столиця» пов'язані із здатністю передавати інформацію за допомогою реальних предметів безпосередньо чи опосередковано. Основою комунікативної роботи Заповідника є його фонди, адже й експозиція, й організовані на її основі освітньо-комунікативні проекти неможливі без науково атрибутованих та ретельно збережених колекцій. Відповідно, найрезультативнішим каналом комунікації залишається експозиція закладу. Поряд із традиційними формами та інструментами музейної комунікації, зокрема таких як експозиційно-виставкова, просвітницько-освітня, видавнича, проведення наукових конференцій, представлення «Гетьманської столиці» у ЗМІ, особливого значення набули і новітні, пов'язані з розвитком сучасних інформаційних технологій. До них належать веб-сайт закладу, віртуальні екскурсії, QR-коди та профілі Заповідника у соціальних мережах. Не менш дієвими є нетрадиційні форми комунікації закладу: конкурси, квести, фестивалі

та концерти, які привертають увагу суспільства до Батурина, сприяють збільшенню аудиторії відвідувачів, розширенню міжмузейних контактів та інтеграції Національного заповідника «Гетьманська столиця» на українську та світову арену.

### Джерела та література

1. Передерій І.Г., Білан Н.В. Сучасна музейна комунікація в Україні та світі: стан і перспективи розвитку // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2018. № 2. С. 72–79.
2. Белікаво М.В. Запровадження інноваційних технологій в музеях України // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. 2015. Вип. 43. С. 326–330.
3. Дубровіна Л., Киридон А., Матяш І. Архіви, бібліотеки, музеї джерельна основа національної пам'яті, культурної спадщини України // Бібліотечний вісник: Науково-теоретичний журнал. 2017. № 1(237). С. 3–10.
4. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку // Красзнавство. 2013. №3. С. 75–84.
5. Лорд Б., Лорд Г. Менеджмент в музейном деле: учебное пособие. Пер. с англ. Гусинского Э.Г., Турчаниновой Ю.И. Под ред. Голубовского А.Б. Москва: Логос, 2002. 256 с.
6. Матт Г., Льюдерер Ю., Флатц Т. Культура і гроші: музей і підприємницька діяльність: практичний посібник. Пер. з нім. Кислюкова О. Київ: Юніверсал, 2009. 173 с.
7. Передерій І.Г. Віртуальна екскурсія як сучасна форма презентації музейних колекцій. Тези 69-ої наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету. Том 3. (Полтава, 19 квітня 19 травня 2017 р.). Полтава: ПолтНТУ, 2017. С. 196–199.
8. Вайдакер Ф. Загальна музеологія: Посібник. Перекл. з нім. В.Лозинський, О. Лянг, Х. Назаркевич. Львів: Літопис, 2005. 628 с.
9. Яковець І.О. Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації. // Вісник ХДАДМ. Теорія та історія мистецтва. №4–5. 2014 С. 129–133.
10. Положення про друкований засіб масової інформації газету «Слово «Гетьманської столиці».
11. Положення про роботу історичного гуртка «Батуринський курінь».
12. Положення про лекційну роботу у Національному історико-культурному заповіднику «Гетьманська столиця».
13. Журнал обліку науково-просвітницьких заходів Національного історико-культурного заповіднику «Гетьманська столиця».

**Ігор Кукін** (Київ)

перший заступник начальника  
Головного центру управління службою  
Державної прикордонної служби України

### Окремі способи використання фотомистецтва в музейних експозиціях

У часи СРСР історія постійно викривлялася партійною елітою. Факти, які могли зашкодити комуністичній ідеології, знищувалися або приховувалися в архівах. Невипадково, що у часи незалежності України відбулося підвищення інтересу до нашого історичного минулого. Сьогодні багато навчальних закла-