

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА ПАРЛАМЕНТСЬКА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР З ПИТАНЬ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА

ДЗК

Випуск 5/5

2013 р.

МОДЕРНІЗАЦІЯ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ УКРАЇНИ ТА РОЗШИРЕННЯ
ТРАДИЦІЙНИХ ФОРМ РОБОТИ МУЗЕЇВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

*(оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету
та неопублікованих документів 2011–2013 рр.)*

В усіх цивілізованих країнах світу музейні зібрання є предметом національної гордості, духовною скарбницею народу. І наша країна – не виняток.

На сьогодні в Україні працюють 45 національних музейних закладів, 570 державних та комунальних музеїв, 1141 музей на правах філіалів та відокремлених підрозділів [1].

Діюча нормативно-правова база України у законах та підзаконних актах забезпечує різноманітні аспекти функціонування музейних установ як соціокультурних інститутів.

Так, принципи, що лежать в основі правового стану і правового регулювання діяльності музеїв проголошують і юридично закріплюють Конституція України та Закон України „Про культуру”. Водночас, існує ціла низка спеціальних законів, що регулюють державне управління у музейній галузі, серед них: Закон України „Про музеї та музейну справу”, що визначає правові, економічні, соціальні засади створення і діяльності музеїв України; Закон України «Про внесення змін до Закону України „Про музеї та музейну справу”», який відкриває можливості для пожвавлення економічної діяльності музеїв, визначає нововведення стосовно розширення можливостей музеїв з питань самостійної рекреації та господарської активності тощо. Істотне значення також мають підзаконні нормативно-правові акти, що є окремим комплексом документів: постанови і розпорядження Кабінету Міністрів України, інструкції, положення, що приймаються Міністерством культури у сфері музейної справи [2; 3].

Неможливо переоцінити значення музеїв у житті суспільства – вони

виконують функції інституту національної пам'яті, самоідентифікації та ідентифікації України у світовому співтоваристві, зберігають історію і культуру народу як частину світового історико-культурного надбання, слугують джерелом інформації та знань, мають величезний виховний і туристичний потенціал. У той же час, музей яскраво відображає зміни, що відбуваються у суспільстві, адже будь-які перетворення впливають на процес „генерування культури”.

В Україні сучасний стан суспільно-політичного, соціально-економічного та культурного розвитку потребує нового змістовного наповнення діяльності традиційних музеїв, основні функції яких – акумулювання, збереження, популяризація національної та світової історико-культурної спадщини – мають бути адекватними вимогам часу.

Сьогодні, на жаль, ставлення до музеїв як до чогось другорядного є характерним практично для всіх прошарків і шаблів українського суспільства – від владних структур до пересічного громадянина. Серед причин низького авторитету музейних закладів можна назвати їх невідповідність сучасним вимогам вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій, невміння задовольнити потреби вибагливого відвідувача та інші проблеми. Загалом, зменшення привабливості музеїв свідчить як про неспроможність музеїв якісно конкурувати зі сферою масових розваг, так і про загальне зниження культурного та загального інтелектуального рівня нації.

Нагальну необхідність реформування музейної справи в Україні у контексті гуманітарного розвитку окреслено у Посланні Президента України В. Януковича до **Українського** народу. Це дозволить сформувати в Україні єдиний гуманітарний, культурний та інформаційний простір.

Протягом останніх років в Україні було прийнято низку важливих рішень, що можуть стати підґрунтям для формування якісно нової національної музейної політики, спрямованої на подолання системної кризи музейної галузі в Україні. І взятий державою курс на модернізацію музейної системи є відповіддю на виклики часу в умовах світової глобалізації.

Про позитивні зрушення в музейній сфері свідчить запропонований для громадського обговорення у 2012 році проект Концепції „Державної цільової програми розвитку музейної справи на період до 2018 року”. Його підготували фахівці Міністерства культури України у тісній співпраці із Національним інститутом стратегічних досліджень при Президентові України та Українським центром культурних досліджень.

Метою програми є розроблення таких механізмів розвитку музейної справи України, які б адаптували її до сучасних умов, сформували якісно нову систему, здатну оперативно і адекватно реагувати на виклики часу та

перетворили музеї на одну з провідних соціальних інституцій у системі гуманітарного розвитку країни.

Роботі над підготовкою цього стратегічно важливого для галузі документу передував моніторинг стану національної музейної галузі України: здійснено анкетування музеїв України з метою виявлення проблем та систематизації пропозицій, спрямованих на створення сприятливих умов розвитку музейної галузі; організовано серію круглих столів за участю представників провідних діячів музейної справи, директорів та співробітників музейних закладів України різного типу та профілю, представників професійних громадських організацій, благодійних фондів тощо.

У результаті широкого професійного обговорення було визначено найбільш актуальні стратегічні проблеми національної музейної галузі та нагальні потреби українських музеїв, які буде покладено в основу формування музейної політики на короткострокову та довгострокову перспективу [4; 5].

Слід зазначити, що комплекс заходів, запропонований Міністерством культури України, стосується не тільки мережі державних та комунальних музейних закладів, а й усієї сукупності відносин у сфері збереження, вивчення та популяризації музейних зібрань. Так, пропонується задіяти дотичні державні, громадські та комерційні інституції, що дозволить якісно підвищити роль суспільства і суспільних інституцій у музейній справі.

Отже, запорукою подальшого розвитку та модернізації музейної справи в Україні може стати державна підтримка музеїв, з одного боку, та консолідація музейного співробітництва, запровадження нових інформаційних технологій і розширення традиційних форм роботи – з іншого. У цьому аспекті слід спиратися на дослідження науковців й на міжнародний досвід [6].

Останній, зокрема, свідчить про те, що у світі навіть саме визначення музею трактують по-різному. Канада, наприклад, вважає музей неприбутковою установою, яка діє для громадськості та у її інтересах. США наділяє музеї перш за все освітньою метою. Для Німеччини це – збірка коштовностей публічного чи приватного характеру, яка частково чи повністю регулярно доступна громадськості. Назагал музеї Америки та Європи популяризують та зберігають, проте майже не зважають на наукову функцію музею.

За словами музеєзнавця, міжнародного тренера з музейного менеджменту, завідуючої відділу Музично-меморіального музею Соломії Крушельницької у Львові Д. Білавич, українські музеї виникали за тією ж системою, що й американські і європейські, втім, за традицією, яка тягнеться ще з радянських часів, акцент у роботі сучасних українських музеїв лягає на науково-дослідну діяльність. І це – один з тих елементів, який відрізняє Україну, наприклад, від Америки, де музеї можуть похвалитись найсучаснішими інтерактивними експозиціями, але де про наукову роботу не

йдеться взагалі.

Більшість вітчизняних музейних установ працює на два вектори: внутрішня робота – пошук експонатів і каталогізація та зовнішня – популяризація колекції та ділянка адміністративної роботи. Наші експозиції не настільки інтерактивні, як за кордоном, але й у нас є колекції, варті уваги. Наша слабка сторона, на думку Д. Білавич, – це низька мобільність, сильна – українські музейники детально і науково опрацьовують свої колекції.

Та найочевидніше, чого українським музеям бракує на сьогодні, вважає музеєзнавець, так це присутності в Інтернеті та звичайної промоції – в еру інформаційних технологій комунікаційні здібності музею обумовлюють його позиції в „боротьбі” за відвідувача, а наявність власного сайту в Інтернеті, присутність в соціальних мережах можуть значною мірою допомогти музею отримати свого відданого глядача [7].

Великим здобутком європейських музеїв є те, що у них чітко вироблено методологію, як залучити відвідувачів, вони розробляють програму співпраці з молоддю, взаємодії зі школою тощо. Активно впроваджуються в роботу музеїв маркетингові технології, спрямовані на розширення музейної аудиторії, рекламування музейного продукту і вивчення та формування попиту на нього. Питання полягає не в тому, аби „затягнути” людину в музей, але зробити так, щоби в музей постійно поверталися у пошуках нових вражень і нових знань.

Тому сьогодні перед вітчизняними музеями стоїть завдання переосмислити власну роль відповідно до вимог часу, в умовах інформаційного суспільства, проте зберегти сутність музею, його наукову складову при значній видозміні форм і методів діяльності.

Зорієнтуватися нашим музеям у нових реаліях допомагають різноманітні міжнародні проекти, що здійснюється в Україні.

Так, цікавий проект було здійснено „Українським центром розвитку музейної справи” (УЦРМС) за фінансової підтримки Open Society Institute (США), Міжнародного фонду „Відродження” та Міжнародного благодійного фонду „Україна 3000” під назвою „ProMuseum: Розвиток ресурсної бази та модернізація музейної галузі України”.

Його головна місія – підвищення кваліфікації музейних працівників, розбудова та підтримка професійних музейних мереж в Україні. У межах проекту, розрахованого на два роки (2013–2014), передбачається реалізація освітньої програми (лекції та семінари), невеликої грантової програми на створення музейних проектів, видавничої діяльності, маркетингових досліджень для музеїв та розробка нормативно-законодавчої бази, її лобіювання в органах влади, а також розбудова ресурсного центру як бази для розвитку міцної та впливової мережі музейних працівників [8].

Створення інноваційних арт-проектів на базі музеїв стало можливим

завдяки Міжнародному проекту „Новое дыхание культуры: Искусство оживляет наследие”. В Україні його реалізує Центр молодіжних ініціатив „Тотем” у рамках програми Східного партнерства „Культура”, що реалізується в Азербайджані, Білорусі, Вірменії, Грузії, Молдові та Україні за фінансової підтримки Європейського Союзу.

У рамках проекту Центр молодіжних ініціатив зібрав у Херсоні найкреативніші та найоригінальніші ідеї завдяки XI фестивалю сучасного мистецтва „Terra Futura”, який 2012 року проходив вже в одинадцяте. Захід по праву вважають однією з найцікавіших культурних подій регіону.

Цього разу художники трьох країн освоювали музейний простір – вони перетворили традиційні заклади на новітні арт-об’єкти. Метою цьогорічної „Terra Futura” організатори сформуvalи сміливу: внести в традиційні музеї частку сучасного мистецтва, показати культурну й історичну спадщину з нового боку, зробити її привабливою для молоді.

Щоби потрапити на майстер-класи та стати співавторами фестивалю, молодим людям потрібно було не просто заповнити анкету та надіслати своє творче портфоліо, але й написати есе на тему „Я прийшов у музей – і...”. Потрібно було продемонструвати своє оригінальне бачення музеїв, довести, що саме ти можеш розповісти про музеї так, як ніхто інший.

Цьогорічний фестиваль у його звичному форматі (виставки, перформанси, відео-покази) був результатом більш тривалого і цікавого процесу, що включав у себе і майстер-класи, і лекції, і створення молоддю альтернативного арт-путівника по музею.

Протягом 10 днів група креативної молоді, у складі якої були не тільки художники, але й дизайнери, фотографи, медійники, вивчали місцевий „музейний” контекст на предмет переформатування традиційного музею в інформаційний майданчик і справжній культурний центр. Для цього молодим творцям знадобилося зануритися в атмосферу музею і відобразити відчуте у своїх роботах – графіці, живописі, інсталяціях, перформансах тощо.

Назустріч такому сміливому експерименту пішов Херсонський обласний художній музей ім. О. Шовкуненка, у залах якого проходив фестиваль. Більше того, дізнавшись, що у Херсон приїдуть молоді творці з Грузії та Вірменії, співробітники музею самі зініціювали виставку робіт грузинських і вірменських художників XX століття як свідчення глибоких зв’язків Грузії, Вірменії та України. Багато з цих робіт було виставлено на огляд вперше.

Подібні цьому культурні проекти, покликані, так би мовити, „підтягнути” українські музеї до рівня європейських, й основним критерієм оцінки результатів цієї роботи має стати зростання відвідуваності музеїв [9].

Реалізація ідеї про створення органічного сучасного музею стала можливою завдяки спільному проекту Національного центру народної

культури „Музей Івана Гончара” та Фонду Миколи Бабака щодо модернізації музейного простору відповідно до сучасних тенденцій сприйняття мистецтва.

Його було представлено 14 лютого 2012 року у приміщенні Національного центру – сучасної установи із вивчення, збереження, інтерпретації та презентації традиційних культурних цінностей і культурної самобутності України – у рамках „круглого столу” на тему „Капітал і мистецтво”.

Проект передбачає модернізацію музею за допомогою інтеграції високих технологій у музейний простір, зміни концепції експозицій та перетворення його у сучасний музейний центр, який популяризуватиметься за допомогою сучасних маркетингових технологій. Його суть полягає у тому, що відвідувач матиме змогу сприймати експозицію не тільки на візуальному, але й на емоційному рівні. Створення віртуального простору музею дозволить збільшити можливості показу експозицій.

За словами С. Швидкої, головного продюсера проектів Фонду Миколи Бабака, це буде єдина інсталяція, створена зі звуку, відео та фото, яка дозволить „зануритись” в простір музею. Детальніше ідею розкрив куратор проекту – відомий російський арт-критик, куратор багатьох виставок, у тому числі і Українського павільйону на 51-й Венеційській Бієнале, М. Сідлін. Він зазначив, що у стінах музею Івана Гончара, який прагне у своїй діяльності стимулювати мистецьку творчість, інноваційність і креативність, накопичено неймовірну кількість історичного та культурного багатства, але фізичного простору для його демонстрації замало. Музей через це не має повної постійно діючої експозиції. І перед організаторами стоїть завдання – створити віртуальний простір, у якому відвідувачі змогли б ознайомитись з його експонатами за допомогою нової техніки – плазмових екранів, відеопроєкцій. Модернізувавши музей, можна збільшити можливості для показу його колекції, створивши зовсім інший образ нового музею, органічність якого полягає у відповідності форм подачі музейних ідей, тем, сюжетів світосприйняттю сучасника.

Відомо, що в умовах економічної кризи музеї стають заручниками скорочення державного фінансування культури. Тож, залучення інвестицій – необхідна умова для динамічного розвитку сучасних культурних інституцій.

Про це, а також стосовно поточного стану меценатства в Україні і пошуку можливостей поєднання капіталу та мистецтва, йшлося під час круглого столу за участю представників української культури, держави та бізнесових кіл. Зокрема, учасники розглядали філантропію як стратегічний аспект розвитку бізнесу, шляхи розуміння між державою, бізнесом та культурою, використання сучасних технологій у популяризації мистецтва в Україні, а також ділилися власним досвідом створення та просування мистецьких проектів в Україні і за її

межами.

Так, тему відносин між державою, мистецтвом і капіталом розкрили директор Інституту літератури імені Тараса Шевченка Національної академії наук України М. Жулинський, О. Мельничук (Національний Інститут стратегічних досліджень при Президентові України), заступник директора Інституту культурології Національної академії мистецтв України В. Щербина.

Про свій досвід у залученні інвесторів до реалізації культурних проектів також розповіли музиканти О. Скрипка та П. Гудімов. Останній, зокрема, зазначив, що за 6 років своєї професійної діяльності у галузі візуального мистецтва, його командою було створено чимало музейних проектів. Наприклад, минулого року було створено аж 10 таких проектів – від Музею академіків у Вінниці, закінчуючи Дніпропетровським художнім музеєм. Отже, якщо передати цей досвід, то буде й „капітал у мистецтві”.

Проаналізувавши стан меценатства в Україні, проблематику фандрайзінгу, музейного маркетингу тощо, учасники заходу одностайно закликали представників бізнесу взяти участь у реалізації багатообіцяючого проекту, який реалізується на базі Музею Івана Гончара, продовживши таким чином традицію відомих меценатів Терещенків та Ханенків. У той же час було наголошено, що для залучення бізнесу у розвиток культурних об’єктів, музеям та іншим мистецьким осередкам потрібно стати більш відкритими та привабливими для потенційних спонсорів та меценатів.

Особливість проекту щодо модернізації музейного простору полягає у тому, що в Україні подібний проект реалізовується уперше. Круглий стіл, у свою чергу, викликав хвилю дискусій, що можуть стати першим кроком до відродження традицій меценатства в Україні, фундаментом відбудови партнерських відносин між представниками бізнесових кіл та вітчизняними музеями [10, 11].

Одним із важливих аспектів діяльності музеїв є їх приналежність до індустрії туризму. Музейна і туристична сфери можуть доповнювати одна одну та постійно взаємодіяти – це вимога часу та об’єктивна необхідність.

Сучасно та естетично представлені музейні експозиції, відреставровані архітектурні та мистецькі пам’ятки є запорукою цивілізованої роботи музеїв, їх привабливості як об’єктів туризму та успіху держави загалом. І тут музейні заклади мають активно брати участь у професійних туристичних виставках, активно співпрацювати зі ЗМІ, знаходити власні шляхи розвитку тих видів діяльності, що можуть привабити туриста, тобто навіть традиційні музейні заходи потрібно доносити до потенційних споживачів як якісний туристичний продукт. Така співпраця – музею і туризму – буде корисною обом сферам діяльності і матиме плідні результати.

Музейний туризм, специфіка якого полягає у використанні туристичного

потенціалу музеїв і територій, які до них прилягають, є дієвим механізмом залучення відвідувачів та, відповідно, коштів на розвиток музею.

На жаль, вітчизняне музейне співтовариство не завжди правильно розуміє взаємовплив музеїв і туризму, адже туризм не є традиційним напрямом діяльності музеїв. Це явище в Україні виникло порівняно недавно – у середині 1990-х, коли музеї, як і інші установи культури, були поставлені в ситуацію граничного самовизначення, пошуку нових шляхів розвитку та нових позабюджетних джерел залучення коштів, у тому числі через участь у туристичній діяльності.

Туризм – один із тих феноменів, які буквально потрясли самі основи музеїв та інших культурних установ і щодо яких, як не дивно, музейні експерти поки не виробили певної позиції. Тим не менш туризм – це реальність, яка не збирається зникати. Понад те, експерти Всесвітньої туристичної організації прогнозують, що у 2020 році подорожуватимуть 1,5 млрд. жителів планети, які дадуть змогу заробити тим, хто їм таку послугу надаватиме, 2 трильйони доларів.

Окрім функції визначних туристичних пам'яток, музеї можуть також виконувати важливу роль путівників з історії та географії міст чи держав, які вони представляють. Такі музеї допомагають туристу швидко зорієнтуватися у тому, що місцева влада вважає історичними цінностями і що гідне відвідування. Вони також можуть і повинні стати важливим засобом виховання юні. За різними оцінками від 50 до 70% туристів під час відвідування ними іншої держави перш за все цікавить місцева культура. Музеї дають їм змогу ознайомитися з репрезентативною часткою культури приймаючої їх країни. Отже, співпраця між музеями та індустрією туризму життєво потрібна обом сторонам [12, 13].

Тим часом, головна проблема, що стоїть нині не лише перед вітчизняними музеями (як і іншими закладами культури), пов'язана з комплексом не стільки організаційних, скільки психологічних чинників. Оскільки очевидною метою є перехід від соціально-обслуговуючої моделі до моделі ринково-сервісної.

Статус музею в епоху глобалізації – це дуже складне питання. Адже це також епоха популізму і видовищ, керованих ринковими відносинами, головним показником для яких є кількість відвідувачів і відповідно кількість проданих квитків. Але головним показником для музею має бути не кількісна, а якісна характеристика – яким чином виміряти, що отримали глядачі після відвідування музею з точки зору знання та інтелектуального збагачення? У чому полягає зміст запропонованого музеєм „видовища”? Хто має цей зміст створювати?

Чітким є розуміння того, що музей є неприбутковою організацією, але вся

його діяльність так чи інакше є частиною ринкових відносин у вигляді пропозиції послуг, які надаються відвідувачам. Тим не менш, музей не може вважатися підприємством культурної індустрії, тому що музей не формує свою пропозицію в залежності від попиту, а навпаки, він формує попит на високу культуру і має свою, тільки йому притаманну специфіку. Звідси і особливий статус музею і велика громадянська відповідальність його співробітників [14].

Скромне фінансування – це перше, про що згадають у розмові музейники. Здається, музеї скоро просто зникнуть із нашого культурного життя. Але Хмельницьке обласне управління статистики свідчить: за минулих шістнадцять років кількість музеїв в області зросла з 4 до 24, а число відвідувачів – із 151 тисячі за рік до 430 тисяч. Бувало, що ця цифра перевищувала мільйон.

Як повірити тим цифрам, коли звичайний музей не може заробити на життя, розвиток наукової роботи, закупівлю експонатів, коли експозиції здаються відвідувачам нецікавими. Лише справжнім фанатам музейної справи під силу розірвати таке фінансово-культурне коло.

Прикладом може слугувати наполегливість співробітників шепетівського музею Миколи Островського, які намагаються повернути колишню увагу до свого закладу. Дітище радянської епохи пережило як часи небувалої слави, коли провінційне містечко відвідували тисячі екскурсантів, так і відвертого забуття. Здавалось, йому не виборсатись із фінансових проблем. Та музей вижив. І якщо відвідувача вже не вразить ні революційною ідеєю, ні фактами з особистого життя письменника, ні експонатами, то останні просто „оживають” – у виставкових залах під час екскурсій артисти місцевого аматорського молодіжного театру грають епізоди зі знаменитої книги.

Усі ці задумки – заради того, щоб залучити відвідувачів і заробити кошти. Але, щоб організувати такі інтерактивні дійства, потрібні фінанси. Тільки здається, що від музею до театру – один крок. Насправді це важкий шлях. Ним пройшов і шепетівський музей: свого часу пробував заробляти навіть на тому, що здавав приміщення під розважальні заклади. Тоді ця історія викликала чималий скандал. Але хто знає, чи збереглася б унікальна споруда, якби не такі експерименти.

Директор Хмельницького обласного краєзнавчого музею О. Брицька зауважує, що питання, чиїм коштом повинен жити музей, є актуальним для багатьох, навіть забезпечених країн світу. Та попри різні підходи до цього питання, музеї залишаються успішними культурними і науковими центрами. Ми ж часто хочемо знайти якусь розумну середину, але залишаємось з величезними фінансовими проблемами. Та ще й мало цікавими для відвідувачів. Останнє дуже прикро, бо навіть провінційний музей має цікаві колекції, глибокі наукові розвідки й унікальні експонати [15].

Деякі з тих, хто працює у музейній галузі вважають, що нинішні музеї є

закладниками не стільки критично недостатнього бюджетного фінансування, скільки власної безпорадності і відсутності креативності. Тож зрозуміла ідея про те, що музеї повинні виступити з новими ініціативами, проектами і програмами, що приносять прибутки, і не бути фінансовим тягарем для держави, але чи це насправді можливо?

На думку відомого херсонського краєзнавця С. Дяченка, створені ще за радянських часів краєзнавчі музеї нині майже вичерпали себе, ставши своєрідною ілюстрацією шкільного підручника з історії. Якщо столичні музеї намагаються вловлювати існуючі у західному світі культурні тренди і вживлювати у свої музейні програми часточку інтерактиву, то в регіонах про це навіть не йдеться. Великою мірою – через інертність мислення тих, хто очолює обласні краєзнавчі музеї.

Ситуацію можна змінити зблизивши музеї з активними членами громадських організацій, розпочавши з ними діалог. Проблема в тому, що музейні працівники інколи просто не знають, що від них очікують відвідувачі, а відвідувачі – що музеї взагалі можуть цікавого запропонувати.

Краєзнавчий музей, який нині є мало не в кожному обласному центрі та райцентрі, в існуючому форматі своє вже давно віджив, перетворившись на „Музей ні про що”: природа, загальна історія чи то країни, чи то якоїсь місцевості – все перемішано в одному. Концептуально всі краєзнавчі музеї побудовані ніби під шкільну програму з історії, тому дорослим і нецікаво туди ходити. Про це соромно відверто говорити, але в Херсонському обласному краєзнавчому музеї немає експозиції, яка б представляла власне історію самого Херсона. Туристи чекають відповіді на питання: хто заснував місто, чому воно так називається? Натомість музей пропонує „розмиту” по всіх експозиціях історію Херсона у вигляді загальних штрихів.

Музеї будуть існувати доти, доки їх відвідуватимуть. Й, у першу чергу, молоді люди. А щоб молодь знову пішла в музеї, потрібно відновити зворотний зв'язок музейних працівників із нею. Музей повинен стати інтерактивним, де відвідувачі є співучасниками того, що там відбувається. На переконання С. Дяченка, необхідно відмовитися від екскурсиводів із завченими текстами. Екскурсиводи в музеях – це вчорашній день, коли тобі розповідають дуже багато за обсягом інформації, ти слухаєш, але нічого не розумієш, бо інформацію подають ненормованими порціями. Відвідувач має йти у музей і сам черпати інформацію, довше зупиняючись на тій, яка його більше зацікавила. І навпаки, музеї можуть перетворитися на унікальні майданчики для спілкування, стати місцем, де можна відкрити самого себе. Натомість, у наших музеях людині кілька годин щось розповідатимуть, показуватимуть, але так і не запропонують присісти, випити кави чи води, обговорити з друзями побачене [16].

Побороти усталену радянську систему методів роботи українських музеїв покликані інноваційні заходи, які останніми роками все частіше практикують провідні музейні установи.

Так, 2011 року з нагоди Міжнародного дня музеїв, що відзначається в усьому світі 18 травня, Національний художній музей України запросив українців (вже уп'яте в своїй історії) приєднатися до всесвітньої акції „Ніч музеїв”. Гасло події – „Музеї у світі, що змінюється. Нові виклики, нове натхнення”. Зокрема, святкова програма включала зустріч із культовими постатями українського андеграунду 1970–1980-х років: художником і драматургом Л. Подерв'янським, музикантом і поетом, автором українських перекладів всесвітньовідомих рок-гуртів „The Beatles” і „The Doors” М. Добровольським, а також учасником „ARSENAL – 2012” А. Кузькіним з Москви (Росія) із власним перформансом.

Сучасний проект „Ніч музеїв” – популярна загальноєвропейська акція, основна мета якої популяризувати ресурси музею, розкрити їхній потенціал. Уперше акцію було проведено у Берліні (Німеччина) у 1997 році. А вже з 2005 року акція набула статусу міжнародної та почала проводитись у більшості країн Європи. У цей день більш ніж 2 тисячі музеїв з 42 країн Європи відкривають свої експозиції для відвідування у вечірньо-нічний час. Так музеї приваблюють молодих глядачів, яким звичніше присвячувати дозвілля вечір, ніж день, а нові або не дуже відомі майданчики отримують шанс заявити про себе незвичайними акціями. Це не просто показ музейних колекцій та спеціально підготовлених виставок, а своєрідне театральне, розважальне та культурне дійство.

В Україні першим до акції „Ніч музеїв” приєднався Дніпропетровський національний історичний музей. У ніч з 21 на 22 травня 2005 року у рамках акції було проведено тематичну екскурсію-виставу „Людина і степ”. У травні 2013 року ДНІМ вдруге приєднається до акції, але у більш розширеному та інтерактивному форматі, що отримав назву „Музей: Перезавантаження” – близько 100 чоловік учасників спробують відтворити атмосферу кожного історичного періоду та змінити своє уявлення про музей [17].

У межах проекту „Ніч у Львові” минулого року працівниками Львівського музею релігії було проведено екскурсію підземеллям Домініканського монастиря.

У підземеллі напівтемрява. Біля стін запалили свічки, на підлозі розклали вузькі неонові лампи. Відвідувачів зустрічає працівник музею, одягнений у костюм князя Лева – так починається нічна екскурсія. Деякі з учасників нічного дійства – близько 200 відвідувачів – навіть не пригадують, коли востаннє в черзі до музею стояли. Львівська мерія у рамках акції організувала понад сотню екскурсій. У п'ятницю всі були безкоштовні, в суботу й неділю – за вартістю

вхідного квитка до закладів, від 5 до 20 грн. Екскурсії відвідали шість тисяч людей [18].

Нічну музейну акцію започаткували й у Державному історико-культурному заповіднику у Бахчисараї (АРК), де презентували унікальну нічну екскурсію з елементами перформансу.

Ханський палац приваблює до невеликого містечка Бахчисарай туристів із усього світу. Нині ж співробітники музею мають цікаву пропозицію для найдосвідченіших мандрівників.

У вересні 2012 року ознайомитися з новою екскурсією приїхало близько 80 гостей із усього Криму. Урочистий вечір відкрив директор Бахчисарайського заповідника В. Науменко, зазначивши, що будь-який початок – це великий крок, на нього потрібно зважитися, знайти однодумців. Й сьогодні відкривається нова сторінка сучасної історії Ханського палацу. В екскурсії музейники не прагнули відтворити всю його історію, збудувати лінію загальновідомих історичних фактів, тому що мета акції – проникнутися атмосферою цього дивовижного місця. „Ми хочемо зрозуміти, – додав очільник Бахчисарайського заповідника, – чи можна змінюватися, удосконалюватися, зберігши пошану до нашої пам’ятки”.

Інтеграція духовності, культури та поваги між народами – Криму потрібний такий підхід до історії. Можливо, що екскурсії кримськотатарською мовою також організовуватимуться за умови набору груп.

Під покровом ночі ліричні розповіді про Ханський палац сприймалися особливо проникливо, бо їх легко уявити. Час екскурсії був необмежений, тому працівники заповідника змогли показати історію Ханського палацу так, як хотіли, адже палац – єдина така архітектурна пам’ятка, аналогів у світі немає [19].

Комерційна діяльність музеїв як засіб розширення традиційних форм роботи та залучення якомога більшої кількості відвідувачів – сьогодні це вже звичайна практика для багатьох столичних музеїв.

Наприклад, тепер день народження дитини можна відсвяткувати не тільки у дитячому кафе, але й у музеї. Поєднати дитяче свято з екскурсією першим наважився Національний художній музей України. Перш за все, музейники поставили за мету прищеплювати дітям любов до музеїв з самого раннього віку. Для маленьких іменинників та їх гостей було сворено декілька сценаріїв. Приміром, найпростіший – „Музейний” – дітям спочатку розповідають про картини, а потім задають питання та цікавляться враженнями від побаченого.

Є навіть музейний квест: діти мають скласти пазли, розв’язати кросворди, відгадати загадки на художню тему. Ще один сценарій – „Творчий день народження”: співробітники музею навчають малюків малювати, робити вироби із соломи, фольги, паперу. Ціна таких вечірок – від 400 до 800 грн. Ці гроші

музейники планують використовувати для потреб музею.

Слід зазначити, що вечірки та різноманітні вистави в музеях – норма для європейських країн. За рахунок них музейники потім поповнюють колекції, влаштовують виставки. Але не всі готові брати приклад з художнього музею. Раптом дорогі експонати зіпсують – побоюються у Київському національному музеї російського мистецтва. Зате в Національному музеї історії України з дошкільнятами грають у квест, а в Музеї мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків можуть провести театралізовану екскурсію [20].

Взагалі ж, про доцільність проведення культурно-мистецьких проектів на кшталт „Ніч у музеї” досі ведуться дискусії. Дійсно, є місця, де такі масові театралізовані заходи доречні. Та далеко не скрізь вони стануть методом залучення у музей охочих до культурного дозвілля. Разом із тим, відсутність у працівників музейних установ належної уваги до специфіки роботи з різними категоріями відвідувачів вже призвела до різкого зниження відвідуваності музеїв.

Тож, доводиться констатувати незначний масштаб інноваційної діяльності у вітчизняних музеях. До факторів, що стримують впровадження ними інновацій, слід віднести дефіцит власних і бюджетних коштів, виділених на ці потреби, інертність щодо розширення традиційних форм роботи музеїв, а також відсутність ефективної державної політики у цій сфері.

На основі вищенаведеного можна сформулювати наступні висновки.

Інтеграція України до світового співтовариства супроводжується складним і багатоаспектним процесом, пов'язаним із девальвацією та руйнацією норм, які десятиліттями регулювали життя і відносини людей. Саме тому, в умовах переходу від однієї соціально-політичної системи до іншої музейні установи зазнають значних змін, що зумовлює необхідність теоретичного осмислення та всебічного аналізу трансформації музею.

На сьогоднішній день у світі традиційні форми ретрансляції культурних цінностей все частіше піддаються критиці. Натомість спостерігається підвищення інтересу до тих осередків історії та культури, де запроваджено нові форми і принципи діяльності, де не існує жорсткої ідейно-інформаційної спрямованості.

Змінився й сам характер відносин між музеями та їх відвідувачами – останні почали сприйматись як рівноправні партнери в роботі музейних установ, тобто сформувалася нова концепція освітньої діяльності музею як комунікативної системи, розширилися його функції [21; 22].

Перед керівництвом сучасного музею постають питання значно масштабніші, ніж просто збереження та передача знання. Сфера відповідальності керівництва розширюється до таких питань як стратегія розвитку, фінансування, логістика, контроль управління, маркетинг,

планування, постійне підвищення кваліфікації працівників у відповідності до інформаційного та технологічного простору, що постійно змінюється, тарифікація, формування лідерських позицій музею, промоції музею в середині країни та назовні. Керівництво має пильно стежити за такими напрямками діяльності як збільшення кількості відвідувачів, туристична привабливість, культурне засвоєння прилеглої території та локальний розвиток [23].

Глибока інтеграція сучасного музею в соціум визначає його суспільну та культурну роль в умовах глобалізації та інформаційного суспільства. Залучення позабюджетних коштів фінансування, все активніша співпраця музеїв з бізнесом, туризмом, суспільними рухами й організаціями – необхідна умова збереження культурно-історичної спадщини, відтворення творчого потенціалу, розвитку культурного життя.

Якісні зміни у процесі реформування музейних установ можливі лише за умови теоретичного осмислення та практичного розв'язання проблем музейної діяльності шляхом застосування положень музейного менеджменту, маркетингу, дизайну, реклами та зв'язків з громадськістю.

Важливою умовою впровадження інновацій у діяльність музейних установ є використання сучасних інформаційних технологій, що розширюють можливості зберігання, аналізу і демонстрації історико-культурних пам'яток, створення баз даних галузі, а також застосування експертних систем та інших систем штучного інтелекту, що зумовило виникнення феномена „віртуального музею” [21].

На виклики потреб глибоких глобальних змін в музейному середовищі та в його оточенні, враховуючи підсилену роль держави як головного регулятора, на сьогодні очевидно є необхідність розробки нових механізмів управління музейною справою.

Стратегія модернізації музейної справи України, що входить до першочергових пріоритетних напрямів нової державної культурної політики, ставить за мету здійснення наступних кроків: визначення статусу сучасного музею та його ролі в реалізації державної культурної політики; виявлення потенціалу, конкурентоздатності та готовності до роботи в умовах інформаційного суспільства; розробка нових правових норм, що регулюють музейну справу у відповідності до вимог ери глобалізації та інформаційного суспільства; приведення правової бази галузі до міжнародних норм згідно з підписаними Україною міжнародними Конвенціями; підвищення кваліфікації кадрів шляхом спеціальних навчальних програм та стажувань у провідних музеях світу; складання єдиного національного електронного реєстру музейного фонду України; розвиток нових форм державно-приватного партнерства [14].

Слід пам'ятати, що у сучасному світі, де традиції як культурний феномен,

як спосіб життя, організації сьогодення і майбутнього значною мірою втрачають своє значення, на перший план виходить минуле, яке стає важливим фактором розвитку самопізнання людства, і музеї, які не дають втратити із ним зв'язок.

Список літератури

1. Реалізація державної політики у галузі культури: аналітичний звіт за 2011 р. / Міністерство культури України. – К., 2012. – 80 с.
2. Про музеї та музейну справу [Електронний ресурс]: сайт „Верховна Рада України”. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80>.
3. Про внесення змін до Закону України „Про музеї та музейну справу” [Електронний ресурс]: сайт „Верховна Рада України”. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/>
4. Проект Концепції „Державної цільової програми розвитку музейної справи на період до 2018 року”. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua>.
5. I Національний музейний форум [Електронний ресурс] : сайт „Зоологічного музею Львівського національного університету імені Івана Франка”. – Режим доступу : <http://zoomus.lviv.ua/news/idn/73/>
6. Кулиняк М. Держава захистить майнові комплекси музеїв : модернізацію музейної галузі Міністерство культури [України] вважає першочерговим завданням : [про основні орієнтири в роботі] / Михайло Кулиняк // Уряд. кур'єр. – 2012. – 30 серп. – С. 2.
7. Городницька Б. «Українським музеям бракує промоції та мобільності...» / Божена Городницька // Високий Замок. – 2012. – 15–17 черв. – С. 9.
8. Конкурс на участь у семінарській програмі в рамках проекту «ProMuseum» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prostir.museum/ua/>
9. Антипенко И. Terra Futura осваивает музейное пространство / Иван Антипенко 2012 // День. – 2012. – 28 сент.
10. Соколова С. Капітал та мистецтво / Світлана Соколова // Культура і життя. – 2012. – № 8. – С. 5.
11. Гончар П. Петро Гончар: Завдяки традиційній культурі ми вижили як українці / Петро Гончар ; [розмову вів] В. Коскін // Демокр. Україна. – 2012. – 23 берез. – С. 17.
12. Булига О. Як перетворити традиційні музейні заходи на якісний туристичний продукт / Олександр Булига. – День. – 2013. – 14 берез.
13. Винниченко І. Чи вдасться зробити крок назустріч / Ігор Винниченко // Уряд. кур'єр. – 2012. – 18 трав. – С. 7.

14. Виступ Міністра культури України Михайла Кулиняка на першому засіданні музейного експертного середовища [Електронний ресурс] : сайт „Міністерство культури України”. – Режим доступу : <http://mincult.kmu.gov.ua>
15. Козак І. Лялькові вистави і феєрверк-шоу: як українські музеї намагаються хоч трохи заробити / Ірина Козак // *Голос України*. – 2013. – 20 лют.
16. Лубчак В. Чому більшість українських музейників боїться інтерактиву? / Вадим Лубчак // *День*. – 2012. – 18–19 трав. – С. 17.
17. Чуєва К. Ніч музеїв: зайвий клопіт чи нові можливості? / Катерина Чуєва // *Музей. простір*. – 2012. – № 1. – С. 3–6. – Додаток до журн.
18. Мандзюк Д. Екскурсія на цвинтарі / Денис Мандзюк // *Газ. по-українськи*. – 2012. – 1 серп. – С. 12.
19. Авдашкова Т. Палац при світлі місяця / Тетяна Авдашкова // *День*. – 2012. – 28–29 верес. – С. 14.
20. Петик Я. Киевские музеи зовут к себе на вечеринки / Ярослав Петик // *Сегодня*. – 2011. – 26 июля.
21. Трансформація музею як соціокультурного інституту (XX – початок

XXI століття) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://disser.com.ua/>

22. Белофастова Т. Сучасний музей в культурній практиці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/soc...2/zmist.pdf

23. Міністерство культури розпочало роботу з підготовки Програми розвитку музейної справи на 2013–2018 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/280283>

Матеріал підготувала

Шлепакова Т. Л.

гол. бібліограф

відділу наукового аналізу

і узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування ***І. Г. Піленко***

Підписано до друку 07.05.2013. Обл.-вид. арк. 1,0. Б/т. Зам. 48. Безплатно

Ротапринт НІБ України, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12