



Музей і суспільство: основні форми комунікації

У сучасному суспільстві музеї розглядаються як соціальні інституції, що тісно пов'язані з громадським життям. Розвиток музейної галузі всебічно сприяє духовному вдосконаленню суспільства, утвердженню його гуманістичних цінностей, інтеграції національної спадщини в культуру світового співтовариства. Музейна діяльність передбачає широкі контакти з громадськістю, і комунікативна функція набуває особливого ваги у взаємозв'язках музею та суспільства. Поряд із традиційними формами музейної комунікації, такими як експозиційно-виставкова, просвітницько-освітня, видавнича, в умовах інформаційно-технологічного розвитку з'являються сучасні способи взаємодії музею і суспільства, спрямовані на розширення сфери впливу цих закладів культури на громадськість.

Фахівці музейної галузі приділяють пильну увагу проблемі залучення до музейного поля якомога більше відвідувачів. Досвід музейної роботи переконує, що мало хто, ознайомившись із музейною експозицією, залишається байдужим до унікальних музейних пам'яток, емоційне сприйняття яких підсилюють змістовна розповідь співробітників та використання технічних засобів. Проте, щоб пробудити бажання відвідувачів познайомитися з колекцією музею, необхідно розвивати його комунікативні можливості, використовувати різноманітні форми співпраці з музейною аудиторією, що різняться за соціальною, професійною, віковою та іншими ознаками.

Специфічним полем музейної комунікації виступає музейна експозиція, за допомогою якої відвідувач спілкується із музейним предметом. Як стверджує австрійський музеолог Ф. Вайдахер, «теорія музейної комунікації досліджує та пояснює загальні та особливі засади поширення змісту музейних фондів серед суспільства» [1, с. 174], підкреслюючи, що музейна комунікація відбувається через експонування та інтерпретацію автентичних пам'яток, а її головним змістом є доступ суспільства до музейних збірок, збережених і досліджених музейниками [1, с. 177–182]. Зазначимо, що відвідувач вступає в контакт із музеєм, коли оглядає експозицію, спілкується із співробітниками, цікавиться музейними виданнями і бере участь у заходах музею, вбираючи інформацію для власних потреб (пізнавального, естетичного, освітньо-виховного розвитку тощо). Комунікацію між музеєм і відвідувачем можна розділити на безпосередню



та опосередковану. Важливо врахувати, і на цьому наголошував польський музеолог З. Странський, що музейна комунікація буде дієвою лише тоді, коли суспільство матиме широкий доступ до музейних колекцій та засвоїть їх [1, с. 181].

Музейникам необхідно глибоко досліджувати свою аудиторію, її базові знання, навички, вікові особливості, уподобання тощо, щоб глядач міг усебічно опанувати музейні збірки, а експозиційна робота була ефективною. Тому можна виділити три категорії відвідувачів: дослідники, які у своїй роботі використовують музейні фонди; навчально-освітня аудиторія, зацікавлена специфічною інформацією для пізнавально-освітніх цілей; а також відвідувачі, для яких музей є формою відпочинку.

Якість музейної комунікації залежить від фахового діалогу з відвідувачами. Методи та засоби впливу музеїв на різні категорії відвідувачів, взаємодія музейних установ з іншими суспільними інституціями відносяться до актуальної галузі знань – музейної педагогіки, що включає інноваційні педагогічні технології для інтеграції музейництва в процес творчого розвитку та виховання особистості [2, 10, 13]. Поняття «музейна педагогіка» було сформовано та введено до наукового обігу на початку ХХ століття в Німеччині науковцями А. Ліхтварком, А. Рейхеном та Г. Фройденталем. Учений А. Ліхтварк, описуючи метод «музейних діалогів», особливу роль відводив музейному працівникові (посереднику), який допомагає відвідувачу в спілкуванні з музейним середовищем і розвиває здатність бачити та сприймати музейну експозицією, згодом музеолог назвав «посередників» музейними педагогами [2, с. 8–26; 10, с. 12–19]. Нерозривний зв'язок музейної педагогіки та музейної комунікації здійснюється через розгортання експозиційно-виставкової діяльності, підготовку тематичних екскурсій та лекторіїв, організацію музейних клубів та просвітницьких програм.

Розвиток засобів музейної комунікації підтверджує, що музейні колекції виступають не лише невичерпним джерелом для дослідницької діяльності, але і є важливим засобом духовного розвитку суспільства, зокрема, його підростаючого покоління. Закордонний досвід подає нам приклади запровадження спеціальних музеїв для дітей. Такі заклади успішно працюють у США, Швеції (наприклад, дитячий музей Юнібакен), Німеччині, де діти мають можливість зустрітись в музеї з улюбленими казковими героями, переглянути виставу, придбати дитячу книжку, сувенір, іграшку, узяти участь у творчих заняттях [5, 11]. Подібні приклади можна



віднайти й на українському музейному просторі. Так, значну увагу дитячій аудиторії приділяють у Дніпропетровському національному історичному музеї ім. Д. І. Яворницького, реалізуючи завдання музейної комунікації через запровадження спеціальних програм для різних категорій дітей. Музейна педагогіка, яка тільки формується в Україні [3, с. 99–101; 13], дає можливість плідно використовувати в музейній діяльності педагогічні принципи – систематичність, наочність, науковість, доступність. Питання музейної педагогіки активно обговорювалось учасниками круглого столу «Музей і діти», що проходив у вересні 2008 року в рамках Другого Всеукраїнського музейного фестивалю у Дніпропетровську. Ініціатором та організатором музейного форуму в Україні (а їх було три – у 2005, 2008, 2011 рр.) виступив колектив Дніпропетровського національного історичного музею ім. Д. І. Яворницького. Співробітники музею приділяють велику увагу пошуку нових форм і методів роботи з дітьми, вихованню підростаючого покоління на кращих досягненнях історії та культури рідного краю, формуванню музейної культури і традиції системного відвідування музею, використовуючи форми роботи з дитячою аудиторією, як безпосередньо в музеї, так і за місцем навчання учнів [4, с. 4–6]. З цією метою розроблено інтерактивний «Дитячий музейний центр» із спеціальною експозицією для різних вікових дитячих груп, де застосовуються ігрові, театралізовані заходи, комп'ютерна техніка та гуртки-студії; продовжують діяти просвітницькі багатопрофільні програми «Музей і діти», «Музей школі» для пошкваленого залучення учнів до відвідування музею; удосконалюється робота гуртків, клубів із краєзнавства, народознавства, літературознавства; новаторською формою музейного виховання стала дитяча студія з ліплення «Жива глина», де музейний експонат оживає в руках дитини через природний матеріал; запроваджено «Сімейний музейний абонемент», розрахований на відвідування музею родиною протягом року. У школах проводяться Дні і тижні музею, пересувні тематичні виставки, пізнавально-розвиваючі заняття та дидактичні ігри, конкурси дослідницьких робіт [3, с. 99–102]. Системне налагодження діалогу музею з підростаючим поколінням, формування культури відвідування музейних закладів забезпечує міцні контакти на майбутнє.

Перед музеями стоять непрості завдання пошуку креативних форм музейної комунікації, і, щоб заохотити сучасного відвідувача прийти до музею, з'являються проекти новаторського характеру. Музей західного



і східного мистецтва ім. Б. та В. Ханенків у Києві супроводжує музейні виставки різноманітними поетичними та музичними вечорами, майстер-класами тощо, широкої підтримки отримала акція «Ніч музеїв». Уперше така міжнародна дія була проведена 1997 р. в Берліні. 2008 р. до всесвітньої акції долучились музеї Києва, Львова, Одеси, Харкова та Феодосії, й щороку кількість таких музеїв зростає. Особливістю програми в рамках проекту стали тематичні театралізовані екскурсії [3, с. 100], які сприяють запровадженню нових форм спілкування відвідувача з музеєм, індивідуальному підходу до кожного глядача, не традиційних методів залучення його до музейних скарбів. Так, у Львівському музеї історії релігії запровадили нічні костюмовані екскурсії музеєм та підземеллям колишнього Домініканського монастиря, де з відвідувачами зустрічаються історичні персонажі – княгиня Ольга, граф Микола Потоцький та інші.

У музейній комунікації важливе місце належить видавничій діяльності музейного закладу. Підготовка наукових праць і збірників, довідників та путівників, описів колекцій тощо сприяють поширенню відомостей про збірки музею, його діяльність, поглибленню діалогу між музеєм і відвідувачем. Наприкінці XIX – на початку XX ст., на етапі становлення музейної справи, музеї публікували бюлетені, каталоги, путівники тощо, основу яких складали описи колекцій, нових поповнень збірок, звіти, а згодом з'явилися наукові дослідження та розвідки музейників. Характерною рисою таких видань були вивчення вузької тематики, обмеженої змістом колекцій, орієнтація на невелике коло потенційних читачів. На сьогодні ми маємо досить різноманітну видавничу продукцію музеїв, яка вирізняється широкою проблематикою, до участі у виданнях залучаються фахівці суміжних галузей науки і культури, ці видання можуть зацікавити як фахівців, так і аматорів. Усе це сприяє ефективному розвитку комунікативної функції музею.

Однією з форм музейної комунікації, спрямованої на залучення до діяльності музею наукової та освітянської аудиторії, є проведення наукових конференцій, музейних читань, круглих столів, які поряд із популяризацією музейних колекцій сприяють їх глибокому дослідженню. Матеріали конференцій публікують більшість музеїв України, вони широко використовуються науковцями, музеєзнавцями у своїй фаховій роботі. Наприклад, у Миколаївському обласному краєзнавчому музеї щорічно проходять конференції «Історія, етнографія, культура: нові дослідження», у яких беруть участь дослідники з різних країн світу.



Бурхливий розвиток інформаційних технологій, що базуються на використанні комп'ютерів та телекомунікаційних систем, спонукає музеї переходити до новітніх форм комунікації, застосовувати сучасні засоби й методи інформатики в науковій роботі, що дає значні переваги в роботі. Автоматизована інформаційна система в сучасному музеї – це складний комплекс, для кожного музею функціональна структура створюється індивідуально, виходячи із особливостей колекцій та конкретних можливостей, формуються бази даних по основних колекціях, відпрацьовуються шляхи взаємодії користувача і комп'ютера [7, с. 49–52]. Починаючи з 1990-х років, вітчизняними музеями засвоюються інтерактивні технології, які пропонують відвідувачу самостійно, вільно і творчо проявляти себе і взаємодіяти в музейному просторі, змодельованому музейниками. Інтерактивні технології відкривають шлях креативним відеошоу, панорамним проєкціям, віртуальним реальностям, аніматронікам тощо [7, с. 111–117]. У музеях широко використовується продукт сучасних технологій – голографія, яка надає об'ємне зображення предметів на фотопластинці (голограмі) за допомогою випромінювання лазера, внаслідок чого відвідувачі можуть ознайомитись з об'ємними зображеннями експонатів, що знаходяться в інших музейних колекціях, створюються виставки голографічних зображень. Значно збагатило комунікаційні можливості музею прийняття інноваційних рішень, застосування 3D технологій.

Перспективним напрямом у розвитку музейництва є використання Інтернет-технологій, що відкривають широкі можливості для комунікації музею з відвідувачами, ознайомлення їх із культурним надбанням, розширення міжмузейних контактів. В Інтернеті представлено декілька тисяч музеїв світу [8, с. 83–97]. Відрізняючись змістом і якістю виконання, музейні сайти набувають усе більш інтерактивного характеру, включають основну інформацію, притягують глядача до спілкування з музеями через анімовані плани і схеми, відеопанорами, зручні пошукові системи, ігри, чати, он-лайнкову торгівлю квитками, книгами, сувенірами тощо. Проте більшість музейних сайтів являють собою короткий путівник музеєм, іноді доповнений новинами про поточні та майбутні виставки. При цьому частіше за все на сайті представлені історія музею, інформація для відвідувачів, постійна експозиція та виставки, рідше – освітні програми і наукова інформація. Українські музеї тільки починають використовувати такий новий сервіс на своїх сайтах, як віртуальна екскурсія, і це додатковий спосіб підвищити відвідування веб-сайту музею, запропонувавши



користувачеві унікальну подорож, наприклад, екскурсію по фондах, освітні програми для школи тощо. Інтерес викликають проекти в Інтернет: Museum on line (www.museums-on-line.com) та Combis (www.combis.com), що дають можливість огляду широкої бази даних із високоякісними зображеннями шедеврів світових музеїв та приватних колекцій, а при необхідності, за окрему платню, замовити слайд або файл із зображенням, що сподобалось [9, с. 58].

Форми комунікації музею і суспільства визначаються специфікою музейних установ як центрів науки і культури з великим потенціалом не лише задля збереження культурної спадщини, але й розвитку духовних засад суспільства. Музейна комунікація спрямована на те, щоб музей став партнером для науковців у їх дослідженнях, змістовним співбесідником для молоді та цікавим місцем відпочинку для широкої громадськості. Сучасні суспільні виклики вимагають розвитку поряд із традиційними нових напрямів діяльності музею. Музейна педагогіка, новітні комунікаційні технології, інформатизація, маркетинг, підприємництво в роботі музею сприяють появі оригінальних форм комунікацій, які підносять роль музею як соціальної інституції, визначають його особливе місце в соціокультурному просторі сучасного суспільства.

Література й джерела

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія : посібник / Ф. Вайдахер. — Львів, 2005. — 628 с.
2. Гогиберидзе Г. М. Формирование музейной педагогики / Гогиберидзе Г. М., Чесняк М. Г. // Преподавание истории в школе. — 2007. — №8. — С. 3–5.
3. Капустіна Н. І. Деякі аспекти роботи з музейною аудиторією (з досвіду роботи Дніпропетровського історичного музею ім. Д. І. Яворницького) / Н. І. Капустіна // Сучасний музей: між скарбницею та підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. — Львів, 2008. — С. 99–102.
4. Капустіна Н. І., Івлева С. В. Ми мандруємо музеєм. Путівник по національному історичному музею ім. Д. І. Яворницького для батьків та дітей / Н. І. Капустіна, С. В. Івлева. — Дніпропетровськ, 2011. — 213 с.
5. Коссова И. М. Музей. Образование. Культура. Процессы интеграции / И. М. Коссова // Институт переподготовки работников искусства, культуры и туризма Российской Федерации. Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» кафедры музейного дела. — Вып. 2. — М., 1999. — 157 с.



6. Маньковська Р. В. Музеї України в інформаційному просторі : досвід та перспективи / Р. В. Маньковська // Історія України. Маловідомі імена, події, факти. — Вип. 11. — К., 2000. — С. 214–221.
7. Матт Г. Культура і гроші. Музей – підприємницька діяльність : практичний poradnik / Г. Матт, Т. Флатц, Ю. Льодерер. — К., 2009. — 173 с.
8. Наседкин К. А. Локальная сеть и Интернет в музее / К. А. Наседкин // Компьютеризация в музеях. — М., 1997. — 123 с.
9. Ноль Л. Я. Компьютерные технологии в музее : учеб. пособ. / Л. Я. Ноль. — М., 1999. — 137 с.
10. Столяров Б. А. Музейная педагогика. История, теория, практика : учеб. пособ. / Б. А. Столяров. — М. : Высшая школа, 2004. — 216 с.
11. Фесенко Г. Времен связующая нить. Музейная педагогика / Г. Фесенко, С. Иванова, Л. Подкапаева // Дошкольное воспитание. — 2008. — № 6. — С. 81–83.
12. Щеколдина Н. Создание автоматизированной информационной системы исследований украинской печатной графики в собраниях Украины / Н. Щеколдина, О. Строчай // Музей на рубежі епох : минуле, сьогодення, перспективи. — К., 1999. — С. 44–45.
13. Щербак Д. Становлення і розвиток музейної педагогіки в Україні // Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи : зб. наук. праць / Д. Щербак. — К. — Ніжин : ПП Лисенко М. М., 2009. — Вип. 1. — 231 с.
14. Янковский А. А. Музей в период перемен / А. А. Янковский // Музей на межі тисячоліть. — Дніпропетровськ, 1999. — С. 35–36.

В. В. Мизгіна, І. М. Сідельова

Музей і юний глядач. Ретроспектива й сучасність

Колекції Харківського художнього музею виповнюється майже 210 років. Перше зібрання, що було придбано засновником Імператорського Харківського університету В. Н. Каразіним і нараховувало 2477 зразків західноєвропейської графіки XVI–XVIII століть, було призначено «служить к изучению истории гравировального искусства» [1, с. 231].

Подальші поповнення університетської колекції, її каталогізація, відкриття для широкого загалу Музею красних мистецтв та старожитностей (1861) були спрямовані здебільшого на освітньо-виховні цілі. Ще з 1840-х років університетські професори (А. О. Валицький, О. О. Потєбня, О. М. Деревницький, О. І. Кірпічников, М. Ф. Сумцов, Є. К. Рєдін), які в різні часи опікувалися музеєм, будучи талановитими, широко освіченими