

ЩО МОЖЕ ПЕРЕТВОРИТИ ВІТЧИЗНЯНІ МУЗЕЇ У ЦЕНТРИ АКТИВНОСТІ МІСЦЕВОЇ ГРОМАДИ?

Метою статті є визначення ролі вітчизняних музеїв для українських громадян, а також дослідження основних проблем музейного простору України. В ході соціологічного опитування було виділено основні напрями щодо покращання стану музеїв України. Запропоновано заходи, які б дозволили привернути увагу до музеїв населення, особливо молоді.

Ключові слова: музейний простір, музеї України, соціологічне опитування.

Целью статьи является определение роли отечественных музеев для украинских граждан, а также и исследование основных проблем музейного пространства Украины. В ходе социологического опроса были выделены основные направления по улучшению состояния музеев Украины. Предложены меры, позволяющие привлечь внимание к музеям населения, особенно молодежи.

The purpose of the article is to define the role of domestic museums for Ukrainians. This article reviews the main problems of the museum space in Ukraine. During the sociological survey main directions of how to improve the state of Ukrainian museums have been determined. Special attention is paid to the measures of attracting citizen's attention especially among the youth to the museums.

Key words: museum space, museums in Ukraine, sociological survey.

Напевно, сьогодні не знайдеться жодної людини, яка б не знала, що являє собою музей як культурна та історична споруда, які він виконує функції тощо. Однак чималий відсоток населення України недостатньо обізнаний з питань вітчизняних музеїв, їх типів, місцезнаходження, основних програм, екскурсій та інших заходів. На жаль, сучасна молодь майже не цікавиться музеями як осередками культурного відпочинку та самовдосконалення, пізнання історії свого народу, його культури та духу. Найчастіше молодь потрапляє в музеї через «примус» - під час шкільних чи студентських екскурсій. Дещо схожа ситуація простежується і серед зрілого населення, яке не виявляє зацікавлення музейними експонатами та однотипними екскурсіями через зайнятість на роботі та, як це найчастіше простежується, через інтерес до інших, більш сучасних, джерел дозвілля: кінотеатри, арт-кафе, арт-галереї тощо.

Отже, мета даної роботи – віднайти правильний вектор розвитку вітчизняних українських музеїв, шляхи модернізації, які б зацікавили сучасну молодь.

Тема роботи є надзвичайно актуальною, адже протягом останніх років музеї поступово втрачають свій авторитет серед суспільних мас з

багатьох причин. Втративши інтерес до музеїв, ми втрачаємо інтерес до власної історії, до самопізнання та саморозвитку.

У ході написання роботи було проведено невеличке дослідження, що наочно демонструє зазначену ситуацію. Ми провели опитування, участь у якому взяло 100 осіб різного віку, від 15 до 65 років. Одним із перших питань було таке: «Які українські музеї вам довелося відвідати?». Проаналізувавши отримані результати, дійшли висновку, що 58% опитаних відвідали лише ті музеї, що знаходяться на території їх рідного міста. Під час подорожей до інших міст 39% опитаних відвідували не тільки торговельні та розважальні центри, а й різноманітні музеї, з метою ознайомлення з історією та культурою окремого регіону. Однак 3% опитаних не відвідували музеї взагалі.

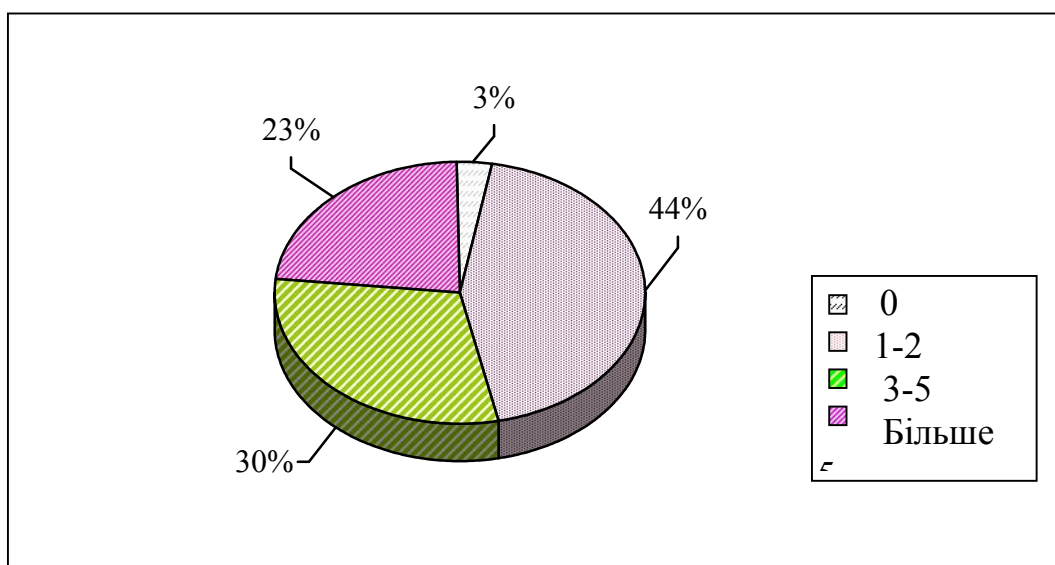


Рис. 1. Кількість музеїв, відвіданих респондентами

Тільки 14% опитаних постійно відвідують різноманітні музеї, пояснюючи це природною зацікавленістю в історичних та культурних процесах і бажанням вивчати їх на будь-якому рівні.

Нижченаведена діаграма демонструє нам кількість відвіданих респондентами музеїв.

З даної діаграми бачимо, що найбільша кількість опитаних (44%) за своє життя відвідали лише 1-2 музеї, що свідчить про недостатню обізнаність та зацікавленість цим питанням. Отже, доходимо висновку, що в сучасних українських музеях необхідно провести ряд змін, однак для визначення їх характеру треба ознайомитися з наступними етапами нашого соціального опитування.

Другим питанням було таке: «Перелічіть усі відомі Вам музеї. Назвіть ті, в яких хотіли б побувати в майбутньому». Проаналізувавши отримані відповіді, ми дізналися, що 52% опитаних в першу чергу і в більшій кількості обрали відомі іноземні музеї, аргументуючи це тим, що іноземні музеї є більш цікавими, і не лише сукупністю експонатів, а й самою програмою, проведенням екскурсій тощо. Один з респондентів зазначив, що іноземні музеї є «живими» порівняно з українськими. Загалом українські музеї фігурували серед

85% опитаних, однак знайшлися 2%, які взагалі не виявили бажання відвідувати музеї.

Наступним кроком під час дослідження питання щодо пошуку нових методів та шляхів привернення уваги населення до вітчизняних музеїв став аналіз інтересів самого населення. Ми дізналися, якого типу музеї викликають найбільше уваги серед населення. Наступна діаграма наочно зображує зібрані дані.

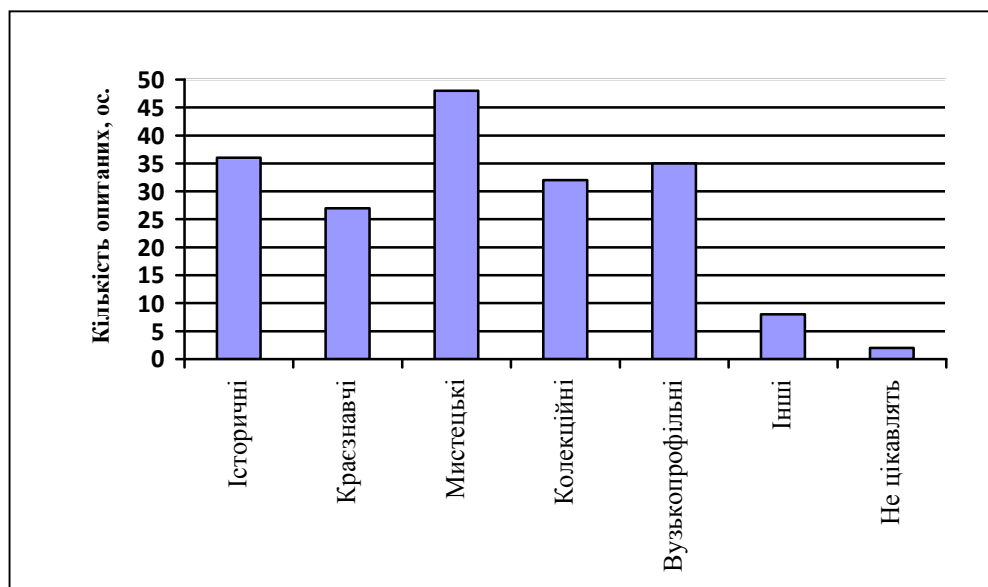


Рис. 2. *Типи музеїв, що викликають найбільший інтерес*

Під час відповіді на це питання дозволялось обрати декілька варіантів. Отже, як бачимо, найбільший інтерес серед населення викликають музеї мистецького спрямування (50 опитаних), історичні (39 осіб), вузькопрофільні, тобто такі, що присвячені якійсь окремій події чи явищу (наприклад, Музей шоколаду у Львові) обрали 36 чоловік з опитуваних, колекційні музеї зацікавили 34 особи. Дві особи не обрали жодного з напрямів, зазначивши, що музеї їх не цікавлять.

Фактично це опитування підтверджує той факт, що найбільш цікавими і зрозумілими для сучасної молоді та людей зрілого віку виступають музеї, пов'язані з мистецтвом у різних його проявах, причому найчастіше інтерес виникає до мистецтва та культури загалом не вітчизняних митців, а іноземних, з відомих причин: відсутність належної інформованості стосовно життя й творчості вітчизняних поетів, художників, фотографів, скульпторів, архітекторів тощо, перенасиченість чужою, зарубіжною культурою, яка сьогодні дуже добре рекламується й пропагується. Чимала частка опитаних виявила інтерес до історичних музеїв, але це переважно особи чоловічої статі, які у більшості випадків аргументували свій вибір зацікавленістю у подіях Великої Вітчизняної, Другої Світової війни і т.ін. Сумним є факт, що красзнавчі музеї, тобто історичні осередки окремого регіону, обрали лише 29 осіб з усіх опитаних.

Далі ми вирішили відкрито запитати респондентів, чи задовольняють їх сучасні українські музеї та які основні проблеми вони

вбачають у розвитку й функціонуванні вітчизняних музеїв. Зі 100 осіб лише 24 дали позитивну відповідь на це питання; слід зазначити, що майже всі вони практично не відвідують музеї, тобто за своє життя були у 1-3 музеях та переважно в своєму регіоні. Ще 12 осіб не дали точної відповіді на це питання, пояснюючи це своєю необізнаністю з даного питання та відсутністю можливості порівняти вітчизняні музеї з іноземними для більш глобальних висновків. Однак 64 особи виявили невдоволення вітчизняними музеями, хтось у більшій, хтось у меншій мірі. Основні побажання, що висловлювалися – зробити музеї більш цікавими для пересічних громадян, екскурсії – динамічнішими, виділяти більше грошей на реконструкції та оновлення музейного простору.

Отже, як бачимо, українські музеї потребують радикального оновлення, і в першу чергу, з нематеріальної точки зору. Під час дослідження даної проблеми – відсутності інтересу до музеїв серед молоді та працездатного населення, ми дійшли висновку, що музеї необхідно оновити якісним шляхом. Перш за все, треба звернути увагу на те, які з них вже на сьогоднішній день є центрами активності місцевої громади в нашій країні, далі – зробити висновок, чого не вистачає іншим музеям для досягнення цієї мети. Сьогодні чимала громадська активність простежується в арт-центрах, арт-кафе, в місцях так званого «вільного простору», учасники якого можуть проявити свій потенціал, свої вміння та навички, дізнатись щось нове та навчитись новим умінням. Цей процес відбувається за певною схемою, яку ми розглянемо на прикладі так званих арт-кафе. Хоча в назві цих закладів і присутнє слово «кафе», однак їх головне призначення – не задоволення голоду чи спраги, це місця культурного відпочинку населення. Кожен день тут проходять майстер-класи, де можна опанувати щось нове, від валяння повстяних іграшок і до вивчення іноземної мови, наприклад. Окрім того, проводяться різноманітні творчі вечори, присвячені творчості місцевих поетів, музикантів, місцеві актори розігрують цікаві вистави тощо. Вартість перебування у таких закладах невисока, доступна і для студентів, і для пенсіонерів, а програма заходів цікава для населення всіх вікових категорій. Привабливим тут є безпосереднє «живе» спілкування, проведення дискусій, обговорень тощо. Саме тому, на мою думку, необхідно вдихнути нове життя в українські музеї на прикладі арт-кафе, тобто проводити цікаві творчі та історичні вечори, які були б присвячені обговоренню суто історичних (або культурних) питань.

Цікавим було б проведення майстер-класів у музеях. Наприклад, у музеї, що присвячений мистецтву, можна провести майстер-клас створення зачісок, які були популярні за доби Ренесансу, надихнувшись картинами того періоду. Фінансовий музей, що знаходиться у місті Дніпропетровську, налічує чимало цікавих експонатів, один з яких – звичайна рахівниця, інструмент будь-якого фінансиста минулих століть. При відвідуванні музею виявилось, що серед усієї групи відвідувачів (близько 40 осіб) лише одна людина вміла користуватись рахівницею. То чому б не провести майстер-клас роботи з рахівницями, який можна підкріпити цікавими історіями, фактами, що пов'язані з цим винаходом, завершити програму конкурсами на опанування рахівницею. Тобто в будь-якому музеї, не має значення, якого він типу, є чимало експонатів,

яким можна дати друге життя, звертаючи на них увагу молоді та гуртуючи населення навколо власної історії й культури. Але слід зазначити, що для проведення таких заходів важливою є реклама, адже більшість людей сьогодні й гадки не має, що діється у вітчизняних музеях. Саме тому важливим кроком є створення якісного веб-сайту, де мають висвітлюватись усі основні події, з якісною фотогалереєю та популярними сьогодні 3D-турами он-лайн. Слід опанувати соціальні мережі, створивши там якісні групи з посиланням на головний сайт, адже уся молодь в більшій мірі в Інтернеті перебуває саме в соціальних мережах.

Наступним цікавим кроком удосконалення музеїв, на нашу думку, є «оживлення» історії. Тобто музеї можуть проводити справжні костюмовані вистави, присвячені певним історичним подіям, нехай невеличкі, як мініатюри, але такий захід буде однозначно цікавішим, ніж розповіді екскурсів, що не змінюються десятиліттями, і які зазвичай дуже погано чути, коли збирається велика група відвідувачів. Яскравим прикладом такого «оживлення» історії є вистави на о. Хортиця в Музеї історії запорізького козацтва. Ми можемо побачити невеличкий, але дуже цікавий епізод життя українського козацтва. Підготовлені актори в національних козацьких костюмах демонструють свою вправність у володінні зброєю, їзді на конях тощо. Особливо цікавими такі історичні вистави стають тоді, коли можна безпосередньо взяти участь в них, наприклад, ініціювати важливі сцени битв Великої Вітчизняної війни, зобразити життя первісної людини, життя за часів Київської Русі, Золотоординського навали тощо. Такі заходи дозволять не лише якісно вивчати історію свого народу, а й згуртувати населення, стимулювати пошук якісно нових шляхів виходу з певних ситуацій: політичних, економічних, соціальних, на прикладі минулого, адже активні дії й прийняття рішення під час таких дій змушують думати, шукати щось нове.

З плином часу з'являється чимало технологій, НТП набирає обертів з кожним роком – це проявляється в усіх аспектах людського життя. Наприклад, система освіти зазнала певних змін: якщо у минулому столітті, до поширення комп'ютерів, заняття підкріплювалися виписками з підручників та довгими і монотонними лекціями вчителя, то сьогодні майже на кожному занятті у будь-якому класі чи групі використовуються мультимедійні пристрої для показу презентацій, фільмів, проводяться активні командні ігри, дебати. Ці зміни торкнулися сфери торгівлі, медицини, науки, культури тощо. То чому ж вітчизняні музеї як історичні та культурні пам'ятки, діяльність яких має бути направлена на ознайомлення народу з його історією та згуртування громадян, майже не зазнали змін відповідно до темпів НТП? Причиною цього виступають різні фактори: відсутність коштів, небажання адміністрації щось змінювати, відсутність ідей.

Останнім етапом соціального опитування стало питання, пов'язане зі змінами у вітчизняних музеях. Ми запитали, що є дійсно

важливим для музею та що буде приваблювати людей до цих закладів. Результати цього опитування наведені у наступній діаграмі.

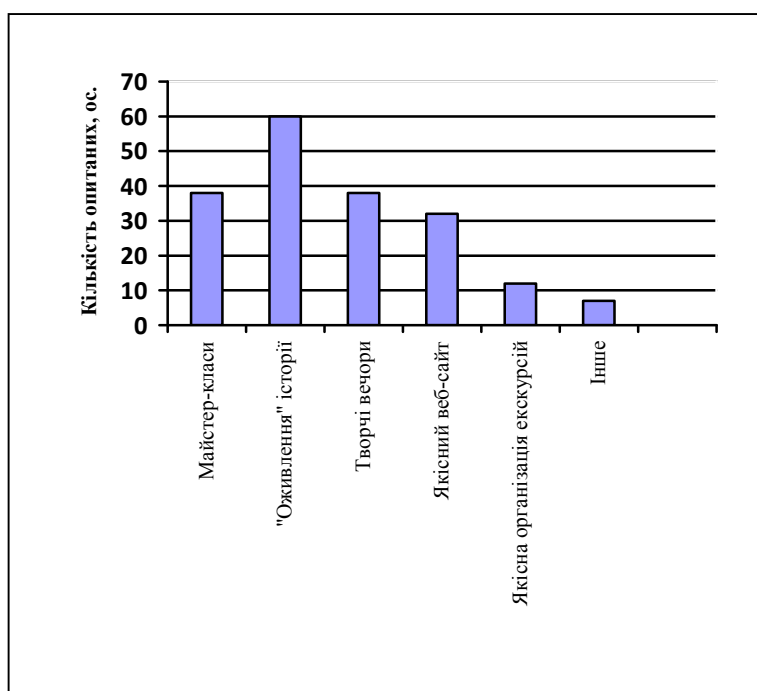


Рис. 3. *Що є важливим у сучасному музеї?*

Відповідаючи на це питання, можна було обрати декілька варіантів. З усіх респондентів 5 осіб захотіли отримати можливість доторкнутися до експонатів, але в руслі «оживлення» історії, ще троє запропонували проведення ночей в музеї, наприкладі ночей в кінотеатрах, з особливою програмою. Отже, як бачимо, населенню не вистачає активних подій у музеї, більшість з респондентів скаржились на те, що у вітчизняних музеях надзвичайно сумно, вони абсолютно не викликають бажання прийти ще раз.

Отже, підсумовуючи роботу, можна зробити такий **висновок**. Вітчизняним українським музеям не вистачає креативу та технологізації, які сьогодні спостерігаються навіть у кафе. Музейні екскурсії вже не викликають того захвату, який спостерігався 20 і більше років тому, а, отже, необхідно докорінно змінити спрямування музеїв, звертати увагу на молодь, зацікавити її різноманітними креативними заходами. Звичайно, виникає проблема нестачі коштів, але її теж можна вирішити, створюючи фонди на підтримку розвитку вітчизняного музейного простору, а також розробляючи більше нових програм безпосередньо в музеях. На нашу думку, вітчизняні музеї повинні не лише демонструвати експонати, а й проводити масові заходи, наведені раніше у роботі, вони повинні вийти на новий рівень відповідно до темпів НТІ та потреб суспільства.

Стаття надійшла до редакції 26.10.2014 р.