

**Рябчикова Фаїна Денисівна,**  
*старший лаборант кафедри документознавства і музейної справи  
Волинського національного університету імені Лесі Українки*

## **КОМУНІКАТИВНИЙ ВЕКТОР У МУЗЕЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

*У статті проаналізовано комунікативний напрям діяльності музеїв, охарактеризовано засади, перспективи та перешкоди щодо його впровадження в український музейний простір.*

*The report analyses the communication activity of museums and characterizes the foundation and prospects of such activities as well as impediments to the implementation of such activities in the Ukrainian museum realm.*

Сучасний етап у розвитку України позначився значними перетвореннями як у політичній і соціально-економічній сферах, так й трансформаційними процесами в культурному житті країни. Заклади культури, які перебувають на державному фінансуванні, гостро відчули бюджетні проблеми, однак ще не набули необхідного досвіду діяльності на засадах господарського розрахунку. Дуже повільно в теорію та практику українського радянського музеєзнавства почали проникати нові віяння та підходи щодо організації діяльності музейної галузі (які “на Заході” почали виявлятися ще з кінця 1950-х рр.). На сучасному етапі, в умовах національно-культурної розбудови Української держави, виняткового значення набувають питання подальшого розвитку музейної справи, вдосконалення діяльності музеїв за умови всебічного врахування світових надбань у цій сфері [11]. На жаль, через фінансову скруту та значною мірою консервативність українських музейників, оновлення в Україні як теоретичного, так і прикладного музеєзнавства, а відтак і впровадження у життя їх надбань відбувається мляво.

У запропонованій розвідці автор здійснив спробу охарактеризувати один із підходів до визначення сутності музею, а саме музею, як комунікативної системи; а також виявити тенденції та

перешкоди на шляху впровадження комунікативних методів у вітчизняній музейній галузі.

Основним джерелом дослідження стали наукові публікації та довідкові матеріали, що розміщені на сайтах мережі Інтернет. Варто зазначити, що навіть поверхневий аналіз проблеми доводить, що справа модернізації музейної галузі, стан впровадження новітніх інформаційних технологій у нашого північного сусіда – Росії, перебувають на значно вищому рівні, ніж у нас.

Формулювання основних положень комунікативного підходу до трактування місця, завдань, цілей музею припало на 60-70 рр. XX ст. , тобто на період так званого “музейного буму” [1]. Підґрунтям для розвитку такого підходу в музеєзнавстві стала розроблена у 1949 р. К. Шенноном математична теорія зв'язку, яка визначала основні елементи процесу передачі інформації: джерело інформації, передавач, канал, приймач, адресат і шум [4]. Теорія К. Шеннона знайшла застосування не лише в інформатиці та точних науках, а й у цілій низці гуманітарних дисциплін, оскільки її використання можливе до будь-яких питань, пов'язаних з процесом передачі інформації [2]. Ще одним чинником, який вплинув на розвиток музейної комунікації, стала концепція канадського філософа М. Мак-Люєна, який у низці робіт, опублікованих у 1960-х рр. , запропонував розглядати розвиток людського суспільства крізь призму розвитку засобів комунікації, що включають широке коло різноманітних явищ – мова, шляхи, гроші, друк, телебачення, комп'ютери та ін [4].

Прихильники комунікативного підходу вважають, що традиційне музеєзнавство розглядає музей поза культурним контекстом, а лише як науково-дослідну та культурно-освітню установу. На їх думку, така модель повинна бути доповнена культурологічним фактором, який би дозволив виявити специфіку музею як соціально-культурного феномену [1].

Власне, термін “музейна комунікація” ввів у науковий обіг у 1968 р. канадський музеолог Дунган Ф. Камерон. Розглядаючи музей як комунікативну систему, її відмінними специфічними рисами він вважав візуальний та просторовий характер. Згідно трактувань вченого, музейна комунікація – це процес спілкування відвідувача з музейними експонатами, які репрезентовані “реальними речами” [18, с. 303]. Такий підхід перетворює відвідувача–людину в повноцінного суб'єкта взаємовідносин “музей – експозиція – відвідувач”, дозволяє йому як найширше контактувати з музейними предметами, як з джерелом інформації, певним знаком-символом. Одними з форм впровадження

комунікативної моделі можуть бути експозиції-відкриті фонди, застосування драматургічних та сценаристичних прийомів у побудові експозицій, зміна ролі екскурсовода – погляд на нього, як на помічника у спілкуванні відвідувача з експонатами, а не їх інтерпретатора.

До появи комунікаційного підходу теоретичне музеєзнавство було сфокусоване: а) на музейних зібраннях; б) на інституційній організації музейної діяльності. Музейна комунікація додала до цього переліку ще й акцент на музейній аудиторії. А відтак активно почали розвиватися такі напрямки музейної справи, як музейна педагогіка, дослідження “музейної мови”.

Впровадження комунікаційної моделі не може здійснюватися без осмислення відповідних наукових підходів. Голова Львівської асоціації музеїв і галерей Зеновій Мазурик слушно зауважує, що недостатньо профільних знань історика в історичному музеї, історика мистецтва в мистецькій галереї чи етнографо-фольклориста в музеї етнографії. Необхідні також інші знання форм музейної комунікації, психології, педагогіки, тощо [9, с. 4].

З огляду на це в українській музейній галузі сьогодні розгортаються нові тенденції розвитку музейної комунікації як: розширення професійного складу музейних працівників, міждисциплінарність – розвиток міжпрофесійних контактів всередині музею, розширення діапазону засобів, змісту і тематики комунікації, інтенсивний пошук альтернатив традиційним видам музейної експозиції, звернення до непередметних форм культурної спадщини, перехід від монологічних до діалогічних методів роботи з відвідувачем, розвиток рольової структури музейної аудиторії та ін. [3].

Українські музеї намагаються впроваджувати в свою роботу сучасні методи діяльності, нові технології. Значна кількість Національних і обласних музеїв уже мають власні сайти, за допомогою яких музеї можуть залучити нових відвідувачів, налагодити міжнародні контакти, оприлюднити наукові розвідки [6]. У травні 2006 р. Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв та Київський музей російського мистецтва презентували проект “Електронний музей”, який став першою в Україні демонстрацією можливостей використання комп’ютерних та інформаційних технологій у діяльності музею. На виставці-презентації були представлені серверне обладнання, комп’ютерна техніка, програмне забезпечення для музеїв, інформаційні системи для відвідувачів, білетна система, системи відеоспостереження та контроль доступу [5].

Сьогодення вимагає від музеїв формування нового підходу до своєї роботи: створювати інтерактивні експозиції, здійснювати активну співпрацю з різними мас-медіа, громадськими організаціями, різними фундаціями, впроваджувати сучасну рекламну діяльність, активно використовувати Інтернет-ресурси, тощо [12].

На заваді впровадженню нових методів та форм роботи стають і велика консервативність більшості музеїв України, і в першу чергу – нестача коштів. Адже не секрет, що українські музеї сьогодні не можуть знайти гроші навіть на елементарні господарські потреби, не кажучи вже про придбання експонатів, запровадження новітніх інформаційних та комп'ютерних технологій [14].

Частково подолати ці перешкоди допомагають різноманітні благодійні програми. До таких, зокрема, належить “Матра” – широкомасштабна програма Міністерства Закордонних справ Королівства Нідерландів, що покликана сприяти демократичним соціальним перетворенням у країнах Центральної та Східної Європи. Учасники програми спільно з українськими партнерами (українською робочою групою) у 2005 р. ініціювали та розробили проект “Матра/Музеї України”, що спрямований на розвиток музейної справи в Україні. Головними завданнями проекту є: інтенсивний обмін досвідом сучасної музейної роботи, результатом чого має стати краще усвідомлення місії та можливостей музею в суспільстві, якісне збагачення арсеналу підходів та практичних методик роботи [8].

Значну методичну та фінансову допомогу музеям надає також громадська організація “Український центр розвитку музейної справи” (zareestrovana u berezni 2006 p.). Центр діє у тісному партнерстві з Міжнародним благодійним фондом “Україна 3000” і спрямовує свою роботу на мобілізацію інтелектуального ресурсу музейної спільноти для вирішення системних проблем музейної сфери [16].

Надзвичайно важливим є усвідомлення того, що комунікативна модель розвитку музеїв в Україні має передбачати формування нових форм комунікацій, як всередині музею, так і поза ним [15]. Звісно ж, це вимагає значних фінансових надходжень у музейну галузь.

В Україні комунікативний підхід у музейній роботі лише починає впроваджуватися. Такими методами у своїй діяльності, наприклад послуговуються Національний художній музей України (м. Київ) [13], Національний музей у Львові [7], Художньо-меморіальний музей О. О. Осмьоркіна (м. Кіровоград) [10, с. 17] та ін.

Для перетворення українських музеїв на реальних суб'єктів новітньої соціокультурної дійсності підхід до проблеми їх осучаснення має бути не вибірковим, а концептуальним. Справедливо з цього погляду зауважує уже згадуваний нами Зіновій Мазурик, що насамперед треба змінити парадигму суспільної місії музеїв від збирання заради збереження для майбутніх поколінь на служіння суспільству і його розвитку, саме суспільству, відповідно до дефініції музею ІСОМ, а не державотворчій ідеї чи обмеженим уявленням владоможновладців-колекціонерів (Колекціонери при владі – дуже велика загроза для музеїв!). Адже у такому служінні суспільному розвитку на основі культурних цінностей і формується відповідальність кожного за спільне майбутнє [7]. Щоб ефективніше використовувати культурний потенціал України як вагомий чинник розвитку суспільства, необхідно переосмислити і покращити основні функції музею, змінити організаційно-правові форми діяльності, застосовувати сучасні комунікаційні технології як в середині музею, так і поза ним [15].

Проте також варто зазначити, що використання інноваційних ідей та технологій потребують обережності, особливо в меморіальних музеях мистецького профілю. Кожна з таких акцій повинна мати ґрунтовну наукову підготовку, адже добре відомо, що порушити культурний простір легко, але набагато складніше його зберегти та спрямувати на шлях розвитку [10].

### **Список використаних джерел та літератури:**

<http://anthropology.ru/ru/texts/bezzubova/aspect.html>

<http://anthropology.ru/ru/texts/bezzubova/theory.html>

[http://new.alabin.ru/alabina/about\\_museum/conception/part\\_2/](http://new.alabin.ru/alabina/about_museum/conception/part_2/)

[http://www.future\\_museum\\_ru/lmp/projects/samara/site/concept/2.htm](http://www.future_museum_ru/lmp/projects/samara/site/concept/2.htm)

В Київському музеї російського мистецтва покажуть, яким має бути сучасний музей // Режим доступу [http://aratta.com.ua/news\\_ua.php?id=200](http://aratta.com.ua/news_ua.php?id=200). Назва з екрану

Віктор Тригуб. Українські музеї активно виходять в інтернет! // Режим доступу <http://narodna.prawda.com.ua/history/46a8e85d1ed43/>. Назва з екрану

Зіновій Мазурик. Музеї – європейські тенденції та українські виклики // Режим доступу <http://zgroup.com.ua/article.php?articleid=148>. Назва з екрану. Назва з екрану

Міжнародний проект з розвитку музеїв та музейних мереж // Режим доступу <http://www.matramuseums.org.ua/page/text/name=matra-ukraine>. Назва з екрану

Музеям слід враховувати зміни в суспільстві (Розмову з головою Львівської асоціації музеїв і галереї Зеновієм Мазуриком вела Ярина Коваль) // Львівська газета. – 2006. – № 10. – 20 січня. – С. 3-4.

Надеждін А. М. Інноваційні напрямки виставкової діяльності меморіальних музеїв // Режим доступу [http://osmerkinmuseum.kr.ua/osm05-17\\_u.html](http://osmerkinmuseum.kr.ua/osm05-17_u.html). Назва з екрану

Несторенко Л. М. Історія та реалії діяльності музеїв України // Режим доступу <http://who-is-who.com.ua/bookmaket/olimp2006/10/106/3.html>. Назва з екрану

Несторенко Л. М. Історія та реалії діяльності музеїв України // Режим доступу <http://who-is-who.com.ua/bookmaket/olimp2006/10/106/6.html>. Назва з екрану

Несторенко Л. М. Історія та реалії діяльності музеїв України // Режим доступу <http://who-is-who.com.ua/bookmaket/olimp2006/10/106/5.html>. Назва з екрану

Пісковий Володимир. Прощання з Мамай-горою // Режим доступу <http://www.dt.ua/3000/3150/36353/>. Назва з екрану

Пролеткин И. В. , Калинина Л. Л. , Шпак М. Е. Как развиваются музеи в современном информационном мире? // Режим доступу [http://www.radmuseumart.ru/news/index.asp?page\\_type=1?id\\_header=274](http://www.radmuseumart.ru/news/index.asp?page_type=1?id_header=274). Назва з екрану

Український центр розвитку музейної справи // Режим доступу <http://prostir.museum/center/ua/>. Назва з екрану

Чернова В. Музейний фотосалон // Режим доступу [osmerkinmuseum.kr.ua/osm05-18\\_u.html](http://osmerkinmuseum.kr.ua/osm05-18_u.html)

Юренева Т. Ю. Музееведение. – М. : Академический проект, 2007. – 560 с.