

DOI: 10.31866/2617-7943.2.1.2019.172516

УДК 069:379.8

## СЕРЕДОВИЩНИЙ МУЗЕЙ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

Ганна Новікова

Аспірант; e-mail: a.n.fk71@gmail.com; ORCID: 0000-0002-3774-1975

Харківська державна академія культури, наукова бібліотека ХНУМГ ім. О. М. Бекетова,  
Центр розвитку музеєзнавства та пам'яткознавства ХГУ «НУА», Харків, Україна

### Анотація

**Мета статті** – виявити особливості середовищних музеїв, що дозволяють розглядати їх як феномен сучасних культурних індустрій. **Методологія.** Застосовано культурологічний підхід з використанням методів аналізу та синтезу. **Наукова новизна** дослідження полягає у тому, що дана стаття є однією із перших спроб в українському музейництві комплексно проаналізувати середовищний музей як феномен сучасних культурних індустрій. **Висновки.** Відповідними особливостями середовищних музеїв є: можливість залучення у роботу інших секторів креативних індустрій; можливість інкорпорації до широкої культурної індустрії; ширші можливості для презентації та інтерпретації культурних сенсів, роботи з відвідувачами та створення культурних продуктів на основі креативного потенціалу; активний розвиток різних форм партнерства.

**Ключові слова:** середовищний музей; культурні індустрії; креативні індустрії; екомузей; економузей

### Актуальність теми дослідження

Поширення глобалізаційних процесів, які, зокрема, характеризуються посиленням масової комунікації, зумовлює як зростання тиску на національні культури, що може призвести до асиміляції культур так і, навпаки, сприяти популяризації навіть найменших культур світу. Водночас, процеси комерціалізації культури сприяють тому, що масова культура економічно розвинених країн починає домінувати, визначаючи процеси трансформації інших культур. Одним із засобів збереження культури є музеї, що виявляють, збирають, експонують та популяризують культурне надбання. Вихід за традиційні межі місця зберігання предметних колекцій демонструє середовищний музей як соціокультурний інститут, що здатний зберігати культурне середовище у комплексі, включаючи об'єкти нерухомої матеріальної спадщини, нематеріальну спадщину, історико-культурний ландшафт. Сучасний досвід створення середовищних музеїв демонструє низку музейних моделей, які здатні комплексно зберігати та

актуалізувати як об'єкти матеріального надбання (рухомі та нерухомі), так і нематеріальну культурну спадщину, історико-культурні ландшафти, а також природну спадщину, що визначає необхідність дослідження притаманних даним закладам підходів до збереження та популяризації культурного надбання, оцінки їх ефективності у порівнянні з традиційними колекційними музеями, в сучасних умовах глобалізаційних процесів, ринкової економіки та культурної індустрії. Саме тому актуальною є проблема дослідження середовищних музеїв як феномену сучасних культурних індустрій.

### Аналіз досліджень і публікацій

Грунтовний аналіз виникнення і трансформацій культурних індустрій з 1980-х рр. ХХ ст. до сучасності у політичному, економічному та культурному контексті висвітлює наукова праця Д. Хезмолдаша (2014). Виокремлення і детальний аналіз секторів креативної економіки висвітлено у праці Дж. Хоккінса (2011). Дослідження креативних індустрій як напряму економічної діяльності висвітлено у праці М. О. Проскуріної (2015). Межі визначення понять «культурні індустрії» та «креативні індустрії» досліджено у науковій праці А. В. Вейнмейстера та Ю. В. Іванової (2017). Досвід створення середовищних музеїв у світі висвітлює наукова праця М. Є. Каулен (2012). Однак, на сьогодні, досліджень, присвячених аналізу середовищних музеїв як феномену культурних індустрій немає.

### Виклад основного матеріалу досліджень

З другої половини ХХ ст. у світі розпочинаються дослідження «культурних індустрій» представниками франкфуртської школи Т. Адорно та М. Хогхаймером, які в праці «Діалектика просвітництва. Філософські аспекти» ввели у науковий обіг поняття «культурна індустрія» (Вейнмейстер, & Іванова, 2017; Проскуріна, 2015; Хезмолдаш, 2014). Пізніше соціологи Е. Морен, А. Хюе, Б. Мьєж проводять дослідження з метою виявлення спільної логіки, що діє у різних типах культурного виробництва, та вперше використовують термін у множині – «культурні індустрії» (Вейнмейстер, & Іванова, 2017, с. 40). З того часу, термін поширюється саме у такому форматі.

Дослідники, що займаються вивченням культурних індустрій наголошують на тому, що досі не існує єдиного погляду на розуміння культурних/ креативних/ творчих індустрій (Вейнмейстер, & Іванова, 2017; Проскуріна, 2015; Хезмолдаш, 2014). Таким чином, в науковій літературі можуть зустрічатися усі три терміни, які часто використовують як синоніми.

Виникнення поняття «креативні індустрії» відбувається у Великобританії у 1998 р. Введення терміну «креативні індустрії» спричинене включенням до числа культурних індустрій окрім танців, образотворчого мистецтва, ремесел й дизайну, виробництво програмного забезпечення та інформаційного контенту. Окрім цього, введення терміну «креативні індустрії» підкреслювало орієнтацію на комерційну складову, що не обмежується переліком виключно культурних сфер діяльності і зосереджена на місцевому та регіональному рівні. Поняття

«креативні індустрії» починає носити більш загальний характер, ніж поняття «культурні індустрії» (Вейнмейстер, & Иванова, 2017, с. 40–42).

У квітні 2018 року термін «креативні індустрії» закріплено і в межах українського законодавства в ЗУ «Про культуру» (2010), де міститься наступне визначення: «креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості» (2010). У Пояснювальній записці до проекту Закону України про внесення змін до Закону України «Про культуру» (щодо визначення поняття «креативні індустрії») (2017) подано класифікацію креативних індустрій, яка включає: музеї, археологічні пам'ятки та традиційну культуру: творчі ремесла, декоративне-ужиткове мистецтво, фестивалі та ін. Таким чином, в українському законодавстві офіційно закріплено віднесення музеїв до галузі креативних індустрій.

Девід Хезмолдаш (2014), прибічник використання терміну «культурні індустрії» розглядає у якості їх об'єктів такі інститути (компанії, державні та некомерційні організації), які беруть безпосередню участь у виробництві соціального сенсу (с. 27). Музеї, зокрема і середовищні музеї, забезпечують виробництво у виробництві соціальних сенсів, демонструючи необхідність збереження культурної спадщини, сприяють формуванню національної ідентичності, реалізують запит на культурний відпочинок, отримання нового досвіду та виробництво нового продукту, що створений на основі креативного потенціалу, здатен розв'язувати проблеми місцевої спільноти і бути частиною сталого розвитку об'єднаних територіальних громад.

Яскравим феноменом культурних індустрій є середовищні музеї, який може розвивати різні напрями даної сфери. Діяльність середовищних музеїв базується на музеєфікації реального історико-культурного чи нереального (літературного/фантастичного) середовища з використанням субмерсивного методу побудови експозиції (метод занурення в певне середовище) (Каулен та ін., 2009, с. 62; Чуклина, 2011). Інституціалізація середовищних музеїв у європейській музейній практиці розпочинається в межах «нової музеології» з виникнення екомuzeїв та утвердження нематеріальної культурної спадщини як складової культурного надбання людства. На сучасному етапі, включення середовищних музеїв до креативних індустрій обґрунтовує їх заснування на широкому спектрі об'єктів, що не обмежуються культурним надбанням. Джон Хоккінс (2011), експерт з креативної економіки у науковій праці «Креативна економіка. Як перетворити ідеї на гроші» виокремлює 15 секторів креативних індустрій, зокрема: реклама; архітектура; мистецтво; ремесла; дизайн; мода; кіно; музика; виконавчі мистецтва; видавнича діяльність; наукові дослідження та розробки; програмне забезпечення; іграшки та ігри (окрім відеоігор); телебачення та радіо; відеоігри (Хоккінс, 2011). Сучасні середовищні музеї можуть створюватися на основі більшості з вказаних секторів креативних індустрій, об'єднуючи в межах музею групи майстрів, що будуть реалізувати діяльність і розвиток цих секторів і креативної економіки загалом. Наприклад, середовищні музеї, що створюються на основі наявної матеріальної культурної спадщини, можуть включати архітектурні ансамблі, що є об'єктами авторського права і окремим сектором креативних індустрій (Хоккінс, 2011).

Першою моделлю середовищних музеїв, створення яких спричинено прагненням збереження і актуалізації нематеріального культурного надбання (ремесел, виконавського мистецтва, музики), модернізації музейних закладів як місця об'єднання суспільства, та основи його розвитку, стали екомuzeї. Метою створення екомuzeїв є демонстрація автентичності місця шляхом презентації природно-культурних ресурсів і діяльності його мешканців, об'єднуючи це з просуванням, пізнанням і розвитком регіону, надаючи при цьому можливість інтеграції людей і ініціатив (Казиор, б. г.). Головною особливістю екомuzeїв, що вирізняє його від інших музейних моделей, є вирішення нагальних соціальних, економічних, культурних проблем місцевої спільноти, що засноване на її активному включенні в роботу по зберіганню та використанню усіх видів свого надбання (Каулен та ін., 2009, с. 64). Таким чином, головними авторами створення екомuzeїв виступають люди, що прагнуть зберегти і презентувати свою автентичну культурну спадщину, створюючи музей власноруч під керівництвом професіоналів-музейників, які виступають у ролі кураторів (Юбер, 1985). Це сприяє усвідомленню місцевими мешканцями важливості культурної спадщини для сталого розвитку регіону та їх громади, сприяючи реалізації креативного потенціалу місцевих жителів. Комплексна музеєфікація історико-культурного та природного середовища з можливим долученням до нього нематеріальної спадщини, робить кожний екомuzeй унікальним історичним місцем, що, окрім збереження історико-культурної спадщини, може стати вдалим маркетинговим проектом, який здатен залучати інвестиції для існування цілих регіонів. Прикладом комерціалізації культурної спадщини та розробки локального бренду на основі нематеріального надбання є Екомuzeй Ланцкорона, заснований Муніципалітетом гміни Ланцкорона (сільська волость в Польщі). Проект створення цього музею – одна зі складових стратегії розвитку гміни Ланцкорона, що передбачає активізацію місцевого населення, пошук фінансів та залучення інвестицій до регіону. Окрім збереження культурної спадщини та ареалів місцевої флори і фауни на базі екомuzeю розроблено локальний брендовий продукт у вигляді традиційного напою – іздебніцкой горобинової настоянки (*jarzkbіaku izdebnickiego*) («Екомuzeй Ланцкорона», б. г.). Знання про виготовлення традиційного місцевого напою, уміння його виготовляти є одним із різновидів нематеріального надбання, яке зберігається в межах екомuzeю.

Відмінною моделлю середовищних музеїв, що є характерним прикладом розвитку культурних індустрій, є модель економuzeї – заклади музейного типу, головна особливість яких – творче використання народних традицій, ремесел, де саме ремесло зберігається як об'єкт нематеріального надбання. Відмінність цього закладу музейного типу полягає в тому, що його діяльність спрямована на економічний чинник, а об'єкти надбання використовуються як «джерело натхнення» надбання (Каулен та ін, 2009, с. 64). Першим «економuzeологом» вважають Сіріла Сімара, що сформулював концепцію об'єднання музею та невеликих майстерень, що базують свою діяльність на творчому використанні традиційних народних ремесел (Каулен, 2012, с. 95). Економuzeї активно діють і в Україні, серед характерних прикладів можна виокремити «Музей вівчарства» (с. Космач, Івано-Франківська обл., Косівський р-н), заснований у 2013 році на

території приватної садиби зеленого туризму «Космацька писанка». Концепція музею: відродження вівчарства як традиційного життя гуцулів. Метою створення музею є вивчення та популяризація праці вівчарів та традицій ремесла гуцульських вівчарів. Музей являє собою культурно-освітній комплекс, що знайомить відвідувачів з процесом перероблювання молока, виготовлення сиру, вурди та бринзи. Головна споруда музею – «Стая» складається з двох частин. В основній частині відтворений побут вівчарів, тут також представлені необхідні речі для перероблювання молока – посуд, одяг та інше. Друга кімната – це комора, де розміщені речі полонинців та різне знаряддя. При музеї організовується майстер-клас з переробки вовни від стрижки до виготовлення продукції. Тут також пропонуються різноманітні екскурсійні програми. Окрім цього, відвідувачів знайомлять із нетрадиційними методами лікування продуктами вівчарства – овітерапією, власники музею займаються науковим дослідженням даного методу лікування («Музей вівчарства», б. р.; Грицак, 2013). Музей вівчарства на сьогодні є єдиним музеєм, що висвітлює культуру та традиції вівчарів. Музей є своєрідним економусеєм, оскільки об'єктом продажу є бринза, виготовлена за рецептами гуцульських вівчарів, а сам музей уособлює аптеку-музей, на території якої можна придбати продукти овітерапії. Економусеєм є і музей-кузня «Гамора» (с. Лисичеве, Іршавський район, Закарпатська обл.). Це чинна кузня, що працює за принципами роботи ковалів у давнину, молоти під час виготовлення залізних виробів приводяться в дію силою падаючої води з річки Лисичанка. Будівля кузні є «пам'яткою ковальського виробництва XIX–XX ст.», що знаходиться під охороною держави. Віднесення музею-кузні «Гамора» до економусеїв обґрунтоване виготовленням сільськогосподарського реманенту за старовинними технологіями на продаж, реалізацією сувенірної продукції у вигляді залізних підков. Офіційно, статус музею кузні не має, хоча мова про це йде з 2007 року, оскільки це унікальна пам'ятка, що є прикладом єдиної чинної кузні на основі падаючої води у Європі (Данилюк, 1995, с. 487; «ТОП безкоштовних музеїв», 2016). Економусеї є прикладом розвитку приватних культурних практик, коли майстри можуть проживати поруч з музеєм та реалізувати свій творчий потенціал, відтворюючи традиційні ремесла. Таким чином, вони створюють культурний продукт, реалізація якого сприяє розвитку креативної економіки в окремому регіоні та світової економіки загалом.

Окрім цього, середовищні музеї, що створюються на нематеріальній культурній спадщині, можуть бути не лише самостійними автентичними проектами (як у прикладах, наведених вище), але й уособлювати окремі елементи масштабних проектів культурних/креативних індустрій. Прикладом цього є «Всесвіт Гаррі Поттера», до якого входять продукти авторського права – книговидання, кіноіндустрія, розробка торговельних марок та ін., породжуючи інші культурні напрямки, зокрема створення тематичних парків культурницького спрямування (Тематичний парк «Чарівний світ Гаррі Поттера» Орlando, США, що створений на основі книг Джоан Роулінг про Гаррі Поттера з метою відтворення середовища фільмів про Гаррі Поттера, у якому пропонують побувати відвідувачам). Або з метою популяризації наукових досліджень (Тематичний парк «Парк Юрського періоду», Іспанія, створений з метою популяризації науки палеонтологія, у складі

тематичного парку працює науково-дослідний центр, де можна ознайомитися з процесом роботи дослідників і результатами їх наукових досліджень) (Новікова, 2018).

Відповідно до Пояснювальної записки до проекту Закону України про внесення змін до Закону України «Про культуру» (щодо визначення поняття «креативні індустрії») музеї як соціокультурні інститути є категорією культурних індустрій. Проте, середовищні музеї – особливий феномен культурних індустрій, який має цілий ряд характерних особливостей. Головними завданнями класичного музею є: виявлення, збір, систематизація, облік, зберігання об'єктів матеріальної культури; науково-дослідна робота; передача історико-культурної інформації, що міститься в об'єктах матеріальної культурної спадщини, переважно, шляхом ознайомлення з музейною експозицією. У вітчизняних колекційних музеях побудова експозицій відбувається за чітко визначеним методом, що лежить в основі побудови експозиції (тематичний, ансамблевий та ін.). Таким чином, у вітчизняних колекційних музеях одного і того самого профілю характер побудови експозицій переважно ідентичний, з однаковими експонатами чи новоробами. Спонукає відвідувачів повернутися у такі музеї можуть або унікальні експонати, яких немає в інших музеях країни подібного профілю, або цікаві музейні програми, що відбуваються у музеї. У середовищних музеях, що виникають на основі матеріальної культурної спадщини, завдання щодо збереження та актуалізації матеріальної культурної спадщини будуть ідентичні до тих, що реалізуються у класичних музеях. Разом з тим, відтворення середовища в межах середовищних музеїв неможливе без нематеріального надбання, що завжди музеєфікується у комплексі з матеріальною культурною спадщиною і відновленням взаємозв'язків (дія, процес, тварини, рослини, місцеве населення, що проживає в межах музею та ін.). Середовищні музеї, створені на основі ідейного задуму відтворити певне середовище (на основі наявної матеріальної культурної спадщини, чи створені на основі ідейного задуму без наявної матеріальної культурної спадщини) завжди будуть відрізнятися один від одного, навіть якщо в основу концепції різних музеїв покладено прагнення відтворити одне тематичне середовище. Це спричинено застосуванням креативних підходів до презентації матеріального і нематеріального культурного надбання чи фантастичного середовища, у якому пропонують побувати відвідувачам. З цією метою використовують ширший канал комунікації з музейними відвідувачами, що включає: зір, слух, нюх, смак, дотик, в процесі якої відвідувачу пропонують обрати роль пасивного чи активного учасника дійства, що відбувається в межах середовищного музею (Новікова, 2017).

Середовищні музеї завжди створюють і пропонують відвідувачам довгострокові (середовище, яке відтворюється в межах музею, є специфічним видом музейної експозиції) та циклічні (майстер-класи, тематичні заходи, фестивалі та ін.) програми, що спонукає людей до багаторазового відвідування одного й того ж музею; відносно невелика тривалість кожної окремої форми циклічних програм надає можливість відвідувачам зануритися в основне експозиційне середовище, отримати новий досвід та вдовольнити свої інтелектуальні, емоційні, пізнавальні та естетичні потреби; націленість

на співробітництво з відвідувачами, спонсорами, професіоналами з інших сфер діяльності: акторами, музикантами та ін. Середовищні музеї відкриті для різних форм партнерства з місцевими мешканцями (партнери-жителі), ремісниками (партнери-носії традицій), акторами чи працівниками музеїв, що допомагають відтворити середовище, відіграючи роль місцевих мешканців чи представників різних культур та ін. (партнери-імітатори) (Каулен, 2012; Шляхтина, 2013, с. 209–210, 211). Людина, як основна складова середовища, що відтворюється в межах музею у різних формах партнерства, виступає сполучним елементом матеріальної й нематеріальної культурної спадщини. Транслятори культурної спадщини виступають «творцями символів», оскільки створюють, інтерпретують історії, пісні, образи – реалізуючи «символічну креативність», якою передбачене маніпулювання символами з метою передачі інформації, освіти, розваги (Хезмолдаш, 2014, с. 18) чи освіти через розвагу, що визначається серед науковців як «edutainment».

### Висновки

Таким чином, розгляд середовищних музеїв як феномену креативних (культурних) індустрій заснований на особливостях середовищних музеїв, до яких можна віднести наступні: 1) середовищні музеї можуть засновуватися не лише на культурній спадщині, а й включати інші сектори креативних індустрій; 2) середовищні музеї можуть бути частиною широкої культурної індустрії, створювати нові види економічної діяльності на основі нематеріального культурного надбання; 3) у середовищних музеях ширший спектр презентації та інтерпретації інформації/культурних сенсів, різноманітніші підходи до роботи з музейними відвідувачами, ніж у класичних музеях, що дозволяє залишити вибір за музейними відвідувачами – бути активним чи пасивним учасником дійства, яке відтворюється у музеї; 4) активний розвиток різних форм партнерства на базі музею з майстрами, місцевими жителями, акторами, безпосередньо музейними відвідувачами та ін.; 5) активне створення культурних продуктів на основі креативного потенціалу, що може бути каталізатором розвитку регіонів, у яких немає збереженої матеріальної культурної спадщини. **Перспективами подальших досліджень** є вивчення моделей середовищних музеїв, розробка підходів роботи з культурною спадщиною, вивчення особливостей збереження і популяризації нематеріальної культурної спадщини в межах середовищних музеїв.

### Список посилань

- Вейнмейстер, А.В., & Иванова, Ю.В. (2017). «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий. *Международный журнал исследований культуры*, 1(26), 38-48.
- Грицак, Н. (2013). Перший в Україні музей вівчарства. Взято з <http://hutsul.museum/events/2013/museum-of-sheep-husbandry/>.

- Данилюк, А. (1995). Музеї просто неба і проблеми їх становлення в Україні. В *Записки Наукового товариства імені Шевченка* (Т. 230, с. 479-492). Львів.
- Казиор, Б. (б. г.). Экомuzeи и зеленые маршруты Greenways. *Greenways.by*. Взято из <http://www.greenways.by/index.php?content&id=34&lang=ru>.
- Каулен, М.Е., Сундиева, А.А., Чувилова, И.В., Черкаева, О.Е., Борисова, М.В., Хаханова, Л.П., & Скрипкина, Л.И. (2009). Словарь актуальных музейных терминов. *Музей*, 5, 47-68.
- Каулен, М.Е. (2012). *Музеефикация историко-культурного наследия России*. Москва: Этерна.
- Музей вівчарства. (б. р.). *Karpaty info*. Взято з <https://www.karpaty.info/ua/uk/if/ks/kosmach/museums/sheep/>.
- Новікова, Г.Ю. (2017). Багатогранність моделей середовищних музеїв у світовому музейному просторі. *Культура України*, 58, 185-191.
- Новікова, Г.Ю. (2018). Феномен тематичного парку як інноваційної моделі середовищних музеїв у XXI столітті. *Культура України*, 60, 98-106.
- Про культуру № 2778-VI. (2010). Взято з <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>.
- Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про культуру» (щодо визначення поняття «креативні індустрії») : пояснювальна записка № 6738 від 17.07.2017. (2017). Взято з [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=62313](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62313).
- Проскуріна, М.О. (2015). Креативні індустрії як середовище економічної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 8, 242-245.
- ТОП безкоштовних музеїв Карпат. Водяна кузня «Гамора». (2016). *Vgorode.ua*. Взято з [https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh\\_y\\_eda/289001-muzei-karpat](https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/289001-muzei-karpat).
- Хезмолдаш, Д. (2014). *Культурные инустрии*. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики.
- Хоккинс, Д. (2011). *Креативная экономика*. Москва: Классика-XXI.
- Чуклина, Т.И. (2011). *Метод погружения как актуальный метод построения музейной экспозиции*. (Дис. канд. культурологии). Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург.
- Шляхтина, Л.М. (2013). Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение. *Вопросы музеологии*, № 2(8), 206-212.
- Экомuzeи Ланцкорона. (б. г.). *Greenways.by*. Взято з <http://www.greenways.by/index.php?content&id=106&lang=ru>.
- Юбер, Ф. (1985). Экомuzeи во Франции: противоречия и несоответствия. *Museum*, 148, 6-10.

## References

- Chuklina, T.I. (2011). *Metod pogruzheniia kak aktualnyi metod postroeniia muzeinoi ekspozitcii* [Immersion method as a current method of building a museum exhibition]. (PhD thesis). St Petersburg University, St. Petersburg [in Russian].
- Danyliuk, A. (1995). Muzei prosto neba i problemy yikh stanovlennia v Ukraini [Museums in the open air and the problems of their becoming in Ukraine]. In *Zapysky Naukovoho tovarystva imeni Shevchenka* [Notes of the Shevchenko Scientific Society] (Vol. 230, pp. 479-492). Lviv [in Ukrainian].



- Ekomuzei Lantckorona [Ecomuseum Lanzkorona]. (n. d.). *Greenways.by*. Retrieved from <http://www.greenways.by/index.php?content&id=106&lang=ru> [in Russian].
- Hrytsak, N. (2013). Pershyi v Ukraini muzei vivcharstva [The first museum of sheep breeding in Ukraine]. Retrieved from <http://hutsul.museum/events/2013/museum-of-sheep-husbandry/> [in Ukrainian].
- Iuber, F. (1985). Ekomuzei vo Francii: protivorechii i nesootvetstviia [Ecomuseums in France: contradictions and inconsistencies]. *Museum*, 148, 6-10 [in Russian].
- Kaulen, M.E. (2012). *Muzeifikatsiia istoriko-kulturnogo naslediia Rossii* [Museification of the historical and cultural heritage of Russia]. Moscow: Eterna [in Russian].
- Kaulen, M.E., Sundieva, A.A., Chuvilova, I.V., Cherkaeva, O.E., Borisova, M.V., Khakhanova, L.P., & Skripkina, L.I. (2009). Slovar aktualnykh muzeinykh terminov [Dictionary of current museum terms]. *Muzei*, 5, 47-68 [in Russian].
- Kazior, B. (n. d.). Ekomuzei i zelenye marshruty Greenways [Ecomuseums and green routes Greenways]. *Greenways.by*. Retrieved from <http://www.greenways.by/index.php?content&id=34&lang=ru> [in Russian].
- Khezmoldash, D. (2014). *Kulturnye inustrii* [Cultural industries]. Moscow: HSE Publishing House [in Russian].
- Khokkins, D. (2011). *Kreativnaia ekonomika* [Creative Economy]. Moscow: Klassika-XXI [in Russian].
- Muzei vivcharstva [Museum of Shepherd]. (n. d.). *Karpaty info*. Retrieved from <https://www.karpaty.info/ua/uk/if/ks/kosmach/museums/sheep/> [in Ukrainian].
- Novikova, H.Yu. (2017). Bahatohrannist modelei seredovyshchnykh muzeiv u svitovomu muzeinomu prostori [The versatility of models of environmental museums in the world's museum space]. *Kultura Ukrainy*, 58, 185-191 [in Ukrainian].
- Novikova, H.Yu. (2018). Fenomen tematychnoho parku yak innovatsiinoi modeli seredovyshchnykh muzeiv u XXI stolitti [The phenomenon of the theme park as an innovative model of environmental museums in the XXI century Culture of Ukraine]. *Kultura Ukrainy*, 60, 98-106 [in Ukrainian].
- Pro kulturu № 2778-VI [On Culture No. 2778-VI]. (2010). Retrieved from <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> [in Ukrainian].
- Proekt Zakonu pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy "Pro kulturu" (shchodo vyznachennia poniattia "kreatyvni industrii") : poiasniuvalna zapyska № 6738 vid 17.07.2017 [Draft Law on Amendments to the Law of Ukraine "On Culture" (concerning the definition of "creative industries") : explanatory note No. 6738 dated 17.07.2017]. (2017). Retrieved from [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=62313](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62313) [in Ukrainian].
- Proskurina, M.O. (2015). Kreatyvni industrii yak seredovyshche ekonomichnoi diialnosti [Creative industries as an environment of economic activity]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 8, 242-245 [in Ukrainian].
- Shliakhtina, L.M. (2013). Rekreacionno-obrazovatelnaia missiia sovremennogo muzeia: obrazovanie ili razvlechenie [Recreation and educational mission of the modern museum: education or entertainment]. *Voprosy muzeologii*, 2(8), 206-212 [in Russian].
- TOP bezkoshtovnykh muzeiv Karpat. Vodiana kuznia "Hamora" [Top Free Carpathian Museums. Water hammer "Gamora"]. (2016). *Vgorode.ua*. Retrieved from [https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh\\_y\\_eda/289001-muzei-karpat](https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/289001-muzei-karpat) [in Ukrainian].

Veinmeister, A.V., & Ivanova, Iu.V. (2017). "Kulturnye industrii" i "kreativnye industrii": granitsy poniatii ["Cultural industries" and "creative industries": the boundaries of concepts]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kultury*, 1(26), 38-48 [in Russian].

## THE ENVIRONMENTAL MUSEUM AS A PHENOMENON OF MODERN CULTURAL INDUSTRIES

Hanna Novikova

Postgraduate student; e-mail: a.n.fk71@gmail.com; ORCID: 0000-0002-3774-1975  
Kharkiv State Academy of Culture, Scientific library of O. M. Beketov NUUE, Center for the Development of Museology and Monuments of KhUH "PUA", Kharkiv, Ukraine

### Abstract

**The purpose of the paper** is to identify the features of environmental museums that allow them to be considered as a phenomenon of modern cultural industries. **The methodology** of the work is based on the cultural approach with the use of analysis, synthesis. **The scientific novelty** of the research is that this paper is one of the first attempts at a comprehensive analysis of the environmental museum as a phenomenon of modern cultural industries in Ukrainian museology. **Conclusions.** The relevant features of environmental museums are: the possibility of attracting of other sectors of creative industries into the work; possibility of incorporation into a wider cultural industry; wider opportunities for presenting and interpreting cultural senses, working with visitors and creating creative products based on creative potential; active development of various forms of partnership.

**Keywords:** environmental museum; cultural industries; creative industries; ecomuseum; economuseum

## СРЕДОВОЙ МУЗЕЙ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННЫХ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ

Анна Новикова

Аспирант; e-mail: a.n.fk71@gmail.com; ORCID: 0000-0002-3774-1975  
Харьковская государственная академия культуры; научная библиотека ХНУГХ им. А. Н. Бекетова, Центр развития музееведения и памятниковедения ХГУ «НУА», Харьков, Украина

### Аннотация

**Цель статьи** – выявить особенности средовых музеев, которые позволяют рассматривать их в качестве феномена современных культурных индустрий. **Методология.** Использован культурологический подход с использованием методов анализа и синтеза. **Научная новизна** исследования состоит в том, что данная статья является одной из первых попыток в украинском музееведении комплексно проанализировать средовой музей в качестве феномена современных культурных индустрий. **Выводы.** Соответствующими

особенностями средовых музеев являются: возможность включения в работу других секторов креативных индустрий; возможность инкорпорации в более широкую культурную индустрию; более широкие возможности для презентации и интерпретации культурных смыслов, работы с посетителями и создания культурных продуктов на основе креативного потенциала; активное развитие разных форм партнерства.

**Ключевые слова:** средовой музей; культурные индустрии; креативные индустрии; экомузей; экомузей

