

Ірина Синельник



**АКЦІЯ «НІЧ У МУЗЕЇ»
ЯК ЗРАЗОК ЕФЕКТИВНОЇ
КОМУНІКАЦІЇ З ВІДВІДУВАЧАМИ
(на прикладі Чернігівського історичного музею
імені В. В. Тарновського)**

У статті висвітлюється відносно нова форма музейної комунікації з відвідувачами – акція «Ніч у музеї». Розглядаються форми і методи діяльності музейного закладу в рамках цієї акції щодо успішного діалогу із громадськістю, результативного використання інформаційних технологій.

Ключові слова: музей, музейна комунікація, інтерактивність, відвідувач.

Сучасний музей виступає не тільки частиною соціокультурного простору, а й вагомим чинником, що впливає на його формування через утвердження гуманістичних цінностей, поступову інтеграцію вітчизняних закладів у культуру європейського і світового співтовариства. Нині не можливо уявити музейну діяльність поза широкими контактами із громадськістю, оскільки власне для відвідувачів заклад історії та культури веде наукову, просвітницьку діяльність. 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 закладів культури серед громадськості [8, с. 75].

Австрійський музеолог Ф. Вайдахер переконаний, що музейна комунікація відбувається через експонування й інтерпретацію автентичних пам'яток, а її головним змістом є доступ суспільства до музейних збірок, збережених і досліджених музеїниками [1, с. 180]

Для результативного контактування із відвідувачами музею надзвичайно важливо знати свою аудиторію. Саме тому багато музейних закладів проводять вивчення своєї «цільової аудиторії», аналізуючи вікові особливості, рівень освіти, вподобання, тематичну зацікавленість відвідувачів, аби краще розуміти їхні світоглядні запити і відповідно реагувати на них. Українська дослідниця Р. Маньковська вказує, що загалом можна виділити три категорії відвідувачів музеїв: дослідники, які у своїй роботі використовують музейні фонди та бібліотеку; навчально-освітня аудиторія, зацікавлена специфічною інформацією для пізнавально-освітніх цілей; а також відвідувачі, для яких музей є формою відпочинку [8, с. 76]. А відтак результативність музейної комунікації залежить саме від фахового діалогу з відвідувачами, вдалого застосування методів і засобів впливу музеїв на різні категорії відвідувачів.

На вимогу часу перед музеями постають непрості завдання пошуку креативних форм музейної комунікації. А для того, щоб заохотити сучасного відвідувача прийти до музею, з'являються проекти новаторського характеру. Саме такою формою комунікації можна назвати акцію «Ніч у музеї». Її висвітлення у наукових розвідках нині має дещо узагальнений характер, а тому потребує актуалізації досвід окремих музеїв, у тому числі Чернігівського історичного музею імені В. В. Тарновського.

© Синельник Ірина Сергіївна – кандидат історичних наук, журналіст, кореспондент УНІАН у Чернігівській області.

Уперше «Ніч музеїв» була проведена 1997 році у Берліні. Вдруге – 1999 року за ініціативою Міністерства культури і комунікацій Франції під назвою «Весна музеїв». Трохи менше, аніж за десятиліття до всесвітньої акції долучилися музеї Києва, Львова, Одеси, Харкова та Феодосії, і щороку кількість музеїв, що приєднуються до її проведення, зростає [12, с. 179].

Зазвичай цей захід приурочений до Міжнародного дня музеїв, що традиційно відзначається 18 травня. Його мета – продемонструвати ресурси, потенціал і можливості сучасних музеїв. Музеї працюють уночі, організовуючи, окрім своїх традиційних, різноманітні пізнавально-розважальні заходи і приваблюючи у такий спосіб відвідувачів різного віку, насамперед, молодь. Особливо відзначаються своїм розмахом музеї Німеччини. Приміром, майже 60 музеїв Гамбурга під час «Ночі музеїв» пропонують відвідувачам кілька сотень подій, включаючи різноманітні виставки і вистави, перформанси, концерти тощо, збираючи відвідувачів з усієї Європи. Для учасників заходу працює навіть спеціальний транспорт, а придбаний квиток є спільним на усі події та залишається дійсним і наступного дня [2]. Це дуже насичена культурна, освітня та розважальна програма, що характеризується високим і якісним рівнем організації. Її учасники приходять відпочити, культурно збагатитися, поспілкуватися із друзями чи однодумцями. Під час «Ночі музеїв» у Гамбурзі можна побачити представників різного віку, субкультур, соціального стану, різних уподобань. Прикметно, щороку прихильників акції стає більше, про що свідчать численні публікації у соціальних мережах і ЗМІ.

Як зауважує дослідниця Т. Ельфська, «музейна ніч» – це сфера інтерактивної, візуально і семантично насиченої дії, яка передбачає використання нетрадиційних форм музейної практики, що об'єднують в один процес різні види мистецтв (образотворче, музичне, театральне та багато інших, серед яких сучасні медіа, відео-арт, перформанси тощо). Це процес створення особливого музейного простору-часу і трансформації буденної реальності, пов'язаний зі специфікою нічної свідомості та зміненою перцепцією через активізацію всіх сфер людського сприйняття і трансформацію внутрішніх психоемоційних станів учасників дії [4]. Не менш важливо, що ця акція змінює норми демонстрації творів і стандарти їх експонування, створює інші форми репрезентації музейних експонатів, звільнює простір для інтерпретацій від традиційної музейної, галерейної чи павільйонної обмеженості. Використання інших просторів за межами музею дозволяє відвідувачам вийти за межі традиційного сприйняття. Площа, вулиця або парк, де експонуються об'єкти, стають безкінечним демонстраційним простором для музею. Саме відрив від замкненої музейної території на користь відкритого міського простору, у якому межі руху визначають сам рух, надають музейній акції особливого статусу, роблять її креативною та приваблюють ширше коло відвідувачів. Загалом проведення «музейних ночей» сприяє переосмисленню меж розуміння усталених норм музейної справи і ствердженню нового статусу музею в просторі сучасної культури [4].

Завдяки такому досвіду відвідувач має отримати не лише пізнання, а й моменти співучасті і співпереживання, емоційно насичений досвід. Музей створює суспільний простір для комунікації і діалогу, надаючи множинність голосів, точок зору та можливих перспектив, демонструючи всю складність і багатоманітність справжнього людського досвіду [7].

Під час акції «Ніч у музеї» глядачам надають можливість зануритися у нетрадиційне для них середовище. Наприклад, торкнутися руками експонатів, стати учасниками театралізованої екскурсії тощо. До речі, через тактильні відчуття людина може сприйняти предмет, оцінити його фактуру, температуру, матеріал, форму, відчути неабияку емоційну віддачу [12, с. 174]. Приміром, під проведення акції «Ніч у музеї» у Чернігові відвідувачі мали змогу потримати у руках історичну зброю чи приміряти військові обладунки. Не менше захоплює театралізована екскурсія. Глядачі ніби опиняються у часі, коли відбувалися певні історичні події, співпереживають героям. Часто на таких екскурсіях учасники можуть одягнути історичні костюми, щоб відчути себе в іншому часі. У спільних проектах місцевих музеїв і шкіл у театралізованих дійствах

беруть участь учні. У рамках музейної педагогіки це сприяє реалізації нових форм спілкування з дітьми, індивідуального підходу до кожної дитини, нетрадиційних шляхів засвоєння навчального матеріалу [12, с. 179]. Ці всі можливості створюють особливу історичну атмосферу, яку відвідувачі навряд чи можуть відчутти під час традиційного візиту до музею.

Чернігівський історичний музей імені В. В. Тарновського запрошує на «Ніч у музеї» з 2011 року [10]. Цього року ця акція відбулася вже ввосьме. Долучається до неї не тільки історичний музей, а і його філія – Чернігівський військово-історичний музей. Зазвичай, захід проходить під гаслом «Музей – територія спілкування», хоча майже щороку виділяють окремі тематичні аспекти. Як приклад – «Музеї – для старого суспільства» (2015), «Музей і ландшафти» (2016), «Музей і суперечлива історія: розповідаючи про замовчуване» (2017) тощо. Як пояснив вибір тематики 2016 року директор Чернігівського історичного музею імені В. В. Тарновського С. Лаєвський, ландшафт – це стан душі, який формується всередині кожної людини. «І я впевнений, що музеї і музейні експозиції впливають на формування такого ландшафту, що ми і спробували зробити», – прокоментував він [13]. До речі, окремі виставки «Ночі музею» – 2016 були створені спільно із кафедрою екології Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка та присвячувалися рослинному світу Чернігівщини. Також проводилися майстер-класи з фітодизайну. Водночас були запропоновані розваги для дітей, створено можливості для засвоєння навиків із виготовлення народної іграшки. А завершилося свято видовищною лазерною 3D-проекцією на фасад Чернігівського історичного музею.

2017 року акція «Ніч у музеї» була позначена впливом європейських чинників і національних складових. Так, Чернігівський військово-історичний музей у рамках акції запросив відвідувачів на демонстрацію фільмів з історії Японії. Була відкрита міні-виставка «Зброя Японії» (з колекцій музею), пройшов майстер-клас з оригамі, показовий виступ членів історико-етнографічного клубу з військових змагань тощо. Крім того, не обійшлося без традиційного фотографування з експонатами, дитячих майстер-класів та розваг для наймолодших відвідувачів музею.

Урочисте відкриття «Ночі у музеї» в Чернігівському історичному музеї імені В. В. Тарновського супроводжувалося виконанням музичних творів західноєвропейських композиторів оркестром духових інструментів Чернігівського музичного училища імені Л. Ревуцького. Відвідувачі також мали змогу ознайомитися із міні-виставками «Європейські колекції музею» та «Чернігів 100 років тому: місто очима француза (світлина М. Шабона)». Відчутти атмосферу «музейної ночі» допомагав Центр іноземних мов «Лондон», що створив інтерактивний майданчик «Школа європейських мов». Крім того, під час акції звучали мелодії національних музичних інструментів різних народів. Також була представлена пісочна анімація від М. Таїшевої, проводилися майстер-класи від молодіжного клубу практичної історії «Князь Чорний», «Середньовічне жіноче рукоділля» – від дизайнера жіночих капелюшків В. Свистун. Служба порятунку «SOS» запропонувала чернігівцям та гостям міста екстремальні розваги [5].

2018 року Чернігівський історичний музей імені В. В. Тарновського запросив учасників акції відвідати виставки експонатів, що традиційно зберігаються у фондах – «І. Репін у гостях В. Тарновського», «Національний скарб В. Тарновського», «Детективні історії про музей» тощо. Також працював окремо обладнаний павільйон у стилі «етно», де відвідувачам було презентовано виставки глиняної іграшки, народної ляльки, національного костюма. Чернігівцям не тільки розказували, а й показували історію танцю XIX століття, до чого долучилися представники Київської студії танцю «La Reverie». Для всіх шанувальників не тільки музеїв, а й театрів була запропонована вистава-репліка «Синій птах» М. Матерлінка у постановці акторів молодіжного театру «АмаТеа». Завершив цьогорічну акцію в історичному музеї концерт джазового гурту «Little dream» [11].

Військово-історичний музей традиційно запропонував виставки «Холодна зброя козацької доби в колекції В. Тарновського», «Іноземні нагороди XIX-XX століття»,

«Прапор бойовий», «На наших плечах Україна». З початком військового конфлікту на сході України та проведенням там антитерористичної операції, у рамках акції «Ніч у музеї» посилилася патріотична складова: проводяться майстер-класи з надання першої медичної допомоги, демонструються макети стрілецької зброї тощо. Гостями акції є учасники АТО, представники добровольчого корпусу «Азов» [5].

Проведення акції «Ніч у музеї» постійно супроводжується активним висвітленням у місцевих засобах масової інформації. Друковані й онлайн-видання, радіо та ТВ виступають дієвим засобом комунікації з суспільством та допомагають зацікавити громадян до відвідин музеїв. Дослідження доводять, що кількість відвідувань музейно-виставкової експозиції прямо залежна від висвітлення її в ЗМІ, демонстрації репортажів у телевізійному ефірі, випусків радіопередач, повідомлень у пресі [9, с.217]. Такий підхід використовує і Чернігівський історичний музей імені В. В. Тарновського. Зазвичай перед проведенням акції організовується прес-конференція за участю керівництва музею, анонсуються основні заходи і так звані «родзинки». Матеріали у ЗМІ дозволяють більшій кількості людей дізнатися про музейну акцію, а відтак кількість її відвідувачів щороку зростає, сягаючи в історичному музеї 2000-4000 тисяч учасників «музейної ночі» [10].

Таким чином, сучасні музеї у процесі трансформації та пошуку власного місця у культурному просторі пропонують відвідувачам новітні креативні форми комунікації. На прикладі Чернігівського історичного музею імені В. В. Тарновського можемо говорити про успішне проведення міжнародної акції «Ніч у музеї». Різноманітні заходи та виставки розраховані на людей різного віку та захоплень, а відтак дозволяють привабити наймолодших відвідувачів і молодь, а для старшого покоління – по-новому сприймати достатньо звичний музейний простір.

1. Вайдакер Ф. Загальна музеологія. Посібник /Ф.Вайдакер – Львів, 2005. – 628 с.

2. Гопенко І. Музей та засоби масової інформації /І.Гопенко // Музей на межі тисячоліть. – Дніпропетровськ, 1999. – 369 с; Москалець А.А. Музей і ЗМІ. З досвіду організації співпраці з мас-медіа Дніпропетровського історичного музею. // Роль музеїв у культурному просторі України і світу. Вип. 11. – Дніпропетровськ, 2009. – С. 565-573.

3. Григоренко М. Ніч музеїв у Гамбурзі: як це відбувається у Європі [Електронний ресурс] М. Григоренко – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unian.net/tourism/impression/10105370-noch-muzeev-v-gamburge-kak-eto-proishodit-v-evrope.html>

4. Ельфська Т. Перцептивні стратегії інтерактивування глядача на прикладі «Музейної ночі» [Електронний ресурс] Т. Ельфська – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://glierinstitute.org/ukr/digests/042/4.pdf>

5. Запрошуємо на «Ніч у музеї» [Електронний ресурс] – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.choim.org>

6. Капустіна Н. Деякі аспекти роботи з музейною аудиторією (з досвіду роботи Дніпропетровського історичного музею ім. Д.І. Яворницького)/Н.Капустіна //Сучасний музей: між скарбницею та підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. – Львів, 2008. – С. 99-102.

7. Маліков В. Взаємодія між музеєм і відвідувачем: британський досвід для розвитку музейної справи в Україні /В.Маліков //Вісник НТУ «ХПІ» – 2015. – №28 (1137). – С.48-55.

8. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку /Р.Маньковська //Краєзнавство. – 2013. – №3. – С.75-85.

9. Маньковська Р. Музеї України в інформаційному просторі: досвід та перспективи /Р.Маньковська // Історія України. Маловідомі імена, події, факти. Вип. 11. – К., 2000. – С. 214-221.

10. Музейна ніч Чернігівського історичного музею [Електронний ресурс] – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://val.ua/ru/80013.html>

11. Наближається «Ніч музеїв»: що підготували містянам музеї Чернігова [Елек-

тронний ресурс] – 2018. – Режим доступу до ресурсу: /<http://val.ua/uk/102650.html>.

12. Отрох Н. Інноватика у музейній педагогіці /Н.Отрох //Педагогічні науки. – 2013. – Вип.118. – С. 173-181.

13. Пучинець М. «Ніч у музеї» по-чернігівськи /М.Пучинець //Чернігівщина. – 19 травня. – 2016. – С.3

Ирина Синельник

Акция «Ночь в музее» как образец эффективной коммуникации с посетителями (на примере Черниговского исторического музея имени В. В. Тарновского)

В статье освещается относительно новая форма музейной коммуникации с посетителями – акция «Ночь в музее». Рассматриваются формы и методы деятельности музейного заведения в рамках этой акции по созданию успешного диалога с общественностью, результативное использование информационных технологий.

Ключевые слова: музей, музейная коммуникация, интерактивность, посетитель.

Iryna Synelnyk

The «Museum Night» action as an example of effective communication with visitors (on the example of the Chernihiv Historical Museum by V.V. Tarnovsky)

The article covers a relatively new form of museum communication with visitors – the action «Museum Night». The article deals with the forms and methods of activity of the museum institution within the framework of this action on successful dialogue with the public, effective use of information technologies.

Keywords: museum, museum communication, interactivity, visitor.

