

Форма № Н-9.02

Рівненський державний гуманітарний університет

Художньо-педагогічний факультет

Кафедра культурології та музеєзнавства

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття освітнього рівня « Магістр»

на тему:

**«КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ МУЗЕЮ
У СУЧАСНОМУ СВІТІ»**

Виконала: здобувач вищої освіти

II курсу, групи «МС-61»

галузі знань 02 «Культура»

спеціальності 027 «Музеєзнавство,

пам'яткознавство»

Толмачева Валентина Михайлівна

Керівник : канд. пед.наук., доц.

Тюска Валентина Борисівна

Рецензент: канд. пед. наук, доц., каф.

Власюк Олена Петрівна

Рівне - 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-МISTEЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МУЗЕЇВ.....	11
1.1 Етапи становлення музею як соціального та культурно-мистецького інституту.....	11
1.2 Теоретичні аспекти вивчення розвитку музейної справи.....	26
Висновки до розділу I.....	37
Розділ II. КУЛЬТУРНО-МISTEЦЬКА ПРАКТИКА МУЗЕЇВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	39
2.1 Роль та місце музею в сучасному культурно-мистецькому просторі.....	39
2.2 Значення музеїв як популяризатора культурної спадщини в Україні.....	47
Висновки до розділу II.....	62
Розділ III. КУЛЬТУРНО-МISTEЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ МУЗЕЮ У СИСТЕМІ КУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	65
3.1 Музейний комплекс у системі культурної діяльності України...	65
3.2 Збереження надбань музеїв як складова цивілізаційного розвитку суспільства.....	72
Висновки до розділу III.....	83
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена тим, що сучасні музеї посідають значну позицію в системі культури, залучаючи до участі в музейній діяльності різні категорії відвідувачів. Відображаючи культурні орієнтири суспільства, музей прагне широко взаємодіяти з публікою, виступаючи центром духовного і морального виховання, форпостом у справі вивчення, збереження, трансляції соціальної інформації та досвіду.

Глобалізація та інформатизація суспільства, інтенсивне формування розважально-дозвіллевої індустрії активно впливають на презентацію музейних практик, які в даний час пов'язані не тільки з процесами збереження і інтерпретації культурної спадщини, а й зі спробою вирішення актуальних проблем для сучасних відвідувачів.

Під час аналізу сучасної соціокультурної ситуації неможливо заперечувати складну взаємодію глобальних і локальних тенденцій, які проявляються у всіх сферах, в тому числі і в сфері культури.

Стрімкий розвиток природничих і точних наук, поглиблення уявлень про наукову картину світу, формування нових галузей гуманітарного, соціального, історичного, культурологічного знання, осмислення ролі техніки та інформації в сучасному світі, ускладнення соціальних форм організації науки на всіх рівнях, аж до глобального, формування комплексних міждисциплінарних галузей знань, понять, підходів, дисциплін, призвели до перебудови наукового простору. Місце в ньому музеєзнавства, як сформованої наукової дисципліни, ще не окреслено досить чітко.

Однак не можна не відзначити тих зрушень, які відбуваються в його становленні як самостійної галузі наукового знання. Зміни багато в чому обумовлені тією напруженою рефлексією, яка фіксується в соціальних і гуманітарних науках, зайнятих переосмисленням проблем різноманіття, різноплановості культур у зв'язку із зростанням динаміки культурних

процесів у світі, відмовою від універсалістських глобальних антиномій, створенням багатопольярної моделі світу.

Відбуваються кардинальні зміни в суспільстві і культурі, музеї в сучасному світі також переживають істотні трансформації.

Очевидно, що музейна діяльність набуває все більшого соціокультурне значення, зростає роль музеїв у збереженні та інтерпретації культурної спадщини, в складних процесах соціальної адаптації і культурної ідентифікації, освітньому процесі, організації дозвілля. Сучасні музеї «де-факто» стають центрами освіти, комунікації, культурної інформації і творчих інновацій.

Сучасна соціокультурна ситуація спонукає музеї до пошуку необхідності генерувати нові знання, ідеї, духовні цінності. З інституту, який фіксує досягнутий рівень суспільної свідомості, музей стає явищем культури, що надає цій свідомості поступальну динаміку. Не так давно якість музейних експозицій визначалася їх відповідністю традиційним науковим схемам, сфокусованим на музейних предметах і колекціях, а тепер музей бачить ціннісні орієнтири в новизні, оригінальності інтерпретації музейного зібрання, що створюють експозиції та виставки; культурно-освітні проекти стають результатом як наукового вивчення, так і індивідуального творчого пошуку. Це відбувається під впливом сучасної культурної і міжкультурної комунікації, що видозмінює музейне повідомлення з «декларації» і «монологу» в сферу «діалогу». Важливим стає різноманітність форм інтерпретації, акумульованої в музеї інформації, а не її однобічне трактування, що призвело до «вибуху» музейно-педагогічної активності і зростання ролі музейного проектування.

Однак поява різноманітних, в тому числі і віртуальних, музеїв, а також розвиток нових напрямів і форм музейної діяльності відбувається багато в чому стихійно, без усвідомлення глибинної єдності і зв'язку між їх різними проявами. Ситуація, коли практика випереджає теорію, може вважатися

нормальною тільки до певної межі. Сучасному музеєзнавству необхідно розуміння загальних закономірностей виникнення і трансформації музейної потреби і осмислення нової ролі музею в суспільстві і культурі. Це обумовлено, з одного боку, етапом становлення музеєзнавства як самостійної дисципліни, а з іншого, нагальними практичними завданнями.

При створенні концепцій сучасних музеїв недостатньо враховувати лише історичну і культурну значимість музейних об'єктів. Необхідно розуміння соціальних і культурно-історичних закономірностей еволюції музейної потреби, а також основ функціонування музею як соціокультурного феномену.

Культурно-комунікативний підхід і використання інноваційних технологій сприяли набуттю музеєм статусу культурно-дозвілєвого центру, не змінивши його історично сформований авторитет інституту, який займається збереженням, популяризацією та трансляцією соціальної пам'яті. Прагнення актуалізувати свій потенціал і ресурси, спонукає музей застосовувати на практиці соціально затребувані, інноваційні технології, неминуче призводить до модернізації музейної діяльності, а також гнучкої та своєчасної його адаптації до нової соціокультурної парадигми, моделі розуміння світу, відповідно потреб суспільного розвитку.

Однією з найважливіших галузей, значущою для втілення нового розуміння культурних і смислових характеристик сучасної музейної діяльності, є вивчення музейної комунікації, оскільки актуальні завдання сучасної культури потребують удосконалення механізмів взаємодії з суспільством, що, в свою чергу, позиціонує музей як поле соціокультурної комунікації, де відбувається спілкування відвідувачів із культурними артефактами, розвиток інтелектуальних і творчих здібностей. Комунікація стає важливим способом розширення меж музейної діяльності, діапазону соціальних і культурних функцій, розробки і реалізації певних програм і форм роботи з різними категоріями відвідувачів, використовуючи при цьому

інформаційні та інтерактивні технології, що дозволяє музею брати активну участь у культурному, політичному та соціально-економічному житті соціуму. Культурно-комунікативна складова дозволяє розглядати музей як своєрідний культурний простір, пристосований для задоволення соціокультурних потреб великого кола зацікавлених людей, залучаючи з цією метою сучасні матеріально-технічні засоби, сервіс додаткових дозвіллевих та розважальних послуг. Однак модифікація музейної діяльності, відвідування музею не розглядається певними соціальними групами в якості актуального і затребуваного способу проведення культурно-розважального дозвілля. Дана інформація говорить про те, що музей досі вважають консервативною ланкою в організації культури, яка не здатна видозмінюватися, використовувати сучасні інноваційні технології та комунікативні способи взаємодії, незважаючи на те, що навіть в Україні на даний момент існує і функціонує чимала кількість сучасних чи осучаснених музеїв і музейних комплексів.

Об'єкт дослідження: музей в сучасному світі.

Предмет дослідження: культурно-мистецький потенціал музею в сучасному світі.

Метою роботи є дослідження культурно-мистецького потенціалу музею в сучасному світі, перспектив розвитку і видозміни класичного музею згідно потреб сучасного суспільства.

Завдання роботи відображаються в постановці, обґрунтуванні і вирішенні передбачених метою дослідження:

- виявити сутність музею у сучасній соціокультурній ситуації;
- здійснити аналіз фахової літератури та джерельної бази з даного питання;
- дослідити етапи становлення музею як соціального, культурного і мистецького інституту;
- розкрити функції музею в житті суспільства;

- визначити типологію і класифікацію музеїв;
- проаналізувати роль і місце музею в сучасному культурно-мистецькому просторі;
- розкрити значення музею як популяризатора культурної спадщини в Україні.

Огляд досліджень та публікацій. Культура, в тому числі і її інститути, є важливими елементами в структурі суспільства. Культурно-аналітична тенденція, що виявляється в об'єктивістському напрямі соціології Е. Дюркгейма, працях М. Вебера, Г. Зіммеля, дозволяє розглядати в соціологічній інтерпретації роль культури, механізм її дії та феномени, що відносяться до цієї області. Так, Е. Дюркгейм [26, с. 56] розглядає культуру як вид нематеріальних соціальних фактів, сукупність яких становить соціальну реальність. Саме духовні елементи, до числа яких належить і музей, повинні перебувати в певній балансовій взаємодії з морфологічними або матеріальними фактами. На іншому підході заснована соціологічна конструкція М. Вебера [13], який вважав, що людина – культурна істота, а до вивчення суспільства необхідно підходити так само, як і до вивчення культурних продуктів, застосовуючи природно-наукові методи.

Культура, за Зиммелем [31, с.76], це особлива форма життєдіяльності людини, пов'язана з породженням нових форм і практик, творчим розумом і прагненням до ідеалів. Досліджуючи сучасну культуру, він зазначав, що за своєю суттю це «зріла» культура, яка містить у собі розмаїття культурних форм. Однак, незважаючи на це, для сучасного суспільства характерна невідповідність між «об'єктивними» і «суб'єктивними» аспектами культури.

Аналіз і осмислення потенціалу музею, побудова картини взаємодії акторів інтерактивного діалогу, що відбувається в культурно-експозиційному просторі музею, здійснювалися з опорою на концепції та ідеї Г. Блумера [10], Р. Линтона [44].

Концептуальні засади дослідження комунікацій із суспільством у музеї, їх вплив на духовне життя суспільства, а також зміни, пов'язані з механізмом трансляції соціокультурної інформації і досвіду, закладені в працях Д. Белла [7], Дж. Гелбрейта [18], Г. Лассуелл [41], А. Моля [52], Т. Парсонса [64], Е. Тоффлера [89].

Ознаки та основні риси комунікативної природи музею, механізм взаємозв'язку комунікації і культури знайшли відображення в працях Н. Лумана [47], що визначає комунікацію як елементарної операції культурної комунікації і Ю. Хабермаса [98], що констатує суспільство як соціальну систему, частиною якої є культура і її комунікативний простір.

Специфіку інтернет-комунікацій, які здобувають статус інноваційного спрямування в музейній практиці, розкривають у своїх роботах М. Кастельс [36], Р. Мертон [50].

Роботи В. Глузінського [19], Д. Портера [68], Ю. Ромедера [79], Т. Юреневої [103] присвячені проблемам та аналізу культурно-комунікативних процесів у музейному просторі, в якому відвідувач став розглядатися в якості рівноправного учасника діалогу, а не пасивного слухача або глядача.

Основні характеристики музею як соціокультурного феномену сучасного суспільства і транслятора культурних цінностей розкривають у своїх роботах Ж. Рів'єр [112] та О. Бенеш [37].

Методи дослідження. Основними методологічними засадами роботи є такі методи: *порівняльно-історичний метод* – дав змогу простежити всі етапи становлення музею як соціального інституту, маючи уявлення про події, що вплинули на його видозміни; за допомогою методу *мистецтвознавчого аналізу* проаналізовано музейні експозиції різних культур, різних етапів становлення; *прогностичний метод* використаний для аналізу накопиченого у минулому досвіду і формування припущень щодо культурно-мистецького потенціалу сучасного музею з метою його

визначення; *структурно-системний аналіз джерел* застосований для інтерпретації фактів і подій, теоретичного узагальнення.

Апробацію результатів дослідження здійснено у формі доповіді на конференції:

- Культурно-мистецький потенціал музею у сучасному світі. *Європейський культурний простір і українські перспективи: Програма XV Міжнар. наук. – практ. конф.*, м. Рівне, 14-15 листоп., 2019 р. / укл.: Виткалов С.В., Виткалов В.Г. Рівне: РДГУ, 2019. С.24.

Наукова новизна магістерської роботи полягає в тому, що в ній:

- виявлено сутність музею як закладу культури та його трансформацію у сучасних умовах;
- з'ясовано етапи становлення музею як соціального і культурно-мистецького інституту;
- здійснено припущення щодо тенденцій видозміни музею і його культурно-мистецький потенціал;
- представлено рівень цікавості сучасного музею для людей в наші дні;
- запропоновані способи вдосконалення форми діяльності музею для його відповідності потребам сучасного суспільства;

Практичне значення роботи. Результати дослідження сприятимуть поглибленню уявлень про перспективи видозміни музею як важливого культурного інституту; демонструють модель сучасного музею, цікавого сучасному суспільству. Вони можуть бути використані для подальших досліджень у галузі музеєзнавства, зокрема й для підготовки фахівців, відповідних сучасним соціальним потребам. Корисними вони будуть і для системи підвищення кваліфікації співробітників музейних установ.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел і додатків.

У вступі обґрунтовано актуальність теми, сформульовані мета і завдання роботи, об'єкт і предмет дослідження, вказуються вихідні

методологічні принципи та теоретична основа, формулюється наукова новизна та положення, які виносяться на захист, конкретизовано практичну цінність роботи, охарактеризовано структуру викладу матеріалу.

У першому розділі виявлено та розглянуто теоретичні аспекти розвитку сучасної музейної практики..

У другому розділі розкривається культурно-мистецька практика музеїв у сучасних умовах, з'ясовано роль та місце музею в сучасному культурно-мистецькому просторі.

Третій розділ розкриває культурно-мистецький потенціал сучасного українського музею.

Висновки узагальнюють матеріал проведеного дослідження.

Загальний обсяг роботи складає **94** сторінок, список використаної літератури містить **107** назв.

Розділ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МУЗЕЇВ.

1.1. Етапи становлення музею як соціального, культурного і мистецького інституту

Сучасний музей – концентроване втілення духовних концептів культури, її минулого і сьогодення. В музейному просторі відвідувач вступає в діалог з різними епохами, культурами, особистостями. Музейне зібрання – маленька модель світу, що допомагає людині орієнтуватися, адаптуватися в реальному світі, вирішувати проблеми. У ХХ столітті світ поринув у смугу «музейного буму», що виявляється в музеєфікації пам'яток історії та культури, природних об'єктів, відкритті нових музеїв, активізації раніше створених музеїв, активізації роботи з відвідувачами. Музей відіграє все більшу роль у вихованні та освіті людини. Вивченням усіх цих сторін діяльності музею займається наука «Музеєзнавство», або «Музеологія».

Музеєзнавство – досить нова дисципліна, що вивчає ставлення людини до дійсності і феномен музею, породжений цим ставленням; досліджує процеси збереження і трансляції соціально значимої інформації за допомогою музейних предметів, розвиток і напрями музейної діяльності.

Проблеми формування нової наукової дисципліни активно обговорювалися у ХХ ст. у міжвоєнний період. Музейна громадськість висловлювалася за виділення музеєзнавства зі складу інших гуманітарних та природничих дисциплін, активізацію підготовки власне музейних кадрів (міжнародна конференція з музейної справи в Мадриді в 1934 р.). Після Другої світової війни в рамках ООН та її організацій робляться спроби об'єднати сили всіх зацікавлених у цьому сторін. У 1946 р. у Парижі делегати з 14 країн, а також представники ООН, ЮНЕСКО, Міжнародного бюро музеїв створюють Міжнародну раду музеїв, що відіграла важливу роль у самоідентифікації музеєзнавства як самостійної дисципліни. На ХІ

Генеральній конференції Міжнародної ради музеїв у 1977 р. з ініціативи Я. Линека, директора Моравського музею (Брно, Чехословаччина), керівника ради 1971-1977 рр., створюється Міжнародний комітет із музеології (ICOFOM) – головна міжнародна платформа для дискусій про статус музеєзнавства. Ця організація з 1980 р. видає журнал «Museological Working Papers», який узагальнює досвід становлення нової дисципліни. Перший номер журналу має назву «Музеєзнавство – наука чи тільки практична музейна робота?» Ці організації докладали чимало зусиль, щоб за музеєзнавством був визнаний статус самостійної науки, що має свій предмет, методику тощо і здатної посісти важливе місце серед спеціальних дисциплін.

Поняття «музей» з'явилося в культурному побуті людини понад 2,5 тис. років тому, але на сучасному етапі його зміст кардинально змінився.

Відомо, що музеєзнавство, як наукова дисципліна, висунула ряд теорій виникнення музею, але проблема лишається невирішеною, оскільки методологічно вони часто виходили з ідеалістичних і абстрактних концепцій.

Так, прихильники **«суб'єктивно-естетичної» теорії** намагаються пояснити музей як збирання або накопичення музейних цінностей, яке диктується «вродженою» любов'ю до прекрасного. Відповідно до даної позиції музеї своїм виникненням зобов'язані не тільки прагненням людей оточувати себе предметами, що збуджують естетичні емоції, але і їх прагненням здійснювати освітню діяльність [88, с. 56].

«Біологічна» теорія приписує людині «колекціонерський» інстинкт, яким володіють не тільки люди, а й деякі види тварин, які тягнуть у свої нори блискучі раковини, камінчики та інші предмети. З цієї теорії випливає, що музеї виникли не в силу суспільних потреб, не в результаті історичного розвитку суспільства, а внаслідок природного інстинкту людей.

«Філологічна» теорія, яка є найбільш поширеною в зарубіжній літературі, зводить початок музейної справи у всіх країнах до однієї загальної прабатьківщини – античної Греції. Відповідно до цієї теорії, виникнення і

існування музеїв у різних країнах є бажанням повторити або відтворити античний зразок, храм муз – «музеум». І в цьому випадку проблема походження музеїв взагалі не розкрита, оскільки не зовсім зрозумілою залишалася причина появи самих античних музеумів.

Розгляд питання зводився фактично до пояснення походження і тлумачення терміну. Однак і тут спостерігаємо прагнення систематизувати людський досвід і надати йому динаміки розвитку в освітньому напрямі [30].

Ретроспективний аналіз існування музею і його взаємодії з суспільством і культурою вказує на пріоритет соціальної теорії його походження. Вона пов'язана з осмисленням причин виникнення музею, до яких слід віднести соціокультурні чинники, потреби суспільства і культури в збереженні і використанні матеріальних об'єктів, свідомств цього розвитку. Тут освітні завдання вже відіграють основну роль соціокультурного інституту, а саме утворювати і виховувати.

У сучасному вигляді музей – це досить молодий соціокультурний інститут. Щоб зрозуміти сутність даної дефініції, необхідно звернутися до етапів становлення музею.

Сутнісні характеристики музею змінювалися від етапу до етапу.

Перший етап (IV ст. до н. е. – XIV ст. н. е.) – (період протомузейних колекцій) виник на тлі традиції збирання різних предметів культури і природи в давньогрецьких храмах і музеях. Переважну частину серед них на даному початковому етапі складала індивідуальні підношення.

Іншу частину давньогрецьких храмових зборів становили військові трофеї, що приносилися переможцями в дар богам як подяку за успішні військові операції. В складі трофеїв часто були присутні предмети, пов'язані з життям і культурою «чужих» народів, а також зразки екзотичної природи [12].

Аристотель зауважував, що людині, де б вона не жила і до якого б класу не належала, властиво почуття власника, їй приємно думати про речі,

що вони належать саме їй, а не комусь. Про давність приватного колекціонування говорять численні знахідки скарбів археологами. Вже в давнину чимало приватних зібрань здобували популярність: наприклад, колекція правителів Пергамського царства Аталлідів (241-197 р. до н. е.).

Соціальне побутування зібрань мало яскраво виражений прагматичний характер: колекції виконували сакральну і репрезентативну функції. Вони використовувалися в богослужінні, оформленні інтер'єрів і зовнішнього вигляду храмів. Широко використовувалися своєрідні «постійні» експозиції з храмових зборів, що відображали військові і політичні події життя полісу.

На початковому етапі збирання та соціального побутування в римській культурі існував чітко виражений зв'язок із грецькою традицією.

У римській культурі відбувалося зростання в храмових зібраннях частини предметів, пов'язаних із природою та культурою завойованих країн. Виставлені на загальний огляд, вони сприяли пробудженню в людях допитливості.

Збиральництво в галузі художньої культури в Стародавньому Римі поступово отримує риси, пов'язані з індивідуальністю власника, його особистим смаком, уподобаннями, схильностями, соціальним становищем, тобто служить його соціальній презентації. Колекції набувають самостійну, у ставленні до їх первісної функції, семантику, яка все більше співвідноситься із соціальним портретом власника [87].

Велика кількість приватних колекцій була в Стародавньому Римі. Особливо після завоювання Греції в Рим потекли грецькі цінності: статуї та інші твори мистецтва. Тоді ж почалося активне виробництво копій: багато грецьких творів мистецтва дійшли до наших днів саме в римських копіях. Причому, не завжди можна бути впевненим, що це точна копія, а не створений на основі оригіналу самостійний твір.

У Римі ж з'явилися і перші приватні колекції, відкриті для публічного відвідування. Наприклад, знаменита Тибуртинська вілла імператора Адріана

(117-138 р.). Правда, для її огляду існувало одне обмеження: відвідувачами могли бути тільки римські громадяни. Пізніше практика показу імператорських колекцій зберігалася у Візантії.

Другий етап (XV – XVI ст.) – (період виникнення музею як соціокультурного інституту) збігся з умовами глибокого інтересу до античної спадщини як еталону та високого ідеалу. Суттєвими факторами, що стимулювали виникнення музеїв, були також Великі географічні відкриття, що познайомили європейців з іншими культурами і екзотичною природою. Нарешті, музейні зібрання стають затребуваними, розвиваються в раціональному ключі.

Перші музеї виникли на базі приватних зібрань світських і духовних правителів. Найбільш значні з них поклали початок формуванню найбільших художніх зібрань Європи [91].

Виникає концепція палацового музею, яка передбачала формування образу правителя, що відповідав гуманістичним ідеалам культури Відродження.

Головним девізом стає «Зброя і освіченість», який символізував з'єднання хоробрості правителя у воєнний час із «високим дозвіллям», тобто інтелектуальною працею в мирних умовах. «Високе дозвілля» припускало знайомство зі світом навколишньої природи, сучасною і древньою культурою.

Акцент на культурі античності, як високому ідеалі, найбільш яскраво виражений у збиральній діяльності правителів Італії та Франції, і сприяв створенню в цих країнах високих зразків сучасного (тогочасного) мистецтва, що ставали предметами музейного колекціонування. Перші палацові зібрання цих країн являли собою приватні музеї, що включали античне і сучасне мистецтво (живопис, скульптуру), а також природний («натурний») матеріал. У палацових музеях ряду правителів династії Габсбургів, а також в англійських королівських зібраннях провідною тенденцією презентації правителя була ідея прославлення військової могутності країни і військової

доблесті. Тому в складі колекцій приватних палацових музеїв цих країн переважали експонати, пов'язані з війною (зброя, портрети видатних воєначальників тощо). Такі зібрання (кімнати зброї, пантеон слави, колекції військової зброї) заклали основи для виникнення згодом специфічних військових музеїв [62].

Історію сучасного музею прийнято починати з Стародавньої Греції, від грецьких мусейонів – храмових комплексів, присвячених музам. Хоча грецький мусейон мав мало спільного як соціальний феномен із сучасним музеєм, адже це був храм, оточений священним гаєм. На честь муз раз у п'ять років там влаштовувалися загально-грецькі святкування, на яких змагалися поети, співаки, музиканти, танцюристи тощо. Єдине, що ріднило тодішній мусейон із нинішнім музеєм, – це те, що грецькі храми, як і сучасні музеї, були місцем, де збиралися певні цінності.

Мусейони іноді, як і інші храми, влаштовували демонстрацію своїх цінностей (власне, споглядання статуй богів і героїв було доступно кожному, хто відвідав храм).

Один із найвідоміших мусейонів давнини – Олександрійський, створений сподвижником Олександра Македонського, у 304 р. до н. е., який оголосив себе фараоном Єгипту Птолемеєм Сотерем. Сам творець і його нащадки не шкодували сил і часу для поповнення цього зібрання. «Родзинкою» колекції і предметом особливих турбот царських власників стала колекція рукописів (знаменита Олександрійська бібліотека). Птолемеї II купив для неї бібліотеку Аристотеля. Птолемеї III Евергет скуповував рідкості для свого зібрання, не рахуючи витрат. Якщо ж гроші не допомагали, то в хід йшли інші методи. Так, не зумівши купити в Афіні рукописи, що цікавили його, Птолемеї III, «випросив» їх для переписування.

Державні примірники текстів трагедій Есхіла, Софокла, Евріпіда були передані для зняття копій під заставу. Сума застави за тих часів була астрономічною – 15 талантів. Афіняни не вірили, що хтось може знехтувати

такими грошима, але Птоломей Эвергет так і не повернув їм рукописи. При своїх радниках він не приховував радості, що так вправно провів афінян, отримавши те, що хотів. У мусейоні, окрім знаменитої бібліотеки, були обсерваторія, ботанічний і зоологічний сади, механічні майстерні, збори шкур і опудал екзотичних тварин, зал для занять філософією. В Олександрійському мусейоні працювали відомі вчені стародавнього світу.

Формуванню сучасного музею передувало також і приватне колекціонування.

Систематичне колекціонування починається в епоху Відродження. Початок процесу секуляризації свідомості в Європі відноситься до епохи «дученто» (XIII ст.). Але повною мірою результати секуляризації починають позначатися в XIV – XV ст. Найголовніше з них – втрата віри в авторитет.

Скептицизм і раціоналізм – відмінні риси що зароджувалася в культурі Нового часу. Прагнення перевірити вже відоме, дізнатися, як все було насправді, відрізняли людину того часу. Початок епохи географічних відкриттів призвів до відкриття світу, який не вписувався в традиційні уявлення, що стимулювало розвиток науки. Розвиток наук не був рівномірним: активніше розвивалася техніка, природничі науки. Це відбивалося і на приватному колекціонуванні: з'явилися кабінети натураліїв, камери раритетів, кунсткамери і вундеркамери.

Збільшенню числа колекцій та поповненню вже існуючих сприяла і військова активність європейських держав. Хрестові походи сприяли притоку в Європу східних рідкостей, так і військові зіткнення Нового часу сприяли вивезенню цінностей до Європи з Азії, Африки, Америки.

Власне, з давніх часів колекціонування в основному вирішувало певні завдання: накопичення цінностей, які можна реалізувати – гроші, коштовності і т.п. (Їх історична або художня цінність не грали в даному випадку великого значення, це були запаси на «чорний день»). Цей вид колекціонування не має прямого відношення до історії музейної справи, бо

сучасні музеї не передбачають реалізацію своїх колекцій і не розглядають їх як джерела коштів. Інші види колекціонування – релігійне і генеалогічне, сформувавшись у стародавньому світі, перейшло потім у християнський епос. Вони сприяли створенню колекцій, які згодом часто перетворювалися в музеї (в сучасному розумінні цього слова).

У середні віки в основному продовжували розвиватися старі види колекціонування, в тому числі релігійне і генеалогічне. Місцем скупчення релігійних колекцій як і раніше були храми. Звичайно, відбулася зміна релігії: на зміну язичництва (античному римському, варварському) в Європу та частини Азії та Африки прийшло християнство. Проте суть такого збирання залишилася колишньою: мощі та речі святих і Христа і ін. реліквії, старовинні книги і рукописи. Публічна демонстрація передбачалася лише під час релігійних свят, процесій. і зазвичай лише тому, що реліквія мала чудотворну силу.

У середні віки, античність була цікава лише з точки зору пошуків «предтеч» християнства: Платон, Аристотель, Вергілій і т. п., інші пласти античної культури не тільки ігнорувалися як «поганські», але часто і піддавалися знищенню. Самостійної цінності антична культура для середньовічної людини не мала.

До Відродження античність ніколи не служила зразком для створення власних творів. Відродження ж по-новому осмислювало античність, сприймало її як еталонну культуру, займалося пошуком античних старожитностей. Останнє стимулювало розвиток археології і прагнення до охорони пам'яток старовини. У 1471 р. папа Сикст IV, створює Капітолійський музей. У 1506 р. папа Юлій II, побудував в Бельведері спеціальний двір для античних статуй. В Європі з'являється професія торговця старожитностями та раритетами. Практично будь-який правитель тримав при дворі людей, які допомагали йому у формуванні особистого зібрання. Пошук і вивезення цінностей прийняли такий широкий розмах, що

Римські папи, хоча і були християнами, змушені були приймати заходи, запобігання розграбуванню Італії. Папські Укази забороняли вивезення античних цінностей Риму та його околиць. Це, мабуть, перші спроби охорони культурного надбання в Європі [83].

Відродження сприяло накопиченню інформації та систематизації джерел із різних галузей знань. Відбувається формування визначальних для розвитку музейної справи ідей:

- 1) уявлення про історію культури як про процес;
- 2) відрив показаного явища від реального буття з допомогою особливого роду архітектурного середовища;
- 3) розуміння цієї діяльності як акту збереження зникаючого минулого.

Приватні колекції того періоду часто набували публічної популярності, служили предметом гордості не тільки їхніх власників, але і їх співгромадян. Тоді ж формується уявлення, що втрата такої колекції, в тому числі її продаж, схожа на національну катастрофу.

Третій етап (кінець XVII - XVIII ст.) – починає здійснюватися нова місія музею як соціального інституту, пов'язана з використанням колекцій, раціональним знанням, що стрімко розвивається і, перш за все, найбільш активною його сферою – природною, або натуральною історією.

Концепція музею, а також основні напрями його діяльності будуються відповідно наукової парадигми.

Перші музеї натуральної, або природної історії були комплексними за своїм складом, що відповідало стану і структурі науки.

У рамках натуральної історії наприкінці XVIII – початку XIX ст. активізуються процес диференціації та становлення ряду самостійних наук, спеціалізованих на вивченні окремих природних феноменів. Нові дисципліни забирають із музеїв натуральної історії профільні колекції: на зміну музеїв натуральної історії в XIX ст. приходять профільний музей.

У XVIII столітті доступність музею тільки для обраної та освіченої публіки була офіційною позицією більшості відомих музеїв. Так, Британський музей (існує з 1753 р., відкритий для публіки з 1759 р. працював по понеділках, середах і п'ятницях з 10.00 до 16. 00, закриваючи свої двері у святкові та вихідні дні. Спочатку у день пускали не більше 60 осіб. До 1808 р. кількість відвідувачів зросла вдвічі, тоді група екскурсантів мала норму – 15 осіб. Робилося це для того, щоб (так свідчила одна з інструкцій доглядачам 1836 р.) «не допускати до відвідування матросів з кораблів і дівчат, яких вони можуть з собою привести». Щодня пускати відвідувачів в Британський музей стали тільки в 1879 р.

У XVIII ст. з'являються нові профільні групи і підгрупи музеїв. Так, у 1738 – 1748 рр. у Неаполі відкривається перший Археологічний музей на місцях розкопок Геркуланума і Помпеї. Сенсацію створили розкопки і Р. Шлімана, суперечки навколо якого не вщухають досі.

У XVIII ст. починають будувати спеціальні музейні будівлі. Першою спеціалізованою музейною будівлею в Німеччині стала картинна галерея Сан-Сусі за проектом Брюїнга, побудована в 1755-1763 рр. Саме наприкінці XVIII ст. ст. будівлі для зберігання і представлення колекцій стали називати «музеями».

Рух за відкриття музеїв для широкої публіки починає формуватися під впливом ідей Просвітництва. Просвітителі одними з перших відзначили роль музею як освітнього закладу, здатного передавати соціально значущу інформацію. Французька революція, що проходила під гаслами Освіти, намагаючись втілити їх на практиці, вперше здійснила націоналізацію найбільших зібрань, насамперед тих, що належали королівській родині, їх музеєфікацію та відкриття для публіки. У 1791 р. публічним став найбільший музей Франції – Лувр.

Що стосується тих країн Європи, в яких збереглися легітимні режими, то наприкінці XVIII – XIX ст. їх національні музеї продовжували в

основному проводити політику обмеження доступу відвідувачів, орієнтуючись тільки на освічену публіку. Але розуміння важливості музею як засобу трансляції соціально значимої інформації, тим не менш, сприяло зрушенню в суспільній свідомості, формуючи музейну потребу, хоча б у вузького прошарку населення. «Аристократизм» публічної політики музеїв мав і позитивні сторони: серед освіченої публіки досить поширеною стає практика передачі приватних колекцій у власність національних музеїв. В 1814-1815 рр. кошти на поповнення колекції виділив і парламент: на них купили колекцію шедеврів античного пластичного мистецтва, виконану під керівництвом Фідія. Колекція шедеврів афінського Парфенона була куплена на кошти приватних пожертвувань у 1816 р. лорда Ельджина. Саме ці колекції вже на початку ХІХ ст. принесли всесвітню славу Британському музею.

У 1823-1847 рр. для Британського музею збудували спеціальну будівлю за проектом Р. Смайка. При цьому колекції в 1845 р. переведено у нову будівлю на Кромвель-стріт у Кенсінгтоні.

Велике значення для становлення музеєзнавства, відіграв процес поширення європейського романтизму як руху. В Європі почалася організація національних музеїв: у 1802 р. на основі приватних колекцій створюється Угорський національний музей в Будапешті (в 1896 р. перетворений в Будапештський музей образотворчих мистецтв), 1818 р. – Національний музей у Празі, в 1828 р. – Старий музей в Берліні.

У 1819 р. створюється музей Прадо в Іспанії, будівля для нього була здійснена за проектом Хуана де Вільянуво. У 1824 р. на основі колекцій, подарованих, заповіданих і закуплених у приватних осіб, відкривається Національна галерея Великобританії. У 1837 р. засновано Державний музей Нідерландів – найстаріша музейна установа цієї країни [91].

Змінюється політика музеїв. Європа переживає «музейний бум», головною рисою якого стає рух за відкриття музеїв для широкої публіки і

припинення ділення відвідувачів на бажаних і небажаних. У 1807 р. в Данії засновується Королівська комісія, яка починає роботу зі створення Національного музею старожитностей.

Для публіки музей був відкритий в 1819 р. Діяльність музею формувала **нові принципи наукової, експозиційної роботи та роботи з відвідувачем.**

По-перше, музей володів величезною археологічною колекцією. Спроби представити цю колекцію в експозиції музею наштотували Ведель-Сімонсена у 1813 р. на ідею уявити первісне минуле людства, яке складається з трьох віків: кам'яного, бронзового і залізного.

Періодизація первісного суспільства народилася саме так, і використовується нині, її критерій – зміна матеріалу, використовуваного при виготовленні знарядь виробництва. Дана періодизація лягла в основу систематизації археологічного матеріалу. Таким чином, **другою особливістю** Національного музею старожитностей було те, що він був першим у світі систематичним археологічним музеєм. **Третя особливість** – політика щодо відвідувача. Вона була не елітарною. Зберігач музею Томсен, створив перші інструкції для своїх колег, орієнтував їх на роботу «з селянами». Причини того прозаїчні: саме селяни під час польових робіт можуть знайти цікаві музей предмети, а значить, потім передати або продати їх у зібрання [43].

Одна з найбільш активно розвиваючих профільних груп музеїв у II половині XIX століття – технічні музеї. Перший технічний музей був відкритий ще у 1793 р. у Парижі – **Консерваторії мистецтв і ремесл.**

У 1851 р. пройшла Лондонська Всесвітня виставка, розгорнута в Кришталевому палаці – першій будівлі зі скла і металу в Європі.

Ідея виставки зародилася ще в 1833 р. у Франції. Але втілилася вона тільки через 18 років по іншу сторону Ла-Маншу. Девіз Першої Всесвітньої виставки – «Нехай всі народи працюють спільно над великою справою – удосконаленням людства». На ній представлені, насамперед, досягнення

сучасної техніки. На основі експонатів цієї виставки в 1857 р. створюється Кенсінгтонський музей. З того часу подібні заходи стали постійним явищем, хоча і без певної періодичності.

Музей Ешмола – музей мистецтва та археології – найстаріший загальнодоступний музей у Великобританії. Це одна з чотирьох музейних установ, що діють при Оксфордському університеті. Нинішню будівлю музею зведено в 1841-1845 рр. у стилі пізнього класицизму (архітектор Ч. Р. Кокерелл). Музей відкрився в 1683 р. у компактному будинку, спроектованому одним з учнів Крістофера Рена спеціально для зберігання рідкостей, заповіданих університету Еліасом Ешмолем (1617-1692 рр.). Ешмолівську колекцію збирав зовсім не Ешмол, а його товариш Джон Традескант (1608-1652 рр.) та його батько. Протягом 150 років Ешмолівський музей залишався осередком оксфордських досліджень у галузі природничих наук, але в XIX столітті колекції перерозподілені між чотирма оксфордськими музеями. В стару будівлю в'їхав Музей історії науки, а, власне, Ешмолівський музей перепрофільований у бік археології та мистецтва.

Дрезденська картинна галерея. Як і в багатьох монарших резиденціях, початок всесвітньо відомого зібрання покладено заснованою в 1560 році Кунсткамерою де поряд із природними феноменами, виробами ручної праці і різного роду диковинками виставлялися полотна італійських і фламандських майстрів живопису. Саксонський курфюрст Август II Сильний розумів реальну ціну картин і вилучив із Кунсткамери найдорожчі твори. У 1722 році відбулася інвентаризація колекції, її було виставлено на огляд придворній знаті в перебудованому приміщенні королівської стайні. Однак, незважаючи на працю Августа II Сильного, дрезденська колекція отримала всесвітнє визнання лише в 1733 році, під час правління сина Августа II, і саксонського курфюрста Августа III. Він, як і його батько, займався пошуками справжніх шедеврів живопису: в 1741 році придбав 268 полотен із

зібрання Валленштейна, Яна Вермеєра Делфтського. Трохи пізніше придбані численні роботи з королівської галереї в Празі, а в 1745 рік - сто кращих картин із резиденції герцога Франческо Моденського в Дрездені, серед яких роботи Корреджо, Веласкеса, Тиціана [80].

Вперше двері Лувру були відкриті для публіки 8 листопада 1793 року, під час Французької революції. При Першій імперії він іменувався музеєм Наполеона. На початку свого існування Лувр поповнював фонди за рахунок королівських колекцій, зібраних свого часу Франциском I (італійські полотна) і Людовиком XIV (найбільше придбання – 200 полотен банкіра Еверара Жабак (фр. Еверхард Jabach). На момент заснування музею королівська колекція налічувала 2500 полотен. Поступово до зібрання музею були передані найбільш цінні картини королівської колекції. Величезна кількість скульптур прийшли з музею французької скульптури і після численних конфіскацій майна в період Революції. В період наполеонівських воєн із подачі першого директора музею, барона Денона, Луврська колекція поповнювалася військовими трофеями, тоді ж до музею потрапляють археологічні знахідки з Єгипту і Близького Сходу. Протягом XIX- XX століть колекція музею поповнена в результаті безлічі придбань і дарів, в тому числі останньої – колекції Едмунда Ротшильда.

У профільному музеї створюються виключно сприятливі умови для формування теоретичних основ і методики роботи з колекціями. Формується в загальних рисах музеєзнавство як допоміжна, або прикладна дисципліна, яка обслуговує предметні знання.

У літературі іноді з'являється термін «профільне», або «прикладне музеєзнавство». Разом із тим багато його положень у сфері теорії комплектування, наукового опису, атрибутування предметів активно використовуються в таких сферах пізнання як історія, етнографія і т. д., тобто лягають в основу методології музейної науки [51].

Четвертий етап (кінець XVII - XX ст.) – пов'язаний з активним освоєнням нової галузі соціальної практики – сферою освіти.

Реалізація нової соціальної функції привела до виникнення навчального музею. Протягом півтора століття єдиним видом навчального музею був університетський музей.

Концепція університетського музею, а також основні напрями його діяльності невдовзі лягли в основу теорії і практики всіх видів навчальних музеїв, що виникали в XIX-XX ст. [66].

Подальший розвиток освітньої місії музею знайшов відображення у використанні музею реформування шкільної освіти. Типологія навчальних музеїв поповнилася двома новими видами – шкільними та дитячими музеями.

Навчальні музеї стимулювали становлення і розвиток музейної педагогіки, що використовувала в своєму інструментарії методи суспільних наук, в тому числі педагогіки та психології.

У шістдесяті роки XX століття з'являються нові погляди на музей, де концепції освіти і виховання відводиться важлива роль. Цьому сприяли як зміна політичної ситуації в цілому, так і вступ радянських музейних організацій в 1957 році до Міжнародної ради музеїв, який вивів дефініцію: «Музей - постійна некомерційна установа, покликана служити суспільству і сприяти його розвитку, доступна широкому загалу, що займається придбанням, зберіганням, дослідженням, популяризацією і експонуванням матеріальних свідчень про людину та середовище її проживання з метою вивчення, освіти, а також задоволення духовних потреб» [90].

Сформований статус сучасного музею пройшов тривалий шлях розвитку, але розбіжності відносно обґрунтованості та важливості складових його елементів, тим не менш, існують. Однак більшість дослідників визначають музей як соціальний інститут через функції які він виконує. Згідно дефініції М.Є. Каулом і Є.В. Мавлеєва «музей - це історично обумовлений багатофункціональний інститут соціальної пам'яті, за

допомогою якого реалізується суспільна потреба у відборі, збереженні та репрезентації специфічної групи природних і культурних об'єктів, усвідомлених суспільством як цінність, що підлягає вилученню з середовища побутування і передачі з покоління в покоління, - музейних предметів. » [90]. В «музейній енциклопедії», ми знаходимо таке визначення, яке, на наш погляд, є найбільш прийнятним для нашого подальшого розгляду поняття «музей»:

Найбільш універсальним залишається погляд на музей як на вираз особливого ставлення людини до дійсності, що реалізується в збереженні культурної і природної спадщини і використання його в наукових і освітніх цілях [90]. Стаття 1 Закону України «Про музеї та музейну справу» визначає музей, як «науково-дослідний та культурно-освітній заклад, створений для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини» [62].

Досліджуючи етапи становлення музею як соціального та культурного інституту зазначено, що музей пройшов тривалий шлях становлення та розвитку. Відбувався він у чотири етапи, кожен з яких сприяв формуванню сучасного музею.

1.2 Теоретичні аспекти вивчення розвитку музейної справи

Сьогодні слід визнати очевидним той факт, що соціум класичного типу, вихований християнством, Просвітою, класичним науковим мисленням, науково-технічним прогресом, вже став «історією». Люди живуть в іншому світі, потребують інших назв та інших теоретичних інтерпретацій.

Ситуація постсучасності характеризується ще й тим, що авторитети і постулати хоча і не руйнуються повністю, але плюралізуються. Нове покоління вірить, що «гранд-наративи» знищені назавжди, що тоталітарні

амбіції держав або інших інститутів, як і поширюваних ними ідеологій і міфологій, пішли в минуле. Соціальному світу притаманні такі атрибуції як різноманітність, пластичність, неоднозначність, змінюваність, складність, парадоксальність. Соціальні, ментальні та культурні зрушення, зумовлені глобалізацією, передбачають необхідність переосмислення змісту і векторів розвитку функцій сучасного музею. Музеї в глобальному світі, відповідаючи на виклики XXI століття, покликані залишатися територією стабільності, транслювати і зберігати культурну спадщину, формувати культурну поведінку людини і визначати сталий розвиток суспільства. Ця місія здійсненна при активній соціальній позиції музею і модернізації всіх напрямків і форм його діяльності.

Як у буденній свідомості, так і в дослідницькому полі музеології закріпилося трактування музею як сховища предметів, акумулюючих ретроспективну інформацію в артефактах, вилучених із навколишнього середовища, і зберігаючих пам'ять про минуле для майбутніх поколінь. Ці уявлення є стійкою культурною традицією та загальноприйнятою в науці точкою зору. Однак роль музею у збереженні та трансляції історичної пам'яті, в інституалізації соціальної пам'яті, залишається в центрі уваги сучасних дослідників. На думку Андреаса Гюйссейна [55, с. 36–51], музей – це єдина інституція, котра є мнемонічним простором, здатним дати відвідувачу істинне переживання реальності в епоху електронних ЗМІ та віртуальних просторів і тим самим врятувати його від амнезії. Цю можливість забезпечує музейний предмет, який розглядається Гюйссеном як «історичний ієрогліф, а не тривіальна інформація; його прочитання – акт пам'яті, сама його матеріальність обґрунтовує історичну дистанційованість».

У цій ситуації музею необхідно встановити поділ між власною місією і популізмом менеджменту, що прирівнює відвідувача до покупця. Музеї повинні пропонувати і просувати експозиції та виставки, мета яких показати і розмірковувати, а не продати.

У зв'язку з цим можемо стверджувати, що функція соціальної рефлексії не тільки тісно пов'язана з функцією соціальної пам'яті музею, але і логічно впливає з неї,

У музеї збережена, упорядкована і науково осмислена інформація про минуле, відтворювана в різних візуальних і вербальних формах.

Теоретики і практики багато розмірковують над перспективами музею, як соціального інституту в структурі суспільства ХХІ століття. Накопичилася чимала кількість літератури в нашій країні і за кордоном, присвячена проблемі визначення соціальних функцій музею, його суспільному призначенню. З середини 1960-х років у музеєзнавстві формується науковий напрям, що інтерпретує музей як соціальний інститут, що виконує в суспільстві певні функції. Початок дослідженням поклали роботи А. М. Разгона [73-75]. Ним визначені **чотири основні функції**:

- 1) документування історичного процесу;
- 2) функція збереження артефактів;
- 3) науково-дослідна;
- 4) освітньо-виховна.

Функціональний аналіз діяльності музею дозволяв чітко виявити його суспільне призначення, місце в системі установ науки, культури і освіти і тим самим визначити специфіку музею. Завдяки цьому створилися обґрунтовані програми, націлені на посилення ролі музею в суспільному житті, визначилися шляхи подальшого розвитку музейної справи. В науковому середовищі функціональний підхід дебатувався у декількох аспектах:

- 1) число музейних функцій;
- 2) характеристика кожної функції і перспективи її розвитку;
- 3) органічність окремих функцій музею.

Окрім ряду опублікованих статей на цю тему, значний інтерес являє дискусійний матеріал у збірнику наукових праць «На шляху до музею ХХІ століття». Наукові співробітники відділу музеєзнавства представили

широкий спектр думок із зазначеної проблеми [93, с. 187-189.]. Спираючись на базову модель, запропоновану А. М. Разгоном, Д. А. Равікович доповнила її функцією організації вільного часу, вбачаючи в цьому соціальне замовлення з боку суспільства. Таким чином, створювалася теоретична основа для включення в арсенал музейних засобів нових форм діяльності, раніше не властивих музею, але здатних значно розширити його аудиторію [68, с. 191-194.].

А. Н. Дьячков і В. Ю. Дукельский вбачали основну соціальну функцію музею в задоволенні інтересу до пам'ятників культури, культурних запитів людини. Питання про функції - це розуміння музею в його соціокультурному контексті. Неможливо на базі емпіричного досвіду виявити функції музею, необхідно вивчати форми взаємодії музею з суспільством, різними соціальними групами і окремими людьми [35].

Дискусія в цілому підтвердила значущість функціонального аналізу для розуміння ролі і місця музею в суспільстві, а також визначення шляхів його подальшого розвитку. Динаміка соціальних функцій музеїв в історичній перспективі розглядалася А. Б. Заксом. Аналізуючи пріоритетність тих чи інших функцій в конкретні періоди радянської історії, автор аргументовано довела, що вона залежала не тільки від суспільних потреб і запитів, а й значною мірою визначалася політикою директивних органів, що включали музей в русло ідеологічної роботи [68, с. 51-62.]. В останні роки закордонне і вітчизняне музеєзнавство традиційно виділяє дві основні соціальні функції музею – документування і освітньо-виховну.

Функція документування реалізується через відображення процесів розвитку природи і суспільства за допомогою збору та збереження специфічних документів музейних предметів. Ця функція пов'язана з обов'язковим зберіганням музейних джерел, тобто з охоронною функцією.

Освітньо-виховна функція реалізується через використання інформаційних та експресивних властивостей музейних предметів для задоволення пізнавальних, культурних та інших потреб суспільства.

Однак у зв'язку з затвердженням комунікаційного підходу в музеєзнавстві з'явилась тенденція визначити третю і основну функцію музею - *комунікаційну* [96, с. 24.]. Під комунікаційною розуміють функцію задоволення духовних потреб людей в спілкуванні з культурною спадщиною, з іншими епохами та культурами, а також з іншими людьми. Сьогодні існує точка зору, відповідно до якої музей здатний відіграти важливу роль у подоланні прогнозованої комунікаційної кризи, сприяти відновленню взаєморозуміння між поколіннями, культурами, конфесіями, допомогти знайти власне місце в історії людства.

Похідною від комунікаційної можна вважати *репрезентативну* функцію музею, що представляє історію і культуру людської спільноти іншим спільнотам. Музей, скарбниця громадської людської пам'яті, в усі періоди існування суспільства служив йому джерелом, який поповнював духовні сили, зберігав колективну пам'ять, збагачував і розвивав інтелект нації. У переломні періоди, пережиті суспільством, роль музею багаторазово зростала і ставала комплексною, охоплюючи сферу не тільки духовного життя, а й істотно впливаючи на економіку і соціальне життя суспільства [85]. У XXI столітті наше суспільство переживало саме такий складний період своєї історії. Зміна формацій, цінностей і пріоритетів, що почали процес зміни менталітету сучасної людини, поставили музеї в унікальне становище: з одного боку, що знаходиться у важких економічних умовах – українцям немає діла до існування багатьох музеїв, адже вони мають думати про задоволення основних потреб своєї сім'ї та своїх, з іншого боку, музеї залишилися чи не єдиним острівцем духовного чистоти і надії на відродження. Парадокс того часу полягає в тому, що попит на музейну продукцію зростає, причому і цей попит, і очікування публіки носять новий

для співробітників характер. У цих умовах потреба суспільства саме в даному, конкретному музеї безпосередньо залежить від рівня колективного розуміння змін, що відбуваються і від якості реалізації їм соціальних функцій. Проблеми визначення спектру соціальних функцій музею вийшли з розряду інтуїтивно-практичних у розряд науково-практичних. Вони вимагають наукового осмислення – і з точки зору сучасного суспільствознавства, і з точки зору сучасного музеєзнавства [111].

Музеї XXI століття прагнуть бути більш ніж сховищем цінних об'єктів. Вони є соціальними центрами для громади, що надає розваги та сімейні заходи, вони є віддаленими від хаотичного світу, в якому живемо, і це культурний досвід, де відвідувач може бути пасивним або активним учасником [32]. Ще незважаючи на багатофункціональний і популістський підхід сучасних музеїв, більшість відвідувачів все ще очікують дізнатися щось нове; вони сподіваються збільшити свій культурний капітал і заповнити свої прогалини у знаннях.

У 1970 році Філіп Тіхенор, Джордж Донохью та Кларіс Олін, усі з університету Міннесоти, запропонували свою теорію розриву знань, яка прагнула пояснити, як люди по-різному отримують інформацію, що призводить до розриву у кількості знань, які відокремлюють ті, що знаходяться вище і нижчий соціально-економічний статус.

У даний час існує велика кількість об'єктивних знань, фактів і думок (наукових, мистецьких і неформальних), з яких формуються суб'єктивні думки, проте відвідувачам часто потрібна допомога в процесі пізнання і відкриття нового. Таким чином, перед величезними змінами, пов'язаними з цифровою епохою, фундаментальна ієрархічна структура музеїв і встановлена позиція залишаються незмінними.

Загальну гіпотезу теорії розриву знань можна пояснити наступним чином: «Зі збільшенням впливу інформації в ЗМІ сегменти населення з вищим соціально-економічним статусом схильні отримувати цю інформацію

швидше, ніж нижчі сегменти статусу. Так, розрив у знаннях між цими сегментами має тенденцію збільшуватися [28]. Тіхенор і його колеги припускають, що підвищення формальної освіти призводить до більшого розкриття змісту ЗМІ, більшої обізнаності про суть, більшого накопичення знань про і більше інтересу до життя. Вони містять п'ять факторів, які сприяють розриву знань: більш високі здібності до читання та розуміння, необхідні для набуття знань (комунікативні навички); більшу кількість збереженої інформації або наявних знань, отриманих в результаті попереднього досвіду пізнання; відповідний соціальний контакт, в якому обговорюються питання; вибіркоче виявлення, прийняття та утримання інформації, що відповідає існуючим переконанням і цінностям (вибірковість щодо ставлення); характер системи засобів масової інформації [57].

.Музеї підтримують культурне виробництво, вони надають йому простір для публічного перегляду, і вони визначають, що є «смаком». Музейні магазини продають культурний капітал, щоб з гордістю взяти додому і показати, або подарувати як подарунки, які показують вашу культурну компетентність. Вони продають репродукції картин та інших об'єктів, красиві книжки з журнальним столом, а також високоспеціалізовані книги, щоб задовольнити потребу більшого знання [102, с. 10 - 24.].

Музеї та інститути образотворчого мистецтва колективно працюють над визначенням соціально прийнятих уявлень про смак, надаючи можливості придбати свій культурний капітал. Музейні куратори діють так само, як і журналісти, які мають глибокі знання про певні предмети, а директори музеїв подібні до редакцій, які приймають остаточні рішення, розміщуючи події та виставки у великому полі значущості.

З часу формування вітчизняної музейної мережі в 1920-х рр., система класифікації музеїв не раз змінювалася, перебуваючи в безпосередній залежності від загальної соціокультурної ситуації в країні і в нерозривному

зв'язку з розвитком музейних установ, науки і культури. В останній чверті ХХ ст. структура музейного світу стала ще більш рухомою і неоднорідною.

З цих же причин класифікаційні ознаки змінюються в усьому світі. Наприклад, на конференції ІКОМ в Барселоні (2001) [2] запропонована класифікація світового музейного співтовариства по принципам його фінансування: європейські музеї - на дотації держави; американські музеї - на дотації приватних осіб; музеї країн, що розвиваються - на мінімальній дотації держави, і тому змушені шукати способи для свого виживання.

Класифікація музеїв традиційно здійснюється в кількох напрямках, що розрізняються по організаційним, правовим і змістовним ознакам, «істотним для організації і розвитку музейної мережі і для всієї музейної діяльності» (Д. А. Равікович) [72, с. 10-24]. Відповідно до цих напрямів, музеї поділяються:

- за приналежністю,
- за профільними групами,
- за масштабом діяльності (центральні, регіональні та місцеві),
- за статусом (особливо цінні об'єкти, головні музеї, філії),
- за типами (науково-дослідні, науково-просвітницькі, навчальні).

На початку розвитку музейної справи чіткої класифікації музеїв не було. Вони в основному зберігали невеликі різноманітні колекції і мали загальну назву, наприклад: «музей старожитностей». Згодом, із розвитком музейної справи, ці заклади спеціалізуються – виникають історичні, художні, природничі та інших профілі в музеї. Вони ділилися на групи відповідно до функцій, характеру збірок або іншим.

Тип музею визначається його суспільним призначенням, метою діяльності. Є три типи музеїв:

1) науково-освітні (масові, або публічні). Вони призначені для широких мас населення (їх більшість);

2) науково-дослідні, або академічні, призначені для фахівців. Створюються вони при академіях, науково-дослідних інститутах, мають вузькоспеціалізований характер;

3) навчальні – призначені для учнів і студентів. Створюються при школах, середніх спеціальних і вищих навчальних закладах з освітньою метою

Профіль музею визначається основним змістом його фондів і зв'язку з тією чи іншою областю науки, мистецтва або виробництва [89].

Є музеї таких профілів: історичні, краєзнавчі, мистецтвознавчі (художні), меморіальні, літературні, природні, галузеві. Музеї кожного з цих профілів можуть мати ще більш вузьку спеціалізацію, ділитися на види і підвиди. Наприклад, до музеїв художнього профілю належать музеї образотворчого мистецтва, народної творчості, театральні, музичні тощо, до музеїв природничого профілю – геологічні, палеонтологічні, ботанічні, зоологічні та ін., галузевими є технічні, сільськогосподарські, педагогічні, медичні та і ін.

Розглянемо основні профілі музеїв.

1. Музей історичного профілю. До цієї групи належать музеї, які збирають, вивчають і експонують матеріали про розвиток суспільства, історичні події, героїчні битви і перемоги, а також знаряддя праці, пам'ятники побуту і культури. Зберігаючи величезні цінності, музеї історичного профілю ведуть широку науково-дослідницьку та освітньо-виховну роботу залежно від характеру і складу колекцій, завдань, що стоять перед ними. Музеї історичного профілю поділяються на такі види: загальноісторичні, військово-історичні, археологічні, етнографічні, історико-архітектурні та історико-культурні (музеї або заповідники).

Загальноісторичні – найважливіший вид музеїв історичного профілю. Вони висвітлюють історію розвитку людського суспільства, історію нашої країни, розвиток її господарства, науки, техніки, культури в різні періоди.

Серед музеїв цього виду можемо виділити Державний історичний музей України. У ньому зберігається понад 500 тис. експонатів. Великий відділ експозиції складають пам'ятники літописних слов'ян і Київської Русі, зокрема вироби давньоруських ремісників із заліза, срібла, бронзи, кістки, каменю і скла. У музеї зібрані цінні матеріали про Визвольну війну 1648-1657 рр., економічне та політичне становище України в XVIII-XX століттях [41].

Філією Державного історичного музею України є Музей історичних коштовностей, де експонуються твори майстрів – ювелірів різних епох (VI в до н. е – початку XX ст.). Це вироби з золота, срібла, платини, прикрашені дорогоцінними каміннями – діамантами, рубінами, смарагдами, топазами, аметистами. У фондах музею налічується кілька десятків тисяч історичних і мистецьких пам'яток. Серед них є шедеври світового значення.

2. Краєзнавчі музеї. Музеї цього профілю збирають, зберігають, вивчають і експонують матеріали, що розповідають про природу, економіку, історію і культуру певної межі, – геологічні, ботанічні, зоологічні, палеонтологічні, археологічні, етнографічні та інші колекції, знаряддя праці, вироби місцевих промислів різних історичних періодів, твори мистецтва, літератури, народної творчості. Специфіка краєзнавчих музеїв полягає в тому, що вони мають широкий діапазон експозицій, що поєднують риси музеїв історичного і природознавчого профілів, а іноді мають ще художні, літературні чи меморіальні. Тому їх називають ще музеями комплексного профілю (широко використовують місцеві матеріали).

Краєзнавчі музеї проводять велику освітню і виховну роботу. Форми її різноманітні – пересувні виставки, лекції, зустрічі та ін.

3. Музей художнього профілю зберігають, вивчають і пропагують визначні твори живопису, графіки, скульптури, прикладного мистецтва, а також народної творчості. Експозиції цих музеїв висвітлюють історію

розвитку того чи іншого виду мистецтва в історичній послідовності, експонують твори.

З музеїв художнього профілю слід, перш за все, назвати Державний музей образотворчого мистецтва України. Серед його експонатів чимало унікальних. Експозиція музею в історико-хронологічній послідовності показує розвиток українського мистецтва з XIII-XIV століть до наших днів.

У відділі стародавнього українського мистецтва експонуються пам'ятники іконопису, твори XV-XVII ст., періоду національно-визвольних воєн українського народу, портрети тощо. Досить докладно представлений в музеї українського живопис XIX-XX ст., зокрема малярські й графічні роботи Т. Шевченка, М. Пимоненка, С. Васильківського, С. Світославського, І. Труша та ін.

Серед потужних художніх музеїв України – Львівська картинна галерея, Державний музей українського народного декоративного мистецтва, Дніпропетровський, Одеський, Полтавський, Харківський художні музеї.

4. Меморіальні музеї присвячені видатним людям. Специфіка їх полягає в тому, що вони не тільки зберігають меморіальний комплекс, пов'язаний з життям і діяльністю тієї чи іншої видатної людини, а й створюють додаткові експозиції, показують роль і значення цієї людини в історії, в розвитку науки і культури, розповідають про вшанування її пам'яті [40].

Саме меморіальним музеєм є Київський державний музей Т. Шевченка. У 24 його залах виставлено понад 4 тисяч експонатів. Колекція музею складається з унікальних цінностей: оригіналів малярських і графічних робіт Т. Шевченка, документальних матеріалів про його життя, творчості і діяльності, рукописних списків його поезій, рідкісних фотографій поета та його друзів, першодруків. Шевченко з його автографами, майже всі видання творів поета і літератури про нього. У музеї є понад 800 оригінальних картин, портретів, малюнків, офортів.

5. Музеї природно-історичного профілю збирають, зберігають, вивчають і експонують різноманітні природні матеріали: геологічні, петрографічні, мінералогічні, ботанічні, палеонтологічні, зоологічні та інші. Такі музеї тісно пов'язані з академічними науково-дослідними інститутами та вищими навчальними закладами, діяльність їх має як наукові, так і навчальні цілі.

Одним із найбільших природно-історичних музеїв в Україні є Центральний науково-природничий музей. НАН України, відкритий 1973 р. у Києві. Він складається з декількох музеїв : Геологічного, Ботанічного, Палеонтологічного, Зоологічного, Археологічного. Фонди музею величезні - кілька мільйонів експонатів. Експозиція в історико-хронологічній послідовності висвітлює історію. Землі, зародження її рослинного і тваринного світу, походження людини, розвиток матеріальної культури за первісною епохи і в пізніші часи, знайомить із сучасною фауною і флорою різних країн тощо [15].

Висновки до розділу I

У становленні музею як такого, яким його бачимо зараз, виділяємо чотири етапи, кожен з яких відбувався в певних соціально-економічних умовах, на тлі переваги певних культурних ціннісних установок і концептуальних теорій, у зв'язку з чим по-різному трактуємо поняття «музей».

Пріоритетний розвиток соціокультурної складової діяльності сучасного музею дозволяє розглядати його не тільки як освітній і просвітницький заклад, а й як компонент індустрії дозвілля та розваг. Вплив процесів соціокультурної комунікації призвів до трансформації музею відповідно зміненим уявленням публіки про нього, фокусуючи свою увагу на побудові двосторонніх відносин і інтерактивної взаємодії з музейною аудиторією, яка сприймається як рівноправний учасник комунікативного діалогу, що відбувається в просторі музею. Глобалізаційні тенденції розвитку сучасної культури сприяли появі таких конструкцій, як музей-театр, музей-вистава,

музей-атракціон, перетворюючи його в багатофункціональну систему, в структурі якої зростаючу роль грає інтеграція пізнавальних, розважальних і художніх аспектів, спрямованих на духовний та інтелектуальний розвиток особистості.

Розділ II. КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКА ПРАКТИКА МУЗЕЇВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.

2.1 Роль та місце музею в сучасному культурно-мистецькому просторі

Музей, створений спочатку для зберігання, вивчення і експонування цікавих з точки зору культури і науки предметів природного та штучного походження, поступово придбав статус сховища соціальної пам'яті і трансформувався в соціокультурний інститут. Музей представляє цінності, що втратило суспільство, привертає увагу до тих загальнолюдських цінностей, яким загрожує сучасний прогрес, зберігає історико-культурну спадщину, сприяючи безперервності і спадкоємності поколінь і культур. Сучасний музей виступає також перетворювачем і транслятором духовних і матеріальних цінностей, проектуючи збережені цінності в майбутнє, виховуючи нові покоління, реалізуючи єдність минулого, сьогодення і майбутнього в історії людства.

Обсяг та різноманіття соціального досвіду в сучасному світі постійно збільшується, відповідно, загострюються проблеми його трансляції на всіх рівнях – історичному, етнічному, трансляції між поколіннями. При цьому, єдиним універсальним механізмом збереження і трансляції такого досвіду залишається культура, обумовлена як «соціальна пам'ять людства».

Дослідження способів трансляції культурного досвіду глибокі і різноманітні, однак, серед домінуючих форм у даному процесі слід назвати збереження пам'яток і артефактів, головним чином, зосереджених у музеях різних видів і напрямків.

Основним призначенням музею стає популяризація культурної спадщини з метою трансляції культурного досвіду. Очевидно, що дана мета зберігає свою цінність і актуальність до теперішнього часу, що ставить музей в центр сучасних культурних процесів, що постійно змінюються.

Підвищується роль музею як зберігача спадщини і транслятора традицій, тобто цей соціальний інститут стає чинником зміцнення стабільності розвитку регіону і національної самобутності країни. Музейна комунікація за допомогою експозицій та музейно-педагогічної діяльності набуває все більшого значення як фундамент формування громадянської позиції і патріотизму населення, і в той же час служить подоланню роз'єднаності.

У постіндустріальному світі, який невинно глобалізується, музей є однією з форм прояву самоідентифікації людських спільнот, центром соціокультурної адаптації. Музейна комунікація, надаючи одночасний вплив на інтелектуальну, емоційну і моральну сферу особистості, стимулюючи ціннісне ставлення до дійсності, сприяє формуванню історичної свідомості, моральної пам'яті і духовності. Зберігаючи традиції, що вносять стабільність в суспільство, сучасний музей зазнає значних змін, стаючи все більш відкритим для суспільства і все активніше інтегруючись в соціокультурне середовище.

Новий етап розвитку принципу захисту культурних цінностей припадає на початок XXI ст., коли ЮНЕСКО були прийняті Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини (2003 рік) і Конвенція про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження (2005 рік), в яких викладено керівні принципи музейного права: захисту культурних цінностей, збереження і заохочення розмаїття культури, вільного переміщення культурних цінностей; доступності для культурних установ і публічності культурних цінностей; всеосяжність і взаємність культурного співробітництва.

У даний час музеї сприяють трансляції цінностей культури в сучасному світі, беруть участь в освітньому процесі, сприяють формуванню культурної ідентичності особистості, виховують толерантність.

Питання про культурну спадщину в даний час активно обговорюється в культурології. За загальним визначенням, вона означає сукупність культурних досягнень, які мають позачасову цінність і сприяють збереженню певного цивілізаційного типу. ЮНЕСКО конкретизує це визначення і відносить до культурних цінностей предмети, що мають історичну, художню, наукову чи технічну цінність (рухомі та нерухомі пам'ятки, музеї, бібліотеки тощо). Згідно з таким розумінням, музеї віднесені до наукових і технічних установ, які зберігають і популяризують культурну спадщину в рамках гуманітарної, просвітницької, демократичної місії [62].

Для того, щоб оцінити музей як сучасний культурний феномен для трансляції спадщини, слід звертатися до ключових функцій культури. Освітньо-виховна, інтегративна, гносеологічна, регулююча, семіотична, інформаційна функції залишаються рівнозначними, відображають здатність культури акумулювати, зберігати та транслювати культурний досвід, але, на наш погляд, особливої уваги сьогодні заслуговують на аксіологічну і соціальна функції.

Культура забезпечує єдність тієї чи іншої людської спільності на основі загальних світоглядних орієнтирів, спираючись на міфологію, релігію, філософію, політико-правові і моральні норми, звичаї, ідеологічні домінанти і т. д. Саме вони виступають підставою для формування ціннісної системи соціуму і окремої особистості.

Транслюючи традиції, зафіксовані у культурній спадщині людства, музей здатний стабілізувати суспільні процеси, підтримувати збалансованість ціннісних систем як між поколіннями, так і в цілому, на соціокультурному рівні.

Музей як найважливіший соціокультурний інститут, документуючий, зберігаючий, та досліджуючий природні і суспільні процеси і явища [107], стає одним з провідних трансляторів культурної спадщини, особливо з урахуванням нових комунікативних можливостей.

Питання взаємодії музею і глядача, оновлення і розширення комунікативних каналів, орієнтованих не тільки на інформаційну швидкість, потужність, насиченість, дальність дії, але і на інші якості комунікації, сприяє взаєморозумінню, співпереживанню людей.

Сучасна «музейна комунікація» представляє серйозний науковий інтерес, оскільки, на наш погляд, може впливати на зміст та регулювання соціокультурних процесів. Зокрема, заслуговує уваги активний процес включення в контекст сучасних музейних експозицій не тільки об'єктів культурної спадщини, але й середовища їх існування, і людини як його носія [49]. Мова йде про етнокультурне середовище, історичні забудови, музеї під відкритим небом, тематичний туризм, дозвіллеві форми музейної практики і т. д., використання яких змінює саму суть комунікативних зв'язків музею і сучасної людини: з гносеологічного об'єкта музейна експозиція перетворюється в суб'єкт безперервної культурної комунікації з людиною. Красномовним прикладом служать цікаві регіональні краєзнавчі та історичні музеї. Інтерактивні форми комунікації з використанням ІКТ, впроваджені в традиційні умови музейної практики, розширюють можливості музею як просторово-тимчасового діалогу поколінь та культур у його аксіологічному значенні.

При цьому, вважаємо за необхідне підкреслити, що впровадження сучасних інформаційних технологій в музейну практику з метою найширшої їх популяризації, не означає включення музею в масову культуру, безконтрольно популяризованою ЗМІ. Музейні зібрання, споконвічно орієнтовані на достовірність, точність, об'ємність, справжність, систематичність, здатні протистояти механізмам сприйняття масової культури, оскільки сучасний музей має можливість не тільки виховувати глядача, але і активно формувати культурні цінності. Ресурс культурної спадщини, трансльованого музеєм практично невичерпний, тоді як

комерційний ресурс сучасної масової культури, порівняно з ним, може розцінюватися як короткостроковий.

Однак, самі по собі, новітні досягнення ІКТ, наприклад, у формах віртуальних екскурсій по музею з точним відтворенням розташування залів і експонатів, реконструкцій історичних битв та ін., хоча і оптимізують процес трансляції культурної спадщини, та не можуть забезпечити передачу культурного значення, відображених у ньому. З цим пов'язана зростаюча актуальність питань інтерпретації культурного значення, без яких неможлива діяльність сучасного музею як феномену культури.

Сучасний музей вигідно відрізняється від прототипного відповідника та іншими засобами пізнання своєю комунікацією. Спілкування, обмін ідеями, думками, відомостями – такий смисловий ряд вибудовується у зв'язку з цим поняттям. Комунікація обов'язково протікає за допомогою будь-якого носія; в його якості можуть виступати матеріальні об'єкти, логічні конструкції, мова, знакові системи, ментальні форми і інші прояви. Коли суб'єкти комунікації не вступають в прямий контакт, комунікація здійснюється за допомогою тексту або іншого носія інформації. Головна риса комунікації – це наявність можливості для суб'єкта зрозуміти ту інформацію, яку він отримує.

Розуміння як сутність комунікації передбачає єдність мови тих, хто спілкується, єдність ментальностей, єдність або схожість рівнів соціального розвитку. Але можлива і комунікація далеких у часі і просторі культур; у такому випадку розуміння культур можливе як реконструкція або конструкція по законам обробки інформації, які прийняті в сприймаючій культурі.

На початку ХХ ст. з'явився термін «соціальна комунікація», а після Другої світової війни виникли філософські концепції розвитку суспільства, що розглядають соціальну комунікацію як джерело і основу суспільного розвитку.

Поняття «музейна комунікація» ввів у науковий обіг у 1968 р. канадський музеолог Дункан Ф. Камерон [65]. Розглядаючи музей як комунікаційну систему, він вважав її специфічними відмінними рисами візуальний і просторовий характер. Відповідно до його трактування, музейна комунікація – це процес спілкування відвідувача з музейними експонатами, що представляють собою «реальні речі». В основі спілкування лежить, з одного боку, вміння творців експозиції вибудувати з допомогою експонатів особливі невербальні просторові «висловлювання», а з іншого, – здатність відвідувача розуміти «мову речей».

Такий підхід дозволив Д. Ф. Камерону сформулювати ряд пропозицій щодо організації музейної діяльності та взаємодії музею і аудиторії. По-перше, поряд із зберігачами-експозиціонерами повноправну участь у створенні музейної експозиції повинні брати художники (дизайнери), які професійно володіють мовою візуально-просторової комунікації. По-друге, екскурсоводам (музейним педагогам) слід відмовитися від спроб перевести візуальні «висловлювання» у вербальну форму, а навчати «мовою речей» тих відвідувачів, які цією мовою не володіють. По-третє, в музей повинні прийти нові фахівці – музейні психологи і соціологи, які будуть забезпечувати зворотний зв'язок із метою підвищення ефективності музейної комунікації шляхом корекції процесів створення експозиції, так і процесів її сприйняття.

Роботи Ф. Камерона, викликавши в середовищі музейних професіоналів не тільки визнання, але й критичні відгуки, тим не менше стали одним із поворотних пунктів у розвитку теорії музею. До початку 1960-х рр. зберігалось певне відчуження музеїв від суспільства. Наукові дослідження попередніх десятиліть були спрямовані головним чином на вивчення колекцій, питання ж взаємодії з аудиторією залишалися поза полем зору музейних фахівців. Між тим стала нагально відчуватися потреба в теорії, що дозволяє пояснити процес взаємодії музеїв з суспільством і направити його в потрібне русло. Заповнити цей вакуум у музеєзнавстві

допомогли комунікаційні подання, які отримали до того часу поширення в інших областях знання. У 1980-і рр. відбувається оформлення теорії музейної комунікації, яка складалася поряд і в полеміці з такими традиційними напрямами, як, наприклад, теорія музейного предмету, теорія музейної діяльності. Істотний внесок у її розробку поряд із працями Д. Ф. Камерона внесли дослідження Ю. Ромедера, Ст. Глузинського, Д. Портера. Поступово в музеєзнавстві сформувався новий, комунікаційний підхід, при якому відвідувач розглядався в якості повноправного учасника процесу комунікації, співрозмовника і партнера музею, а не пасивного одержувача знань і вражень, як це мало місце в рамках традиційного підходу. Позначилися і різні структурні моделі музейної комунікації.

Одна з найбільш поширених моделей полягає в тому, що відвідувач спілкується зі співробітником музею з метою отримання знань, а експонати служать предметом або засобом цього спілкування. В рамках іншої моделі відвідувач спілкується безпосередньо з експонатом, який набуває при цьому самоцінне значення. Мета цього спілкування – не отримання знань, а естетичне сприйняття, яке не повинно придушуватися інформацією мистецтвознавчого характеру. Така форма комунікації в більшій мірі характерна для художніх музеїв, які замість повідомлення мистецтвознавчого знань створює для музейної аудиторії умови для естетичних переживань і вчить естетичному сприйняттю експоната як особливому мистецтву.

Принципово новим у контексті теорії музейної комунікації став підхід німецького музеєзнавця Ю. Ромедера [79, с. 8–11.]. Відповідно до його концепції, музейний предмет не повинен розглядатися як самоцінний, тому що він завжди є лише «знаком деякого суспільно-історичного змісту». Музейна експозиція в даному випадку постає як знакова система, яка відображає різні історико-культурні явища і процеси через експонати як знакові компоненти. Причому відображається не сама дійсність, а її розуміння автором експозиції, яке представлено у вигляді певної концепції і

художнього образу (дизайну). Ця модель музейної комунікації використовується для спілкування з іншою культурою, і головне в ній - подолання культурно-історичної дистанції. При цьому співробітник музею виступає в ролі посередника між двома культурами.

Сприйняття експозиції в значній мірі залежить від індивідуальних особливостей користувача, оскільки ідеї і образи, виражені предметами, завжди сприймаються крізь призму внутрішнього світу особистості. Тому акт музейної комунікації може бути не тільки успішним, але й перерваним, в разі якщо культурні установки обидвох суб'єктів комунікацій різні, та ціннісні значення, якими наділили речі один із суб'єктів «не прочитує». Для усунення порушень і з метою вироблення «загального погляду на речі» необхідний діалог між суб'єктами комунікації, який може включати елементи вербального коментування сенсу зборів предметів. Необхідні також соціологічні та психологічні дослідження в рамках "музей і відвідувач" які дозволять музеям встановлювати «зворотний зв'язок» зі своєю аудиторією.

Усвідомлення єдності матеріальної і духовно-моральної культурної спадщини як провідної цінності сучасної культури актуалізує питання про впровадження в контекст сучасного музею пам'яток нематеріальної культури, наприклад, народної художнього спадщини. Виступи творчих колективів, які збирають і зберігають автентичний фольклор, давно стали невід'ємною частиною діяльності музеїв-заповідників.

Святкування великих історичних дат започаткувало практику їх театралізованої реконструкції під патронатом музеїв, в якій може взяти участь кожен відвідувач. В даний час така практика доповнюється віртуальними проектами, моделюючими, наприклад, важливі військові битви.

Таким чином, розширення і поглиблення комплексної діяльності сучасного музею дає підстави не тільки вважати його феноменом культури, але і відзначити його зростаючу роль в збереженні і трансляції матеріальної і нематеріальної культурної спадщини.

2.2 Значення музеїв як популяризаторів культурної спадщини в Україні

Складність і динамічність суспільного життя, збільшення масштабів інноваційних процесів в культурно-освітньому просторі зумовлюють необхідність розпізнавати позитивні і негативні тенденції у музейній діяльності. Коло питань, які потребують розгляду, досить широкий, і було б неправильно намагатися дати на них вичерпну відповідь. Ми прагнемо позначити лише ключові напрямки, що розкривають роль музею в соціокультурному розвитку на сучасному етапі.

Зміни в музейній справі, як і в суспільстві, відбуваються поступово, але неухильно змінюють умови формування соціокультурної середовища, орієнтири культурної політики і, відповідно, зміст і форми діяльності музею.

Характеризуючи сучасну соціокультурну ситуацію як суперечливу і мінливу, дослідники відзначають акцентування значення людської індивідуальності, свободи вибору в матеріальному самовизначенні та духовний розвиток, свободу слова і особистісних орієнтацій, розмаїття форм культурного життя, розширення міжнародних зв'язків та активізацію процесу взаємовпливу і взаємозбагачення культур. Разом з тим констатуються та негативні моменти: майнова і соціальна поляризація, посилення захисного прагматизму, явища де інтелектуалізації.

Суттєвою рисою сучасності є ослаблення ідеологічних і символічних ідентифікацій, криза національної ідентичності як системи ідей і уявлень, принципів і почуттів людей по відношенню до своєї нації в її етнічних, культурних і політичних вимірах. Необхідність подолання кризи культурної самоідентифікації в суспільстві, пов'язаного з суспільними, економічними змінами минулих десятиліть, визнається очевидною.

При аналізі сучасної соціокультурної ситуації не доводиться заперечувати складну взаємодію глобальних і локальних тенденцій, які проявляються у всіх сферах, в тому числі і в сфері культури.

Дедалі зростаючу роль у сучасному суспільстві набуває візуалізація способів сприйняття культурно значимої інформації, тобто перехід від сприйняття цієї інформації у вербальних кодуваннях до сприйняття її в наочних образах. Візуалізація пов'язана з бурхливим розвитком електронних масових комунікацій, що робить істотний вплив на різні сфери життя людини і суспільства.

Відображаючи відбуваються кардинальні зміни в суспільстві і культурі, музеї в сучасному світі також переживають істотні трансформації у своєму змісті і діяльності. Очевидно, що музейна діяльність набуває все більшого соціокультурного значення: зростає роль музеїв у збереженні та інтерпретації культурної спадщини, в складних процесах соціальної адаптації і культурної ідентифікації, в освітньому процесі, в організації дозвілля.

Сучасні музеї "де-факто" стають центрами освіти, комунікації, культурної інформації і творчих інновацій.

Однак поява різноманітних, в тому числі і віртуальних, музеїв, а також розвиток нових видів і форм музейної діяльності відбувається багато в чому стихійно, без усвідомлення глибинної єдності і зв'язку між їхніми проявами.

Сьогодні недостатньо враховувати тільки історичну та культурну значимість музейних об'єктів. Необхідне розуміння соціальних і культурно-історичних закономірностей еволюції музейної справи, а також діяльності музею як соціокультурного інституту.

Протягом ХХ століття у всьому світі отримав широкий розвиток і придбав велику популярність новий тип музею - музей під відкритим небом. В останні роки все більше поширюється погляд на музей як на найважливіший ресурс розвитку території. Просторова активність музеїв, долає інституційні рамки, неминуче поєднується з соціальною експансією,

що найбільш яскраво проявляється у феномені "відкритого музею". Результатом пошуку нових форм взаємодії музею і суспільства стало виникнення і діяльність еко музеї, які створюються насамперед для місцевого співтовариства і силами місцевого співтовариства. Ресурсом розвитку еко музеї є соціальна енергія мешканців конкретної локальної території і їх зацікавленість у збереженні унікальної специфіки даної місцевості. Сьогодні є підстави говорити про те, що експонати в таких музеях починають сприйматися більш ніж музейний предмет, вони несуть значне смислове і символічне навантаження, а утворений ними комплекс або колекція стають своєрідним історичним документом конкретного місця, його культури, історії та навколишнього середовища.

Наслідком інтеграції музеїв і соціуму є розширення освітньої функції музею. Статистичні дані виявляють кількісний ріст відвідувачів музеїв у всьому світі, але набагато важливіше якісні зміни моделей взаємини між музеєм і його аудиторією. Відображенням "вторгнення" музею в соціальний простір стало інтенсивний розвиток музейної педагогіки, яка особливу увагу приділяє вивченню співробітництва і співтворчості музейного педагога і відвідувача. Музейна педагогіка виступає методологічною основою для розробки спеціальних програм і проектів з урахуванням психологічних, соціологічних характеристик музейної аудиторії. Створення інтерактивних експозицій, впровадження музейно-педагогічних методик, які передбачають ознайомлення з простором музею, сприяють подоланню пасивно-споглядальних форм сприйняття музейної інформації. В наші дні пріоритетною аудиторією музею будь-якого виду і профілю є діти різного віку, включаючи дошкільнят. Розвиток дитячого напрямку в музейній педагогіці призвело до створення особливого типу - Дитячого музею, - всі різновиди якого орієнтовані на багатоканальну і різнорівневу інтеграцію цих установ у навколишній соціум [29].

Зростання ролі музею в соціокультурному просторі міста, регіону проявляється в реалізації його освітньо-виховної функції через форму створення спеціальних коло музейних і внутрішньо музейних структур. Всередині музеїв і спільно з ними створюються центри музейної педагогіки, центри традиційної культури, центри суспільного життя, клуби, товариства. Зміна взаємодії музею і соціуму проявляється також у делегування частини функцій по управлінню музеями різноманітним асоціаціям, фондам, громадським і приватним організаціям. У різних країнах, створюються клуби або товариства друзів музею з метою сприяння його розвитку, створення адекватного іміджу.

Останнім часом відбувається утворення єдиного музейного простору. Тенденція до об'єднання музеїв виявилася в появі особливих над музейних структур з інтегративними функціями. Подібні структури діють і на національних, і навіть на регіональних рівнях, а їх зусилля спрямовані на формування системи взаємопов'язаних організаційних і інформаційних каналів інтеграції музеїв і музейної діяльності. Це відбувається у формі створення формальних і неформальних організацій і асоціацій, збільшення ролі партнерських відносин, прискорення процесу обміну між музейної інформацією. Потужною формою між музейної інтеграції стають конкурси. Вони проводяться в різних країнах і регіонах, сприяючи інтенсифікації музейного життя, зміцненню музейної мережі.

Розвиток між музейної єдності перетинається з виникненням і стрімким зростанням між музейного інформаційного простору.

Новітньою формою подолання "замкнутості" музею як соціального інституту стає формується електронний інформаційний простір. На практиці включення користувача електронне музейне співтовариство часто відбувається через інтернет-сайти музеїв. При цьому багато хто з них побудовані на принципах інтерактивності і динамічного оновлення інформації, що створює можливості для діалогу та комунікації. Пасивне

споживання інформації відходить на другий план, а регулярний відвідувач музейного сайту стає неформальним членом музейної спільноти. В даний час в складній музейній інформаційній інфраструктурі "відвідувач" поступається місцем "партнеру", активно включеному в музейний процес і здатний чинити на нього вплив [7, с. 56-78].

Дисциплінарний консенсус, що отримує обриси гуманітарних і соціальних наук сьогодні, виключає дисциплінарну ієрархію, методологічні уніфікації, оскільки орієнтований на стереоскопічність бачення досліджуваних феноменів, об'єктів і багато вимірність їх тлумачень, досягнутих в процесі міждисциплінарного діалогу. Новий інтеграційний тип наукового мислення сприяє зростанню міждисциплінарності (універсалізації) музеєзнавства як науки і пов'язаних з нею розширенням спектра музейних професій. Намічена тенденція до створення "інтегрованого музею" передбачає використання методів, концепцій та підходів різних соціальних, гуманітарних і природничих наук, а внаслідок цього і необхідність підготовки музейного працівника нового типу. При цьому слід зазначити зростання питомої ваги музейних професій, орієнтованих на взаємодію з суспільством.

Оцінюючи події, що відбуваються в музейній сфері, аналізуючи доступні джерела, публікації в засобах масової інформації, присвячені ролі і місцю музеїв в сучасному суспільстві, слід визнати, що існує кілька думок з цього приводу. Найбільш радикальними є погляди про швидку і неминучу «смерть» музею. Поряд з цим постійно чути гучні переможні реляції з «музейного фронту», що свідчать про подальше розквіті музейної діяльності.

Для багатьох музеїв стало характерним створення віртуальних експозицій, справжній музейний предмет підміняється в них аудіовізуальними, театральними ефектами. Захоплення зовнішніми формами призвело до зміни традиційної місії музею.

Все це не може не викликати занепокоєння музейної спільноти, оскільки зміна форм музею впливає і на внутрішнє, сакральне - його зміст [8, с. 78-89]. Сприяє цьому в останні роки і поступова трансформація суспільних поглядів на культурну спадщину. З'явилася думка, що музей відображає не стільки реальні аспекти подій, скільки їх суб'єктивні образи в уявленні учасників і сучасників. Питання про зберігання і представлення музеєм «вічних» цінностей і пов'язаних з ними знань відійшов на другий план, культурна цінність музейних предметів у суспільній свідомості почала поволі девальвуватися [4, с. 69-75.]. Ми стали свідками формування перехідної моделі музею, яка намагається налагодити взаємозв'язок між економічними, соціальними, культурними установками суспільства і зменшити інформаційний провал між професійними поглядами на сутність музейної справи і очікуваннями, що сформувалися в масовій свідомості в кінці минулого століття.

Слід визнати, що архетип музейної діяльності, що склався до цього часу і, в ряді випадків, спрямований на ідеологію не тільки соцреалізму, але й постмодернізму, не витримав перевірку в умовах нових соціально-економічних реалій. Криза виражається в труднощах фіксації ролі і місця музею в сучасній суспільній свідомості. Створюється враження, що криза обумовлена асинхронним використанням двох основних методологічних підходів: матеріалістичного і ідеалістичного. А саме, в основу діяльності музеїв намагаються одночасно поставити не тільки комплектування, зберігання та публікацію матеріальних об'єктів, знань, накопичених людством (наукових чи художніх) у формі музейних предметів, але і збереження нематеріальної спадщини. При цьому значна частина суспільства вже бачить музей як універсальний інститут, покликаний їй «догоджати», «обслуговувати» дозвілля і сферу розваги, бажано з використанням зберігається унікальної культурної спадщини.

Негативний процес підміни базових цінностей музею здійснюється двома шляхами: реалізацією чужих йому ідей на базі існуючих музеїв і створенням нових організацій, спекулюють іменем «музей», але не є такими. І в тому, і в іншому випадку базою того, що продовжує або починає називатися музеєм, стають тимчасові цінності, в кращому разі музейний продукт, а не музейний предмет.

В цьому прихована одна з найважливіших і глибинних причин появи віртуальних музеїв, де ефект унікальності спілкування з артефактом підміняється ефектом універсального впливу відео-аудіо-шоу та інших сурогатів музейної діяльності. По суті, щодо музею синонімом дефініції «віртуальний» стає словосполучення «ерзац-музей».

Віртуальність як одна зі складових сучасної музейної практики провокує кризові явища, ініціюючи конфлікт універсальності та унікальності. При цьому ці явища носять двоїстий і різноспрямований характер, оскільки вони, крім видозмін професійних поглядів на музей, зачіпають і сферу життя особистості. Це створює рольовий конфлікт між декларованими музеєм цінностями та індивідуальними можливостями їх сприйняття і застосування людиною, що призводить до деформації музейної ідеї в суспільній свідомості. Ролі, пропоновані (а іноді і нав'язуванні) музеєм відвідувачу, в силу розвитку і світогляду особистості, не завжди відповідають її потребам і запасу знань. Як наслідок відносно музею формується нестійка модель поведінки людини, не завжди позитивна, нерідко дисгармонічна, іноді виявляється в девіантній поведінці і вандалізмі.

На подолання цього дисонансу в сприйнятті музеїв спрямовані зусилля музейних педагогів, яких сучасна дійсність змусила почати модифікацію освітньої функції музею в бік виховної. Цей шлях приховує небезпеку, що тимчасові в музеї, його приватні соціальні функції (такі як освітня, рекреаційна, комерційна тощо), почнуть домінувати в збиток основним.

Поряд з цим музей, будучи хранителем фундаментальних знань, повинен ширше долучатися до системи освіти в середніх і вищих навчальних закладах, а також науковим дослідженням, проведеним у профільних наукових установах. У цьому щодо плідним може стати взаємодія з університетами та інститутами, Організацією Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) з реалізації важливих програм, які існують у багатьох вищих навчальних закладах України, метою яких є зміцнення вищої освіти за допомогою відповідних механізмів стимулювання.

Музей є постійною некомерційною установою, доступною широкій публіці, яка займається придбанням, зберіганням, дослідженням, популяризацією та експонуванням матеріальних свідочтв діяльності людини та середовищі її проживання з метою вивчення, освіти, а також для задоволення духовних потреб», важливо триматись такої лінії, навіть в процесі розвитку.

Музеї столичних міст сприймаються сьогодні як важливі містоутворюючі структури, що об'єднує міське співтовариство і виховує нові покоління городян.

На початку XXI ст. в Європі на Генеральній конференції Міжнародної ради музеїв при ЮНЕСКО, що відбулася в Лондоні, предстала перед нами в якості самостійного руху «Нова музеологія». Основні цілі руху - інтеграція музею в навколишнє середовище, соціалізація музею; вимога до музею не тільки реєструвати минуле, а й використовувати його, щоб впливати на сьогодення і майбутнє конкретної спільноти (концепції «Музею-форуму» Д. Камерона, «музею без кордонів», «музейної комунікації»).

XXI ст., орієнтоване на комерційний успіх, шоу і медіа, запропонував нову концепцію музею. Музей став розумітися не як архів, а як частина індустрії розваг, і вимоги до нього стали пред'являтися відповідні: перш за все розважити глядача, потім надати йому якийсь набір послуг і за

допомогою цих інструментів дати глядачеві освіту, інформацію, тобто впровадити в його свідомість власне культурний багаж. Найбільші музеї світу, прагнучи залучити публіку, перетворюють серйозні виставки в захоплюючі видовищні продукти, супроводжувані безліччю спокусливих периферійних продуктів. Для опису такої музейної політики часто використовується термін *artainment*, тобто мистецтво (*art*) плюс розвага (*entertainment*). Нові елементи зустрічаємо ми і на київських музейних екскурсіях.

У процесі взаємодії між екскурсантами і екскурсоводом, іншим персоналом музею, який в тій чи іншій мірі спілкується з відвідувачами музею, формується ставлення гостей до самого музею, виставкового матеріалу, представленого в ньому, сервісу, комфорту, створеним спеціально для екскурсантів, а значить, і настроїв на ефективний прийом інформації. Від доброзичливості і професіоналізму всього персоналу музею, що приймає відвідувачів, багато в чому залежить, чи захоче турист відвідати даний музей ще раз.

Крім анімаційних програм багато музеїв включають в обслуговування і нові форми. Наприклад, кілька років тому напередодні Всесвітнього дня музеїв, який проводиться 18 травня, з'явилася програма «Ніч в музеї», яка сьогодні користується великим попитом у відвідувачів і відзначає одноіменне Міжнародне свято. Кожен музей продумує свою авторську програму, щоб бути унікальним. Традиційними стали безкоштовні екскурсії, що проводяться в дні шкільних канікул і в певний будній день тижня [17].

Віртуальні музеї, один з численних типів ресурсів мережі "Інтернет" - сучасний культурний феномен, зобов'язаний своїй появі розвитку Інтернету, мультимедійних технологій, баз даних, що стали доступними завдяки інформатизації.

Феномен віртуальних музеїв є новим об'єктом культурологічних досліджень. Загальними характеристиками віртуальних музеїв,

притаманними, мабуть, більшості інтернет-ресурсів, є: висока доступність кількісної і якісної зміни; широка доступність вихідних даних, які не потребують для свого дослідження створення спеціальних експериментальних умов; структурне, функціональне та змістовне різноманіття, інтегроване в смислову єдність; поєднання універсальних параметрів та локальної національно-регіональної специфіки. Дані характеристики обумовлюють необхідність міждисциплінарного підходу до дослідження феномену віртуальних музеїв і потреба у постійному моніторингу процесів, що відбуваються. Незважаючи на проблему збереження електронного контенту, широка доступність вихідних даних забезпечує досить високий рівень можливості перевірки результатів дослідження і створює можливість широкого застосування методу прямого спостереження.

На нашу думку, віртуальні музеї - це нова культурна форма інтегративного характеру, існуюча в мережі "Інтернет" і не є результатом модернізації якої-небудь попередньої культурної форми, - вона не зводиться до сайтів традиційних музеїв. Феномен віртуальних музеїв характеризується трьома базовими ознаками: доступністю мережі "Інтернет", - це є необхідною умовою існування віртуального музею, наявність або відсутність "фізичного" музею в даному випадку не принципово; наявністю культурного продукту, що показує не тільки модус минулого, а сьогодення і майбутнього; адресацією широкого кола осіб.

Слід відзначити принципові відмінності підходів до типології віртуальних музеїв. Відмінності в підходах обумовлені різними цілями, для яких розробляється типологія. Кількість електронних ресурсів стрімко збільшується, і існує нагальна необхідність в їх упорядкуванні. З іншого боку, віртуальні музеї, як і будь-який інший інтернет-ресурс, це багатоаспектне і багатогранне явище, тому можна застосувати віртуальним

музеям, за аналогією, типології, використовувані в музеєзнавстві, в технічних науках, в дослідженнях мас-медіа і т. д.

Особливо актуальними нам представляються наступні типології віртуальних музеїв: за рівнем інноваційного розвитку; за функціональними можливостями; по доступності сервісів; системі вікової класифікації; за цілями власника сайту віртуального музею.

За рівнем інноваційного розвитку віртуальні музеї можна класифікувати на: віртуальні музеї "традиційного типу", з традиціями реальних музеїв в інформаційному наповненні своїх сайтів і традиційному розумінню функцій музеїв, а також цілей і завдань, зазвичай стоять перед музеями; віртуальні музеї перехідного типу, що використовують (традиційний) музейний продукт в поєднанні з новітніми досягненнями інформаційних технологій та/або нові підходи до розуміння функцій музеїв; віртуальні музеї інноваційного типу, мало нагадують традиційні музеї використовують не тільки новітні досягнення в області програмного забезпечення, але і активно оперують функціями віртуальних музеїв, не властивими реальним музеям. Музейний продукт тлумачиться власниками таких ресурсів розширено - як культурний продукт взагалі. Віртуальні музеї цього типу зазвичай викликають найбільше суперечок: чи є такий віртуальний музей "музеєм" у традиційному сенсі цього слова, або ні [17].

Виявляємо наступні функції віртуальних музеїв:

- соціальна: забезпечення безкоштовного доступу до культурних надбань для всіх соціальних груп, у тому числі для людей з обмеженими можливостями;
- консолідуюча: формування єдиного культурного простору (об'єднання користувачів за інтересами; освіта мережових спільнот: творчих спілок, розподілених мережових підприємств і т. д.; об'єднання баз даних);
- суспільно-перетворююча: створення віртуальних музеїв як вид творчої діяльності;

- пізнавальна;
- культурно-дозвіллева;
- комунікативна;
- збереження сучасності (електронного контенту, матеріалів виставок, конференцій, сучасного мистецтва, культурних практик, зникаючих культурних цінностей, народних звичаїв, творчості приватних осіб тощо);
- економічна: фактор розвитку туризму, ремесл, народних промислів, приватного підприємництва - інтернет-магазини і т. д.[]\

Дослідження віртуальних музеїв формує інтегруючу уявлення про їх функціональних можливостей. Так, віртуальний музей при наявності якісного менеджменту є не тільки пізнавальним елементом і сайтом культурно-дозвіллевого середовища, але і економічно ефективним інформаційним ресурсом, що сприяє досягненню цілей культурної політики. Він забезпечує збереження культурної спадщини з допомогою інновацій; формує єдиний культурний простір, одночасно зберігаючи національні традиції і культури народів; розвиває творчий потенціал професорсько-викладацького складу і студентів; сприяє розвитку нових культурних форм і видів мистецтва; надає інформаційну та консультаційну підтримку і т. д.

Віртуальні музеї мають модернізаційний потенціал, що зумовлює перспективність цього ресурсу для досягнення цілей культурної політики. Віртуальні музеї є чинником розвитку культури, сприяють створенню єдиного культурного простору на основі збереження культурної самобутності націй, долучають населення до культурних надбань та залучають користувачів у світ культури і соціально-творчу діяльність. Важливу господарську-економічну функцію відіграє роль віртуальних музеїв, що реалізується у сфері культурного туризму і домашньої творчості.

Віртуальні музеї створюють туристичну мотивацію, сприяючи просування регіонального туристського продукту кількома взаємовигідними

способами. Віртуальні музеї традиційних музеїв є сучасним рекламним інструментарієм; віртуальні музеї адміністративних одиниць інформують про туристичні переваги регіону, в тому числі віддалених сільських місць; приватні віртуальні музеї формують новий вид мотивації для культурного туризму, пов'язаний з інтересом до генеології родин та складання історичних сімейних хронік.

Віртуальні музеї підвищують рівень творчої активності населення, орієнтуючи користувачів мережі "Інтернет" на інтелектуальну, творчу працю, генерацію нових ідей, і стимулюючи інноваційні процеси в соціально-трудої сфері. Віртуальні музеї забезпечують широку доступність художніх досягнень різних культур усіх часів і народів, для всіх верств населення, надаючи високохудожні зразки для домашньої творчості. Цифрові Навчальні "майстер-класи" сприяють передачі технічних прийомів творчого процесу. Віртуальні музеї роблять економічно доцільним творчість, реалізуючи через інтернет-магазини на своїх сайтах роботи майстрів. Художні віртуальні музеї популяризують творчість населення, розміщуючи в своїх експозиціях твори художньої творчості користувачів [11].

Феномен віртуальних музеїв, а також причини всебічного інтересу користувачів інформаційно-телекомунікаційної мережі «Інтернет» до цього явища, широкого використання і масового створення віртуальних музеїв приватними і юридичними особами вимагають подальшого вивчення.

Новий час диктує нові, більш високі вимоги до комфорту. Сучасна екскурсія – це культурний і дозвіллевий процес, що вирішує завдання оптимального і виразного представлення інформації. Екскурсія включає не тільки огляд найцінніших об'єктів, але і величезний обсяг унікальної інформації, що міститься у фондах, сховищах, і тому вона повинна бути оточена могутньою інфраструктурою, що забезпечує швидкий і зручний доступ до інформації. При цьому необхідно використовувати сучасні комп'ютерні технології, включаючи Інтернет, інше матеріально-технічне

оснащення. Не можна забувати і про величезну науково-дослідницької і просвітницької ролі екскурсійної діяльності, що, в свою чергу, передбачає сучасне технічне супроводження проведення презентацій та екскурсій.

Бурхливий розвиток мультимедійної та презентаційної техніки призвів до того, що сьогодні вона представлена широким спектром мультимедійних проєкторів, плазмових і рідкокристалічних (РК) панелей, LED-екранів та іншим обладнанням. Діапазон характеристик цих приладів настільки широкий, що дозволяє використовувати їх практично скрізь – від невеликих спеціально обладнаних екскурсійних транспортних засобів до величезних, добре освітлених залів.

Для зручності орієнтації клієнтів в офісі, екскурсантів в музеї або садибному комплексі та іншого виду екскурсії, їм потрібно надати інформацію, відмінну від традиційних етикеток і проспектів. Для цього можна використовувати різноманітні інформаційні панелі, в тому числі рідкокристалічні і плазмові. Це дозволяє давати інформаційні повідомлення в яскравій, формі що запам'ятовується і оперативно змінювати їх у разі необхідності. Плазмові і ЖК-панелі використовуються для спеціальних тематичних показів в екскурсіях або музеях – «балакучі етикетки».

Відеоінсталяція – найбільш поширена сфера застосування мультимедійної техніки в музеях. Використання її у експозиціях створює особливу атмосферу і динаміку. Саме з допомогою аудіовізуальних засобів вдається досягти ефекту занурення в минуле, відчувати особливості минулих епох і зовсім іншими очима побачити саму експозицію.

За допомогою мультимедійної техніки особливого ефекту вдається досягти на виставках, які перегукуються або безпосередньо пов'язані з сучасністю.

Останнім часом у сучасних музеях все частіше використовують інтерактивні системи – інформаційні кіоски і touch-панелі. Відвідувач сам може керувати інформаційним потоком, вибираючи, що його цікавлять

відомості, доторкнувшись пальцем до екрану. Чутлива поверхня дисплея негайно реагує і передає дані керуючої програмі, яка відображає на екрані відповідний розділ або тему. Крім того, в музеях з'явилися спеціальні системи, що використовують проектори, що реагують на переміщення людини у просторі виставки або на рух його руки.

Одним із цікавих прикладів використання інтерактивних дисплеїв можна вважати інсталяцію - встановлена плазмова панель з інтерактивною насадкою touch screen. Доторкнувшись до екрану, можна отримати вичерпну інформацію про кожен об'єкт показу [17].

Системи відображення інформації використовуються цифрові мультимедійні проектори, що дозволяють створювати високо - якісне зображення великого розміру для демонстрації численній аудиторії. Джерелом сигналу для такого проектора є, як правило, комп'ютер, DVD-програвач, відеомагнітофон, відеокамера, візуалайзер (документ-камера), слайд-конвертер і т.д. За допомогою цієї техніки проектор може відображати практично будь-яку візуальну інформацію. Унікальність 97,19

Завдяки Інтернету і бурхливому розвитку інфраструктури цифрових комунікаційних мереж сучасний музей отримав можливість організовувати відеоконференції, демонструвати свої колекції всім бажаючим, у тому числі людям, які проживають в інших містах і країнах. Організувавши канал відеоконференції, музей може прийняти в своїх стінах відвідувачів з вельми віддалених куточків світу. Безперечно, що природне і віртуальне відвідування музею значно відрізняються один від одного, однак важко переоцінити просвітницьке і соціально-культурне значення цього прогресу.

Глобальна мережа Інтернет стала важливою частиною культурного життя взагалі і життя туристично-екскурсійного бізнесу зокрема. Комп'ютер став робочим інструментом працівників сфери туризму. Йде стрімке освоєння віртуального простору.

В останні роки великого поширення в обслуговуванні туристів та екскурсантів набуло використання системи «аудіогід». Система дозволяє проводити екскурсії, давати інформаційні повідомлення без фактичної участі екскурсовода. Аудіозасоби широко використовуються в музейних екскурсіях, музеї роблять прокат аудіонавушників.

Звичайно, жодна найдосконаліша техніка не замінить хорошого фахівця. Але отримати мінімальну інформацію про експонат, що цікавить екскурсанта таким чином цілком можливо.

Висновки до розділу II

Процес формування культурної ідентичності відвідувача в просторі музею залежить від реалізованих їм соціокультурних проектів, програм, спрямованих на:

а) відродження цінностей традиційної культури, які виступають сполучною ланкою між традиційними і сучасними моделями соціокультурного простору;

б) створення освітнього середовища для посилення соціальної активності та соціалізації особистості, розкриття її творчих і інтелектуальних здібностей;

в) збереження об'єктів нематеріальної культурно-історичної спадщини, яке є історичною пам'яттю, що зв'язує покоління, забезпечуючи таким чином самобутність і спадкоємність;

г) формування концепції моделі музею як культурно-комунікативної системи, яка поєднує соціокультурні коди і знаки, що дозволяють здійснювати взаємодії з різними соціальними групами, спільнотами.

Незважаючи на використання інноваційних підходів, створення умов для задоволення різних інтересів і потреб постійної і потенційної аудиторій, музей значно поступається своїми позиціями в структурі сучасної індустрії

дозвілля та розваг, частково до якої він також належить. Бажаними способами проведення дозвілля серед городян на сьогоднішній день є відвідування кінотеатру, театрів, концертів, кафе, барів, заняття спортом. Музей не ототожнюється з певними соціальними групами (наприклад, молоддю) з місцем вільного культурного проведення часу, що говорить про суперечність між:

- культурно-історичним потенціалом музею, його ресурсами і ступенем їх використання відвідувачами, тобто між пропозицією музейних послуг і споживчим попитом;

- образом музею як сучасного дозвілльового центру, створеного музейним співтовариством, і неоднозначною оцінкою цього образу в свідомості відвідувачів.

Невід'ємним елементом конструювання іміджу музею як соціально затребуваного інституту в сучасному суспільстві є використання інноваційних проектів, заснованих на застосуванні інтерактивних та інформаційних технологій (ІТ), що розглядаються останнім часом як найбільш сучасний і бажаний спосіб трансляції культурних цінностей і реалізації візуально-опосередкованого спілкування з різними категоріями відвідувачів. Проблема використання і впровадження інноваційних технологій є актуальною згідно потреб і інтересів сучасного українця.

Позиціонування музею як відкритого простору соціокультурного взаємодії з різними категоріями відвідувачів, динамізм зміни його функцій і трансформації соціокультурної місії привели до появи моделей «традиційного» і «сучасного» музею. Відмінні риси «сучасних», «нетрадиційних» музеїв проявляються в:

- 1) побудові експозиційного простору з використанням віртуальних, мультимедійних та сучасних дизайнерських технологій;

- 2) формуванні позиції по відношенню до особи відвідувача, беручи до уваги його погляди, думки, точку зору;

3) прагнення до впровадження аттрактивних інновацій, які задаються зовнішніми умовами розвитку суспільства, його потреб і запитів в соціокультурних практиках;

4) реалізації концепцій розвитку музею, пов'язаних з демократизацією і модернізацією музейної діяльності, здійсненням соціального і культурного взаємодії з різними організаціями та соціокультурними інститутами в контексті розширення кордонів культурно-комунікативного простору;

5) розвитку і самовдосконаленні в професійному плані співробітників музею з урахуванням застосування гуманітарних, інформаційних і телекомунікаційних технологій.

Вирішенні питання позиціонування музею в просторі культури і на ринку індустрії розваг не тільки як науково-дослідного і навчального закладу, а й як дозвільної, культурно-розважальної організації одночасно, здатної активно взаємодіяти з різними категоріями відвідувачів і брати участь в рішенні соціокультурних проблем сучасного суспільства.

В даний час не існує однозначної оцінки суспільної місії музею як соціокультурного феномену сучасного суспільства. Але можемо із впевненістю заявити, що потенціал музею в сучасному світі є дуже значущим і таким, що може задовольнити потреби найвибагливіших поціновувачів мистецтва.

Розділ III. КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ МУЗЕЮ В СИСТЕМІ КУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

3.1 Музейний комплекс в системі культурної діяльності України

У даний час в суспільстві зростає інтерес до соціально-культурної діяльності музеїв і музейних комплексів.

Діяльність музеїв та музейних комплексів, так само як і інших культурних осередків, розташованих на території нашої країни, коригується та спрямовується нормативною базою.

До держаних актів, що координують діяльність закладів культури відносять: Закони України «Про культуру», «Про приєднання України до Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини» від 06.03.2008 № 132-VI, «Про народні художні промисли» від 21.06.2001 № 2547-III, «Про позашкільну освіту» від 22.06.2000 № 1841-III, «Про обов'язковий примірник документів» від 09.04.1999 № 595-XIV, «Про професійних творчих працівників та творчі спілки» від 07.10.1997 № 554/97-ВР, «Про бібліотеки і бібліотечну справу» від 27.01.1995 № 32/95-ВР, «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 13.12.1991 № 1977-XII, Укази Президента України «Про державні стипендії для видатних діячів науки, освіти, культури і мистецтва, охорони здоров'я, фізичної культури і спорту та інформаційної сфери» від 10.09.2011 № 906/2011, «Про затвердження Положення про порядок надання грантів Президента України молодим діячам у галузі театрального, музичного, образотворчого мистецтва та кінематографії для створення і реалізації творчих проектів» від 06.02.1999 № 127/99, «Про впорядкування відзначення пам'ятних дат і ювілеїв» від 02.12.1995 № 1116/95, «Про Положення про національний заклад (установу) України» від 16.06.1995 № 451/95, «Про національні заклади культури» від 11.10.1994 № 587/94; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження

Державної цільової національно-культурної програми створення єдиної інформаційної бібліотечної системи «Бібліотека – XXI» від 17.08.2011 № 956, «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися навчальними закладами, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності» від 27.08.2010 № 796, «Про оплату праці працівників закладів культури, яким надано статус академічних» від 03.02.2010 № 109, «Про затвердження Національного стандарту № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» від 03.10.2007 № 1185, «Деякі питання спорудження (створення) пам'ятників і монументів» від 08.09.2004 № 1181, «Про затвердження Порядку підготовки та подання Кабінетові Міністрів України на погодження пропозицій щодо відзначення пам'ятних дат і ювілеїв» від 13.08.2003 № 1249, «Про затвердження переліку типів позашкільних навчальних закладів і Положення про позашкільний навчальний заклад» від 06.05.2001 № 433, «Про затвердження переліку посад педагогічних та науково-педагогічних працівників» від 14.06.2000 № 963, «Про затвердження Порядку проведення архітектурних та містобудівних конкурсів» від 25.11.1999 № 2137, «Питання державної реєстрації творчих спілок» від 06.07.1998 № 1017, «Про затвердження Переліку платних послуг, які можуть надаватися закладами культури і мистецтв, заснованими на державній та комунальній формі власності» від 05.06.1997 № 534 та ін.

З огляду на кількість і якість вже створених і діючих законів, постанов, указів і актів, робимо висновок, що держава зацікавлена в інформованості, освіченості та високому культурному та інтелектуальному рівні кожного громадянина. Але, на жаль, судячи з сучасного стану культури нашої країни, країни маючої значущий і багатий культурний фонд, не всі нормативні акти чинні та навряд чи почнуть діяти без певних змін у всіх ланках реалізації.

Музеї є значущими майданчиками в системі соціально-культурної діяльності для організації заходів по формуванню знань, підвищення рівня

володіння культурою, розвитку інтелекту та розширення кругозору. [100, с. 3-4 с.]

Музеї в цілому є місцем, де люди стикаються з минулим, за допомогою експонатів. Музейна комунікація нерозривно пов'язана з освітньою діяльністю музею, його видавничою діяльністю, діяльністю в мережі Інтернет. В діяльності музею є ряд особливостей, і відповідно певний обсяг вимог, який оновлюється і поповнюється з кожним роком.

У сучасному швидкоплинному світі, в якому відбуваються кардинальні зміни в суспільному житті не стоїть на місці і культура. Музей як частина культури також передає у своїй діяльності всі зміни.

Збільшення відвідуваності музеїв знаходиться в прямій залежності від розвитку інформаційно-рекламного напрямку і маркетингової діяльності, спрямованих інформування спільноти про діяльність музею, формування позитивної оцінки і створення позитивного іміджу музею, залучення відвідувачів, задоволення їх потреб, розробки заходів щодо поліпшення асортименту музейних послуг, вивчення потреб відвідувачів і т.п. Останнім часом все більше музеїв використовують різні інноваційні та інформаційні технології та соціально-культурні методи.

Соціально-культурні методи застосовуються в музейних установах різного профілю з метою введення нових форм і засобів для організації дозвілля населення. До соціально-культурних методів належать:

1. Методи формування суспільної свідомості:

- інформування;
- роз'яснення;
- коментування;
- узагальнення;
- навіювання;
- «зараження»;
- переконання.

2. Методи залучення до соціально-культурної діяльності:

- включення в різні форми безперервної освіти;
- залучання до різних видів аматорської творчості;
- вправлення в творчій діяльності;
- привчання до виконання суспільно культурних функцій;
- самоорганізація;
- самоврядування;
- самоосвіта;
- самообслуговування;
- гра.

3. Методи стимулювання соціально-культурної активності:

- позитивний приклад:
- змагання;
- вимога;
- суспільна думка;
- заохочення;
- перспектива;
- критика і самокритика [86].

Методи сприяють роботі з аудиторією та є системою чітко спланованих заходів освітньої діяльності музейного комплексу.

Музеї перешкоджають незаконному вивезенню та передачі права власності на культурні цінності та ін. Подібним правопорушенням шляхом ідентифікації, автентифікації і оцінці об'єктів культурної спадщини, які вважаються (підозрюються) нелегально або незаконно набутими. З метою забезпечення централізованого державного електронного обліку музейних предметів і музейних колекції, включених до музейного фонду України має ретельно коригуватись і оновлюватись Державний каталог - електронний інформаційний ресурс, який містить відомості про всі музейні предмети і музейні колекції, включених до музейного фонду.

Музеї створюють умови для естетичного виховання, здійснюють процес передачі культурних норм, традицій, досвіду поколінь, трансляції нових знань суспільству і забезпечує художню освіту і науково-педагогічну діяльність в сфері культури. Сучасні музеї залучені в освітні і культурні проекти, взаємодіють з навчальними закладами, тур фірмами та іншими установами культури, виховуючи почуття патріотизму, почуття причетності до традицій і цінностей минулого і підвищуючи освітній і культурний рівень нових поколінь.

Важливим обов'язком музеїв є розвиток освітньої діяльності та залучення якомога ширшої аудиторії з числа місцевих жителів, а також інших груп і співтовариств, яким вони служать.

Діяльність музеїв повинна бути спрямована на виховання ціннісного ставлення до творів, представлених в якості експонатів, повинна формувати повагу до історії, виховувати естетичний смак, розвивати образне мислення і уяву, спонукати відвідувачів до творчої активності.

Важливо сказати, що відвідувачів музеїв з року в рік стає все більше, це говорить про те, що музеї є однією з найбільш популярних в суспільстві соціально-культурної майданчиком.

Сучасне гуманітарне знання прагне встигнути за макропроцесами соціокультурного розвитку суспільства. Великі просторові категорії і швидкісні зміни «зламують» свідомість особистості. На рівні державної політики і в засобах масової інформації відбуваються спроби впровадження нових соціокультурних доміант. Ми говоримо і чуємо про розвиток тої чи іншої країни, про регіональну самобутність, політичну та економічну самостійність таких утворень. Сам термін «країна» кардинально змінює ментальні акценти, стимулюючи і провокуючи нові структурні процеси в рамках глобальних змін.

Особливим стає в цьому процесі відбувається об'єднання взаємодій різних територіальних структур, як в сфері економіки, так і в культурі, що

безпосередньо змінює і політичні стратегії влади. Однак не можна не помітити, що дана ситуація повертає нас до вже існуючої моделі територіальних контактів, а саме до господарських і культурних взаємодій племен і етносів древності. Межі таких контактів визначалися існуючими природними межами: гірськими системами, пустелями, вододілами, тобто природними територіями. І якщо економічні та господарські відносини встановлюються значно швидше і мають розвинені форми, оскільки пов'язані з накопиченням капіталу, то культурні контакти мають іншу швидкість освоєння, залежну від розвитку самосвідомості населення невеликих територіальних одиниць. Труднощі української модернізації в тому і проявляються, що домінування рис самобутності і національних особливостей замінюється осмисленням нового поняття ментальної програми, в якій поєднуються рівні універсального, колективного та індивідуального. Здійснити такі фундаментальні зміни швидко неможливо, тому самосвідомість, тривалий час націлена на консервативні форми існування, це і є сьогодні певним гарантом збереження традиційної культури.

Культура або культурно-історичне середовище, існуюче в межах того чи іншого регіону, розуміється як певний структурний рівень, з розвиненою мережею культурних установ, що включає всі види пам'яток різних епох, в тому числі природні об'єкти і культурний ландшафт. Таке складне співвідношення різних інтернаціональних і національних рис в побуті і способі життя населення, культурних і природних об'єктів робить культурне середовище конфліктним. Культурне середовище включає, з одного боку, предметне середовище, певним чином організовані предметні результати людської діяльності, з іншого - форми відносин людей до природного оточення і реалій суспільства і культури. Культурне середовище суспільства одночасно як би в двох планах: реалізованих і потенційних можливостей, ступінь відповідності яких визначає характер і рівень розвитку культури. Освоєння минулого, успадковане культурне середовище та пристосування її

до нових громадських потреб створюють весь спектр напрямків сучасних культурних процесів.

У зв'язку з цим виправданою стає дедалі більша увага до культурно-історичного середовища як основного, а часом і єдиного джерела регіональної специфіки.

Збереження культурної спадщини багато в чому залежить від його оцінки, розуміння і сприйняття наступними поколіннями, але вони не залишаються незмінними. Культурний регіон, що формується при взаємодії природного і культурно-історичного середовища і сучасної соціокультурної практики, ставить перед музеєм інші, змінені задачі. Музей, пов'язаний з двома системами культурної практики - минулою і теперішньою - стикається із завданням їх сполучити, на новій методологічній базі цінностей і впливу новацій. Тільки на перший погляд тихі зали музейних експозицій сприймаються як метафора відокремленого міркування про минуле, а глибинний сенс фрагментарних історико-культурних відомостей маркує етапи боротьби і примирення різних культур. Саме музейні комплекси, завдяки підтримці держави, мають акумулювати сегменти культур, показати цілісну картину минулого поряд з сьогоденням і майбутнім для детального порівняння та обрання правильного курсу суспільної думки.

Але такий позитивний вплив на соціум музейний комплекс матиме лише коли для його коректного функціонування будуть сприятливі умови на побутовому, матеріальному та соціальному рівнях.

До проблем сучасного музею України можна віднести: проблеми, пов'язані із будівлею, в якій знаходиться музей. Для зберігання творів мистецтва будівлі повинні відповідати певним санітарним нормам.

Наступною проблемою музейної діяльності є залучення аудиторії. Основна діяльність музею, а саме збереження і трансляція культурних цінностей в сучасному суспільстві, як ми визначали раніше, не вважається особливо важливою чи необхідною. Музеям доводиться розробляти заходи,

які не завжди відображають їх основну діяльність. Інтерес відвідувачів прикутий до розваг на базі музею.

У зв'язку з комерціалізацією суспільства музейні працівники все частіше відволікаються від своїх прямих обов'язків і змушені замість цього займатися розробкою планів із заробітку музеїв. Тому що з фінансуванням музейної сфери в даний час пов'язані великі проблеми.

Діяльність музейних комплексів в сучасному суспільстві є значущою. Музей впроваджує нові функції, залучає аудиторію, проводить заходи, що мають різну спрямованість.

3.2. Збереження надбань музеїв як необхідна складова цивілізаційного розвитку суспільства

Історична пам'ять – особливий соціокультурний феномен всього суспільства і його окремих груп, що представляє собою стійку систему загальних уявлень про минуле, що відбивають історичний процес і суспільні відносини у вигляді сукупності соціально-психологічних, теоретичних, ідеологічних, художніх, нормативно - оцінювальних і інших явищ, продуктів духовного виробництва.

Як символічна репрезентація минулого історична пам'ять об'єднує в собі різні види знання: наукового, релігійного, ідеологічного, буденного, мистецтво.

Історична пам'ять є частиною суспільної свідомості, як персоніфікована, так і соціальна. Пам'ять про минуле розглядається не тільки як один з головних каналів передачі відомостей про минуле, а й як найважливіша складова самоідентифікації індивіда, соціальної групи, суспільства. Особистість є і об'єктом впливу колективної пам'яті і, в той же час, суб'єктом її розвитку. Соціальне середовище є джерелом формування

нових колективних уявлень, які, в свою чергу, можуть стати несвідомим в системі історичної пам'яті.

Об'єктами історичної пам'яті можуть бути явища і процеси в широкому діапазоні - від великих історичних подій в масштабах світу, країни, регіону, до явищ матеріальної і духовної культури, що викликають певні асоціації. Історична пам'ять тісно пов'язана з моральною свідомістю, з громадянською позицією як окремої людини, так і соціальної групи, багато в чому забезпечуючи наступність поколінь [81].

Пам'ять про минуле може розглядається в різних аспектах. Індивідуально-психологічний аспект пов'язаний з суб'єктивним сприйняттям історичних фактів, явищ, подій, які переходять в образи історичної епохи. Соціальний аспект включає в себе аналіз сучасної структури суспільства і передбачає те, що залишається в пам'яті людей в результаті їх взаємовідносин з суспільним ладом, колективами людей, корпоративними спільнотами. Культурний аспект історичної пам'яті містить інформацію про естетичну цінність, моральні засади, взаємин людей на рівні спілкування. На основі проведеного аналізу робимо висновок, що в основі формування історичної пам'яті укладено певний з'єднання різних компонентів. У цю структуру входять і система суспільних відносин, і природна основа суспільства, сконцентрована на певній території. При всій вибірковості історичної пам'яті, при її соціальної детермінації, вона має і загальну для всіх представників об'єктивну основу.

Історична пам'ять не є природним і нейтральним спогадом про минуле, вона формується в контексті. Раса, клас, етнічність, походження, державна приналежність - все це формує свій історично обумовлений образ минулого. Тому, для розуміння минулого важливо уявлення відносин, що складаються між історичною пам'яттю і факторами, що впливають на її формування.

Охоронцями історичної пам'яті виступають соціальні спільності: сім'я, нація, держава; окремий член суспільства при цьому не може бути

розглянутий як повноцінний носій всієї сукупності фактів, включеної в історичну пам'ять. У той же час, справжня історична пам'ять не може існувати без особистої історичної пам'яті, без знання того, що пов'язано з особистою долею конкретної людини, історією його родини, його попередників, які функціонували в історії.

Історична пам'ять - це феномен суспільного буття, духовної сторони суспільного процесу, що представляє собою відображення, пізнання, осмислення, інтерпретацію, актуалізацію, трансляцію, винесення оцінок, вираз емоцій, осягнення людської історії як процесу, що триває в часі, в єдності минулого, сьогодення і майбутнього. Вона формується на основі соціально-психологічних уявлень про індивідуально-подієвих, філософсько-історичних, теологічних проблемах історичного розвитку; на базі теоретичних уявлень і концепцій; на основі художньо-образного відображення історичного процесу; на базі політико-ідеологічних і морально-оціночних уявлень [73].

Пам'ять народу містить в собі багат шарову мережу інформації, яка регулює поведінку людини, виступає сферою первинної соціалізації індивіда, коли він освоює мову і традиції, здобуває освіту і виховання, що дозволяє йому знайти своє місце, знайти себе в системі соціокультурних цінностей. Завдяки цьому, наступні покоління отримують готовими основні життєві орієнтири.

Музей у ставленні до історичної пам'яті відіграє подвійну роль: з одного боку, він дозволяє її зберегти і передати наступним поколінням, а з іншого, він бере активну участь в її формуванні та розвитку.

Сучасне суспільство характеризується недовговічністю багатьох соціальних процесів. Зміна суспільних ідеалів, невизнання колишніх ціннісних устремлінь призводять до роз'єднання в духовному житті суспільства. В даний час на перший план виходить проблема згуртування громадян на основі загальної ідеї, яка повинна бути усвідомлена і близька

кожному. Досягненню цієї мети сприяє прилучення до системи культурних цінностей і знання історії, формування гордості за свою Країну, в якій працюють люди, які беруть участь в складному процесі становлення і розвитку держави.

У вирішенні еволюційних і прогресивних питань особлива роль належить історичній пам'яті, яка, як особливий феномен соціокультурної реальності, має здатність зберігати в масовій свідомості членів суспільства оцінки подій минулого, перетворюючи їх в ціннісні орієнтири. У цьому контексті музей має великий потенціал. Спираючись на історичну пам'ять - основу національної самосвідомості - в рамках музею, впливаючи когнітивними й емоційними засобами, можливо відтворити історичні реалії, залучаючи людину в світ пробудженої історії, викликаючи високі почуття причетності до значимих подій минулого часу.

Тісний взаємозв'язок музею, як соціокультурного явища, і феномена історичної пам'яті в даний час придбала незаперечне значення.

Проблема пам'яті була порушена ще в давнину. Інтерес до неї проявляли багато мислителів античної епохи: Платон, Аристотель, Платон, Августин і ряд інших. Однак, в той час філософів приваблювала індивідуальна пам'ять. Епоха Відродження стала перехідним часом, досягнення якого заклали основи для початку нового розуміння пам'яті про минуле. Найбільш яскравими представниками того часу стали Н. Макіавеллі, Т. Компанелла, Л. Бруні та ін. Незважаючи на те, що в їх дослідженнях не простежується конкретна проблематика теми пам'яті, вона опосередковано інтегрована в загальний зміст їх робіт. Черпаючи знання і натхнення в античності, вчені епохи Відродження проводять ідею про важливість пам'яті як своєрідного фундаменту для теперішніх та майбутніх успіхів [66].

Осмислення пам'яті, в основі якої накопичений в процесі розвитку людства досвід і трансляція культурних цінностей з покоління в покоління, знайшли своє вираження в роботах більш пізнього періоду. У XVII столітті

до числа дослідників цієї проблеми належать Ф. Бекон, Т. Гоббс, Дж. Локк, які заклали основу розгляду пам'яті в аспекті наукового знання. У XVIII столітті позначену тему осмислювали Дж. Берклі, Д. Юм, Дж. Віко та ін.

З появою в XIX столітті соціології оформився новий дискурс теми пам'яті, яка осмислюється з позицій існування загальних уявлень суспільства. Послідовник ідей Е. Дюркгейма М. Хальбвакс на початку XX століття позначив поняття «колективна пам'ять». Його дослідження продовжив Л. Леві-Брюль.

Особливе значення для філософського осмислення природи історичної пам'яті мають роботи Ф. Ніцше «Про користь і шкоду історії для життя» і «До генеалогії моралі».

Німецький історик І. Дройзен сформулював думку про те, що спогади, як сутність і потреба людини і суспільства, є предметом і ознакою історії.

Різні аспекти даної проблеми аналізували в другій половині-кінці XX в. такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як А. Бергсон, Абі Варбург, П. Нора, Е. Тоффлер, Д. Лоуенталь, М. Хайдеггер, Я. Ассман, П. Хаттон, П. Рікер, Й. Рюзен, Ю.М. Лотман, М.С. Каган та ін. Ці вчені внесли свій вклад в різнобічне вивчення проблеми історичної пам'яті. Так, Я. Ассман і П. Хаттон визначили існування культурної пам'яті і запропонували її різні класифікації. Е. Тоффлер виділив етапи розвитку соціальної пам'яті і вказав на її зміна в історичному аспекті. Ю.М. Лотман через семантичний аналіз розмірковував про культуру як колективної пам'яті.

Психологічний аспект досліджень міститься в роботах К. Юнга, який вивчав як колективне несвідоме, так і способи його актуалізації. Звернення до пам'яті ми знаходимо в дослідженнях психологів А.Г. Асмолова, Л.С. Виготського, О.М. Леонтьєва, А. Р. Лурія та ін. Вони відводять важливу роль пам'яті в процесі становлення особистості, її пізнавальної діяльності.

Музей виступає системою образів, збудованих в певній послідовності. Важливий елемент історичної пам'яті - міф. Поєднуючи в собі два аспекти -

розповідь про минуле і пояснення сьогодення і майбутнього, він виявляє тим самим свій зв'язок з музеєм. Як за допомогою міфу минуле з'єднується з майбутнім, на тих же підставах в музеї забезпечується духовний зв'язок поколінь, стаючи стабілізатором суспільного життя.

Основний елемент історичної пам'яті - цінності. Це специфічні соціальні визначення об'єктів навколишнього світу, що виявляють їх позитивне або негативне значення для людини і суспільства, які виконують роль орієнтирів у предметній і соціальній дійсності. Музейна діяльність безпосередньо спрямована на виявлення і відбір предметів, явищ і процесів, які, як культурно-історичні цінності, служать виробленню особливого ціннісної свідомості, що виражає єдність, спільність історичних доль народу.

Структура історичної пам'яті являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів, то музей може розглядатися як простір, в якому здійснюється їх з'єднання і відображення. Кожен компонент історичної пам'яті відіграє важливу роль в музейному просторі, і в своїй взаємодії вони сприяють збереженню, актуалізації і трансляції історичної пам'яті з покоління в покоління.

Гуманізація і демократизація сучасного суспільства поставила на чільне місце людини, його потреби і запити, що спричинило появу нових функцій. Відмінною особливістю музею на цьому етапі є те, що сьогодні він реалізує свої функції як певний механізм соціокультурної комунікації, що сприяє відтворенню культури і взаємодії різних культурних спільнот. Покликаний інтегрувати і зберігати культурно-історичний досвід, музей активізує процеси передачі та обміну інформацією не тільки між поколіннями і різними культурами, а й між різними соціальними групами.

Дослідники історичної пам'яті базові функції позначають як акумульований попередніми поколіннями історичний досвід. Серед них функція запам'ятовування, збереження і відтворення суспільно значимої інформації. Цій функції історичної пам'яті відповідає музейна функція

документування. Документує функція реалізується в багатьох напрямках музейної діяльності і виражає специфічну сутність музею як соціального інституту, покликаного вивчати історичну дійсність і відобразити її в музейних колекціях і експозиціях. Зберігаючи і фіксуючи в суспільній свідомості цю дійсність, як джерело пізнання минулого, музей сприяє подальшому розвитку і збагаченню нашого суспільства.

Історична пам'ять не тільки зберігає, але і транслює те, що в ній міститься. У зв'язку з цим, в діяльності сучасних музеїв як ніколи раніше все більш значущу роль набуває комплекс завдань, пов'язаних з реалізацією освітньої функції, яка обумовлена пізнавальними запитамі суспільства і безпосередньо співвідноситься з пізнавальною функцією історичної пам'яті. В даному випадку історична пам'ять виступає сукупним минулим досвідом і забезпечує єдність культурно-історичного процесу і його наступності

Найважливіша функція історичної пам'яті - виховна - спрямована на формування духовної особистості, здатної до самовдосконалення. Функція виховання в рамках музейної діяльності тісно пов'язана з поняттям соціалізації особистості. Реалізована в історичних музеях, вона в чималому ступені спрямована і на формування громадської самосвідомості, що в даний час становить велику актуальність для українського суспільства. Усвідомлення людиною або спільнотою людей своїх знань, інтересів, ідеалів дозволяє етносу, класу, соціальної групі піднятися до розуміння свого становища в системі загальних ідеалів та інтересів, відстоювати і захищати їх. Тому самосвідомість носить глибоко громадський характер.

Серед функцій історичної пам'яті особливе місце займає комунікативна функція, зміст якої полягає в передачі за допомогою елементів, що становлять історичну пам'ять, накопиченого суспільством культурного досвіду і в підтримці наступності соціально-культурних зв'язків між представниками різних поколінь. Саме ця функція відображає глибинну сутність всього феномена історичної пам'яті. Неефективна її реалізація

призводить до очевидного розриву зв'язків між поколіннями. Музей дозволяє здійснювати комунікацію далеких у часі і просторі культур. Історична пам'ять, увібравши в себе найбільш цінні і актуальні досягнення культури як результат життєдіяльності людей, завдяки реалізації комунікативної функції музею, стає доступною для широкої і різноманітної аудиторії. Саме тому для сучасного музею однієї з найважливіших завдань має стати вирішення проблеми діалогу, зворотного зв'язку з відвідувачем [98]. Унікальність - 100

В рамках історичної пам'яті вирішуються питання про сенс життя, про щастя, про ідеали. Пам'ять наповнює значенням вчинки, поведінку, життя в цілому. Основу суспільного світогляду становить історичний досвід, який, інтегруючись в сучасну культуру, забезпечує уявлення про зв'язок часів. В цьому випадку можна говорити про світоглядної функції історичної пам'яті. Пам'ятки культури, представлені в музейній збірці як система значень, формують ціннісну орієнтацію, яка сприяє розумінню різноманіття навколишнього світу і вмінню орієнтуватися в культурному просторі. Особистість, відчуваючи вплив історико-культурного середовища, прямо або опосередковано здійснює внутрішній акт самовизначення, співвідносячи свої погляди і уявлення, досвід і знання, етичні та естетичні критерії з нормами інших етносів.

Адаптаційна функція історичної пам'яті проявляється в соціальному і психологічному освоєнні особистістю мінливого типу суспільних відносин, допомагаючи членам суспільства пізнавати умови навколишнього середовища, способи і зразки соціальної поведінки. Поряд з цим, вона дає можливість розуміти стереотипи, що склалися взаємодії, спілкування людей один з одним, а також шляхи практичної діяльності.

У сучасній соціально-суспільній ситуації музей стає важливим засобом адаптації людини до культурного середовища. По-різному сприймаючи музейні цінності через розуміння, співпереживання, пояснення і споглядання, глядач поринає в самотній світ музею, долаючи стереотипи і внутрішні

бар'єри. Адаптаційна функція пов'язана з ідентифікаційною функцією історичної пам'яті, яка також властива і музею. В ситуації кризи ідентичності, коли людина прагне знайти опору в стійких громадських інститутах, вона дозволяє усвідомити свою приналежність тієї чи іншої соціальної групи, спільності, що є носієм певного комплексу культурних цінностей. Індивід, проявляючи себе в різних якостях, володіє різними ідентичностями, і саме музей здатний по-різному реагувати і впливати на них. За допомогою своїх експозицій, інсталяцій він може представляти історичні та культурні цінності, з тим щоб вони зберігалися і трансливалися майбутнім поколінням в процесі глобальних перетворень нашого часу. На підставі цього стверджуємо, що історична пам'ять через музейний простір багато в чому визначає включення людини в існуючу систему соціальних і між індивідуальних відносин.

Близькою за значенням до ідентифікаційної є інтеграційна функція, за допомогою якої зміцнюється духовна зв'язок поколінь, створюється відчуття спільності, єдиної історичної долі народу [45]. Інтеграційна функція спрямована не на стирання культурних відмінностей, а на об'єднання людей, як в рамках однієї культури, так і за її межами, на усвідомлення єдності всього людства.

Дії музею, орієнтовані на справжні вічні цінності людського життя і культури, на збереження і примноження досягнень цивілізації, мають інтегрує силою. Перебуваючи в музеї, осмислюючи представлений матеріал, відвідувач ототожнює себе з суспільством, знаходить своє місце в структурі, і цей процес супроводжується усвідомленням і досягненням причетності до даного суспільства і культури.

Проведений аналіз дозволив зробити висновок про те, що музею притаманні особливі функції, завдяки яким, можна говорити про його здатність брати участь у вирішенні кардинальних проблем життєдіяльності суспільства, сприяючи формуванню історичної пам'яті. В основі подібної

можливості лежить спільність механізмів досягнення цілей або втілення певних цінностей.

Важливе значення в реалізації зазначених функцій належить музеям історичного профілю, особливо музеям, що містять експозиції з історії сучасності. До факторів, які вплинули на становлення нових суспільних функцій сучасних історичних музеїв, відносяться, зокрема, криза національно-державної ідентичності, відцентрові сили в суспільстві, згорання просвітницької та виховної спрямованості державної політики, десакрапізація і десимволізація життєвого середовища, а також вплив постмодернізму на гуманітарне знання і інформаційне середовище і ін. У той же час, усвідомлення музеями своєї ролі в процесі формування суспільної свідомості, трансляції культури, встановлення взаєморозуміння між народами і гуманістичному вихованні людини ХХІ століття сприяє посиленню їх значення у формуванні масової культури на основі історичної пам'яті.

Сучасне розуміння музею як важливого чинника у формуванні історичної пам'яті тісно пов'язане з його експозиційно-виставковою роботою. Визнаючи за музеями історико-політичну спрямованість найбільш яскраво вираженого результату зв'язку цих двох понять, показана соціальна роль і функції сучасного історико-політичного музею, розкриті проблеми наукового змісту експозицій, проблеми інтерпретації актуальних тем і дискусійних проблем новітньої історії України в історичних експозиціях.

Музеї історичного профілю мають ряд особливостей, які дозволяють говорити про їх виключної суспільної значимості. Різні концептуальні погляди на історію України пропонують різні варіанти музейного експозиційного показу. Для сучасного історичного музею однієї з найважливіших завдань стає пошук самовизначення в розкритті провідної теми [87].

Музеї сучасної політичної історії становлять підгрупу історичних музеїв і поряд з їх загальною соціальною значимістю в системі формування історичної пам'яті, несуть на собі додаткове навантаження. Сучасність і затребуваність цього типу музеїв обумовлена тим, що разом з традиційною для музею діяльністю по документуванню подій сьогодення, необхідно не тільки фіксувати зміни, що відбуваються, а й оцінювати, інтерпретувати і виділяти в стрімкому бігу часу дійсно важливі, знакові моменти в житті країни.

Якщо роботу над експозицією розглядати як встановлення діалогу, спрямованого на вирішення гострих соціальних проблем, залучення суспільної уваги до проблем, які зачіпаються в конкретній історичній ситуації, вихованню історичного і громадянської свідомості, то завдання експозиціонера полягає в побудові чіткої наукової концепції, в якій ідеологія відповідає загальній місії музею.

Для сучасного музею маємо віднайти рішення, яке б не пригнічувало самостійність, індивідуальність висновків відвідувачів, а сприяло вихованню громадянськості і неупередженого історичної свідомості. Орієнтиром в цьому пошуку повинна служити концепція, згідно з якою музейна експозиція - це уявлення різних точок зору, спрямованих на відтворення повноцінної і об'єктивної картини попередніх століть і сучасних відносин, традицій, суспільних проектів. Об'єктивність в музейному поданні історії - це найважливіший фактор у формуванні історичної пам'яті. Для досягнення максимальної неупередженості в показі історичних процесів необхідно прагнути до розповіді, заснованому на справжніх матеріалах, максимально наближеному до реального життя, відновленню культурних моделей минулого незалежно від особистих інтересів.

Дослідження музею в системі формування історичної пам'яті не вирішує всього комплексу сформованих в цій сфері соціально-значущих і актуальних завдань. Але аналіз розвитку музейної справи в Україні показує,

що, спираючись на справжні пам'ятники матеріальної і духовної культури, музеї включаються в формування історичної пам'яті тим, що забезпечують достовірність і переконливість експозиції. Перетворюючи документи історії та зразки культурної діяльності в засоби інформаційного, емоційно-образного впливу, музеї допомагають наступному поколінню ефективно орієнтуватися у величезному інформаційному просторі.

Ми очевидно показали, що функції історичної пам'яті людства збігаються з функціями музею для суспільства, так як музей і покликаний саме для того щоб таку пам'ять зберегти.

Висновки до розділу III

Підводячи підсумок нашим міркуванням, можна сказати, що музейний комплекс повинен стати основною установою організації соціокультурних процесів в межах країни, розширюючи свою діяльність тематично і територіально, і створюючи основу для функціонування країни як єдиного культурного організму.

Музеї виконують соціально-значущі функції. Музей служить засобом міжкультурної комунікації, сприяючи спілкуванню між людьми з приводу їх сприйняття, розуміння та інтерпретації природної і культурної спадщини різних епох і народів через музейний предмет. Музей як соціальний інститут відіграє важливу роль в культурному відродженні, єднанні людей і формуванні громадянського суспільства. У цьому особлива роль належить різним громадським об'єднанням і соціальним групам, які створюються і працюють при музеях. Музеї також сприяють обміну знаннями, документацією і колекціями з музеями і культурними організаціями інших держав.

Таким чином, музеї є важливою складовою культурного життя суспільства, забезпечуючи збереження, збагачення і передачу культурної

спадщини новим поколінням, важливим засобом культурного обміну та розвитку взаєморозуміння, співробітництва різних народів, а також розвиток науково-дослідницької діяльності, шляхом взаємодії з історичною наукою, археологією, реставрацією, мистецтвознавством, етнографією.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз спеціальної літератури, інтернет-джерел, власний досвід роботи в музеї під час проходження різних видів практик, засвідчив, що на сьогодні, говорячи про сучасний розвиток соціуму, слід розглядати дедалі зростаючу роль музеїв у соціальних трансформаціях суспільства. Будучи ретранслятором загальнолюдських цінностей, музеї не просто зберігають історію, а й активно її перетворюють в сучасному світі.

Музей являє унікальний культурний феномен, сутність якого полягає не лише у концентрації пам'яток історії та культури, але й значною мірою у популяризації наявних пам'яток, розгортання широкою дослідницької діяльності, публікації нових матеріалів про культурний простір.

Концептуальні засади дослідження комунікацій із суспільством в музеї, їх вплив на духовне життя суспільства, а також зміни, пов'язані з механізмом трансляції соціокультурної інформації і досвіду, досліджені в працях Д. Белла, Лассуелла, М. Маклюєна, А. Моля, Т. Парсонса, Е. Тоффлера. Ознаки та основні риси комунікативної природи музею, механізм взаємозв'язку комунікації і культури знайшли відображення в працях: Н. Дензіна.

В. Глузінський, Дукельський, Д. Портер, Ю. Ромедер досліджували проблеми та аналізу культурно-комунікативних процесів в музейному просторі. А. Разгон та Д. Равікович досліджували функції культури.

Поняття «музей» має безліч дефініцій, чимало дослідників сходяться на думці, що єдиного підходу у визначенні поняття «музей» не існує.

Прихильники «суб'єктивно-естетичної» теорії пояснюють музей як збирання або накопичення музейних цінностей, яке диктується «вродженою» любов'ю до прекрасного. Прибічники «біологічної» теорії приписують людині «колекціонерський» інстинкт, яким володіють не тільки люди, а й деякі види тварин, які тягнуть у свої нори блискучі раковини, камінчики та інші предмети. «Філологічна» теорія, відповідно до цієї теорії виникнення і

існування музеїв в різних країнах є бажанням повторити або відтворити античний зразок, храм муз – «мусейон».

Музей у процесі свого становлення та розвитку пройшов декілька етапів.

Перший етап (IV ст. до н. е. – XIV ст. н. е.) – (період протомузейних колекцій). У цей період колекції виконували сакральну та репрезентативну функції. Збори були пов'язані з природою та культурою завойованих країн.

Другий етап (XV – XVI ст.) – (період виникнення музею як соціокультурного інституту). Саме у цей час у людей з'являється дуже помітний інтерес до спадщини та культури античності. Починають виникати перші музеї, на основі приватних зібрань.

Третій етап (кінець XVII - XVIII ст.). У той період музей починає розглядатися як соціальний інститут. Це пов'язано з використанням колекцій, раціональним знанням, що стрімко розвивалося і, перш за все, найбільш активною його областю – природною та натуральною історією. Музей того часу спершу був доступний лише для обраної та освіченої публіки, однак потім Європа пережила «музейний бум», головною рисою якого став рух за відкриття музеїв для широкої публіки і припинення ділення відвідувачів на бажаних і небажаних.

У XVIII ст. починають будувати спеціальні музейні будівлі. Першою спеціалізованою музейною будівлею в Німеччині стала картинна галерея Сан-Сусі за проектом Брюїнга, побудована в 1755-1763 рр. Саме наприкінці XVIII ст. будівлі для зберігання і представлення колекцій стали називати «музеями».

Четвертий етап (кінець XVII - XX ст.). Даний етап характеризується активним освоєнням нової галузі соціальної практики – сферою освіти. Виникає навчальний музей, що стимулював становлення музейної педагогіки.

У той період з'являється новий погляд на музей у якому концепції освіти і виховання відводиться важлива роль.

Досліджуючи теоретичні аспекти музейної діяльності ми виокремили, що музей як соціокультурний інститут має певні функції. Вивченням даного аспекту музею займалося багато науковців. Зокрема А. М. Разгон визначає чотири основні функції музею: 1) документування історичного процесу; 2) функція збереження артефактів; 3) науково-дослідна; 4) освітньо-виховна.

Д. А. Равікович доповнила базову модель, запропоновану А. Разгоном. Вона додала функцію організації вільного часу. А. Н. Дьячков і В. Ю. Дукельский основною соціальною функцією музею в задоволенні інтересу до пам'ятників культури, культурних запитів людини.

Виявивши класифікацію музеїв, можемо зазначити, що на початку розвитку музейної справи чіткої класифікації музеїв не було. Музеї в основному зберігали невеликі різноманітні колекції і мали загальну назву, наприклад: «музей старожитностей». З розвитком музейної справи музеї починають «профілюватися» відповідно до своїх функцій, характеру збірок або за іншими критеріями. Тип музею визначається його суспільним призначенням, метою діяльності. Є три типи музеїв:

- 1) науково-освітні (масові, або публічні).
- 2) науково-дослідні, або академічні, призначені для фахівців.
- 3) навчальні - призначені для учнів і студентів.

Досліджуючи роль та місце музею в сучасному культурно-мистецькому просторі, ми дійшли до висновку, що музей є повноправним учасником і суб'єктом мистецько-культурного простору і розглядається в контексті основних понять глобалізації – інтеграції, уніфікації, стандартизації.

Музей виступає як популяризатор та транслятор культурної спадщини та цінностей, сприяє формуванню культурної ідентичності особистості. Сучасні музеї «де-факто» стають центрами освіти, комунікації, культурної інформації та інновацій.

Сучасна прогресивна спільнота потребує нового музею. Основне в такій справі – не знівечити музей, не перетворити його на центр розваг, адже так він втратить свою освітню цінність.

Музей є універсальною культурною формою документування і трансляції соціального досвіду. Культурна форма є матрицею, зміст якої наповнюється з урахуванням конкретної соціально-історичної ситуації, і з безлічі культурних форм складається культура у всій своїй різноманітності. Факторами життєздатності музею як культурної форми виступають діяльнісний потенціал людини, способи його предметної діяльності і творчості.

Завдяки збереженню пам'яті минулих поколінь сучасне суспільство здатне розвиватись та дізнаватись історію минулого, де важливим компонентом у цьому процесі є музеї, оскільки музейна діяльність – шлях до цивілізаційного розвитку.

Список використаної літератури

1. Антонова Л., Андреева, О. Дмитриева, Шапиро О. В мире сокровищ. По залам Эрмитажа. Санкт-Петербург, 1961.
2. Ариарский М. А. Прикладная культурология. Санкт-Петербург, 2001. 561 с.
3. Атлас чудес света. Москва: БММ АО, 1996.
4. Баварские государственные собрания картин. Мюнхен: Альбом / Сост. М.Я. Либман. Москва, 1982.
5. Байдахер Ф. Загальна музеологія / За ред. З. Мазурика; Пер. із нім. Х. Назаркевич, О. Лянґ, В. Лозинського. Київ: Літопис, 2005.
6. Бакушинський А. В. Искусство и музеи. Современные музеи искусства и музеи будущего. *Исследования и статьи. Избр. искусствовед. тр.* Москва: 1981.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования . Москва: Academia, 2004. 788 с.
8. Бенеш О. О Искусство Северного Возрождения. Москва: Искусство, 1973.
9. Билуха Н. П. . Методология научных исследований. Киев: АБУ, 2002.
10. Блумер Г. Коллективное поведение. // Американская социологическая мысль. Москва: МГУ, 1994.
11. Буланий І. Т., Явтушенко І. Г. Громадські музеї України. Історія, досвід, проблеми. Київ: Наукова думка, 1979.
12. Буравченков А. А. Культура і туризм: взаємодія і збагачення. Київ: Українська культура, 1999.
13. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем./ Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл. П.П. Гайденко. Москва: Прогресс, 1990.
14. Весь мир: страны, флаги, гербы. Энциклопедический справочник. Минск: Харвест, 2000.

15. Власюк Г. М. Музеезнавство та архівна справа: Навч.-метод, посіб. Г. М. Власюк, О. Ю. Зосимович, М. В. Хададова. Житомир: ЖДПУ ім. І. Франка, 2006.
16. Волкова Е. В. Зритель и музей. Москва: Знание, 1989.
17. Вольфович А. Ю. Модель музейной коммуникации в концепции зарубежных музееведов. *Музей в современной культуре*: Сб. науч. тр. Санкт-Петербург: 1997.
18. Гэлбрейт Д. К. Новое индустриальное общество. Москва: Прогресс, 1969.
19. Глузинский В. Некоторые вопросы теории экспозиции в современной польской музееведческой литературе. *Музееведение и охрана мятников*. Москва, 1987.
20. Гнедовский М. Проектирование прошлого и музей будущего: метаморфозы проектного подхода в музейном деле. *Социальное проектирование в сфере культуры. Прорыв к реальности*. Москва, 1990.
21. Грицкевич В. П. История музейного дела в новейший период (1918 – 2000). Санкт-Петербург: СПбГУКИ, 2009. 152 с.
22. Грицкевич П. И. История музейного дела до конца XVIII века. Санкт-Петербург: СПбГУКИ, 2001. 409 с.
23. Грицкевич В. П. . История музейного дела конца XVIII – начала XX вв. Санкт-Петербург: СПбГУКИ, 2007. 336 с.
24. Гюйссен А. Бегство от амнезии: музей как массмедиа. Искусство *The Art Magazine*. 2012.
25. Длугач В. В. Современное музейное оборудование. В. В. Длугач, Т. Н. Зайцева. Москва, 1985.
26. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. / Пер. с фр. Москва: Канон, 2012. 352 с.
27. Ертман Е. В. Курс лекций по предмету "Методология исследования социально-культурной деятельности. Санкт-Петербург, 2011.

28. Заклади культури, мистецтв, фізкультури та спорту України у 2016 році: Статистичний бюлетень. Електронний ресурс. Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_zkm_bl.htm
29. Закон України Про ратифікацію Конвенції про охорону архітектурної спадщини Європи від 20.09.2006. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/165-16>
30. Закон України Про ратифікацію Конвенції про охорону архітектурної спадщини Європи від 20.09.2006. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/165-16>
31. Зиммель Г. . Избранные работы. Київ : Ельга, 2006. 440 с.
32. Золотова Г. А. PR-деятельность учреждения культуры. Сыктывкар, 2010. 44 с.
33. История Эрмитажа и его коллекций: *Сб. науч. тр.* Санкт-Петербург., 1989.
34. Калитина Н. Н. Музеи Парижа. Москва, 1967.
35. Камерон Д. . Музей – храм или форум? . *Сов. музей.* 1990.
36. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. Москва: ГУ ВШЭ, 2000. 607 с.
37. Кириченко Е. И. Исторический музей. Москва: 1984.
38. Краткая художественная энциклопедия. *Искусство стран и народов мира* Москва, 1981.
39. Кудрявцев Б. В. Художественный музей Лондона. Москва: Искусство, 1994.
40. Лазарсфельд П. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие [Електронний ресурс]. П. Лазарсфельд, Р. Мертон – Режим доступу до ресурсу: : <http://culturca.narod.ru/Lasar.htm>.
41. Лассуэл Г. Д. Психопатология и политика: Монография. Москва: РАГС, 2005.
42. Корбузье Л. Архитектура XX века. Москва, 1970.

43. Левинсон-Лессинг В. Ф. История картинной галереи Эрмитажа. Санкт-Петербург: 1985.
44. Линтон Р. Статус и роль. Человек и общество. Київ, 1999.
45. Лувр. Париж: Альбом / Сост. Ю. Золотов. Москва, 1971.
46. Лувр. Парижская скульптура. Москва., 1984.
47. Луман Н. Общество общества. Ч. IV. Дифференциация. Москва: Логос, 2006. 320 с.
48. Маклюэн Г. М. . Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Москва: «КАНОН-пресс-Ц», 2003. 464 с.
49. Маркин Ю. П. Вартбург. Айзенах. Эрфурт. Ваймер. Москва: Искусство, 1995.
50. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. Москва: АСТ, Хранитель, 2006. 873 с.
51. Міжнародна рада музеїв. Електронний ресурс. Режим доступу: [http:// www.icom.org](http://www.icom.org)
52. Моль А. Социодинамика культуры. Москва: Прогресс, 1973. 406 с.
53. Музееведение. Искусство музейной экспозиции и техническое оснащение музеев. Москва, 1985.
54. Музеи Ватикана. Рим. Москва, 1974.
55. Музеи Рима. Галерея Боргезе. Национальная галерея: Альбом / Сост. З. Борисова. Москва, 1971.
56. Музеї України: Довідник / Міністерство культури і мистецтв України. Київ: За друга, 1999.
57. Музей изобразительных искусств. Будапешт: Альбом / Сост. К. Гараш. Москва, 1976.
58. Музей истории искусства. Вена. Москва, 1986.
59. Музей Прадо. Мадрид: Альбом / Сост. К. Малицкая. Москва, 1971.
60. Национальная галерея. Лондон: Альбом / Сост. И. Кузнецов. Москва, 1971.

61. Новожилова Л. И. Художественный музей в системе культуры. Современный художественный музей. Проблемы деятельности и перспективы развития. Санкт-Петербург: 1980.
62. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв: Навч. посіб. П. Горішевський, М. Ковалів, В. Мельник, С. Оришко. Івано-Франківськ: Плай, 2005.
63. Офіційний сайт культурно-мистецького комплексу «Мистецький арсенал». Електронний ресурс. Режим доступу до ресурсу: <https://artarsenal.in.ua/uk/istoriya/>.
64. Парсонс Т. К. К общей теории социального действия. О структуре социального действия. Москва: Академический проект, 2000.
65. Петранівський В. Л., Рутинський М.Й, Туристичне краєзнавство.. Київ: Знання, 2006.
66. Пиотровский М. Портрет музея на фоне города. Санкт-Петербург, 2008.
67. Популярная художественная энциклопедия. Москва, 1986.
68. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с пред. В.Д. Щетинина. Москва: Международные отношения, 1993. 896 с.
69. Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности. Москва, 1989.
70. Равикович Д. А. Музейная сеть РСФСР (современное состояние). Москва, 1976.
71. Равикович Д. А. Социальные функции и типология музеев. Москва, 1987.
72. Равикович Д. А. Формирование государственной музейной сети (1917 – половина 1960-х гг.). Москва, 1988. 152 с.
73. Разгон А. Исторические музеи в России. 1861-1917. Москва, 1979.
74. Разгон А. М. Музейный предмет как исторический источник. Москва, 1984.259 с.

75. Разгон А. М. Общетеоретические вопросы музееведения в научной литературе социалистических стран: Москва: Государственная библиотека СССР, 1984. 40 с.
76. Ревякин В. И. Музеи мира: Архитектура. Москва: Информэкспресс, 1993.
77. Ревякин В. И. Художественные музеи. Москва, 1974. 278 с.
78. Ривьер Ж. А. Эволюционное определение экомuzeя. 1985.
79. Ромедер Ю. Методы и средства музейной работы: педагогіка обслуживания отдельного посетителя в музее. Москва, 1980.
80. Рутинський М. Й. Музеезнавство: Навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 428 с.
81. Рутинський М. Й. Географія туризму України: Навч.-метод. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2004.
82. Рутинський М. Й. Міжнародний туризм: Навч. посіб. Київ: Знання, 2007.
83. Сапанжа О.С. Культурологическое измерение музея. Москва: Изобразительное искусство, 2011. 3-13 с.
84. Словник основних музейних та екскурсійних термінів. Електронний ресурс. Електронний ресурс. Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/12120124/kulturologiya/slovník_osnovnih_muzeynih_eks_kursiynih_terminiv.
85. Сокольников Н. М. Краткий словарь художественных терминов. Обнинск, 1996.
86. Сотникова С. И. Музеология. Москва: Дрофа, 2010.
87. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні. База даних ЮНЕСКО Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.unesco.org/new/ru/unesco/resources/publications/unesdoc-database/>.
88. Тельчаров А. Д. Музееведение. Москва: Научный мир, 2011.
89. Тоффлер Э. Шок будущего. Москва: АСТ, 2008. 560 с.

90. Туристский терминологический словарь / Сост. И.В. Зорин. Москва, 1999.
91. Україна модерна. Спец. вип. 2007. Львів-Донецьк: соціальні ідентичності в сучасній Україні/За ред. Я. Грицики, А. Портнова, В. Сусака. Львів: Критика, 2007. 357 с.
92. Українське суспільство 1992-2006. Соціологічний моніторинг / За ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2006. 578 с.
93. Українське суспільство 1992-2007. Динаміка соціальних змін / За ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2007. 520 с.
94. Українське суспільство 1994-2005: Динаміка соціальних змін/За ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ.: Ін-т соціології НАН України, 2005. 653 с.
95. Українське суспільство на шляху перетворень: західна Інтерпретація / За ред. В. Ісаїва; Пер. з англ. А. Іщенко. Київ.: Вид. дім «Києво-Могилянська Академія», 2004. 362 с.
96. Український соціум: інтеграція інтелекту. / За ред. В. Врублевського. Київ.: Ін-т соціології НАН України, 2005. - 396 с.
97. Федорченко В. К. Історія екскурсійної справи в Україні: Навч. посіб. Київ: Кондор, 2004.
98. Хабермас, Ю. Теорія комунікативного діяння. Москва, 2010.
99. Хадсон К. Влиятельные музеи. / перевод с англ. / К. Хадсон. Новосибирск.: Сибирский хронограф, 2001. 196 с.
100. Хаттон П.История как искусство памяти/пер. с англ. В.Ю. Быстрова. Санкт-Петербург, 2003. С. 31.
101. Шулемова Э. А. Основы музееведения. Москва, 2013.
102. Эрмитаж. История и современность. Москва, 1980.
103. Юрнеева Т. Ю. Музееведение: Учебник для высшей школы. Москва: Академический Проект, 2003.
104. Якубовський В. І. Музезнавство. Кам'янець-Подільський, 2010. 352 с.

105. 100 великих музеев мира / Сост. Н.А. Ионина. Москва: Вече, 1999.
302 с.

106. Bryant J. Theory and Research in Mass Communication / J. Bryant, D. Miron. //Journal of Communication. 2004. December.

107. Shannon C. Communication Theory of Secrecy Systems // Bell Syst. Tech. J. Short Hills, N.J., etc: 1949. Vol. 28, Iss. 4. P. 656–715.