

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Історичний факультет
Кафедра історіографії, джерелознавства та археології
Центр краєзнавства імені академіка П. Т. Тронька
Східно-регіональний відділ Центру пам'яткознавства
НАН України та УТОПІК

VII Луньовські читання

Музейний колектив і його проблеми

Матеріали науково-практичного семінару

24 березня 2016 року

УДК 94(477): 069.1 (063)
ББК 79. 1 (4 Укр) я 431
Л 84

Редакційна колегія: С. І. Посохов (редактор), Н. С. Вербук, О. Й. Денисенко, В. Ю. Іващенко, С. М. Куделко, П. П. Луньов, О. Г. Павлова (секретар).

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради історичного факультету
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 1 від 17 лютого 2017 р.)*

Рецензент: канд. іст. наук, ст. наук. співроб. Інституту історії України НАН
України Р. В. Маньковська.

*На обкладинці використано портрет А. Ф. Луньова (авт. Н. С. Вербук).
При оформленні шмуцтитулів використані твори О. Г. Верейського.*

Л 84 VII Луньовські читання. Музейний колектив і його проблеми.
Матеріали науково-практичного семінару 24 березня 2016 року / Укл.
О. Г. Павлова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 192 с.

ISBN 978-966-285-389-6

Матеріали збірника присвячені проблемам сучасного музеєзнавства. Автори статей діляться досвідом пошуків і використання нових підходів та інтерактивних методів для вирішення проблем організації музейного простору, поліпшення кадрового складу, виконання комунікативних та інших музейних проєктів.

Учасники семінару звертають увагу на необхідність об'єднання зусиль музеїв, роль інтернет-комунікацій у справі взаємодії музейників, подальші перспективи розвитку музеїв різного профілю.

Збірник призначений для музеєзнавців, мистецтвознавців, краєзнавців, всіх, хто цікавиться історією і теорією музейної справи.

УДК 94(477): 069.1 (063)
ББК 79. 1 (4 Укр) я 431

ISBN 978-966-285-389-6

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2017
© Автори, 2017
© Проценко М. В., макет обкладинки, 2017

«Розумним бути модно!» – девіз сьогодення. А я додам: «Просвітником бути відповідально».

І на закінчення. Коли ми були в Центрі науки «Коперник» у Варшаві, ми спілкувалися з одним із керівників «Коперника», ділилися досвідом. І коли він послухав, то каже нам: «Що і як ви робите, на сьогодні є модною методикою, яку розробляє музей науки «Експлораторіум» у Сан-Франциско. Це вони вас навчають? Як вам вдається встигати за всіма модними навчальними штуками?» Що тут скажеш, окрім того, що ніякою методикою Сан-Франциско ми не користуємося. То все наше, і йде воно від душі кожного з нас. Як завжди, банальне слово – любов! Яскрава, щира, безкорислива любов справжнього українського просвітника!

О. М. Сошнікова

Музей в інформаційному суспільстві: комунікативні ідеї сьогодення

XXI століття – ера інформаційного суспільства відкритого за своєю суттю, яке формує динамічні мережеві відношення, що включають соціальні і культурні трансформації.

Трансформації культурного простору в добу інформаційних технологій викликані появою і вкоріненням інформаційної культури, яка генерує нові програми культуротворення, що покликані сформувати специфічний тип цивілізації, яка вимагає докорінних змін людини й суспільних інституцій. Як зазначає німецький філософ Готхард Бехманн: «...у певному сенсі весь світ стає комунікабельним. На місці феноменології буття виникає феноменологія комунікації» [1, с. 118]. Процеси глобалізації й диференціації змінюють ментальну карту культури, що призводить до появи нових культурних форм,

проектування спільного мультикультурного світового простору культури, загострення суперечностей індивідуалізації і творення множинності ідентичностей, переосмислення значення культури як генетичної пам'яті людства, а, відповідно, принципів і способів збереження і передачі культурного досвіду.

Сьогодні відбувається формування нового культурного типу особистості мережевого соціуму, яка вирізняється параметрами комп'ютерної компетентності та електронної інтерактивності, а також новим досвідом віртуалізації реальностей свого буття, відповідно, й новими страхами (деформованими особливостями існування), виникає диктатура інтерактивної масової культури. Трансформується ієрархія культурних цінностей – профанне сакралізується, високе нівелюється, окремі зразки стилів існування перетворюються на глобальні орієнтири життя і поведінки.

Важливими чинниками, що приводять до трансформацій сучасного культурного простору та формування ціннісно-сміслової парадигми інформаційної культури, виступають феномени знання, інформації та комунікації. Відповідно, проблемою культури як системи своєрідного програмного забезпечення життєдіяльності людства сьогодні постає творення механізмів не стільки акумулювання інформації, знання та комунікації, скільки формування культурного простору, за умов якого стануть можливим їхнє оптимальне функціонування і безпека використання задля прогресу людської цивілізації.

У зв'язку з цим, особливої важливості набувають нові культурні домінанти (цінності, норми, знаки, значення, інтерпретація тощо), що формують світоглядні принципи людини у перехідний період. Відповідальність за становлення і розвиток ціннісних, моральних, етичних та інших домінант людини інформаційного суспільства лежить не стільки на соціальних аспектах і структурах, скільки на сфері культури, дзеркалом якої є саме музей. Сучасна трактовка феномену музею, яка співвідноситься з комунікаційним підходом, дозволяє розглядати музей як спеціалізований засіб трансляції культури та

засвоєння культурного досвіду [4, с. 276]. Музей як багатофункціональний інститут соціальної пам'яті є одним з ключових факторів системи соціального відтворення, яка об'єднує історичність і нові тенденції епохи, чим дозволяє зробити інтерпретацію справжньою та вірною. Але справжність інтерпретації залежить від засобу трансляції, оскільки людське покоління не може вийти за рамки своєї «історичності» [3, с. 36]. Організаційна структура музею повинна бути сприятливою до змін, а не лише пристосовуватися до них. Якщо раніше музеї звертали увагу лише на минуле, зберігачами якого вони виступали, і метою експозиції, як основного каналу комунікації музею, був суто історичний об'єкт, то у сучасному світі метою експозиції є осмислення минулого, рефлексія від історії до майбутнього через теперішнє. Важливо не лише розповісти «як було», але й наглядно продемонструвати до чого це привело у «минулому» і «що треба враховувати в майбутньому у зв'язку із цим». Музей сьогодні розглядається як комунікативний простір, котрий забезпечує стійкий контакт публіки з культурою посередництвом експозицій, інтерактивних заходів та сучасних інформаційних технологій [5, с. 6]. Це вимагає певної гнучкості, яка засновується на розмежуванні і контролі та підтверджує парадокс, відповідно до якого «чим більше свободи і самостійності, тим більше порядку» [2, с. 62].

Всю сучасну музейну структуру умовно можна поділити на два блоки: блок збереження (закритий) і сервісний (відкритий). Безпека колекцій, їх збереження і облік зручніше за все забезпечувати в закритому для відвідувачів приміщенні, і, в той же час, як вивчення і демонстрацію колекцій, а також розповсюдження про них інформації, викликають максимально широкий доступ публіки до яскраво освітлених експонатів у відкритих експозиціях (інтер'єри помешкань, реконструкції подій, відтворення за допомогою 3D-технологій вулиць, міст різних історичних часів тощо), включаючи, по можливості, і програми прямого контакту з ними (театралізовані екскурсії із залученням відвідувачів, музейні свята, квест-руми, майстер-класи, інші інтерактивні музейні заходи на базі музейних експозицій). Лише доповнюючи

один одного як одне ціле, фондові (ресурсні), сервісні (експозиційні, просвітницькі, екскурсійні) відділи музею і його допоміжні служби можуть забезпечити ефективну реалізацію покликання музею як соціального інституту.

Своєрідність сучасної музейної діяльності потребує особливого підходу до керівництва музеєм, до формування колективу, ефективність яких визначається зовнішніми критеріями, а задається внутрішнім керівництвом. З одного боку, музей володіє унікальними артефактами і потребує суворой звітності, організації збереження і використання предметів культури, тому тут, цілком виправданим є перевірений часом стиль керівництва як закладу закритого типу, де базові функції залишаються незмінними протягом тривалого часу, сфокусованому на адміністративно-бюрократичному апарату, заснованому на суворій ієрархії, якому належать наступні риси: єдиноначальність, суворий ціп взаємодій, єдиний порядок як керівництва відділами, так і організацією роботи, дисципліна, суворий розподіл праці, існування великої кількості документації тощо. В цьому напрямку, музей, працює як ієрархічна структура, яка має не дискутувати і обговорювати, а виконувати прийняті керівними органами рішення.

З іншого боку, музей – це сума індивідуальностей, тому комфортність власних наукових знань і наявність умов для втілення у життя власних ідей – найважливіші вимоги, які висувають до цього закладу співробітники. Тому, поруч з консервативним методом керівництва, внутрішнє керівництво музеєм потребує особливих навичок організації корпоративної культури, де виявляється суттєва увага до мотивації персоналу [3, с. 36]. Перед сучасним керівником постає завдання зацікавити різноманітний музейний соціум. Матеріальна компенсація, безумовно, тут має велике значення, але фінансові можливості музеїв нашої країни, в більшості своїй, не дають змоги користуватися цими благами. Як альтернатива, мотивація музейного соціуму до розвитку може виражатися у наданні деякої автономії. Розширення прав та обов'язків співробітників і керівників середньої ланки допоможе зняти накопичене напруження і зменшить плінність кваліфікованого персоналу, в той

же час збільшить відповідальність за виконуючу роботу і зацікавленість до розвитку [3, с. 36]. В цьому випадку працює нова форма управління, заснована на комунікаційному підході, при якому формується колектив односторонців, які можуть задавати тон музейної діяльності, пропонувати неординарні рішення, швидко реагувати на потреби оточуючого культурного середовища. Сучасний керівник музею повинен мати здатність оцінювати ситуацію і за допомогою міжособистісних контактів спонукати інших до дії, він повинен бути мобільним, вміти ризикувати та приймати жорсткі рішення.

Розвиток музейної діяльності останнім часом поступово наповнюється новим змістом, який передбачає також створення і розвиток зовнішньої мережевої структури музею, яка передбачає:

- взаємодію музеїв між собою і розробку спільної стратегії;
- розвиток функціональних зв'язків з навчальними закладами, які готують майбутніх фахівців музейної справи; дослідницькими, аналітичними, інноваційними, методологічними, координаційними центрами, громадськими організаціями, об'єднаннями, асоціаціями музейних співробітників, друзів музеїв тощо;
- партнерські взаємовідносини з підприємствами та організаціями, далекими від музейної діяльності, але зацікавленими у розвитку співробітництва з музеєм як із стратегічним партнером, що буде сприяти створенню якісного інформаційного продукту, дасть змогу забезпечити вимоги інформаційної дійсності, і активно може впливати на соціально-економічні процеси у регіоні;
- активне використання Інтернет-ресурсів, яке дозволить автоматизувати процеси обліку та зберігання фондів; вдосконалити процес проектування експозицій; спростить доступ до ресурсів, які потрібні для науково-дослідницької роботи; зробить комунікацію оперативною (сайти, електронні пошти), забезпечить зворотній зв'язок і організацію співробітництва.

Отже, сучасне відкрите інформаційне суспільство, основою розвитку якого є комунікація, вимагає сьогодні від музею стати відкритим для відвідувача, партнерів та потенційних клієнтів, які потребують використання музейних артефактів. Музей повинен орієнтуватися на запити зовнішніх користувачів послуг з урахуванням своїх інтересів і давати якісний культурний продукт, який буде сприяти соціальному розвитку.

Примітки

1. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн. – М.: Логос, 2010. – 248 с.
2. Винсон И. Музеи и наследие: важная проблема в Докладе о всемирной культуре, 2000 (ЮНЕСКО) / И. Винсон // Museum. – 2001. – № 209. – С. 61–64.
3. Гиль А. Ю. Некоторые аспекты современного музея в контексте информационной картины мира / А. Ю. Гиль // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – №306. – С. 35–38.
4. Мастеница Е. Н. Музей и проблема формирования информационного общества / Е. Н. Мастеница // Парадигмы XXI века: информационное общество, информационное мировоззрение, информационная культура. Материалы международной научной конференции. – Краснодар: КГУКИ, 2002. – С. 276–278.
5. Сошнікова О. М. Соціокультурний потенціал музейної комунікації / О. М. Сошнікова // Сімнадцяті Сумцовські читання: Матеріали наукової конференції на тему «Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму», Харків, 18 квітня 2011 р. – Х.: Майдан, 2011. – С. 3–8.