

Фесенко Г. Г
м. Харків, Україна

РОЛЬ МУЗЕЇВ У ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ

Музеї як зберігачі, хранителі та транслятори культурної спадщини, належать до інституцій, які сприяють формуванню єдиного культурного простору національної ідентичності. В сучасній Україні політика збереження культурної спадщини не набула ще сталого розвитку, бо є випадки руйнування заповідних територій, недофінансування проектів реставрації пам'яток історії та культури й підтримки у належному стані діяльності установ культури. Це загрожує втратою багатьох пластів культурної спадщини, руйнуванням культурного і природного середовища людини. Разом з тим спостерігається стала тенденція до відродження етнографічних, фольклорних традицій, відновлення релігійних і національних святинь, відкриваються нові виміри історико-культурної спадщини.

В умовах відродження інтересу до історії свого регіону, свого родоводу, підвищується соціальна значимість і затребуваність колекцій музеїв, що сприяють персоніфікації і одухотворенню вітчизняної історії. Музеї покликані зберігати і передавати від покоління до покоління культурний та історичний код нації. Саме музеї сприяють осмисленню історії з гуманітарних позицій і дозволяють простежити взаємозв'язок історії країни, регіону, історії сім'ї і долі окремої людини, відчутти себе частиною історичного процесу.

Музей створюється там і тоді, коли виникає суспільна потреба в інституціональному закріпленні певної суми накопиченого культурного та історичного досвіду поколінь. Нова інституція покликана акумулювати цей досвід, транслюючи накопичені цінності в сферу колективної соціокультурної свідомості, інтегруючи таким чином історію і конкретний досвід в загальнолюдський контекст. У цьому сенсі музей – не просто дзеркальне відображення історії, він постає смислоутворюючим соціальним інститутом.

Втім в українському суспільстві роль музеїв недооцінюється, бо українці рідко відвідують музеї. Зокрема, згідно з даними УНІАН, більш як чверть жителів великих міст України (28,1%) останній раз відвідували музей один-два роки тому. Майже така сама кількість опитаних (26,4%) останній раз була у музеї три-п'ять років тому. Кожний п'ятий респондент (21,5%) заявив, що відвідував музей більш як п'ять років тому, а кожний десятий (11,2%) – півроку назад. Були в музеї протягом останніх трьох мі-

сяців 4,5% опитаних, а 8,3% заявили, що ніколи не відвідували музеї [4]. Зали з історичними експонатами відвідують здебільшого науковці чи мистецтвознавці. Постає питання: як повернути людей у музеї? Як зробити візит у музей типовим явищем культурно-освітнього відпочинку?

Реалізації потенціалу музеїв як чинника формування якісного культурного простору може сприяти інформатизація музейних практик. Проте більшість районних і обласних музеїв не підключені до мережі Internet, не мають власних Web-сайтів. Відповідно більшість українських музеїв та національна культурна спадщина залишаються маловідомими не лише за кордоном, але і в нашій країні. Тільки найбільші музеї України можуть дозволити собі мультимедійні видання з метою популяризації власного закладу, експозицій та виставок. Не вирішеною проблемою для музейних закладів залишається комп'ютеризація і автоматизація обліку музейних експонатів, оцифрування найбільш цінних пам'яток культури і мистецтва.

Музейна справа України має значний потенціал для розвитку, музеї здійснюють свою соціальну функцію документування історії природи і суспільства, збереження і трансляції культурної спадщини. Разом з тим, без докорінних змін у соціальній і культурній політиці як на національному, так і на регіональному рівнях музеям загрожує втрата наявних позицій в соціокультурному просторі і животіння. В даний час мова йде вже не стільки про збереження окремих пам'яток і артефактів, скільки про включення в життя, в реалії сучасного світу усієї культурної спадщини в її цілісності і розмаїтті, що охоплює як самі об'єкти, які підлягають збереженню, так і середовище, в якому вони існують, і людини як носії спадщини. Це передбачає роботу з виявлення всієї сукупності спадщини, включаючи такі найважливіші її елементи, як народну культуру, традиції, ремесла і промисли, історичне міське середовище та сільську забудову, етнокультурний простір та ін.

Необхідність формування потужних музейних закладів, які б реалізовували стратегію збереження і популяризації національної культурної спадщини, актуалізує проблему удосконалення підходів та засобів управління українськими музеями [2]. На сучасний стан значно вплинули історичні передумови і при формуванні музеїв в умовах відсутності держави, і в часи тотального ідеологічного контролю за їх діяльністю. Музеї України пережили і репресії, і реформування, і вимушені переміщення окремих предметів та цілих фондів груп. Зараз час зібрати зусилля і спираючись на кращі традиції й досвід та нові знання подолати епоху відставання від вимог часу. Багатство наших музеїв як особливий гуманітарний капітал має працювати ефективніше.

Нині у розвинених країнах активно проводяться музейологічні дослідження щодо підвищення ролі музеїв у культурному просторі, розвитку інтерактивності як засобу розвитку музейного закладу, окреслення шляхів взаємодії музеїв, зокрема створення мережі, що охоплює музеї різних рівнів і типів: національні, регіональні, місцеві, кунсткамери і галереї. Актуальною є ідея розвитку території через культуру, розбудову культурної політики на рівні міста і регіону. Ідея розвитку міст через культуру передбачає те, що на музеї покладається велике навантаження – не тільки забезпечення власного існування і обслуговування відвідувачів, але і створення акцій, які б привернули увагу до регіону, допомагали створювати його неповторний імідж. Отже, перед українськими музеями стоїть й питання про налагодження PR-комунікацій з громадськістю. Зараз у музеях зазвичай немає відділів або фахівців, які б спеціально займалися рекламою закладу, нових експозицій і виставок.

Вплив музеїв на культурний національний простір може сприяти пошуку самоідентифікації в нових історичних реаліях за умов реалізації суспільної місії музеїв: збирання заради збереження для майбутніх поколінь на служіння суспільству і його розвитку. Адже у такому служінні виявляється відповідальність перед суспільним розвитком на основі культурних цінностей і формується відповідальність кожного за майбутнє.

Культурний потенціал Україна має достатній, але розпорядитися ним ще не вміємо. Цінність цього потенціалу у його культурному розмаїтті, а величезна частина його – у наших музеях. Ширші можливості і шанси може розкрити поширення дискусії про музейну роботу до європейських рамок і збільшення фокусу музейної практики від презентації гомогенної національної історії до гетерогенізації, роздрібнення історії, перенесення акцентів на цінність культурного розмаїття України. Зокрема показати історію народу в контексті історії культури Європи, показати музейними засобами через призму людини, родини, дати змогу пережити історію інакше, ніж це нам пропонують історіографи.

Щоб ефективніше використовувати наш культурний потенціал для розвитку нашого суспільства, нам треба переосмислити і покращити основні функції музею, змінити організаційно-правові форми діяльності, застосовувати сучасні комунікаційні технології. Національна, культурна ідентичність тримається на вільній особистості з глибоко вкоріненою свідомістю і критичним мисленням. Орієнтація музейної діяльності на відвідувача тягне за собою зміни в підходах до збирання, збереження, дослідження і популяризації. Що і як відбирати з множини предметів, що нас

оточують? Як освоювати нові напрями збирання предметів незвичної матеріальної субстанції і нематеріальні цінності, щоб відобразити сучасний культурний стан? Як при цьому визначати пріоритети і координувати їх серед музеїв? Як вести облік фондів з використанням сучасних інформаційних технологій? Як вести наукову інвентаризацію на основі типового тезаурусу фондів різних профілів? Як організувати наукові дослідження, керуючись сучасною науковою методологією в кооперації з музеями і науковими інституціями, в т. ч. на міжнародному рівні? Як використовувати ефективні форми музейної комунікації, презентації й популяризації знань, вартостей і значень музею? Як розвивати ширше партнерство з різними організаціями? Разом з тим музей мусить дбати і про те, що не має права мінятися, що зберігає неповторність музею і вирізняє його серед інших організацій культури. А для цього потрібні нові знання, відповідні компетенції і осмислений досвід. Тому треба налагодити розгалужену систему професійного вишколу.

Усвідомлення музеями своєї ролі у формуванні суспільної свідомості, трансляції культури, встановленні взаєморозуміння між народами і гуманістичному вихованні людини ХХІ ст. сприятиме посиленню їх значення як чинника формування сучасної культури. Кроком в цьому напрямі має стати дорожня карта до програми розвитку і збагачення української культури, де важливе місце займає актуалізація національної культурної спадщини. Пам'ятки культури і мистецтва цінуються й зберігаються, як на те заслуговують лише тоді, коли усе суспільство бачить в них цінності, які мають бути збережені для майбутніх поколінь.

Список літератури: 1. Кодекс музейної етики від icom: український національний комітет міжнародної ради музеїв/ перекл. з англ. І. Б. Коновалової і О. С. Климишина; за реком. ICOM з видання: «COM code of ethics for mh3seh3ms». – Paris: The Sans, 2006. – 16 р. [Електронний ресурс] // Наукові записки Державного Природничого музею. – 2007. – Вип. № 23. – С. 3 – 16. – Режим доступу: <http://www.icom.in.ua/subinfo1.html>. 2. Кузьмук О. Стан та шляхи модернізації музейного менеджменту в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/oktober08/2.htm>. 3. Мазурик З. Музеї сьогодні – європейські тенденції та українські виклики; українська музейна спільнота [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://museum.ridne.net/node/10>. 4. Як часто туристи відвідують музеї? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tour-cn.com.ua/news/jak_chasto_turisti_vidvidujut_muzeji/2010-05-26-908.