

**Солом'янна Вікторія**

*магістрантка Полтавського національного педагогічного  
університету імені В. Г. Короленка  
(науковий керівник – доцентка Р. Винничук)  
(м. Полтава)*

## **ТЕОРЕТИКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ**

В європейських країнах культурне поле розглядається не лише як соціальна та культурна складова суспільного життя, а й як важливий чинник соціально-економічного розвитку, а також вважається одним із чинників формування конкурентоспроможності країни. Сучасний глобалізований світ. Культура розглядається як невід'ємна частина вирішення економічних, політичних і соціальних проблем.

Музеї – це багатофункціональні соціально-інформаційні установи, які мають на меті збереження культурно-історичних і природничо-наукових цінностей, накопичення та поширення знань шляхом вивчення та експонування унікальних матеріальних пам'яток культури. Міжнародна рада музеїв (ICOM), Міжнародна рада пам'яток і орієнтирів (ICOMOS) і Пан'європейська федерація культурної спадщини (Europa Nostra) координують національні зусилля щодо використання музеїв, пам'яток історії та культури в туризмі в Європі та Сприяти соціокультурному та економічному розвитку країн і регіонів, а також розвивати міжкультурний діалог. Кодекс музейної етики ICOM стверджує, що головною метою музейної установи є служіння громадськості [1].

Іноземні музеї знаходять своє місце в різноманітному культурному просторі. Музеї стають важливими центрами освіти та навчання, оскільки вони надають людям усіх професій та віку доступ до культурної та природної спадщини країни. Важливість цієї ролі полягає в тому, що музеї можуть надати громадськості інтерактивну, тематичну та ідеологічну платформу для глибшого розуміння своєї національної ідентичності, країни та світу в цілому. Міжнародний день музеїв ICOM оголосив 2008 рік гаслом «Музеї як агенти соціальних змін і розвитку».

У музейній сфері розвинутих країн активно проводяться музеологічні дослідження з метою визначення домінуючого напрямку музейної справи в сучасному середовищі, підкреслення важливості інтерактивності як засобу розвитку музейних інституцій, окреслення різноманітних шляхів взаємодії між музеями, в зокрема Так, створити мережу, що охоплює різні рівні та типи музеїв : національні, регіональні, місцеві [2].

Іноземні музейні інституції відіграють важливу роль у формуванні історичної пам'яті та національної ідентичності : створюють міжкультурні музеї,

подають історію з використанням нових форм та нових цифрових технологій. в 60-70-ті роки. XX ст. У країнах Європи та Північної Америки відкриваються музеї Голокосту, а військові музеї оновлюють експозиції, щоб висвітлити трагічну долю євреїв під час Другої світової війни. Після падіння Берлінської стіни з'явилися музеї, що висвітлюють злочини комуністичного уряду, такі як Музей терору (Угорщина), Меморіальний музей жертв комунізму (Румунія), Музей Штазі (Німеччина) [3].

У музеях країн колишнього Варшавського блоку змінюється фокус репортажів про минулі події. Так, у Музеї словацької інтифади (Банська Бистриця) з моменту його створення у 1955 році відзначається братська підтримка Радянського Союзу в організації повстання та постачанні зброї. Але попри це було протиріччя : повстання, зрештою, було спрямоване проти першої словацької національної держави. Зараз, під час екскурсії, було відзначено, що антинацистське повстання було частиною загальноєвропейського руху опору, а європейська ідентичність словаків утверджувалася [4].

Музеї широко використовують новітні цифрові технології для поширення інформації про свої колекції. Виставки оцифровуються, створюється колекційна база для громадськості, громадяни мають рівний доступ до культурної спадщини. Забезпечення доступу до фінансування є засобом боротьби з декультуралізацією (незнанням власних культурних досягнень) серед молодих користувачів Інтернету. У Польщі діє Інтернет-програма для шкіл, за допомогою якої залучаються музейні експонати з освітньою та освітньою метою. З метою ознайомлення користувачів зі скарбами європейських музеїв створено програму EUROPEANA (<http://www.europeana.eu/portal/partners.html>), яка охоплює різні музейні установи, архіви та бібліотеки Європи через Інтернет. в 90-ті роки. XX ст. Віртуальний музей. Тому Віртуальний музей Канади (<http://www.virtualmuseum.ca>) та Віртуальний музей японського мистецтва (<http://web-japan.org/museum/menu.html>) знайомлять користувачів із віртуальними виставками, галереями, та презентації різноманітної інформації та новин [4].

Туризм вважається однією з найприбутковіших галузей у світі, і його вплив на економіку зростає з кожним роком. Туризм є однією з найважливіших галузей економіки Європи (55% світового туристичного ринку припадає на країни Європи). З урахуванням непрямих впливів туризм становить 5,5% ВВП ЄС (від 3% до 8% у деяких країнах) і 11,5% ВВП ЄС. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (ВТО), до 2020 року культурний туризм становитиме 25% від загальносвітових показників туризму [3].

З метою кращої організації культурного туризму та зниження витрат на виробництво музейних товарів і послуг музейні установи деяких країн об'єдналися з музейними асоціаціями. Вони допомагають забезпечити належне

використання музейних колекцій для організації виставок, оптимізації наукових і колекційних зусиль, а також придбання та обміну експонатами. Такі музейні асоціації існують у Франції, Англії та Австрії.

В Україні (населення понад 45 млн. осіб) функціонує 445 національних і громадських музеїв, у тому числі 94 філії та 689 відділів. Міністерство культури і туризму України управляє 8 національними музеями та 14 заповідними територіями. У музейній сфері працює понад 24 тисячі осіб, щороку українські музеї відвідують близько 18 мільйонів людей.

Українські музеї не реалізують свій потенціал. Музейні фонди (95% музейних експонатів) залишаються недоступними для публіки не лише через брак експозиційних площ, а й через політику, яка забороняє громадянам знайомитися з фондами. Лише близько 10% музейних установ України мають власний сайт. Більшість обласних та регіональних музеїв не підключені до мережі Інтернет і не мають власних сайтів. Лише найбільші музеї України можуть дозволити собі мультимедійні видання для популяризації власних інституцій, експозицій та експозицій. Невирішеною проблемою для музейних установ є комп'ютеризація та автоматизація обліку музейних експонатів та оцифрування найцінніших пам'яток культури і мистецтва [4].

Музейна справа України має значний потенціал для розвитку, музеї здійснюють свою соціальну функцію документування історії природи і суспільства, збереження і трансляції культурної спадщини [1].

Зараз у розвинутих країнах активно проводяться музеологічні дослідження, спрямовані на підвищення ролі музеїв у культурних просторах, використання інтерактивності як засобу розвитку музейних інституцій, окреслення шляхів взаємодії музеїв і, зокрема, створення мережа, що охоплює різні рівні та типи музеїв : національні, регіональні, місцеві, екскурсії та галереї. Актуальним є формування культурної політики на рівні міста та області через ідею культурного розвитку територій. Ідея розвитку міста через культуру несе велике навантаження на музеї – не лише забезпечити власну присутність і обслуговування відвідувачів, а й створювати акції, які привертають увагу до території та допомагають створити її унікальний імідж [4].

Тому перед українськими музеями постає проблема налагодження PR-комунікації з громадськістю. Зараз у музеях часто немає відділів чи спеціалістів, які займаються інституційною пропагандою, новими експозиціями та виставками. Вплив музеїв на культурні державні простори допомагає шукати самоідентифікацію в нових історичних реаліях для виконання суспільної місії музеїв : збирати для майбутніх поколінь, служити суспільству та його розвитку [2]. Адже така служба виражає відповідальність за розвиток суспільства на основі культурних цінностей, формуючи відповідальність кожної особистості за майбутнє. Культурний потенціал України достатній, але ми ще не знаємо, що з

ним робити. Цінність цього потенціалу полягає в його культурному розмаїтті, значна частина якого знаходиться в наших музеях.

Національна культурна ідентичність залежить від вільних особистостей із глибокою свідомістю та критичним мисленням. Орієнтація музейної діяльності на відвідувача потребує зміни підходу до збирання, збереження, дослідження та популяризації [2].

Тому необхідно створити широку систему професійного навчання. Музеї усвідомлюють свою роль у формуванні суспільної свідомості, поширенні культури, побудові взаєморозуміння між народами, гуманітарному вихованні людей ХХІ століття. посилять їх значення як формотворчих факторів сучасної культури.

Лідерами за кількістю музеїв на 1 млн населення в Україні є Дніпропетровська, Житомирська та Одеська області.

Отже, можемо стверджувати про поступове відновлення української економіки, туристичної та музейної діяльності [1].

Важливим чинником розвитку музейної справи є стратегії розвитку. Стратегічний міжнародний розвиток музеїв прописаний у Стратегічному плані ІСОМ на період 2016–2022 рр. [1].

Отже, розвинені країни світу мають стратегії середньо- та довгострокового розвитку музейної галузі. Проте в Україні немає національної стратегії розвитку музейної галузі. Музеї розробляють свої стратегії розвитку з урахуванням своїх цілей і завдань.

#### **Список використаних джерел :**

1. Музеї України : Довідник. Київ : Задруга, 1999. 130 с.
2. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Музеезнавство : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 428 с.
3. Україна. URL : // <http://www.ukrain.travel/dr-uk/618-lvivskyj-muzej-istoriji-religiji.html>
4. Словарь актуальных музейных терминов. URL : <http://museum.by/files/slovar.pdf>