

“Сприяти єдності”

Музей як соціокультурна складова суспільства

Анотація

В роботі розглядаються проблеми сутності музею як соціокультурного інституту в контексті соціокультурних і глобалізаційних процесів ХХ-початку ХХІ століття.

Визначаються соціальні функції музею, розглядаються механізми об'єднання традиційної і інноваційної складових музейної діяльності.

Автор аналізує соціальні і культурні умови, які впливають на перетворення музеїв як соціокультурного інституту. Підкреслюється, що історія музеїв безпосередньо в'язана з історією соціально-культурного розвитку і залежить від політичного і соціально-економічного стану суспільства. Розвиток музею як центру культурного і духовного відродження українського народу тісно пов'язаний з інноваційними інформаційно-комунікаційними технологіями.

Ключові слова: соціокультурний інститут, музейний менеджмент, музейний маркетинг.

ЗМІСТ

Анотація.....	2
Вступ.....	4
Розділ I . Музей як складова частина соціокультурного середовища	7
Розділ II Перебудова форм і методів музейної діяльності в умовах ринкової економіки	16
Висновки	23
Список використаної літератури.....	25

Вступ

Актуальність дослідження. Сьогодні в Україні відбуваються складні соціальні процеси, які свідчать про перехід від однієї соціально-політичної системи до іншої. Зміни, що відбуваються в нашому суспільстві, віддзеркалюють нові реалії у світі. Глобалізація стимулювала не тільки інтеграцію, але й регіоналізацію світу. Проблема відношення суспільства, в тому числі, до регіональної культури, свідчить про ступінь трансформації світогляду і світосприйняття людьми культури як такої, в цілому. Переоцінка моральних цінностей і пошук нових ідеалів змушують суспільство по-новому зрозуміти культурну спадщину.

Музеї, які є скарбницями культури, центрами культурно-духовного відродження народу, сприяють гуманізації суспільства, ствердженню української нації як частини світової спільноти. Як соціокультурні інститути суспільства, музеї об'єднують через соціокультурні процеси покоління людей, їх духовність, патріотизм.

Зміна умов діяльності музею в сучасному суспільстві вимагає нових підходів до аналізу змісту поняття “музей як соціокультурний інститут”.

Актуальність теми визначається:

- аналізом досліджень музею як соціокультурного інституту;
- вивченням різних підходів до прогнозування і пояснення взаємодії суспільства і музею;
- важливістю вивчення співвідношення музею з іншими інститутами культури в умовах нової соціокультурної ситуації;
- вивченням можливостей розвитку музею у сучасному суспільстві в умовах глобалізації .

Стан дослідження проблеми. Дослідженням проблеми музеїв займаються різні науки: історія, соціологія, філософія, археологія, культурологія, музеєзнавство, психологія. Тому аналіз історіографії даної проблеми вимагає комплексного дослідження широкого кола робіт.

Загальне філософське осмислення музеїв вперше дав М. Ф. Федоров, який основну увагу звернув на значимість музею в галузі культури [1].

Проблемам ролі музеїв в системі освітніх закладів, типології музеїв, теоретичному осмисленню соціальної ролі музеїв присвячені праці А. Луначарського, П. Флоренського, В. Дубровського, І. Грабара та ін. [2].

В рефераті були досліджені праці ,в яких з позицій соціокультурного підходу вивчені різні аспекти самого наукового поняття “культура”. Це, насамперед, дослідження П.Сорокіна, М. Данилевського, О. Щпенглера, А.Тойнбі, Т.Парсонса, М.Кагана, Ю.Бромля, А.Коена, А.Гуревича, А.Хаттона та ін. [3].

Роль музеїв як соціального інституту, який виконує освітньо-виховні функції, також досліджувалась великою групою вчених [4].

Глобалізаційним процесам в житті суспільства присвячені праці А.Хаттона, І.Лангера [5] .

Джерельною базою дослідження є основні законодавчі та нормативні акти щодо даної галузі (Закон України “Про музеї та музейну справу”, Зкон “Про благодійництво та благодійні організації”, стаття 22 Кнституції України “Основи законодавства України про культуру”).

В ході дослідження були опрацьовані фонди Сумської Обласної наукової бібліотеки, бібліотеки імені Т.Г. Шевченка, бібліотеки обласного краєзнавчого музею, що містять вітчизняну і зарубіжну літературу по даній проблематиці. Аналіз періодичних видань, зокрема журналів “Мир музея”, “Вопросы философии” та ін. дозволив визначити актуальні проблеми діяльності музеїв відповідно до вимог сучасного суспільства.

Метою дослідження є аналіз сутності музею як соціокультурного інституту.

Завдання дослідження:

- проаналізувати можливості застосування соціокультурного підходу в дослідженнях, присвячених музеям;

- визначити, як пояснюються соціальні і культурні функції музею в працях дослідників;
- розкрити, як у сучасній історіографії визначаються можливості використання інформаційних технологій в діяльності музею.

Методи дослідження: історичні - для аналізу історії накопичення знань з даної проблематики; загальнонаукові - системний, функціональний, структурний - для визначення основних концепцій і напрямків в дослідженнях діяльності музеїв; методи аналізу, синтезу, індукції і дедукції для вивчення філософської культурологічної, соціологічної, історичної літератури з питань розвитку музею.

Структура роботи відповідає цілям і завданням дослідження і складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури.

Розділ I . Музей як складова частина соціокультурного середовища

Поняття соціальний інститут в науковій літературі не має чіткої визначеності. Існує багато визначень соціального інституту. Спочатку це поняття використовувалось в юриспруденції, однак пізніше, коли виникла соціологія як наука, термін “інститут” став використовуватись для інституціонального аналізу суспільних явищ і процесів.

Засновники соціології – Огюст Конт і Герберт Спенсер, хоча спеціально не визначали поняття “соціальний інститут”, розглядали життя суспільства через призму особливих форм соціальної організації, які в подальшому були названі соціальними інститутами. Так, О. Конт визначає такі соціальні інститути, як сім`я ,церква, держава [6]. У ХХ столітті ця проблема широко розглядалася в англо-американській соціології(Т. Парсонс, Е. Дюркгейм та ін.), в якій із соціально-психологічних і етнічних позицій соціальні інститути вважались механізмами втілення в свідомість людини націоналістичних норм і установок поведінки особистості в суспільстві. Так, Т. Парсонс вважає соціальні інститути служать тими зразками, які управляють поведінкою індивідів і соціальними відносинами [7].

Інший вчений К. Панунзио, в роботі “Головні соціальні інститути”, вважає, що кожний соціальний інститут, будучи системою, складається з чотирьох підсистем:

1. підсистеми символічних інструментів (будинки, фабрики, автомобілі тощо).
2. Підсистеми договірних , сімейних та інших асоціацій,політичні партії,спортивні об'єднання та ін.
3. Підсистеми звичаїв і правил життя(шлюбна церемонія, виборча кампанія та ін..) [8, р.7].

Сучасні дослідники вважають, що соціальні інститути розділяються на економічні, політичні, соціальні і соціокультурні.

У відповідності з прийнятими уявленнями про соціальний інститут, можна дійти до висновку, що музей є соціальним інститутом, який виконує соціокультурні функції. Якщо спробувати прослідкувати процес становлення соціального інституту музею, то можна виділити деякі його етапи:

По-перше, виникнення потреби у зберіганні досягнень людства в різних галузях.

По-друге, існування спільної мети в тому чи іншому суспільстві. Тобто, виникнення музеїв відбувається тоді, коли співпадають цілі суспільства і окремих спільнот (колекціонерів, патріотів, які намагаються зберегти культурно-історичну спадщину тощо) і окремих особистостей.

По-третє, поява цінностей і правил поведінки. З повою музею формується нове ціннісне відношення до минулого, яке зосереджується в предметах.

По-четверте, цінності і музейні правила поведінки закріплюються в моралі і праві.

Враховуючи, що О.Конт, Т.Парсонс та багато інших філософів вважали, що історія – це, насамперед, діяльність людей, основною рушійною силою якої є потреби, то можна прийти до висновку, що будь-який соціальний інститут виникає лише тоді, коли існує реальна потреба у його виникненні. Потреба у музейній діяльності займає значне місце в загальній структурі потреб людини. Чисельні археологічні знахідки свідчать про те, що з розвитком людства, все більше зберігались предмети – носії соціальної пам'яті: від амулетів, які передавались із покоління в покоління, до більш складних культових предметів, які, поряд з релігійним змістом, мали і певну естетичну цінність. Тобто, виникнення і розвиток музеїв пов'язане з діяльністю людей і визначено їх природними потребами. Потреби людини, пов'язані з її боротьбою за існування, визначали соціальні дії, направлені на накопичення і передачу зразків культури, техніки, технології майбутнім поколінням. Так, потреба людини в безпеці визначала її устремління до колекціонування зброї. Потреба в соціальних зв'язках стимулювала обмін подарунками, а пізніше – створення їх сховища, колекції, сприяла появі

музеїв. Потреба в самореалізації спонукала майстрів створювати свої шедеври для музеїв. Сакральне відношення до соціальної пам'яті у людини зберігалось на протязі історії і воно також зафіксоване в музеї.

Музей як соціальний інститут відповідає ряду ознак, що відрізняють його від інших соціальних явищ. Це, насамперед, механізм соціальної регуляції відносин. Музей повинен здійснювати контроль за формуванням, використанням і зберіганням експонатів.

Оскільки поведінка особистості в рамках соціального інституту являється досить передбаченою, а діяльність інституту є регулярною, то у відповідності з даною ознакою інституту, діяльність музею повинна бути регулярною, передбаченою, а поведінка особистості в рамках музею прогнозованою. Наприклад, можна прогнозувати поведінку відвідувача музею і співробітника, виявивши типове у їх поведінці.

В музеї як соціальному інституті є чіткий розподіл праці, який здійснюється за декількома напрямками: науково-дослідницьким, експозиційним, реставраційним, фондovým, маркетинговим тощо. Крім того, будь-який соціальний інститут має певні культурні символи. Наприклад, в інституті держави – герб, прапор. В музеї культурні символи розрізняються у відповідності з їх типами і видами.

Отже, музей як соціальний інститут – це установа, яка координує і організує діяльність людей по збереженню минулого, передачі знань про нього.

Застосовуючи метод системного аналізу, можна охарактеризувати соціальні функції музею. Наприклад, функція охоронна притаманна будь-якому власнику; функція науково-дослідницька створилась в результаті потреби в систематизації чисельних експонатів, які поступали до Європи як результат різних мандрівок, експедицій. Тобто, музей, як соціальна система має відповідну морфологію, функцію, динаміку.

Для всебічного дослідження ролі музею як соціальної структури важливим є застосування історико-ситуаційного і історико-ретроспективного підходів (І.Д.Ковальченко) [9].

Розділяючи точку зору О.Туровцевої, можна вважати, що музей-це:

а) цілісна система, яка відрізняється від агрегативних існуванням системної, інтегративної якості (це здатність до збереження пам'яті);

б) музей-це штучна, створена людиною, система для задоволення її соціальних потреб;

в) музей-це адаптивна система, яка спрямована на задоволення досить широкого кола потреб [2, с.187].

Соціокультурний підхід дозволяє розглянути музей як складову частину культури. Це можливо тому, що музей, по-перше, зберігає культуру; по-друге, він сам є одним з елементів культури. Соціокультурний підхід, запропонований ще П.Сорокіним, дозволяє розглядати музей як інтеграцію соціального і культурного. П.Сорокін розробив теорію культурно-історичного процесу [3]. В творах його попередників- М.Данилевського, О.Шпенглера, А.Тойнбі культура розглядалась як унікальна і неповторна, а подібність культур пояснювалась їх періодизацією (народження-смерть). П.Сорокін звернув увагу на змістовну подібність культур, визначивши їх ідеаційну, сенсетивну, ідеалістичну типологію. Ідеаційна (надчуттєва) культура в музеях репрезентована недостатньо. Сенсетивна культура, відтворена в музеї, сприймається як реальність. Ідеалістична (або змішана) культура, яка є в певній мірі синтезом перших двох типів, характеризується визнанням реальності і надчутливості. Тому музей найкраще представляє саме цей тип культури (музейні експонати-це певний сплав матеріального і духовного).

Розроблений Т.Парсонсом підхід до культури дозволяє зробити висновок, що саме через музей передаються знання про культурну спадщину [9, с.365]. Процес навчання культурним стандартам, який виділяє Т.Парсонс, має пряме відношення до музею, оскільки в музеї відбувається навчання

культурним стандартам, які там представлені у вигляді далекого і недавнього минулого. Оскільки засвоєння елементів культури відбувається в певному соціальному середовищі, можна вважати, що музей вписаний в соціокультурне середовище.

Важливе значення для розуміння особливостей соціокультурного підходу до ролі музею має концепція культури, розроблена М.С.Каганом . Він розуміє культуру як результат людської діяльності. Крім того, М.Каган вважає, що культура є само розвиваюча система [10].

Застосування сінергетичного методу в дослідженні музею дозволяє вважати його, по-перше, як соціальний інститут, по-друге, зрозуміти механізми саморозвитку культури на прикладі музею.

Прихильники інформаційного підходу (Ю.Лотман) вважають, що культура має здатність як виробляти інформацію, так і зберігати її [2, с.290-299]. Стосовно теми нашого дослідження, слід відмітити, що музей якраз зосереджує змістовний і сутнісний аспекти культури. Культура-це соціальне явище, а це означає, що вона включається в соціокультурну сферу діяльності людей, яка охоплює всі її сторони. Тут також виявляється роль музеїв, в яких, як відомо, яскраво представлена традиційно-побутова культура.

Для характеристики музею як охоронця елементів культури, слід також віднести його роль в сфері духовної культури. Так, в музеї завжди представлена галузь духовної традиційно-побутової культури, яка включає народні знання, засоби передачі інформації, релігію, фольклор, всі види мистецтва.

В музеї можуть бути представлені також зразки масової культури, які відображають потреби частини населення в різні епохи.

Відомо, що культура розділяється на різні субкультури, під якими слід розуміти частину загальної культури. Субкультура - це культура певної соціальної групи, яка відрізняється системою цінностей, звичаїв, традицій. Субкультура різних соціальних груп також знаходить своє відображення в музеї (А.Коен) [2]. В субкультурі є свої традиції з різноманітними обрядами,

ритуалами. Субкультура різних соціальних груп в певній мірі представлена в музеях.

В музеї особливо помітно, що при всіх культурних відмінностях, крім девіацій, базові цінності субкультури і загальної культури єдині. Кожне покоління, соціальна група мають свій культурний світ, але вони не протирічають культурі домінуючій.

Музей є зберігачем і елементів контркультури – такої субкультури, яка протистоїть домінуючій культурі, знаходиться з нею в конфлікті по різних позиціям, головним чином в аспекті цінностей.

Отже, в будь-якому аспекті – від суспільства в цілому до особистості і соціальної групи – існує своя субкультура, яка містить регулятивні механізми діяльності відповідного суб'єкта, пізнання яких відбувається в багатьох випадках через посередництво музею.

Музей відтворює елементи і природного середовища, і культурно-історичного. Культурне середовище, представлене в музеї, відображає історичні особливості епохи з різних позицій. Осмислення культурно-історичного середовища займає особливе місце в процесі засвоєння і використання культурної спадщини, якщо враховувати те, що культурне середовище не обмежується тільки соціальним зрізом реальності і охоплює елементи предметно-просторової організації оточуючого середовища і природний світ у його взаємодії з людиною. Тобто, при вирішенні музеєзнавчих проблем важливими є обидва напрямки: соціологічний і культурологічний.

Більшість дослідників сходяться на думці, що музей є соціальним інститутом, який виконує певні соціокультурні функції. Так, Ю.В.Зинов'єва прийшла до висновку, що музей - це зібрання предметів (ідей і носіїв), осмислених як цінності, індивідуальним збирачем, або колективами [4].

Інша точка зору-музей-це місце колективного дійства і збирання творів, присвячених донькам богині пам'яті Мнемозіни (М.Ф. Федоров) [2].

А.Разгон, визначаючи місце і роль музею в суспільстві, робить висновок, що його призначення-у накопиченні інформації і виявлення закономірності, що відносяться до передачі знань через музейні предмети [11].

В період реформування економіки і входження нашої держави у ринкові відносини почався пошук нових підходів у дослідженнях музеїв. Зміна підходів була нагальною потребою, оскільки в добу тоталітаризму музеї втратили роль наукових установ, які повинні були відігравати у суспільстві. Починаючи з 30-х років, музеї перетворились на ідеологічні установи, основними напрямками яких була пропагандистська робота, направлена на ствердження комуністичної ідеології.

В цей же час в західній концепції історичної науки відбулись значні зміни в сторону постмодерністської парадигми. В цьому контексті важливим інструментом теоретичного осмислення форм і методів музейної діяльності стала теорія комунікацій. Це сприяло індустрії розваг, почалась розробка нових технологій для залучення до них максимальної кількості відвідувачів. Тому широко стали застосовувати комунікаційний підхід, завдяки якому музей стає соціокультурною інституцією (суб'єкт-музейний працівник, інші суб'єкти-відвідувачі) (К.Шрайцер) [11]. Тобто, почався перехід від науковості музею до акценту на емоційний фактор сприйняття його експонатів. Це означало не тільки зміну технологій, але й зміну ролі музею в суспільстві.

Отже, соціальне середовище, в якому діє музей, впливає на форму діяльності і його функції. Проблема інтерпретації музею як соціальної інституції, яка виконує певні функції в суспільстві, стала вивчатись з 60-х років ХХ століття. Одним із перших нею став займатись А.Розгон. Він виділив чотири основні функції музею:

1. Документації історичного процесу;
2. Охоронна;
3. Науково-дослідна;

4. Освітньо-виховна.

Таким чином, було визначено функціональний підхід в аналізі діяльності музею [2,с.270].

Спираючись на позиції, запропоновані А.Разгоном, Д.Равикович розширила функції музею, доповнила їх функцією організації вільного часу [2, с.15].

Акцент на охоронній функції музею зробив А.Фролов, визначивши важливу роль музеїв в збереженні культурної спадщини [11,с.201].

Розглядаючи динаміку соціальних функцій музею в історичній перспективі, А.Закс довела, що вона залежить від суспільних потреб і в багатьох випадках визначалось політикою директивних органів, включаючи музеї в русло ідеологічної роботи [4,с.51-62].

У ході дослідження виявлено, що музей дійсно є специфічною організаційною формою певних соціокультурних відносин, складною системою, яка має здатність до саморозвитку.

Серед досліджень, які присвячені саме проблемам аналізу соціальних функцій, які здійснює музей, слід виділити праці Ю. Зінов'євої . Вона вважає, що музей виконує такі соціальні функції, як

- охоронна-збереження культурно-історичної спадщини;
- інформаційна-передача і отримання нових знань;
- регулятивна-регулює відносини в суспільстві;
- комунікативна-сприяє спілкуванню особистості і суспільства;
- організації дозвілля;
- соціалізуючи і культурно-виховна [4, с.14].

Важливою є проблема музею і культурної спадщини. Виконуючи охоронну функцію, музеї накопичували велику кількість предметів старовини, які зберігають велике культурне значення. Оскільки формування фондів музеїв залежало від смаків меценатів, колекціонерів, то музейні колекції часто відображають рівень культури певної історичної епохи.

Сучасне суспільство розглядає музей як засіб, здатний суттєво вплинути на розвиток суспільства. Сьогодні світ музею – це історично обумовлений багатофункціональний інститут соціальної інформації, який працює для збереження культурно-історичних і природно-наукових цінностей. Документуючи процеси і явища природи і суспільства, музей комплектує, зберігає, досліджує колекції музейних предметів, а також використовує їх в науковій, освітньо-виховній і пропагандистській цілях.

Таким чином, незважаючи на появу нових видів музеїв, загальноприйняте уявлення про музей залишається сталим. Специфіка і соціально-культурна сутність музею полягає в тому, що основу всієї його діяльності складають пам'ятки матеріальної і духовної культури, які він збирає, зберігає, вивчає, показує.

Розділ II Перебудова форм і методів музейної діяльності в умовах ринкової економіки

Сучасний музей являється концентрованим виразом духовного пошуку культури минулого і майбутнього. Музей допомагає вирішувати проблеми адаптації людини до умов нового тисячоліття.

Порівнюючи дані вітчизняних і зарубіжних дослідників, можна зробити висновок, що перетворення музеїв на нові структури на Заході відбувалось під впливом розвитку науки і техніки, який привів до створення інформаційного суспільства. В Україні подібні процеси були дещо іншими. На трансформацію українських музеїв впливали політичні, соціальні, економічні, ідеологічні фактори. Тому у нас становище і роль музеїв були зумовленими тоталітарним режимом, з одного боку, і проблемами перехідного періоду до демократичної форми правління, з іншого.

Політика гласності і демократизації суспільства в другій половині 80-х - початку 90-х років, зумовила серйозні зміни в підході до діяльності музеїв, а саме: відмову від класового підходу, ідейно-політичної спрямованості і звернення до загальнолюдських цінностей, історико-культурної спадщини.

Перехід від індустріального до постіндустріального суспільства в нашій державі, як і в усьому світі, супроводжується змінами в самій його структурі. Наприклад, зменшенням частки матеріального виробництва і розвитком сектора послуг та інформації, зміною характеру людської діяльності, перетворенням в соціальній структурі суспільства. Розвиток інформаційно-комунікативних технологій зумовив їх поширення в музейній сфері, що стало однією з головних причин трансформації музейних установ.

Зміни в музейній сфері – це, перш за все, переосмислення ролі музею в сучасному суспільстві, вдосконалення форм і методів роботи у відповідності з вимогами часу. На зміну пасивному зображенню дійсності, приходять активний вплив на неї, розробляються інноваційні програми культурно-освітньої діяльності.

Аналіз наукових праць з даної проблематики дозволяє дійти висновку, що результатом творчого пошуку є створення нових типів музеїв: це і культурні центри зі спеціальними експозиціями (напр., у Франції – це Національний центр мистецтва і культури ім. Ж.Помпіду) ; це і спеціалізовані дитячі музеї та ін. Сьогодні в музеях поряд з різними експозиціями співіснують інші форми комунікації: концертні програми, фестивалі, кафе, магазини тощо.

В Україні музеї, продовжуючи бути центрами культурного відродження нації, також відчують вплив інноваційних змін. Однією з особливостей сучасного музею є зміна традиційних форм музейної роботи. Це проявляється:

- у втіленні нових технологій експозиційного дизайну;
- використанні нових видів діяльності : менеджменту, маркетингу.

Сьогодні, коли суттєво скорочено бюджетне орієнтування музеїв постало завдання урізноманітнити методи роботи, вивчати і запозичувати досвід Заходу по комерціалізації музейної діяльності, тобто вдосконалювати традиційні системи управління і структури музею.

Інноваційні програми культурно – освітньої діяльності різні. Так, наприклад, серйозну роль відіграють сучасні інформаційні технології в управлінні фінансовою діяльністю музею; в здійсненні наукових досліджень, обслуговуванні відвідувачів, в обліку і каталогізації музейних фондів. Нові інформаційні системи, засновані на використанні мультимедійних технологій, лазерних дисків розширюють можливості музеїв.

Якщо порівняти наші досягнення із зарубіжними, то заходи щодо залучення коштів (фандрейзинг – процес діставання грошей), у нас поки що тільки зароджується. Для того ,щоб перетворити цю справу в професійний бізнес, потрібно:

- по-перше, спеціальні програми;
- по-друге, відповідно підготовлені спеціалісти;
- по-третє, спонсори.

Відомо, що іноземні музеї часто існують завдяки підтримці фондів, які розробляють політику участі фірм у соціальній співпраці з музеями, створюють і проводять в життя відповідні програми. Причому особи, які створюють такий фонд, мають пільги у сплаті податків. Отже, існування таких музейних установ свідчить про відповідну підтримку уряду, який стимулює проведення різних благодійних актів, кошти від яких надходять до музейних установ.

Крім того, в зарубіжних музеях широко практикується налагодження зв'язків з широкою аудиторією, яке полягає в залученні відвідувачів до музейних рад. Тобто тут має місце співпраця музейних установ з відвідувачами.

Великого значення набуває проблема управління музеями. На наш погляд, працівники (особливо керівники) повинні мати знання менеджменту, маркетингу. Щоб зуміти працювати в нових ринкових умовах.

В передових музеях нашої держави (це, насамперед, столичні музеї) уже сьогодні впроваджуються маркетингові технології, спрямовані на рекламування, збільшення аудиторії. Тут можливе співробітництво з іншими установами, в тому числі і з музеями (міжмузейне співробітництво), реалізація спільних програм, партнерських проектів.

Однак такі інновації ще не є нормою. Причини цього, на наш погляд, в тому, що багато музеїв поки що не готові відійти від традиційних форм роботи. Крім того, відсутня програма державної політики щодо музеїв.

Вагому роль в збереженні та використанні музейних фондів повинні відігравати комп'ютерні технології. Створення електронних варіантів музейних експонатів, спеціальних комп'ютерних програм, власних серверів веб-сайтів може значно покращити імідж музеїв.

Комп'ютерні технології можуть бути використані і в сфері дизайну, в експозиціях тощо. Тобто, сьогодні можна стверджувати, що існує тенденція створення нових типів музейних експозицій – інтерактивних.

В Україні є також прихильники концепцій:

- а) створення науково-виховних комплексів на базі музеїв;
- б) відновлення системи традиційного господарства і промислів на території заповідників (напр., такий заповідник створено на базі Київського етнографічного музею);
- в) розвитку туризму.

Комплексний підхід до розвитку музею-заповідника може сприяти втіленню екологічного моніторингу на базі тих ресурсів, якими володіє музей. На перший план тут виходить соціокультурний моніторинг, тобто аналіз життєдіяльності населення і його відношення до охоронної території.

Процеси глобалізації і економічної лібералізації, інформації і культурних комунікацій поставили перед музеями ХХІ століття завдання по перегляду своєї діяльності. Сьогодні масова комунікація належить минулому, а у новому тисячолітті кожний музей повинен обирати свої комунікаційні системи. Головне в діяльності музеїв – поєднання живої культури і сьогодення з культурною спадщиною.

Вважаючи за необхідне втілювати в життя музейний менеджмент, нам здається, потрібно також витримувати певний баланс між комерціалізацією і культурними цінностями, бізнес-методами і соціально-культурними завданнями.

У ХХІ столітті музей зіткнувся з вимогами постійних змін: від філософських основ музейної справи через технології до суспільних потреб і вимог ринку. Особлива роль тут належить провінційним і регіональним музеям. Багатогранність форм і змісту регіональних культур, які складають єдність української культури, стає особливо важливою в світі ідеї національного відродження, збереження і оновлення культури. Культурна спадщина народів служить через посередництво музею для задоволення соціальних потреб людини, таких, як пам'ять, вивчення історії, ціннісне відношення до національної спадщини.

Об'єднуючою духовною силою для всієї нашої держави може і повинна бути наша багата історія, любов до Батьківщини. Почуття любові до Батьківщини починається з любові до своєї "малої батьківщини", виховується і підтримується всією системою суспільних відносин, соціальними інститутами, починаючи з сім'ї, школи. Тому в структуру соціокультурної музейної технології можна було б включити такі форми, як:

- а) музейні уроки;
- б) музейні конкурси і програми;
- в) музейні свята;
- г) соціокультурна музейна практика.

Все це могло б сприяти формуванню у юнацтва ціннісного відношення до історико-культурної спадщини, розвитку інтересу до науково-дослідної і художньої творчості, вихованню патріотизму.

Особливого значення музейні установи набувають з огляду на кризові явища в суспільстві, викликані соціально-економічними та політичними змінами, що призвели до багатьох негативних наслідків, наприклад, знецінення культурних та моральних цінностей.

В основу сучасного розуміння музею покладене нове бачення його соціально-культурного контексту. Розширення функцій музею свідчить про перетворення музею на особливий соціально-культурний інститут в єдності його соціальної і культурної складових. Це завдання вимагає вироблення механізму такого поєднання, яке зуміє правильно співвіднести такі поняття як традиційність і інноваційність в роботі музею.

Трансформація в музейній сфері – це, насамперед, переосмислення ролі музею в сучасному суспільстві, вдосконалення форм і методів роботи з відвідувачами у відповідності з вимогами часу. Сьогодні перебудовуються відносини між музейними установами і суспільством: на зміну пасивному відображенню дійсності приходиться активний вплив на неї. Відбувається нова, якісна зміна на користь розширення сфери музейної діяльності.

Музей завжди пов'язаний з двома системами культурної практики – минулим і сьогоденням. Тому перед ним встає завдання їх об'єднання. Вирішуючи це завдання, музей повинен акумулювати збережену культурну специфіку і повертати її регіону. Сьогодні методи простого зібрання певних предметів музейного значення вже недостатні. В нових умовах музей повинен стати одним з найважливіших місцевих культурних центрів, а музейна сіть регіону повинна об'єднуватись в самостійний культурно-господарський комплекс. Тобто це вже не той музей, що був у минулому. Музей має стати більш відкритим, здатним прийняти в свою систему все, навіть сучасне діюче підприємство.

Музей, замість пасивного відображення дійсності повинен активно впливати на неї. Мається на увазі, що творчі сили регіону, представники всіх професій, характеризуючи культурне життя краю, повинні об'єднати зусилля для відродження національного культурно-історичного середовища. Для цього музей може використовувати цілий спектр різних методів: від консервації до безпосереднього втілення в сучасну практику реконструйованих елементів середовища. Таким чином може створитись певна структура культурного життя суспільства на базі його культурно-історичного середовища, а також перехід музеїв від павільйонного і ансамблевого типу до музею в культурно-історичному середовищі.

Багато дискусій точиться навколо питання про музейний маркетинг. Ряд дослідників наголошує на необхідності впровадження маркетингових технологій в музейній практиці. До таких технологій відносяться:

а) виявлення реальних і потенційних сегментів ринку музейних послуг та ефективна взаємодія з ними;

б) вдосконалення музейних послуг;

в) збільшення обсягу прибутку від обслуговування [11, с.191-194].

Отже, ефективність маркетингової стратегії залежить від формування як міжмузейного співробітництва, так і реалізації спільних з іншими партнерами культурних програм.

На початку ХХІ століття музеї зіткнулись з вимогами постійних змін: починаючи від філософських основ музейної справи через технології до суспільних потреб ринку. Особливу роль тут повинні, на наш погляд, відігравати регіональні музеї. Розвиток української державності не може відбуватись без соціокультурних перетворень в кожному конкретному регіоні. Певна специфіка регіональних культур, з якої складається єдність великої української культури, повинна зіграти об'єднуючу роль в розвитку ідеї національного відродження, збереження і оновлення культури. Музей, як соціальний інститут, повинен формувати ціннісний світ людини. Саме в музеях в значній мірі, через призму своєї культури, через сприйняття культури інших народів, зароджується національна самосвідомість. Тому реалізація завдань, які стоять перед музеями, неможлива без урахування політичних, соціальних, економічних, технологічних факторів, що панують в суспільстві.

Отже, традиційні форми музейної роботи слід змінювати в таких напрямках:

- впровадження інноваційних технологій ;
- використання музейного менеджменту, маркетингу;
- застосування новітніх інформаційних технологій;
- створення віртуальних музеїв [12].

Результатом творчого пошуку є створення музеїв нового типу: культурних центрів, в яких діють спеціалізовані експозиції. Створюються спеціалізовані дитячі музеї, екомuzeї тощо. Особливістю таких музеїв є те, що, поряд з музейними експонатами, діють не музейні організації: кафе, магазини, майстерні, працюють концертні програми, фестивалі.

Сьогодні до складу музеїв уже входять окремі пам'ятки природи і культури, парки, охоронні зони, які об'єднуються в музейні комплекси. Музей в цих умовах стає часткою культурно-історичного середовища [5, с.30-31].

Таким чином, час суспільних і економічних змін висуває нові вимоги до музеїв. Сьогодні від них вимагають максимальної участі в рішенні актуальних проблем суспільства, відповідати соціальному замовленню, яке висуває народ.

Висновки

На основі результатів дослідження можна зробити певні висновки.

По-перше, специфікою соціально-культурної діяльності музею є те, що основу всієї його роботи складають пам'ятники матеріальної і духовної культури. Музейна цінності унікальні, вони не тиражуються, тому відвідування музею не можна ні чим замінити. В цьому – значення і неповторність музею як феномену сучасної цивілізації.

По-друге, сучасний музей – це концентрований вираз духовного пошуку культури минулого і сьогодення. Він допомагає вирішувати проблеми адаптації людини до умов нового тисячоліття. В музеї відвідувач вступає в діалог культур, по-своєму сприймає музейні цінності, занурюється в світ культури. Тому перед музеєм стоїть подвійна мета: збереження культурної спадщини для майбутнього і відкриття культурної спадщини для сучасників.

По-третє, музей на різних етапах свого розвитку зазнав певних змін: від простого зберігання експонатів культури до соціального інституту. Сучасні музеї стають місцями взаємодій культур.

По-четверте, змінив соціально-політичному і культурному житті нашої держави визначають нову роль музеїв: їх трансформацію в музеї нового типу, в установи, які ґрунтуються на нових інформаційно-комунікативних технологіях, ведуть власну комерційну діяльність, вміють налагоджувати зв'язки з широкою громадськістю.

По-п'яте, впровадження сучасних інновацій в діяльність музеїв можливе за умов:

- а) підтримки державою;

- б) створення аналітичних центрів з питань маркетингу і менеджменту;
- в) залучення меценатських і спонсорських коштів.

Практична значимість даного дослідження полягає в тому, що:

- основні положення реферату можуть бути використані при читанні курсів соціології, історії культури, прикладної культурології, музеєзнавства;
- допомогти організаторам туристичної діяльності на базі культурної спадщини регіону;
- допомогти педагогам і музейним спеціалістам в організації культурно-освітньої діяльності.

Список використаної літератури

1. Социологический словарь.-М.,-1999.С.23-24; Энциклопедический словарь.-М.,-1995.-С.227-228.
2. Музееведение. Музеи исторического профиля.-М.,1998.-С.83-84.
- 3.Сорокин П. Социологические теории современности.-М.,1992; Данилевський Н. Розсип и Європа.-М.,1991; Шпенглер О.Закат Европы.-М.,1993; Тойнби А. Общий обзор/ Американская социология. Перспективы, проблемы, методы.-М., 1972.
4. Закс А. Динамика социальных функций музеев СССР// Музеи мира.-М.,1991.-С. 51-62; Зиновьева Ю. Взаимодействие музея и общества как социокультурная проблема// Автореферат дисс. Канд.культурологии.-СПб.-2000.-С.14-15.
5. Хаттон А. Музеи и наследие:есть ли между ними реальное противоречие // Памятники в изменяющемся мире.-М.,1993.-С.31; Лангер И. О значении европейских музеев под открытым небом в системе взаимодействия национальных культур //Музеи-заповедники.-М.,1991.-С.31-34.
6. Современная западная социология. – М., 1990.-С.117-118.
7. Парсонс Т. Общий обзор / Американская социология. Перспективы, проблемы, методы. –М., 1972.-с. 364-365.
8. Panunzio С. Major Social Institutions –ny.-1946.- p.7-11.
9. Ковальченко И.Д. Теоретико-методологические проблемы. исторического исследования // Новая и новейшая история. –1995.-№1.-с.32-33.
10. Философия культуры. Становление и развитие – СПб.,1998, -с.277-280.
11. На пути к музею XXI века: Сборник научных трудов НИИ культуры.
12. Понтелейчуг. І.В. Проблема становлення музейної політики в Україні// Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: зб. наук. пр. – К., 2005.- с 256-260.

Рецензія

На реферат “Взаємодія музею і суспільства як соціокультурна проблема”

Реферат присвячено проблемі взаємовпливу суспільства і культури, що відбивається на прикладі музею.

На базі аналізу наукових праць досліджуються проблеми еволюції музею, визначаються його соціальні функції. Відмічається, що історія музеїв безпосередньо пов'язана з історією соціально-культурного розвитку і залежить від соціально-економічного і політичного становища суспільства.

В роботі підкреслюється, що зміни в діяльності музеїв мають свою специфіку, відрізняючись від закордонних. Це, насамперед, викликано сучасним перехідним періодом становлення нового ринкового суспільства і формуванням нової соціальної структури в Україні.

В рефераті відмічається, що сьогодні музеї повинні стати центрами культурного і духовного відродження українського народу, а для цього слід використовувати нові сучасні інноваційні технології, адекватні вимогам часу.