

## МУЗЕЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сьогодні в Україні відбуваються складні соціальні процеси, які свідчать про перехід від однієї соціально-політичної системи до іншої. 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.

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.

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 [1]. 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.

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.

Інноваційні програми культурно-освітньої діяльності різні. 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 [2]. Для того, щоб перетворити цю справу в професійний бізнес потрібні: спеціальні програми; відповідно підготовлені спеціалісти; 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.

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 [3]. 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 у 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: створення науково-виховних комплексів на базі музеїв; відновлення системи традиційного господарства і промислів на території заповідників (наприклад, такий заповідник створено на базі Київського етнографічного музею); розвитку туризму. Комплексний підхід до розвитку музея-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 ст. завдання по перегляду своєї діяльності. Трансформація в музейній сфері - це, насамперед, переосмислення ролі музею в сучасному суспільстві, вдосконалення форм і методів роботи з відвідувачами у відповідності з вимогами часу. 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 [4, с.191-194].

На початку ХХІ ст. 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. 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 [5].

---

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; *Данилевский Н.* Россия и Европа. - М., 1991; *Шпенглер О.* Закат Европы. - М., 1993; *Тойнби А.* Общий обзор / Американская социология. Перспективы, проблемы, методы. - М., 1972.

4. *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.

5. *Понтелейчук І.В.* Проблема становлення музейної політики в Україні // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: Збірник наукових праць. - К., 2005. - С.256-260.