

УДК 351.863:377.6:004.946

*Валентина Петрович,
кандидатка історичних наук,
доцентка кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства
та інформаційно-аналітичної діяльності
Волинського національного університету імені Лесі Українки,
м. Луцьк*

КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР СУЧАСНИХ МУЗЕЇВ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У статті розглянуто комунікаційні можливості музеїв, які пов'язані з їхньою здатністю передавати інформацію за допомогою реальних предметів безпосередньо чи опосередковано. Показано, що сьогодні актуально розглядати музей як простір комунікації чи особливий комунікаційний простір. Визначено, що комунікаційний підхід належить до числа визначальних напрямків діяльності музейних закладів.

Ключові слова: музей, музейний простір, музейна комунікація, візуальний досвід спілкування, форми музейної комунікації

Розвиток музейної справи в Україні як спеціального виду наукової та культурно-освітньої діяльності, що включає комплектування, зберігання, охорону та використання музеями культурних цінностей та об'єктів культурної спадщини України, в тому числі їх консервацію, реставрацію, музеєфікацію, наукове вивчення, експонування та популяризацію відіграє важливу роль у системі гуманітарного розвитку держави та сприяє гармонійному розвитку людини.

Значення музеїв у житті суспільства визначається тим, що музеї виконують функції інституту національної пам'яті, самоідентифікації та ідентифікації України у світовому співтоваристві, зберігають історію і культуру народу як частину світового історико-культурного надбання, слугують джерелом

інформації і знань, мають величезний виховний і туристичний потенціал [9, с. 1–2].

У сучасній соціокультурній ситуації розвиток музейної справи світу багато в чому визначається динамікою комунікаційного простору музеїв, що включає експозиційно-виставкову діяльність, засоби масової інформації, локальні та глобальні комунікаційні мережі, музейну аудиторію [12, с. 13]. Слушною є думка Ю. Ключко про те, що розвиток нових форм і шляхів комунікації музеїв зі своєю аудиторією та суспільством в цілому формує потребу самих музеїв у пошуку нового самовизначення і позиціонування себе як у реальному соціальному середовищі, так і у віртуальному просторі. Взаємодія музеїв і відвідувачів підсилюється завдяки тому, що музеї виходять за межі своєї звичної експозиційної діяльності та пропонують аудиторії більш активні, почасти інтерактивні, форми відтворення і сприйняття інформації [5, с. 31].

Очевидно, що важливим видається аналіз самого поняття «комунікація». На думку І. Яковець, воно охоплює області, пов'язані, переважно, з експозиційно-виставковою роботою як реалізацією комунікативної функції музею. Експозиція, в даному випадку, виступає як основний канал комунікації [13, с. 129–130]. Проте, унікальне сучасне музейне середовище включає в себе все нові і нові типи музеїв, в яких можуть бути відсутні традиційні типи організації експозиції. Це інтерактивні музеї, музеї одного експоната, екомuzeї, музеї під відкритим небом. Багато сучасних населених пунктів являють собою єдиний музейний простір.

Поняття музейна комунікація, як зазначають О. Любіцева та Т. Шпарага, ввів у науковий обіг у 1968 р. канадський музеолог Д. Камерон. Відповідно до його трактування, музейна комунікація – це процес спілкування відвідувача з музейними експонатами, що представляють собою реальні речі. В основі спілкування лежить, з одного боку, вміння творців експозиції вибудувати з допомогою експонатів особливі невербальні просторові «висловлювання», а, з іншого – здатність відвідувача розуміти «мову речей» [6, с. 19].

Г. Богатирьова звертає увагу, що останнім часом в музеєзнавстві сформувався новий комунікаційний підхід, при якому відвідувач розглядається в якості повноправного учасника процесу комунікації, співрозмовника і партнера музею, а не пасивного отримувача знань і вражень, як це мало місце в рамках традиційного підходу. Позначилися і різні структурні моделі музейної комунікації [2, с. 59].

І. Яковець однією з найбільш поширених моделей визначає спілкування відвідувача зі співробітником музею з метою отримання знань [13, с. 130]. Г. Богатирьова та В. Барабанова наголошують, що при цьому експонати служать предметом або засобом цього спілкування. У рамках іншої моделі, на думку дослідниць, відвідувач спілкується безпосередньо з експонатом, який набуває при цьому самоцінне значення. Мета цього спілкування – не отримання знань, а естетичне сприйняття, яке не повинне придушуватися інформацією мистецтвознавчого характеру [3, с. 77; 80]. І. Яковець зазначає, що така форма комунікації в більшій мірі характерна для художніх музеїв, які замість повідомлення мистецтвознавчих знань створюють для музейної аудиторії умови для естетичних переживань і вчать мистецтву естетичного сприйняття експоната як особливому виду мистецтва [13, с. 130].

Сьогодні музеї як хранителі культурних цінностей і шедеврів мистецтва потребують інформаційної підтримки, яскравої реклами, вливання свіжих і сучасних ідей. Один з найефективніших способів це – застосування комп'ютерних технологій, Інтернету. Кожний музей, піклуючись про власний розвиток та імідж, прагне сьогодні створити вебсторінку з максимально яскравим наповненням і детальною інформацією про експозиції. В. Петрович стверджує, що застосовуючи нові комп'ютерні технології, музеї активно розвивають свої представництва у цифровому середовищі, розширюють межі музейного простору, підвищуючи можливості музейної експозиції, створюючи емоційну атмосферу тимчасового занурення, здатну зацікавити сучасного відвідувача [11, с. 33].

Ю. Ключко звертає увагу на розвиток диджиталізації музейної діяльності, зокрема, розвиток практик комунікативної активності в Інтернеті. Як результат, вивчається присутність відвідувачів не тільки безпосередньо у музеї, але й на сайті закладу. Дослідники виділяють певні категорії користувачів музейних сайтів виходячи із їх мотивації та аналізу особливостей поведінки. Сучасні підходи розвитку комунікативних практик в діяльності музеїв пов'язані з середовищем, яке відкриває можливості для творчої активності, інтеграції та сприяють формуванню комунікативних компетенцій, насичених культурними смислами [4, с. 65].

І. Передерій, Н. Білан зазначають, на сайтах багатьох світових музеїв є різні інтерактивні опції, наприклад, «віртуальний тур». Натискаючи цю опцію, можна побачити, як виглядає музей зсередини, які експонати в ньому представлені, панорамні знімки з прикладеною детальною інформацією про об'єкти і колекції [10, с. 76]. Н. Бем, Т. Курченко зауважують, що можливо ще не тільки самостійно познайомитися з колекцією, але і скористатися послугами Віртуального гіда. Для цього створюються спеціальні програмні продукти, які розміщено на оптичних носіях – дисках. Сучасні технології відкривають широкі можливості для організації віртуальних інтерактивних презентацій та виставок, зокрема у режимі on-line. Завдяки новим технологіям стає можливою демонстрація тривимірних об'єктів за допомогою будь-якого комп'ютера, з'єданого з Інтернет [1, с. 166].

Р. Маньковська у своєму науковому дослідженні зазначає, що в музеях також широко використовується така сучасна технологія, як голографія – об'ємне зображення предметів на фотопластинці (голограмі) за допомогою випромінювання лазера, внаслідок чого відвідувачі можуть ознайомитись з об'ємними зображеннями експонатів, які знаходяться в інших музейних колекціях, створюються виставки голографічних зображень. Значно збагатили можливості музею прийняття інноваційних рішень, зокрема застосування 3D технологій. Впровадження у музейній галузі інтерактивних проєкцій, 3D зображень дає можливість відтворити пам'ятку, місце її знаходження,

ознайомити відвідувачів музею з соборами, храмами, іншими історичними будівлями, які були пошкоджені чи зруйновані [8, с. 78; 7, с. 80.].

Таким чином, можна стверджувати, що комунікативний простір сучасних музеїв, їх взаємодія з відвідувачами підсилюється завдяки тому, що виходячи за межі своєї звичної експозиційної діяльності, вони пропонують аудиторії більш активні, інтерактивні, форми відтворення і сприйняття інформації. У формуванні сучасного комунікативного музейного простору вагому роль відіграють інформаційні та комп'ютерні технології, що здатні надавати новій репрезентативності музейному предмету та вибудовувати багатосторонні комунікативні зв'язки з відвідувачами.

Джерела та література:

1. Бем Н., Курченко Т. Комунікативні інструменти обласних краєзнавчих музеїв України в умовах пандемії COVID-19: перший досвід. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2022. № 14. С. 158–180. DOI: <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-14-158-180> (дата звернення 29.02.2024).
2. Богатирьова Г. А. Основи музеєзнавства : метод. рек. для вивч. дисц. ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2022. 97 с.
3. Богатирьова Г. А., Барабанова В. В. Маркетингові аспекти формування музейного простору. *Вісник Донецького університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. 2019. № 1(70). С. 76–86. DOI : 10.33274/2079-4819-2019-70-1-76-86 (дата звернення 29.02.2024).
4. Ключко Ю. М. Комунікативна парадигма сучасного музейного закладу. *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі* : зб. матеріалів Шостої міжнар. наук. конф., м. Київ, 18–20 трав. 2023 р. Київ, 2023. С. 64–66. URL: https://odnb.odessa.ua/img/novini_2023/4109/lugovcev2023.pdf#page=64 (дата звернення 29.02.2024).
5. Ключко Ю. М. Комунікативний простір сучасних музеїв: тенденції розвитку. *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі* : зб. матеріалів Другої міжнар. наук. конф., м. Київ, 16–18 трав. 2019 р. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. С. 31–32.
6. Любіцева О. О., Шпарага Т. І. Музейний туризм : навч. посіб. К., 2021. 150 с.

7. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*. 2013. № 3. С. 75–84.
8. Маньковська Р. В. Новітні технології у формуванні сучасного музейного простору. *Питання історії науки і техніки*. 2013. № 2. С. 78–80.
9. Модернізація музейної справи України та розширення традиційних форм роботи музеїв в умовах глобалізації та інформаційного суспільства (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованих документів 2011–2013 рр.). URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2013/modern_muz_spravi.Pdf (дата звернення 28.02.2024).
10. Передерій І. Г., Білан Н. В. Сучасна музейна комунікація в Україні та світі: стан і перспективи розвитку. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2020. № 2. С. 72–79.
11. Петрович В. Музейна комунікація в умовах цифровізації. *Волинський музейний вісник : наук. зб. Вип. 13. Луцьк : ПП «Волинська друкарня», 2023. С. 31–34.*
12. Розвиток цифрової культури та діджиталізація музеїв: досвід упровадження та використання цифрових технологій музеями світу (оглядова довідка за матеріалами преси, інтернету та неопублікованими документами за 2017–2019 рр. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2019/muzei.pdf) (дата звернення 28.02.2024).
13. Яковець І. О. Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2014. № 4–5. С. 129–133.