

Тернопільський національний економічний університет
Юридичний факультет
Кафедра документознавства, інформаційної діяльності та українознавства

Макогон Ірина Михайлівна

**Інформаційна складова діяльності музею (на прикладі Обласного
комунального музею Богдана Лепкого в Бережанах)/Informational component of
museum activity (using the example of Regional Museum named after Bogdan
Lepkyu in Berezhany)**

спеціальність: 029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
магістерська програма – Документознавство та інформаційна діяльність

Магістерська робота

Виконала студентка групи
ІБАСм-21
І.М. Макогон

Науковий керівник:
к.іст., доцент Н.І. Білик

Магістерську роботу допущено
до захисту:

«___» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри

_____ **О.Є. Гомотюк**

ТЕРНОПІЛЬ - 2018

АНОТАЦІЯ

Макогон І. М. Інформаційна складова в діяльності музею (на прикладі Обласного комунального музею Богдана Лепкого в Бережанах). – Рукопис.

Магістерська робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». – Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, 2018.

Магістерська робота містить комплексний аналіз комунікаційної діяльності музеїв в сучасному інформаційному суспільстві. Розкрито сутність та значення музейної справи в житті суспільства. Проаналізовано основні інноваційні засоби для подачі інформації відвідувачам музеїв. Досліджено видавничу та експозиційну діяльність музею Б. Лепкого в Бережанах. Запропоновано рекомендації щодо покращення роботи обраного музею.

ANNOTATION

Makohon I. M. Information role in the museum activity (using the example of The Regional communal museum of Bohdan Lepkyi in Berezhany). – Manuscript.

Master's thesis to obtain the master's educational qualification in the speciality 029 «Information, Library Science and Archival-keeping Studies». – Ternopil National Economic University, Ternopil, 2018.

Master's thesis deal with the full-cycle analysis of communication activity in modern information society. The main purpose of museums in human lives is revealed. The modern innovative devices for transferring the information to visitors are analyzed. The publishing and exposition activity of the Bohdan Lepkyi Museum in Berezhany is explored. Recommendations for improving the work of the selected museum are suggested.

РЕЗЮМЕ

Магістерська робота містить 83 сторінки, список використаних джерел із 83 найменувань, 3 додатки.

Метою магістерської роботи є дослідити, яку роль відіграє інформаційна складова та основні комунікаційні засоби у функціонуванні музею; порівняти стан музейної справи в Україні та зарубіжних країнах; надати рекомендації щодо покращення роботи обраного музею.

Об'єктом дослідження є Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в м. Бережани.

Предметом дослідження є особливості інформаційної складової в діяльності музеїв.

Одержані висновки та їх новизна одержаних результатів полягає в тому, що здійснено комплексний аналіз музейної галузі, досліджено конкретно обраний музей, виокремлено основні трюблеми та надано практичні рекомендації щодо покращення роботи музею, розглянуто світовий досвід і українську специфіку музейної комунікації.

Ключові слова: музей, Богдан Лепкий, комунікація.

RESUME

Master's thesis contains 83 pages, list of references with 83 titles, 3 applications

The aim of the Master's thesis is to explore the role of information part and main communication devices in museum activity; to compare the condition of Ukrainian museums and foreign countries; provide with recommendations for improving the work of the selected museum.

The object is a Regional communal museum of Bohdan Lepkyi in Berezhany.

The subject is specifics of information role in museum activity.

The resulting conclusions and innovation consist in the fact that in the Master's work a full-cycle analysis of the museum industry is determined, a selected museum is analyzed, the main problems are outlined, practical recommendations for improving the work of the museum are given, the world experience and the Ukrainian specificity of museum communication are considered.

Key words: museum, Bohdan Lepkyi, communication.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МУЗЕЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	6
1.1. Історія та сучасний досвід музейної справи.....	6
1.2. Розвиток музейної справи в Україні.....	10
1.3. Аналіз комунікаційного простору сучасного музею.....	18
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У МУЗЕЇ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ (НА ПРИКЛАДІ ОБЛАСНОГО КОМУНАЛЬНОГО МУЗЕЮ БОГДАНА ЛЕПКОГО В БЕРЕЖАНАХ)	27
2.1. Експозиційна діяльність музею.....	27
2.2. Видавничі проекти музейної установи.....	43
2.3. Аналіз офіційного веб-сайту музею.....	49
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ РОБОТИ МУЗЕЙНИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ	57
3.1. Музейний менеджмент – запорука успішної діяльності музею.....	57
3.2. Інноваційні технології в інформаційній діяльності музеїв.....	60
3.3. Роль музеїв у соціокультурному та економічному житті країни: зарубіжний досвід.....	66
3.4. Рекомендації щодо покращення роботи Обласного комунального музею Богдана Лепкого в м. Бережани.....	74
Висновки до розділу 3.....	78
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
ДОДАТКИ	93

ВСТУП

Актуальність дослідження. Повноцінна інтеграція України до світового співтовариства супроводжується процесом відродження національної свідомості й історичної пам'яті. Відновлення традицій і духовних цінностей народу лежить в основі повернення до першоджерел. Вагома роль у цьому процесі відводиться музеям, як духовним скарбницям. Музеї є рушіями гуманізації та розвитку суспільства, вони сприяють процесу становлення українців як самостійної та незалежної одиниці світової спільноти.

Сьогодні в Україні формується нова система ціннісних координат, яка вирізняється глибокою суперечністю, оскільки вимагає пошуку зовсім нових культурних парадигм та інновацій. В умовах переходу від однієї соціально-політичної системи до іншої музеї теж піддаються значним змінам, що зумовлює потребу теоретичного осмислення та глибокого аналізу трансформації музейної установи як соціокультурного інституту в контексті процесів глобалізації.

Сучасний стан суспільно-політичного та культурного піднесення країни потребує нового наповнення інформаційної діяльності українських музеїв. Щодо трансформаційних соціокультурних процесів, які відбуваються у вітчизняній культурі, генерується новий тип музею, основними функціями якого є: акумулювання, збереження, популяризація національної та світової історико-культурної спадщини.

Питаннями розвитку музейної сфери займаються фахівці у сфері музеєзнавства та охорони пам'яток, зокрема, О. І. Крук [31], досліджуючи розвиток музейної справи в Україні, виокремлює особливості музеєзнавства, що формувалися з кінця XIX ст. Проблематикою комунікаційних технологій в діяльності музеїв займається І.О Яковець [73]. Теорію та практику музейництва в Україні досліджує Р.В. Маньковська [38, 39]. У працях О. О. Хведася [61] аналізуються музеєзнавчі джерела, об'єктом вивчення стали матеріали музеїв Тернопільської, Волинської та Рівненської областей. У наукових студіях

Н. І. Білик [4, 5, 43] досліджено діяльність Богдана Лепкого на ниві духовної культури, вивчено стан збереження його особового архіву, що став основою формування експозиції музею письменника в Бережанах. Працівники музею Богдана Лепкого Н. П. Дирда [17] та Н. Л. Стрілець [56, 57] не тільки займались музейною діяльністю, дбали про збереження оригінальних фондів установи, а й залишили вагомий внесок у науковій і видавничій діяльності закладу культури.

Для дослідження й узагальнення стану музейних установ в Україні обрано духовну скарбницю Тернопільщини – Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в м. Бережани, проаналізовано здобутки музею за 20 років діяльності.

Мета роботи – дослідити, яку роль відіграє інформаційна складова та основні комунікаційні засоби у функціонуванні музею. Для досягнення мети слід виконати наступні **завдання**:

1. Розглянути сутність, функції та завдання музейних установ.
2. Проаналізувати комунікаційну діяльність музею.
3. Охарактеризувати експозицію Обласного комунального музею Богдана Лепкого в Бережанах.
4. Дослідити видавничі проекти Обласного комунального музею Богдана Лепкого в Бережанах.
5. Проаналізувати офіційний сайт Обласного комунального музею Богдана Лепкого в Бережанах.
6. Дослідити внесок Обласного комунального музею Богдана Лепкого в Бережанах у збереження історичної пам'яті українства.
7. Розкрити основні інноваційні технології, запроваджені в сфері комунікацій у сучасних музеях.

Об'єктом дослідження виступає Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в м. Бережани.

Предметом дослідження є особливості інформаційної складової 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 популяризації музейних закладів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що здійснено комплексний аналіз музейної галузі, досліджено інформаційну діяльність музею, надано практичні рекомендації щодо покращення роботи музею, розглянуто світовий досвід і українську специфіку музейної комунікації.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання: у науково-дослідній сфері – результати можуть бути основою для подальших досліджень актуальних проблем музейної комунікації; у навчальному процесі – матеріали дослідження можуть використовуватися при вивченні окремих тем з курсу «Музеєзнавство».

Апробація результатів. Матеріали дослідження апробовано під час виступів на I Міжнародній студентській науковій конференції «Правова система України в умовах європейської інтеграції: погляд студентської молоді» (Тернопіль, 2017), на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Документно-інформаційний простір: історія, теорія, практика» (Тернопіль, 2017). За темою роботи опубліковано дві статті в збірниках: матеріалів I Міжнародної студентської наукової конференції «Правова система України в умовах європейської інтеграції: погляд студентської молоді» (Тернопіль, 2017), матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Документно-інформаційний простір: історія, теорія, практика» (Тернопіль, 2018).

Обсяг і структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У списку використаних джерел налічується 83 позиції. Обсяг основного тексту кваліфікаційної роботи складає 83 сторінки, загальний обсяг – 95 сторінок.

РОЗДІЛ 1

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МУЗЕЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Історія та сучасний досвід музейної справи

Багатоаспектний процес становлення та розвитку глобального інформаційного суспільства супроводжується дискусіями й суперечками, що, в свою чергу, породжують низку вагомих проблем, враховуючи питання про те, що буде представляти собою культура нового світового співтовариства, чи стабільний процес нівелювання особливостей національних культур і уніфікації різних норм, за допомогою яких у різних культурах проявляються універсалії, цінності та ідеали. Як наслідок, стають актуальними дослідження, присвячені аналізу соціокультурних світів, взаємодії різних типів культур, а також культурним формам, у тому числі музеям, що змінюються в часі і просторі [10, с. 628].

Безсумнівно, трансформація музеїв тісно переплітається із освоєнням історико-культурної спадщини, адже музей віддзеркалює культурні реалії певної історичної епохи. З моменту своєї появи в європейській культурі музей розкриває важливі тенденції розвитку культури і суспільства, акумулює, вивчає і репрезентує за допомогою артефактів різні культурні цінності. Водночас, музей стає засобом впливу на формування сучасної культури, оскільки, збираючи і зберігаючи речі, призначені для передачі нащадкам, музей поступово перетворюється на місце народження і збереження справжньої історії та культури. Передусім, музей зберігає зникаючі цінності, підкреслює їх значення як невід'ємної складової історико-культурної спадщини, необхідної для підтримки безперервності і наступності культури, таким чином, привертає увагу до тих загальнолюдських цінностей, втратою яких загрожує сучасний прогрес [10, с.628].

Починаючи з античної доби, розвинувся феномен колекціонування. На противагу сучасним музеям, античні твори мистецтва, раритети та реліквії зберігалися в пінакотеках та портиках й слугували не для задоволення освітньої мети, а відображали релігійні мотиви. Разом з тим, вони виконували соціокультурні завдання, які притаманні модернізованим музеям, сприяючи розвитку естетичного смаку та можливості ознайомлення з технікою майстерності [18, с.862].

У середньовічній культурі Європи храми та їх скарбниці здійснювали часткову функцію музею, адже до них надходили та зберігались предмети, які займали особливу сходинку в системі цінностей епохи й були неймовірно важливими для збереження й підтримки культурної спадщини. На базі надбань християнських реліквій, ікон, церковного начиння об'єктивно впроваджувалась певна музейно-освітня пропаганда. Саме ж оздоблення храму Середніх віків виконувало провідну роль у формуванні принципів подачі та експонування музейних колекцій [27, с. 35].

Бурхливий розвиток музейної справи та зміну соціокультурного характеру особливо можна помітити в епоху Відродження та Просвітництва, адже саме в цей період власники деяких колекційних надбань почали експонувати відібрані предмети згідно визначеної теорії сприйняття експозицій відвідувачем. Таким чином, виникли перші приватні музеї, а разом з ними й перші натяки й спроби на створення публічного музею. Спочатку кожний музей обмежувався лише зберіганням, дослідженням і поданням цікавих, з точки зору культури і науки речей, природного і штучного походження. Поступово він почав охоплювати важливі соціальні функції.

В особливостях розвитку музейництва XIX–XX ст. було розкрито низку основних соціальних і культурних подій, які сприяли початку активного розвитку музеїв, орієнтованих на рішення, насамперед, освітніх задач. Поряд з найважливішою дослідною функцією музеї виконували не менш важливу мету – забезпечували наочність в освітньому процесі. Цей час відзначився активними спробами пошуку шляхів відновлення і демократизації традиційного музею, а

також сприянню його якісної трансформації. Як результат, з'явилися нові, більш доступні для аудиторії способи подачі музейного матеріалу, розроблялися інноваційні проекти культурно-освітньої діяльності й, одночасно, здійснювалися конкретні програми, направлені на більш глибоку інтеграцію музеїв у сучасний соціум [26, с. 99-100].

У ХХІ ст. проявляється низка протиріч у музейній сфері, що пов'язані з проблемами ідентифікації музею, відсутністю комплексного розвитку методологічних основ і методичних принципів музеєзнавства як науки, що не дозволяє ефективно адаптувати музейну практику до постійно змінних соціокультурних умов. Якщо взяти іншу сторону цієї ситуації, в результаті переосмислення основних принципів роботи музею як соціокультурного інституту виникають нові форми музейної роботи, значна увага висувається тепер рекреаційним і комунікативним аспектам. Габаритні музеї, як і століття тому, залишаються одними з найважливіших символів і знаків державності, своєрідними інститутами підтримки національної самоідентичності [28, с. 166].

Новим віянням стала поява спеціалізованих музеїв, призначених виключно для конкретної аудиторії, наприклад, дитячої або для людей з обмеженими фізичними можливостями.

Створення звичайного музею відбувається, як правило, навколо зібрання й упорядкування предметів експозиції, але поява спеціалізованих музеїв викликана іншими мотивами. Це або педагогічна причина (допомогти дітям пізнавати навколишній світ), або причина суспільна (привернути увагу до яких-небудь проблем суспільного значення). Природно, це позначається і на політиці комплектування фондів [39, с. 136].

Експозиційна та освітня робота в музеях для дітей вибудовується з урахуванням вікових особливостей і можливостей дитини, і використовує в своїй практиці розроблені музейною педагогікою постулати, для того, щоб діти навчалися пізнавати навколишній світ у процесі гри, активної творчості та спілкування з однолітками. Візьмемо за приклад Дитячий музей Ізраїлю в Холоні. Роботу цього музею організовано так, що всі бажаючі діти-відвідувачі отримують

унікальну можливість відчувати себе у ролі будь-якої дорослої свідомої людини і вирішити декілька нагальних завдань: покататися на хмарі, вивалитися в снігу, послухати жаб'ячий концерт та багато іншого. Це приклад інтерактивного дитячого музею, де юні відвідувачі переживають захоплюючі пригоди з допомогою музики, комп'ютерів, телеекранів і дивовижних провідних. У таких музеях можна все спробувати на дотик, на смак, безпосередньо стати невід'ємною його частиною [62, с. 608].

У поєднанні з ідеями локального розвитку та пошуками активних шляхів до осучаснення та демократизації традиційного музею дана тенденція привела до появи зовсім нового типу музейної установи, що отримав назву “Екомузей”.

Такі екомузеї виділяються більш широкою просвітницькою та дослідницькою діяльністю, яка безпосередньо спрямована не тільки на популяризацію знань про археологічні пам'ятки історії та культури, але й на вдосконалення відносин між людьми та навколишнім середовищем. Відмінною особливістю екомузею є те, що він створюється, накопичується, підтримується та використовується разом із мешканцями певного району та місцевими органами влади. Локальні жителі передають музею предмети, що містять в собі інтерес і цінність, інформують співробітників таких музеїв про це, беруть активну участь у їх реставрації та створенні експозиції, допомагають у веденні дослідницької та популяризаторської роботи [62, с. 609].

Окреслені підвиди музеїв використовуються і на території України, прикладом може слугувати екомузей у Кривому Розі. Це правжній екомузей, острів старовини у місці, де з'днуються річки Саксагань та Інгулець, він презентує природній ландшафт місцевої природи, розкриває унікальність української природи та її неймовірний потенціал. Мета його створення – збереження екологічної системи краю [67, с. 18].

Зокрема, у Латинській Америці отримала стихійний розвиток методика інтегрованого музею, націленого на пізнання людством природного і соціального середовища у всіх його проявах. Концепція інтегрованого музею полягає у активному сприянні розвитку суспільної самосвідомості шляхом заохочення

населення до прямого контакту із природним та культурним середовищем, виявленням історичних коренів, активізації креативності та вихованням шанобливого ставлення до традицій; сприяти збереженню цього середовища в цілому [67, с. 20].

1.2. Розвиток музейної справи в Україні

Музей як соціальний рушій передбачає уніфікований тип соціальних відносин і зв'язків, спонукає населення до збереження культурного спадку. Він охоплює контроль над комплектуванням колекцій, зберіганням та поширенням музейних експонатів, у ньому генеруються унікальні інституційні установки і взірці поведінки, орієнтовані на поважному ставленні до минулого, соціальної значущості та досвіду. У тлумаченні визначень поняття «музей» також спостерігається певна варіативність. Музеї (від гр. «Μουσεον» – «храм музи») – складний соціозначущий інститут, основною функцією якого є збереження народної пам'яті, стабілізація норм і цінностей суспільства, трансляція презентації накопиченого досвіду [10, с.630].

Розвиток і оновлення українських музеїв, що спостерігається впродовж останніх десяти років, значною мірою залежать від живлення з імпортованого зовні музейного знання та досвіду, в тому числі і щодо проведення соціологічних досліджень та їх результатів. Хвиля інтелектуального імпорту досвіду зарубіжних музейників надихають українських працівників на нові форми та методи роботи у музейній справі, нові дослідження та соціально- культурні проекти.

Діяльність вітчизняних музеїв регулює Закон України «Про музеї та музейну справу» від 29 червня 1995 р. (зі змінами), який визначає економічні, соціальні, правові засади створення і функціонування музеїв України, а також відмінності наукового створення, аналізу, обліку, охорони, зберігання і повноцінним використання Музейного фонду України, його правове положення та статус, і поширюється на всі музеї та заповідники, звичайно, у частині їх

музеєфікації. Також облік, охорона, зберігання та використання, консервація, реставрація музейних предметів, колекцій і предметів музейного значення. У цьому Законі музеї виокремлено як науково-дослідні та культурно-освітні заклади, головне призначення яких – вивчення, збереження, охорона та використання пам'яток матеріальної і духовної культури, природи, залучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини [2].

Коротко узагальнивши визначення сучасної історіографії, можемо сформулювати таке трактування поняття: музей – це державна, громадська, приватна установа культури, основним завданням якої є збір, зберігання, вивчення та публічне подання (експонування, публікації) музейних предметів і музейних колекцій, які є лівовою частиною національного культурного надбання [40, с. 173]. Музей також може розглядатися як інформаційний центр культурної спадщини, інститут соціокультурної адаптації, інструмент пізнання культурних цінностей минулих епох і сучасності, а також інтерпретування їх значень з метою суспільного самопізнання й самовизначення.

Музейна справа України включає в себе 546 національних і комунальних музеїв, 497 музеїв і музейних кабінетів, які рахуються і діють при вищих навчальних закладів, більше ніж 4000 музейних класів і кімнат, повністю оснащених музейними експонатами у загальноосвітніх школах, та приблизно 800 музеїв під керівництвом підприємств і організацій.

Робота музеїв як публічних закладів на території України починає діяти лише з XIX ст. Цьому активно сприяли осередки інтелігенції, що сформувалися на основі Харківського та Київського університетів. Велика частина професорсько-викладацького складу університетів, взаємодіючи спільно зі студентами, присвячували час зібранню старожитностей, що стали реальними доказами основних етапів розвитку українського народу. Також до процесу зібрання пам'яток історії та культури долучались українські промисловці, прихильники та просто небайдужі до власної історії люди [42].

Так, з 1867 р. у місті Київ розпочало роботу “Товариство любителів мистецтва та старожитностей”, яке сприяло розвитку локального музею

старожитностей і мистецтв. Наприкінці XIX ст. аналогічне за своєю діяльністю товариство поширило свою діяльність і в місті Харкові. Схожі громадські організації функціонували і в інших науково-просвітницьких та культурних центрах України.

У 1893 р. відкрився краєзнавчий музей у місті Херсон. Протягом цілого XIX ст. століття на базі такого музею формувалась повноцінна школа археологів, надбанням якої стала унікальна колекція речей. Навіть сьогодні під охороною там зберігаються унікальні та раритетні знахідки скіфських пам'яток з древніх поселень о. Березань, повноцінна етнографічна колекція налічує понад 50 різноманітних рушників, близько 80-ти одиниць народного вбрання та інших культурних надбань, що несуть історичну цінність. Нумізматична колекція складається із монет – античних, середньовічних, XVII–XIX ст. і модернізованих. Основну роль у створенні таких видів музею відіграв широкомасштабний краєзнавчий рух в Україні [61].

Помітний внесок у розвиток та розбудову краєзнавчого музейництва на території України зробили А. Петрушевич та І. Шараневич, які не лише досліджували свій край, але й організовували значну кількість краєзнавчих історико-археологічних виставок.

7 липня 1887 р. у місті Тернопіль відбулась широкомасштабна етнографічна виставка, де експонувалися речі з Гуцульщини, Покуття та Поділля. Завдяки цій виставці вперше було зроблено фотографії та створено пам'ятний альбом [31, с. 78].

Організатором більшості науково-пізнавальних подорожей та експедицій був І. Франко. У 1883 р. він організував етнографічно-статистичний гурток, який пізніше реорганізувався та розширився в “Гурток для влаштування мандрівок по ріднім краю”. Результатом його довготривалих мандрівок стали чисельні публікації фольклорних та етнографічних матеріалів, теоретичних праць з етнології й етнографії, які навіть до тепер несуть неабияку наукову й історичну цінність.

Чималу роль у розвитку туризму і краєзнавства в Галичині відіграв В. Гнатюк – секретар Наукового товариства імені Шевченка у Львові, секретар етнографічної комісії НТШ та редактор багатьох видань. У його доробку понад 300 праць і краєзнавчих розвідок [31, с. 78].

Розпочався етап українського музейництва, що ґрунтувався на громадських засадах у двох напрямках: створення музеїв при масових інституціях та самостійних музейницьких організаціях. Цю справу розпочало товариство «Просвіта», лідером якої був К. Ланьківський. Майже в усіх регіонах Західної України діяли туристичні товариства. Основна їхня робота полягала в розподіленні завдань місцевим краєзнавцям і туристичним гурткам щодо збирання фольклорних, етнографічних описів, малюнків, фотографій і речей старовини та поширенні їх серед краєзнавчих музеїв.

Вже на початку ХХ ст. музейна справа в Україні активізувалась, почала рости музейна мережа. Більшість музеїв цього періоду створювалася за допомогою приватних колекцій, наповнених значною кількістю цінних і рідкісних речей, художньо-історичних експонатів. Виникають у цей період і музейні осередки краєзнавчого напрямку, де були поміщені пам'ятки різного характеру і походження. Характерною рисою місцевих музеїв було формування етнографічних збірок, що пояснювалось розвитком українського краєзнавства, прагненням народу краще пізнати свою історію та культуру через призму музею. Стають популярними музеї різних профілів і напрямів, теорія й методика музеєзнавства стає предметом спеціального дослідження, з'являються спроби узагальнити накопичений досвід музейного будівництва в Україні [31, с. 79].

У 1910 р. в Україні нараховувалось приблизно 150 музеїв. Відомими на увесь світ в цей період стають такі музеї, як Старобільський, Вовчанський культурно-історичний музей старовини, музеї у Валках, Богодухові, с. Наталіївці на Харківщині та багато інших. Відкриваються і починають приймати відвідувачів міський музей старожитностей в Олександрійську, що на Катеринославщині, музей у Коростені на Житомирщині, основним завданням якого було дослідження Древлянщини (Коростенщини). Під керівництвом Ф. Козубовського проводили

геологічні дослідження вчені С. Білявський та М. Бурчак-Абрамович. Вони зібрали цінні колекції, що експонувались у музеї та нараховували понад 400 оригінальних зразків копалин. Тоді ж було створено музеї в Донецьку, Лучинах (на Житомирщині), соціально-історичний музей у Бердичеві, Тульчині. Музеї, що виникали на території України, поступово перетворювались на багатофункціональні заклади, ставали центрами культурно-просвітницького, політичного виховання населення [31, с. 79]

У 20-30-ті роки розглядали широке коло питань щодо музейного будівництва: збереження, охорона, дослідження та реєстрація музейних колекцій, створення профільних музейних осередків, пошук нових форм показу експонатів, підготовка музейних працівників.

Упродовж ХХ століття в Україні функціонувало вже 2900 музеїв і близько 20 тис. музейних кімнат на суспільних засадах. Так, у 1924 році відкрито один із перших музеїв, започаткованих радянською владою, – Всеукраїнський історичний музей ім. Т.Г. Шевченка. У 20-х роках майже в кожній області й районному центрі України почали створювати музеї бойової слави (громадянської війни та революції), а також краєзнавчі музеї.

Впродовж 30-х років за участю науково-дослідницьких інститутів почали формувати колекції предметів, необхідних для наукового дослідження. Такі колекції почали формуватися при науково-дослідних інститутах: ботаніки, геології й інших [33, с. 84].

Після перемоги в Другій світовій війні до столиці України й інших міст з евакуації повернули художні твори та певну частину експозиційних матеріалів, відновили роботу працівників у Київському художньому музеї й інших художніх музеях України, водночас, відтворювали втрачені експозиції. У кожній області та великих містах створювали художні музеї; наприклад, Донецький обласний музей, Харківський обласний музей тощо.

У 1960-1970-х роках стає популярним створення музеїв при заводах, фабриках, вищих і середніх навчальних закладах. Зокрема, відкрилися музеї при заводі «Арсенал», де було зібрано зразки продукції, що випускалася на заводі з

дня його заснування, заводі «Ленінська кузня», заводі «Більшовик» та інших. Майже в усіх середніх і середніх спеціальних навчальних закладах було створено краєзнавчі музеї або музеї бойової слави, основним призначенням яких було патріотичне виховання радянської молоді [33, с. 85].

В період радянської доби вітчизняні музеї та здебільшого усі заклади культури працювали на засадах пропаганди. Проведення освітніх програм та організація виставок були орієнтовані на формування нової радянської людини, яка отримала виховання на засадах принципів і пріоритетів комуністичної партії та яка налаштована дивитись на світ поглядом, сконструйованим за радянською політикою. В цю епоху музеї експонували «правильні» виставки та нав'язували своїй цільовій аудиторії «правильні» партійні повідомлення, уникаючи будь-яких проявів здорового глузду та прозорої інтерпретації реальних подій, справжніх героїв та суспільних процесів [39, с. 146].

Після занепаду комуністичного режиму майже у всіх країнах Східної Європи музеї увійшли під вплив справжнього професійного ренесансу. Вони здолали довгий шлях трансформації й демократизації, пошуку нових інноваційних проектів для освіти юних дітей і дорослих, початку абсолютно нових просвітницьких програм, основною метою яких був зв'язок між просторовою культурою та наукою. В Україні, на жаль, такі впровадження та зміни відбувалися надзвичайно повільно й безініціативно, музейні експозиції не піддавались оновленням – чи то через постійний брак фінансів на осучаснення матеріальної та технічної бази, чи то через брак генераторів ідей, чи то, нарешті, через неможливість представлення нових, ніким не сфальсифікованих тем [61].

З утворенням нових незалежних держав на теренах колишнього СРСР почалось активне створення краєзнавчих музеїв, що набували цілісного змісту та завойовували нову цільову аудиторію. Вже наприкінці ХХ століття в Україні налічувалось понад 500 музеїв у державній власності.

2008–2009 роки фінансової кризи особливо завдали економічних потрясінь українським музеям і працівникам культури. В цей переломний період видатки Державного бюджету України на благоустрій музейної галузі скоротилися в

рекордні чотири рази, а недостатнє фінансування музейної сфери навіть за такими базовими показниками, як зарплата персоналу, оплата комунальних рахунків і послуг охорони, ледве не призвело до остаточної ліквідації деяких музейних установ (за підрахунками та висновками громадської організації «Український центр розвитку музейної справи») [76].

Незважаючи на Революцію гідності 2013–2014 рр., ми знову можемо помітити «рух по замкнутому колу» та яскраво бачимо нові спроби «узурпувати» музейну систему, зробити осередки пам'яті та культури знаряддям державної пропаганди (або навіть можна сказати контрпропаганди на російську пропаганду). Нове керівництво Міністерства культури України не робить швидких кроків щодо проведенням відкритих народних конкурсів на заміщення вакантних посад очільників вітчизняних музеїв та аж ніяк не стимулює розвиток та просування музейних закладів як інституцій, що могли б відображати національно-етнічну розмаїтість нашої країни.

Зараз музеї по всьому світу активно використовують мережу Інтернет, насамперед, як комунікативний засіб: поширення інформації про колекцію, експозиції музею, тематичні екскурсії, лекції, роботу з відвідувачами та ін. Мережа дає змогу підтримувати постійний зв'язок з міжнародними музейними організаціями, у першу чергу, з ІКОМ (Міжнародна рада музеїв), яка функціонує під егідою ЮНЕСКО [63, с. 204].

Важко уявити сьогодні історичну дослідницьку діяльність без використання інформаційних сайтів Міжнародного комітету історичних наук, Українського міжмузейного центру, Інституту української археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського НАН України та ін.

Одним з найбільших українських культурологічних ресурсів в Інтернеті можна вважати сайт, створений у 1999 р. під назвою «Пам'ятки України», що діє сьогодні під назвою «Українська спадщина», присвячений питанням культури, історії, архітектури, мистецтва тощо [76].

Звичайно, мабуть кожен український музей прагне зайняти своє почесне місце у всесвітній інформаційній мережі. Але треба зазначити, що даний процес в

Україні відбувається вкрай повільно з економічних причин, хоча і підтвердив у світі свою перспективність. За останні роки, від початку «музейного буму» в Інтернеті 1992–1993 рр. і донині, до глобальної мережі приєдналося близько сотні українських музейних закладів.

На жаль, більшість з них не претендують бути так званими «віртуальними музеями», а є лише стислими, текстовими рекламно-інформаційними сторінками в мережі. Безумовно, досліджуючи таке нове явище культури як «віртуальний музей», ми повинні мати на увазі відомі світові зразки цифрового музеетворення, наприклад: Ермітаж, Лувр, Метрополітен музей, тобто дуже коштовний продукт, створений зусиллями кращих спеціалістів, результат державної фінансової підтримки.

Виникає запитання, чи здатна сьогодні держава в достатньому обсязі профінансувати сучасні потреби музеїв в сфері НІТ? Наприклад, якщо підрахувати собівартість такої роботи як науково-обліковий опис музейних предметів України, що має за індексом близько 10 млн. одиниць, для електронного каталогу (за різними оцінками собівартість такої роботи з одним музейним предметом коштує від 5 до 30 гривень), то вийде астрономічна сума в десятки, навіть сотні млн. гривень. До того ж заходи, передбачені для вирішення невідкладних проблем, значно перевищують за своїми масштабами все інше.

Для того, щоб «іти в ногу» з часом, українські музеї повинні стати правдивими, тобто мати право вивчати й інтерпретувати малодосліджені та нікому не відомі історичні теми, виокремлювати свою експозиційну та виставкову діяльність без зайвого втручання місцевих адміністрацій, політичних партій та урядів. Такий нелегкий, але потрібний нашій країні шлях давно пройшли наші близькі країни-сусіди [67, с. 18]. Одним із нагальних завдань музейної реформи після ліквідації комуністичного ладу в країнах Балтії та Східної Європи стало звільнення музеїв від ідеологічних нав'язувань і рамок, а також від постійного контролю держави на користь професійної незалежності музеїв. Статус музеїв як автономних від держави інституцій був закріплений на законодавчому рівні деякими країнами Східної Європи.

Можна підсумувати, що нова модель музейного менеджменту в Україні має передбачити зменшення впливу державних установ (уряду, місцевих адміністрацій тощо) на роботу музеїв. Покрокова стратегія матиме на меті переформатувати всі музеї на громадські організації, вільні від політичної системи та елітарності інституцій, що були б відкритими й доступними для всіх членів суспільства. Найважливіший момент полягає в тому, що музеї мають сфокусувати свої внутрішні сили й рушії на розвиток культурної різноманітності згідно із Конвенцією ЮНЕСКО, прийнятою у 2005 р. [73, с. 29].

1.3. Аналіз комунікаційного простору сучасного музею

Сьогодні розмаїття зв'язків музею та суспільства дає підстави розглядати музей як інформаційну систему, спрямовану на передачу інформації специфічними засобами. Значення сучасного музею визначається його комунікаційним потенціалом.

Музейна комунікація є визначальним складником діяльності культурно-духовного, освітнього та науково-дослідного закладу. Здатність автентичних матеріальних об'єктів, тобто музеалій, бути свідченнями визначає своєрідність і особливість музейної комунікації в загальній низці комунікацій та відрізняє її від усіх знаних видів прагування знань [18, с. 863].

Модернізоване поняття музейної комунікації яскраво віддзеркалюється у системі PRC (Preservation – Research – Communication, тобто зберігання, дослідження, комунікація), що включає у визначення комунікації експозиційну, видавничу й освітню функції роботи музею. Важливим у цьому процесі є акцентування уваги на поведінковому та ціннісному аспектах комунікації, а не лише на традиційній сутності, що являє собою тільки обмін інформацією. Музей – це така інституція, головним завданням якої є прийом і колекціонування, вивчення, охорона, збереження та передача цінностей накопиченого людського досвіду.

Загалом, теорія комунікації – наука не нова. Один із вітчизняних її розробників Георгій Почепцов зазначав, що «людство весь час тримало руку на пульсі цієї науки, називаючи її різними іменами. В античні часи це була риторика, у Середні віки, коли головною комунікацією стає церковна – це гомілетика (мистецтво проповіді, бесіди), за тоталітарних часів – пропаганда, й лише сьогодні ми вийшли на нейтральну з погляду контексту свого функціонування – теорію комунікації» [48, с. 267]

Поняття музейна комунікація вперше було введено в науковий обіг у 1968 р. канадським музеологом Д.Ф. Камероном. Згідно з його визначенням, музейна комунікація – це двосторонній процес спілкування самого відвідувача з експонатами в музеї, що є, по суті, реальними речами. Таку двосторонню комунікацію можна розуміти з двох підходів, з однієї сторони, це здатність творців експозиції створити унікальні невербальні просторові «висловлювання», а, з іншого – здатність до розуміння відвідувачем «мови речей» [45, с. 432].

Д.Ф. Камерон вважає, що у створенні будь-якої музейної експозиції мають брати активну участь як художники, так і дизайнери, які на професійному рівні володіють мовою візуальної та просторової комунікації. Він радить гідам відмовитися від невдалих спроб переформатувати візуальні “висловлювання” у вербальну форму, а навпаки навчати “мовою речей” тих відвідувачів музею, які цією мовою сповна не володіють. Доцільно було би перезавантажити повністю персонал музеїв та залучити нових фахівців, які змогли б своїм досвідом піднести українське музеєзнавство на більш високий рівень [45, с. 432].

На нашу думку, музеї гостро потребують таких працівників, як музейні психологи та соціологи, які будуть намагатися забезпечувати зворотній зв'язок між музеями та активними відвідувачами для підвищення ефективності музейної комунікації за допомогою форматування процесів створення експозиції, так і процесів її сприйняття.

Останнім часом ми могли помітити зовсім новий комунікаційний підхід, де відвідувач постає як повноправний учасник 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.

Одна з найбільш поширених моделей полягає в тому, що відвідувач спілкується зі співробітником музею з метою отримання знань, а експонати служать предметом або засобом цього спілкування. В рамках іншої моделі 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. 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 [38, с. 216].

Принципово новим у контексті теорії музейної комунікації став підхід німецького науковця Ю. Ромедера. Згідно його концепції, музейний предмет не повинен розглядатися як самоцінний, тому що він завжди є лише «знаком певного суспільно-історичного змісту» і дозволяє спілкуватися з іншою культурою, і головне в ній – подолання культурно-історичної дистанції. При цьому співробітник музею виступає в ролі посередника у спілкуванні між двома культурами.

У багатьох сучасних роботах музей позиціонується як комунікаційна система, проте це твердження часто не передбачає за ним особливого комунікаційного простору і не вивчає його складові в цілому. Незважаючи на те, що теорія комунікації визнана вітчизняним музеєзнавством як домінантна, ще не достатньо розроблено понятійний апарат, не вивчені всі комунікативні складові експозиції музею тощо [72, с. 352].

Сьогодні більш актуально розглядати музей не стільки як систему, а як простір комунікації чи особливий комунікаційний простір. Зазначимо, що поняття *«комунікаційний»* має процесуальне значення, що характеризує комунікацію як процес, а *«комунікативний»* ми розглядаємо як такий, що «має властивість, здатність до комунікації».

Теорія музейної комунікації досліджує та пояснює загальні та особливі засади поширення змісту музейних фондів серед суспільства, а процес музейної комунікації відбувається на тлі загальної культурної ситуації.

Як складова соціокультурного простору, комунікаційний простір музею детермінується як простір, в якому у процесі музейної комунікації моделюється певний культурний дискурс, і як складова інформаційного простору він презентує цей дискурс суспільству за допомогою різних інформаційних технологій [73, с. 26].

Проаналізуємо структуру комунікаційного простору музею. Комунікаційний простір має дві складові: зовнішню та внутрішню. **Зовнішній комунікаційний простір музею** не обмежений територіально та має можливість потенційного розширення (рис. 1).



Рис.1. Структура комунікаційного простору музею

У цьому умовно «відкритому» просторі відбувається інтеграція інформативних ресурсів музею в конкретне суспільство та світове співтовариство. Саме в цьому просторі відбувається трансформація трансльованого музеєм культурного дискурсу в бренд, який музей демонструє на культурному ринку як цінний товар і сукупність послуг [73, с. 26].

У зовнішньому комунікаційному просторі музею здійснюються його горизонтальні та вертикальні комунікації – прямі зв'язки з суспільством. Саме в цьому просторі музей позиціонує себе як культурний, соціальний і освітній інститут. **Комунікаційні зв'язки**, які розгортаються у зовнішньому

комунікаційному просторі, можна умовно диференціювати як «функціональні», що включають такі складові:

- «ієрархічні» стосунки, які розширюють комунікаційний простір музею включенням в нього частини адміністративного простору, де відбувається вертикальна комунікація;
- «партнерські» відносини, які характеризуються горизонтальною комунікацією, що включає комунікаційні зв'язки з науковим співтовариством, соціальними і освітніми інститутами, творчими спілками, музеями та музейними об'єднаннями, а також громадськими організаціями і приватними особами;
- «ринкові» відносини, в яких музей виступає і суб'єктом, і об'єктом ринку, будучи виробником товарів і послуг, і покупцем;
- «інформативні», які здійснюються через особливі канали комунікації, де відбувається самопрезентація музею, такі, як періодичні музейні видання та музейний сайт [73, с.28].

Внутрішня комунікація пов'язана з реалізацією комунікаційного процесу підготовки музейного простору (вивчення предмета музейного значення, його залучення в музейне зібрання, представлення його інформаційного потенціалу, включення в експозиційний простір, попередня розробка освітніх програм тощо).

Внутрішній комунікаційний простір обмежений територіально – це територія музею або музейного об'єднання (виняток становить виїзна виставка або експозиція, коли внутрішній комунікаційний простір механічно інтегрується в зовнішній).

До комунікаційних зв'язків у внутрішньому комунікаційному просторі відносяться всі види міжособистісної комунікації між співробітниками або ж співробітниками і відвідувачами поза музейної експозиції і всі види комунікації відвідувача і співробітників з культурним дискурсом.

Так, в одному з навчальних посібників із музеології стверджується, що навіть така «закрита» галузь музейної справи, як реставрація, включена до комуникативних процесів. Наприклад, реставруючи античну амфору, майстер акцентує матеріалом або кольором ту частину, що не збереглася. Це – його

комунікація, по-перше, з античним майстром, по-друге, з потенційним відвідувачем, по-третє, з дослідником, таким чином чесно показувати артефакт та сучасні додатки до нього. Отже, реставратор спілкується, комунікує з минулим, сьогоденням і майбутнім.

Моделювання культурного дискурсу відбувається в рамках внутрішнього комунікаційного простору музею, в тій його області, яку ми визначаємо як «комунікативне поле музейної експозиції» [73, с. 29].

До *структури комунікативного поля експозиції* ми відносимо не тільки безпосередньо способи організації інформації у внутрішньому музейному просторі, але і зовнішній інформаційний контекст, в який поміщена експозиція. До комунікативного поля музейної експозиції, з нашої точки зору, входять наступні складові: сама будівля музею; природний або міський ландшафт, так як музей завжди перебуває в певному просторово-інформаційному контексті і в той же час виступає його інформаційним центром, тому що об'єднує всі джерела інформації, що знаходяться в його межах; інтер'єр музею, який разом з архітектурою будівлі створює закінчений образ експозиції; музейні предмети (рис. 2).



Рис.2. Структура комунікативного поля музейної експозиції

Всі вище перелічені структурні компоненти комунікативного поля музейної експозиції детермінуються нами як елементи особливої «музейної» мови, за допомогою якої здійснюються невербальні процеси музейної комунікації.

Підсумовуючи вище сказане, представимо модель комунікаційного простору сучасного музею у вигляді схеми (рис. 3).

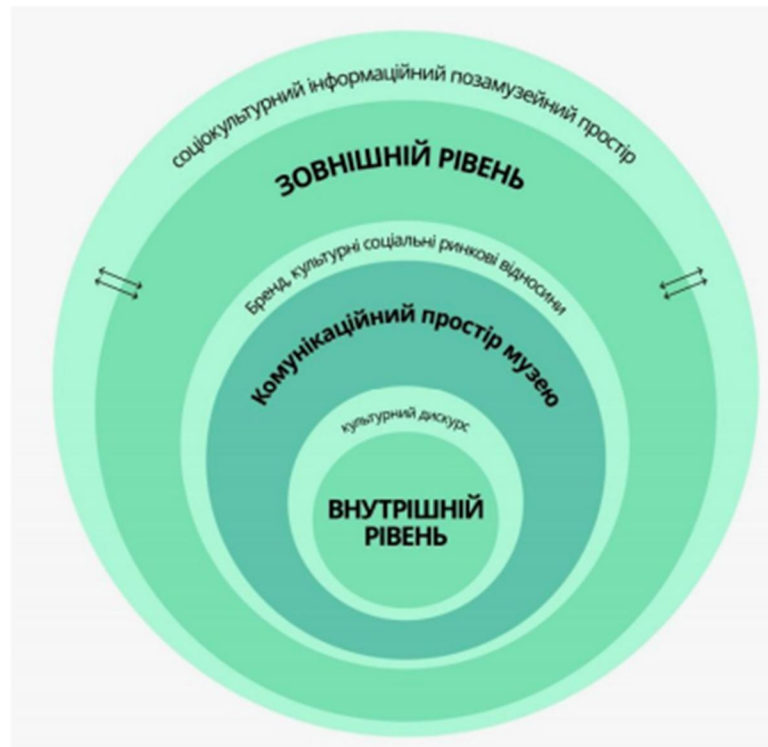


Рис.3. Модель комунікаційного простору музею XXI ст.

Щоб музей виконував крім класичних функцій – збереження і презентації – також інноваційні завдання, він має приваблювати, мотивувати і супроводжувати сучасний культурний процес у своїх стінах. З цією метою необхідно виділити і акцентувати напрямки музейної діяльності. Важливо надати також музейний простір для фахівців, творчих людей і організацій, що діють для підтримки і розвитку інноваційного середовища [73, с. 29].

Висновки до розділу 1

Музеї, як засіб специфічної духовної практики, покликаний активізувати роль культурних цінностей у процесі інтеграції, соціальної консолідації суспільства. Сучасна місія музеїв визначається дослідниками як трансмісія, у ході якої кожна людина може засвоїти культурні знання, що сприяють її самоствердженню та соціальній реалізації.

Музеї виховують усвідомлення особистістю ролі культурного надбання в історичному розвитку, повагу до культурних цінностей, дбайливе їх збереження. Музейна культура передбачає оволодіння певними знаннями, вміннями, які дають змогу людині сприймати інформацію, яку містять музейні предмети, розуміти мову музейної експозиції, керуватися у життєвих ситуаціях етичними нормами і моральними установками.

Актуалізація культурної спадщини в нових соціокультурних умовах передбачає орієнтацію не на зміст експозиції, а вагомішими стають нові смисли, що відкриваються відвідувачам, відчуття та асоціації, що виникають при сприйнятті музейних предметів. Музей покликаний забезпечувати можливості для особистості досліджувати шляхи, яким чином минуле допомагало формувати різні ідентичності, спільні культури, цінності і формувати толерантне ставлення особистості до різноманітності. Люди мають не лише отримувати інформацію про минуле, але й бути готовими до конструктивного діалогу з представниками різних культур, носіями різних канонів колективної пам'яті, виявляти повагу до різних поглядів. Нові смисли культури виникають у процесі комунікації, що відбувається в суспільному просторі.

Активний характер культурної комунікації здійснюється у процесі діалогу, що має на меті формування, збереження, трансляцію і розвиток культурних норм, цінностей, знань і смислів, сприяючи інтеграції, соціальній консолідації, що є важливим суспільним запитом музею.

У багатьох музеях України працівники мають великий практичний досвід наукової роботи, і це дозволяє їм працювати на високому професійному рівні. Кожна «нова ідея» проходить усі етапи свого народження, перш ніж буде втіленою в життя.

Соціокультурна роль музеїв як інституцій, що сприяють пізнанню та популяризації культурної спадщини, цінностей, смислів передбачає розвиток програм, спрямованих на діалог та співпрацю, залучення місцевої спільноти, пошуку нових форм презентації культурного продукту, освоєння суспільного простору міста, населеного пункту.

Таким чином, музейна діяльність пов'язана з процесом культурної комунікації, що має інформативно-знаковий характер і є наслідком безперервного процесу виникнення значень одних та втратою інших. Комунікативна функція музею полягає у цілеспрямованому виявленні комплексу значень, притаманних речі. Отже, музей можна розглядати як інститут, що виявляє культурно-формуючу функцію речі як посередника (знаку) у комунікативних процесах. Саме через предметно-речові форми культури передається значна частина інформації, необхідна для формування особистості. Таким чином, виникає необхідність залучення таких понять, як емоційне сприйняття, досвід, світогляд та інших аспектів, що відображують як значення музейної комунікації для різноманітних соціокультурних процесів, так і підтверджують антропоцентричність діяльності музею.

РОЗДІЛ 2

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У МУЗЕЇ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ (НА ПРИКЛАДІ ОБЛАСНОГО КОМУНАЛЬНОГО МУЗЕЮ БОГДАНА ЛЕПКОГО В БЕРЕЖАНАХ)

2.1. Експозиційна діяльність музею

Сьогодні більшість вчених вважають найрезультативнішим каналом музейної комунікації – експозицію. Експозиційна робота – це один із найпоширеніших напрямів музейної діяльності, основний зміст якої полягає в проектуванні експозиції, монтажі та демонтажі експозицій, проведенні реекспозиції, нагляді за станом експозиції, організації тематичних виставок, веденні поточної експозиційної документації. Експозиція – обличчя кожного музею, результат усієї його різноманітної діяльності [65, с. 183]. Організація постійних експозицій і періодичних виставок становить специфічну форму представлення, публікації та апробації музейних предметів. Інколи з метою перевірки експозиційних ідей і концепцій створюють пробні та експериментальні експозиції. Сучасне музеєзнавство експозицію розглядає як цілісну предметно-просторову систему, у якій музейні предмети й інші експозиційні матеріали, об'єднані концептуальними (науковим і художнім) задумами.

Слово «експозиція» має походження від латинського дієслова *expono* (виставляти напоказ) і в свою чергу похідного від нього іменника *expositio* – виклад, опис [55, с. 216].

Музейні експозиції доцільно розділити на постійні (стаціонарні) і тимчасові; тимчасові експозиції мають назву виставки, які бувають як стаціонарними, так і пересувними. Склад експонатів викриває їхній тимчасовий та непостійний характер. На виставках часто експонуються предмети із зовсім інших музеїв і приватних зібрань, а також ті предмети, які довго не можуть

зберігатися за межами фондосховищ – акварельні картини, письмові джерела, раритетні речі.

Сьогодні в музейній установі діє три основних типи музейних виставок:

- тематичні виставки, змодельовані на основі конкретного сюжету;
- фондові виставки, які відкривають відвідувачам маловідомі та малодоступні колекції;
- а також, звітні виставки, які виникають за рахунок результатів реставраційних робіт, за підрахунками комплектування фондів – так звані виставки нових надходжень [39, с. 140].

Створення музейних виставок є однією із складових частин експозиційної роботи музеїв. Виставки піднімають на вищий рівень доступність і суспільну цінність музейних фондів, активно вводять в науковий, навчальний і культурний обіг пам'ятні речі, що знайшли своє місце в приватних зібраннях, сприяють вдосконаленню методів експозиційної і культурно-виховної роботи музею, розширюють географію його функціонування. Зараз ми можемо прослідкувати за активним розвитком інтернаціонального обміну виставками, що має на меті взаємозбагачення різних просторових культур.

Експозиція є візуальним типом комунікації, пов'язаної з процесом перекодування інформації з вербальної в невербальну і відтворенням її знову у вербальну. При цьому предмет в експозиції набуває певного значення лише в контексті, перетворюючись на експозит. На підтвердження цього можна навести твердження відомого італійського вченого, філософа, письменника, семіотика Умберто Еко. Він говорив, що існують окремо зображення крапки й овалу, проте якщо крапку помістити в центр овалу, тобто до певного контексту, виходить зображення ока [29, с. 55].

А контекст культурно-історичний означає співвідношення явищ предметних із явищами соціальними. Отже, в експозиції для здійснення її комунікативних функцій залучаються не лише нові джерела, а й нові просторові рішення, які дозволяють змінювати контекст. На цих засадах працює й Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в Бережанах.

Ще за життя Б. Лепкого його творчий доробок високо оцінили українці Галичини та діаспори, відомі літературознавці та мистецтвознавці світу. Але у роки радянської влади творчість письменника на Батьківщині було заборонено. Тільки вже із здобуттям незалежності України ім'я та твори Б. Лепкого повернулися на рідну землю [32, с. 64].

27 серпня 1995 р. старовинна бережанська площа біля ратуші вітала знатних гостей із закордону (США, Канади, Польщі), різних міст України (Київ, Львів, Івано-Франківськ, Тернопіль, Коломия). На урочисте відкриття державного музею письменника з'їхалися лепкознавці, шанувальники таланту українського письменника, простого вихідця із Бережанщини, Б. Лепкого.

Ініціатором створення музейної установи став доктор Роман Смик з Чикаго (США), племінник Богдана Лепкого, опікун спадщини письменника на чужині. Таким чином, він виконав заповіт дітей Лепкого, які доручили родичеві в далекому 1978 р. «занятися як куратор справою архіву та подбати, щоб, як прийде на те час, він був збережений в котромусь із наших музеїв чи в гідному університеті...» [17]

Фундаторами музею стали також і його син Роман – доктор медицини, сестра Стефанія та її чоловік о. Володимир Тарнавський (США), племінник письменника С. Ремеза, Н. Головата та Я. Шафранюк-Завадович (Канада) [4].

Музей від початку створення був філіалом Тернопільського краєзнавчого музею, від 2002 р. – автономний музей у підпорядкуванні районного відділу культури, а з 2003 р. – йому присвоєно статус обласного комунального. Знаходиться він у бережанській ратуші, в якій з 1805 р. була розміщена гімназія. У 1883–1899 рр. тут вчився й учителював Б. Лепкий. З цієї нагоди у 1992 р. на будівлі встановлено пам'ятну дошку. Автор меморіалу – К. Сікорський. До 125-ї річниці від дня народження письменника 19 жовтня 1997 р. біля ратуші відкрито пам'ятник Б. Лепкому [17].

Богдан Лепкий народився у селі Крегулець на Поділлі 9 листопада 1872 р. Це не епізодичне ім'я в українській культурі, це постать першорядної ваги, непересічного таланту. Поет, прозаїк, перекладач, видавець,

літературознавець, активний культурно-громадський діяч і доволі талановитий художник – у кожному з цих галузей він зробив вагомий внесок в історію рідної культури в справу примноження її здобутків. Визначною, зокрема, є роль та історичне місце наукових праць письменника, спрямованих на розвиток українознавства. Як учений, Б.Лепкий залишив вагомий науковий доробок, в якому поважне місце посів двотомний «Начерк історії української літератури» (1909, 1912), який двічі перевидавався (1923) [7, с. 28].

Окрім того, Б.Лепкий підготував короткий ілюстрований огляд української літератури «Наше письменство» (1941), що мав резонансне значення в контексті розвитку українського літературознавства. Вагоме місце в науковій спадщині Б.Лепкого зайняли й науково-популярні нариси «Про життя великого поета Тараса Шевченка» (1911), «Маркіян Шашкевич» (1912), «Чим жива українська література?» (1915), а також науково-популярні розвідки про В.Стефаника, В.Оркана та ін. Б.Лепкий також активно виступав як редактор-текстолог (зредагував 62 томи української класики), варто окремо згадати передмови, примітки й коментарі до творів Т.Шевченка, С.Руданського І.Котляревського, Є.Гребінки, Марка Вовчка. Ним написані резонансні статті про І.Франка, Ю.Федьковича, М.Рильського, П.Тичину, М.Коцюбинського, М.Драй-Хмару. Активність Б.Лепкого в цьому напрямі була зумовлена й орієнтована, перш за все, на задоволення потреби українського читача в українській книжці, що свідчить про патріотичну налаштованість митця, незважаючи на те, що значну частину свого свідомого життя довелося прожити й працювати в Кракові, а також Берліні, Відні далеко від рідного Золотого Поділля.

Перевезення архіву письменника зі США в Україну стало важливою справою д-ра Романа Смика. При його участі і його коштом побудовано експозицію музею в шести залах. Організаційну роботу зі створення музею Б.Лепкого, оформлення експозиції виконав колектив Бережанського регіонального центру української книги. Вдало було підібрано авторів проекту і мистецького оформлення – тернопільських художників Б.Бошка і Р.Гудиму,

які зуміли гармонійно поєднати матеріал з архітектурою і формою приміщень. Перевезення архіву письменника зі США в Україну стало важливою справою д-ра Романа Смика. При його участі і його коштом побудовано експозицію музею в шести залах [4].

Успішне створення музейної експозиції залежить від поєднання наукового й художнього проектування, від вибору методу або методів проектування. Щодо методів проектування, наразі не існує їхньої точної класифікації та систематизації. Найбільш сучасне визначення належить Т. Полякову, який обґрунтовує такі методи:

- колекційний або систематичний;
- ілюстративно – тематичний;
- музейно – образний;
- ансамблевий.

Ці методи він вважає традиційними і наполягає на своєму власному, який називає художньо-міфологічним, виокремлюючи жанрові форми експозиції. В Обласному комунальному музеї імені Богдана Лепкого ілюстративно – тематичний та колекційний методи використовуються ширше, а інші – міксуються.

Експонати першої зали відтворили атмосферу дитинства майбутнього письменника. Дві малярські роботи Дем'яна Горняткевича «Хата на хуторі Кривенькім» та «Приходство в с. Крегулець» переносять уяву відвідувача до рідних місць поета. Репродукція ікони Зарваницької Божої Матері як оберіг і спогад із «Казки мого життя» Б. Лепкого. Саме перед нею вимолювала здоров'я своєму малому синові Домна з Глібовицьких Лепка. Її портрет – на стіні поруч із портретами о. Сильвестра Лепкого. У музеї зберігаються копії із юнацьких робіт Б. Лепкого, зроблені сучасним художником В. Недільським [14].

Експозиційний куток завершує зображення герба роду Лепких. Чорне віденське фортепіано – пам'ятка з тих часів, коли майбутній письменник із захопленням слухав твори Шопена, Шумана, Бетховена, що народжувалися під

гнучкими пальцями вправної музикантки, викладачки Перемиського дівочого інституту, тітки Дарії Глібовицької на дідовому приходстві в Бережанах. Саме в цьому залі систематично діють змінні книжково-ілюстративні виставки із фондів музею.

Експозиція другої зали відобразила навчання і працю Б. Лепкого в Бережанській гімназії, студії у Віденській академії мистецтв та Львівському університеті. Оригінали фотографій гімназистів і професорів (Матеуш Куровський, о. Михайло Соневицький, Петро Дуткевич, Микола Бачинський та інші), тогочасні підручники німецькою, польською та українською мовами (1882 р., 1923 р., 1893 р., 1880 р.) різноманітні гімназійні документи відтворюють культурно-мистецьке життя Бережанщини. Вслід за автобіографічною книгою Б. Лепкого «Казка мого життя», що представлена різними виданнями в експозиції [34], відвідувачі проходять дорогами і стежками Б. Лепкого у Крегульці, Поручині, Жукові, Бережанах. Особливу цінність представляють книги з особистої бібліотеки письменника з його автографами: «Кобзар» Т. Шевченка (1893 р.), поетичні збірки І. Франка «Із днів журби» (1900 р.), «Мій Ізмарагд» (1898 р.) [59].

Після закінчення Львівського університету Б. Лепкий працював у Бережанській гімназії. Його учнями були Микола Чайковський, Франц Коковський, Віктор Пацлавський та інші, які в майбутньому стали відомими науковцями, громадськими і політичними діячами. Як письменник Б. Лепкий формувався під великим впливом батька, о. Сильвестра Лепкого, письменників Андрія Чайковського, Івана Франка, про що писав сам письменник у книгах спогадів «Казка мого життя» та «Три портрети» [34, 36].

Ще з гімназійних часів Б. Лепкий захоплюється малярством. Його портрети Т. Шевченка, А. Чайковського, М. Устияновича, М. Івасюка, автопортрети (1885 р., 1887 р., 1907 р.) збагачують експозицію другої зали. Завершують експозицію цієї зали автографи віршів Богдана Лепкого, а також оригінал свідоцтва про вінчання із Олександрою Лепкою (1897 р.).

Третя зала музею присвячена польському періоду, який двічі поставав у житті Б. Лепкого – упродовж 1899–1914 рр. й 1926–1941 рр. Після переїзду з Бережан до Кракова Б. Лепкий викладав у кількох приватних гімназіях, а пізніше в Ягеллонському університеті, професором якого став у 1932 р., коли йому виповнилося 60 років. У Польщі він займався культурно–освітньою роботою серед української громади. Б. Лепкого називали амбасадором української культури в Польщі. Численні фото висвітлюють особисті й творчі зв'язки письменника з Михайлом Коцюбинським, Василем Стефаником, Ольгою Кобилянською, Гнатом Хоткевичем, істориком В'ячеславом Липинським, малярами Осипом Куриласом, Олександром Мавбергом, польською перекладачкою Марією Беньковською, викладачами Академії мистецтв С. Висп'янським, Л. Вичулковським та іншими відомими українськими і польськими громадськими діячами, письменниками, художниками.

Експозиція містить і прижиттєві видання збірок Б. Лепкого раннього періоду його творчості: «Стрічки» (1901 р.) , «Осінь» (1902 р.) , «З глибин душі» (1905 р.), «Поезіє, розрадо одинока» (1908 р.) , збірки прози «З села» (1898 р.), «З життя» (1905 р.) , «Кидаю слова» (1911 р.) [33].

Викладання на вчительських «виділових курсах» ілюструють оригінальні віньєтки випускників 1909–1910 рр. та 1910–1911 рр. Куточок експозиції третьої зали відведено розповіді про літературне угруповання «Молода Муза», до якої входив Б. Лепкий. Зі світлин на нас дивляться натхненні обличчя Петра Карманського, Михайла Яцкова, Мелетія Кічури, – кожен з них вписав свій рядок в історію української культури.

Окрема група експонатів присвячена 60-річчю митця, яке припало на 4 листопада 1932 р. Роман Смик перевіз оригінальні матеріали, що ілюструють святкування 60-ліття від дня народження письменника в 1932 р. зі США. До цінних експонатів основного фонду музею віднесемо афішу «В 60 роковини уродин українського письменника й поета, професора Богдана Лепкого», де поміщено програму святкування ювілею митця в Бережанах 20 грудня 1932 р.,

альбом «На спомин Богданові Лепкому бережанці», альбом від українських товариств Кракова, афішу «Концерту в 60-ліття уродин найбільшого українського сучасного письменника Богдана Лепкого» (Рогатин, 22 грудня 1932 р.), дерев'яну різьблену шкатулку – дарунок Союзу українок м. Коломия, бронзову композицію з п'яти лаврових листків на шматку лабрадориту з підписом «В 60-річчя уродин, Вш. п. професорові Б. Лепкому, 19.IX. Краків, 1932», вітальну адресу «Авторові – Мазепи» від учениць гімназії «Рідної школи» в Станіславові (1932 р.), вітальну адресу від І. Поплавського, «товариша з молодечих літ» (1932 р.) [56].

З цієї нагоди українська громадськість Галичини влаштовувала різноманітні урочисті заходи на пошану ювіляра. Початок святкуванню подав славетний Краків, де Б. Лепкий у той час проживав і працював викладачем в Ягеллонському університеті. Не могли оминати ювілей славного земляка й на рідній землі. Ціла низка галицьких міст і містечок пошанували відомого українського письменника проведенням урочистих академій та концертів.

А також з нагоди 60-річчя від дня народження Б. Лепкого у м. Бережани було створено спеціальний ювілейний комітет, до якого ввійшли представники всіх українських товариств міста [56]. Його очолив о. проф. Василь Дубицький, «товариш молодих літ» митця. Члени комітету доклали чимало зусиль, щоб всі ювілейні заходи пройшли на належному рівні. Згодом у львівській газеті «Новий час» Петро Сагайдачний писав з цього приводу: «20-те грудня 1932 р. надовго залишиться в пам'яті. Це вперше Бережанщина здобулась вітати за життя свого поета і письменника» [56]. Куток в експозиції висвітлює шану земляків великому письменнику в його 60-річчя – фото збудованої за кошти бережанців та рогатинців вілли «Богданівка». Крісло та різьблений тризуб із вілли, подаровані письменником Романом Коритком, доповнюють експозицію.

Особливим визнанням заслуг Б. Лепкого перед Батьківщиною стало нагородження його урядом Української Народної Республіки в екзінні перехідним Мазепинським перснем у 1932 році. В експозиції міститься фото відбитку персня та Регулямін цієї нагороди.

Сумними барвами обрамлений куток вічного спочинку Б. Лепкого (21 липня 1941 р.) на Раковицькому кладовищі в Кракові (Польща). Оригінали клепсидр (некрологів) трьома мовами (німецькою, польською і українською) сповіщають, що помер заслужений діяч, дійсний член багатьох українських установ у Берліні, Празі, Варшаві, професор Богдан Лепкий. Поряд фотографії із похорону, пам'ятна медаль роботи Н. Кисілевського, фото посмертної маски та текст виступу учня Юліана Геніка-Березовського на похороні.

Експонати четвертої зали розповідають про німецький період (1915–1925 рр.) в житті і творчості Б. Лепкого. Від початку Першої світової війни письменник став активним членом Союзу визволення України. У статусі співробітника Просвітнього відділу цієї організації він займався культурно-освітньою працею в таборах для військовополонених царської армії, про що свідчать численні родинні фото із міст Ванзее, Берліна, Вецляра, Ганноверш-Міндена, в яких розташовувалися табори. Також в експозиції є матеріали, що висвітлюють працю Б. Лепкого в берлінському видавництві «Українське слово» та розповідають про святкування 50-річчя поета (1922 р.). Цінними експонатами є автограф вірша «На Святий вечір» (1923 р.), вирізки із німецьких газет із перекладами Анни- Шарлоти Вуцкі оповідань Б. Лепкого.

В експозиції представлені перші видання трилогії «Мазепа» (Київ-Ляйпціг, 1926-1929 рр.), повісті-казки «Під тихий вечір» (1929 р.), повісті «Зірка» (1929 р.) , історичних повістей «Сотниківна» (1927 р.) , «Вадим» (1930 р.) , «Каяла» (1935 р.) , «Крутіж» (1941 р.) [17].

У п'ятому залі музею зібрані оригінали живописних робіт Б. Лепкого (56 одиниць). Виділяються, насамперед, портрети. Серед полотен важливе місце належить автопортретам різних років (1885 р., 1887 р., 1905 р., 1908 р., 1932 р.). Представлені портрети матері Домни у вінку пишних кіс у молодому і в старшому віці, батька о. Сильвестра, дідуся о. Михайла Глібовицького, Миколи Лепкого – батькового брата, сестри Олени, доньок Софії і Наталії, сина Ростислава і портрети дружини Олександри [17], один із них – в українському народному одязі.

Представлено серію графічних ілюстрацій до видань, що впорядкував Б. Лепкий, зокрема портрети князя Володимира Мономаха, княгині Ольги, князя Болеслава Тройденовича, гетьманів Богдана Хмельницького, Івана Мазепи (два малюнки), Юрія Хмельницького, полковника Івана Богуна. Окремо обрамлено серію портретів українських письменників: Григорія Сковороди (два малюнки), Тараса Шевченка, Лесі Українки, Олени Пчілки, Марка Вовчка, Христі Алчевської, Осипа Маковея, Миколи Вороного, Павла Чубинського, Василя Щурата, Петра Карманського, Павла Тичини та ін. (загалом 17 малюнків, виконаних у змішаній техніці). У музеї експоновано 16 графічних малюнків Б. Лепкого до абетки, підготовленої у співпраці з А. Крушельницьким та О. Кульчицькою [5].

Завершує експозицію *шоста зала* – «Повернення Б. Лепкого». Повернення Б. Лепкого відбулося у виданнях незалежної України, в наукових дослідженнях вчених М. Ільницького, М. Жулинського, Ф. Погребенника, М. Сивіцького, Н. Білик . Окремий стенд присвячено лауреатам Всеукраїнської літературно-мистецької та громадсько-політичної премії імені братів Богдана і Левка Лепких. Серед лауреатів є організатори музею Б. Лепкого в Бережанах: д-р Р. Смик – племінник письменника, Н. Волинець, Я. Мазурак, Н. Дирда [17, 11].

В експозиції музею зберігаються раритети, що в минулому зберігались у квартирі письменника в Кракові. Так, малярську колекцію Б. Лепкого репрезентують живописні роботи Дем'яна Горняткевича «Хата на хуторі Кривенькім» (1927 р.) та «Приходство в с. Крегулець» (1928 р.), виконані олійними фарбами. Ці пейзажі, що подарував автор, свого часу прикрашали оселю Лепких у Кракові. Художньою майстерністю вирізняються живописні портрети Б. Лепкого (1903 р.) та його доньки Наталії-Марії (1904 р.), які написав митець О. Мавберг. Також цінним є портрет Б. Лепкого роботи художника Осипа Куриласа, який від часу еміграції нащадків письменника до США зберігавсь у родині Марії Лазар-Беньковської в Кракові. Цей раритет,

разом із портретом дружини Б. Лепкого, Роман Смик як опікун архіву передав під час відкриття музею в 1995 р. [5].

Зали музею Б. Лепкого, окрім уже згаданих мистецьких творів Б. Лепкого, прикрашають і роботи сучасних художників Я. Омеляна, М. Кузіва, Я. Крука, В. Недільського, А. Покотюка, В. Лопати, О. Шупляка.

Із особового архіву Б. Лепкого в експозиції музею містяться автографи віршів поета: «Побачиш гори в лід закуті», «Заспів» («Колисав мою колиску...»), «На Святий вечір» (1923 р.), «На Голгофу»; рукопис письменника під назвою «Деякі музичні композиції до слів Богдана Лепкого»; ксерокопії рукописів поезій: «25 лютого 1861 р.», «Видиш, брате мій...», «Батуринські руїни», «На маргінесі книжки про Кричевського», «Неси в душі свою найкращу думу...» [5].

Серед оригінальних світлин Н. Білик виділяє такі: «Б. Лепкий серед професорів і учнів Бережанської гімназії» (1898 р.), «Донька Софія-Євгенія», «Дружина Олександра з донькою Наталією» (1902 р.), «Б. Лепкий із сином Левом-Ростиславом» (м. Краків), «Після концерту на честь 60-річчя від дня народження Б. Лепкого» (м. Бережани, 20.12.1932 р.), «Б. Лепкий і М. Беньковська» (1935 р.), «Б. Лепкий з гостями на порозі вілли “Богданівка”» (с. Черче, 1937 р.), «Б. Лепкий, Л. Лепкий, Р. Купчинський, М. Беньковська» (с. Черче, 1938 р.), «Б. Лепкий, Ю. Навроцький, Р. Купчинський, М. Беньковська» (с. Черче, 1938 р.), «Відпочинок біля озера» (фото дітей Б. Лепкого. – Н. Б.), «Б. Лепкий і М. Ліщинська» (м. Берлін), «Б. Лепкий і Ю. Андрейко, студент медицини» (м. Ванзе, 1924 р.), дві «віньєтки вчительських виділових курсів» 1910, 1911 рр. (Б. Лепкий серед слухачів курсів). Усі інші світлини із зображенням Б. Лепкого є фотокопіями з монографії В. Лева про Богдана Лепкого [5].

До архівних документів слід віднести оригінали грамот про присвоєння Б. Лепкому звання дійсного члена НТШ у філологічній секції (від 16 листопада 1932 р.), звання почесного члена товариства «Просвіта» у Львові (від 9 січня 1926 р.). В експозиції є копія свідоцтва хрещення Б. Лепкого, в якому зазначено

дату народження митця: 4 листопада 1872 р. (документ засвідчив греко-католицький парохом с. Крегулець у 1890 р.).

Неоціненними скарбами музею є прижиттєві раритетні видання творів письменника. На даний час загальний музейний фонд нараховує більше трьох тисяч предметів, із них 236 – рідкісна книга. На різних ювілейних імпрезах, що відзначав музей, його шанувальники дарували цінні книги письменника. Це п'ять томів роману «Мазепа» (1959 р.) (дарунок Х. Постолян (Англія)), повість «Крутіж» (1941 р.) (дарунок І. Герети) та «Перша читанка» (Буквар) для народних шкіл 1918 р. видання, що уклали А. Крушельницький, Б. Лепкий, О. Попович (дарунок С. Яценко). Але основу шести експозиційних залів музею склали книги, інші архівні матеріали, передані д-ром Р. Смиком (США).

«Як істинний музейник д-р Р. Смик упродовж 12 років діяльності музею дбав про поповнення його фондів, зміст експозиції, рівень оформлення. Кожен його приїзд в Україну дарував пізнання нових лепківських джерел» [17]. У 2003 р. вийшла ювілейна збірка на пошану подвижника української культури д-ра Р. Смика «Лежить на серці доля України», де поміщена бібліографія раритетних видань Б. Лепкого, переданих з його благодійної руки в музей. Окрім вже згаданих видань Б. Лепкого, що знаходяться в експозиції, сюди відносяться збірки оповідань «По дорозі життя» (1905 р.), «Кара та інші оповідання» (1905 р.), поезій «Над рікою» (1905 р.), «Писання» у двох томах (1922 р.), «Веселка над пустирем» (1930 р.) та ін. Настільною книгою для всіх категорій читачів стала монографія професора Василя Лева «Богдан Лепкий. Життя і творчість» (1976 р.). Літературознавча лепкіана представлена у музеї нарисами «Богдан Лепкий» Є.-Ю. Пеленського, «Золота Липа. Ювілейна збірка творів Б. Лепкого з його життєписом, бібліографією і присвятами» (1924 р.) З. Кузелі. Більшість цих раритетних видань д-р Р. Смик привіз із США, але чимало з них були куплені у бібліофілів Львова, Стрия, Києва [17].

У фондах музею є книги, подаровані лауреатами Всеукраїнської літературно-мистецької премії ім. Братів Богдана та Левка Лепких, письменниками, науковцями, краєзнавцями, художниками: Р. Коритком,

Є. Безкоровайним, Б. Мельничуком, Г. Петруком-Попиком, П. Сорокою, С. Сапеляком, В. Вихрущем, В. Залізним, В. Качканом, Н. Білик, Н. Гавдиною, Б. Головином, М. Ткачуком, Р. Гром'яком, Б. Хаварівським, Г. Костів-Гускою, Н. Волинець, Я. Омеляном, У. Скальською та ін.

Багатоплановість експозиції, антропологічність, науково-освітній характер відповідно до сучасного комунікативного підходу в музеології сприяє тому, що задум експозиціонерів сприймається відвідувачами по-різному. Кожен побачить своє. Відтак комунікація на рівні міжособистісного спілкування, де один із суб'єктів є відвідувач, а другий – людина іншої епохи, віддаленої від сьогодення, виводить сприйняття музейної експозиції на новий емоційний рівень, дає можливість активно співпереживати, допомагає відвідувачу уявити себе на місці героя експозиції, відчутти історичний час із середини [11].

Таким чином, соціальний феномен Обласного комунального музею Богдана Лепкого в Бережанах, його комунікативний потенціал дає можливість заповнювати і трансформувати недосконалість генетичної пам'яті, обмеженість вербальної комунікації та інших ментальних можливостей людини. Зрозуміло, що комунікативним потенціалом володіє як безпосередньо сама музейна експозиція, так і всі види презентації. На базі експозиції в Національному музеї здійснюються різноманітні презентаційні проекти. Це, перш за все, – екскурсія. І якщо експозиція є результативним каналом музейної комунікації, то екскурсія – її ідеальною формою, типом. Вона поєднує вербальний і візуальний комунікативні канали та повністю відповідає схемі: адресант – повідомлення – адресат, де адресант і адресат-екскурсовод і відвідувач.

Музей має вагомий та різноманітний «екскурсійний портфель» – екскурсії оглядові, тематичні, навчальні, авторські, традиційні та новаторські.

Музейно-освітні програми не лише передають певну інформацію, а й створюють картину минулого, що сприяє вихованню патріотизму, формуванню національної ідеї.

Музейну експозицію слід розуміти як повідомлення. Ця комунікація, за твердженням відомого музеолога Ф. Вайдахера, не може відбуватися

самовільно, а має ґрунтуватися на фондах зібрання [10, с. 630]. Музейні зібрання дають набагато більше можливостей, ніж проста інформація або освіта, адже вони виконують функцію «соціальної пам'яті». Завдання музейного фонду не розповідати про уже відоме, а запропонувати нові знання, погляди, розуміння. Тому музейні фонди є основою комунікативної роботи музею, адже й автентична експозиція, й організовані на її базі освітньо-комунікативні проекти неможливі без багатих, науково атрибутованих та ретельно збережених колекцій. Водночас фонди – це не систематизований склад, не недоторканне сховище. Сучасні фахівці стверджують, що фонди мають «говорити» [9, с. 11].

Тому дуже важливим напрямом музейної комунікації є поповнення експозицій новими матеріалами, створення нових виставок, відкриття сховищ для глядача, а головне – поповнення колекцій, наукове комплектування. Метою комплектування як комунікативного каналу є виявлення, прийом, дослідження, атрибутування, надання інформації суб'єктам комунікації та ведення діалогу з ними [82].

Збереження рукописів, першодруків, творчого доробку письменника свідчить про вагому роль музею у популяризації життєвого і творчого шляху Б. Лепкого серед широких верств українського суспільства. За ці роки музей розвинув різноманітну діяльність: науково-дослідну, культурно-освітню, науково-експозиційну, видавничу та рекламну. Водночас, сформовано традицію проведення різнопланових заходів, спрямованих на залучення широкого кола відвідувачів. Музей завоював авторитет як провідний науково-дослідний та культурно-освітній центр в галузі лепкознавства [8, с. 34-35]. Музей відзначено численними грамотами, зокрема, Всеукраїнського товариства «Просвіта» ім. Т. Шевченка, Національної спілки письменників України, управління культури Тернопільської облдержадміністрації у номінації «Кращий музей».

2.2. Видавничі проекти музейної установи

Важливим інструментом музейної комунікації з відвідувачами, фахівцями, а також колегами є видавнича діяльність. У кожному музеї вона має власну історію і складає частину його інформаційної та комунікативної роботи. Музей, який бажає позиціонувати себе як національний і хоче увійти в історію та залишити пам'ятний слід, повинен активно працювати над оновленням видань. Якомога більше видань, публікацій і дописів стосовно музейної діяльності установи піднімає рейтинг музею не лише на локальному рівні, а й на національному. Також це показник рівня впровадження новітніх технологій в установі, його зв'язок із мережею Інтернет. Працівники мають бути заохочені до наукової діяльності.

Якщо інформація про музей не буде оновлюватись, не буде нових публікацій та досліджень, тоді про нього не почують і не прочитають відвідувачі, а це призведе просто до його занепаду та повного забуття.

Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в Бережанах має свій багаторічний видавничий напрям роботи. На думку Н.Стрілець, «видану музеєм друковану продукцію можна умовно поділити на такі групи: перевидання художніх творів Б. Лепкого, періодичні видання, бібліографічні покажчики, каталоги, збірники матеріалів конференцій, рекламна продукція» [57].

Загалом, у видавничому доробку музею є буклет «Великий син Золотого Поділля» (1996 р.), шість календариків, портрет Б. Лепкого, значок, вісім чисел літературно-мистецького альманаху «Жайвір» та бібліографічні покажчики. Зокрема, у 2012 р. упорядковано до друку видання: «Богдан Лепкий: відомий і невідомий: бібліографічний покажчик», «Надія Білик: лепкознавчі та культурологічні студії: бібліографічний покажчик». Музеєм видано книги: «Присвяти Василеві Стефаникові» (1997 р.), антологія у публіцистиці, поезії, пісні під назвою «Високе небо Богдана Лепкого» (2001 р.), «Лепкий Б. Цвіт споминів. Твори для дітей» (2002 р.), «Лепкий Б. Поезії» (2005 р.), «Лепкий Б.

Прозові твори» (2007 р.), «Лепкий Б. Казки» (2013 р.), кілька збірників матеріалів конференцій [57].

Першим видавничим проектом колективу музею стала підготовка спецвипусків літературно-мистецького альманаху «Жайвір» [22, 23], який видавали спільно працівники трьох бережанських музеїв – красзнавчого, книги, Б. Лепкого. Спеціальні числа часопису були присвячені річницям від дня народження та смерті Богдана Лепкого, його молодшого брата Левка та батька о. Сильвестра. У цих спецвипусках публікувалася інформація про нові надходження до фондів музею, цікаві факти з біографії діячів, наукові дослідження працівників музею та лепкознавців, досі невідомі широкому загалу світлини, поетичні твори, інформація про поїздки музейників лепківськими місцями тощо. Всього таких лепківських номерів «Жайвора» вийшло вісім. На жаль, через фінансові труднощі альманах припинив своє існування і музейникам в подальшому довелося обмежитись спецсторінками в районній газеті «Бережанське віче» [57].

Варто зазначити, що лепкознавством займаються не лише українці, ця тематика є близька вихідцям з України та закордонним науковцям (здебільшого в США). Музей активно веде міжнародне співробітництво і залучає зацікавлених особистостей до плідної співпраці.

До прикладу, у 2016 році на базі державного історико-культурного заповідника «Меджибіж» (Хмельниччина) відбувся другий регіональний музейний форум «Музей: храм муз – 2016», у якому взяли участь 18 музеїв та заповідників з 12-и областей України.

Для участі у форумі приймалися музейні програми, визначені одним із запропонованих організаторами тематичних напрямків (номінацій): музей у співпраці з територіальними громадами; музей у міжнародній співпраці; музей у співпраці з закладами і колективами культури; музей для людей з обмеженими можливостями і соціально незахищених; музей у співпраці з волонтерами; музей в інтернет-просторі [77].

Попередньо було обумовлено форми конкурсних музейних програм, а саме: музейна міні-експозиція; музейні наукові та рекламні видання: каталоги, презентаційні альбоми, оригінальні видавничі проекти; музейний фільм (візитна картка, презентація конкретного заходу, оригінальний музейний TV проект); музейна мультимедійна програма (музейний сайт, електронний каталог музейної колекції, ігрові проекти тощо); музейна просвітницька і популяризаційна програма, акція, захід.

На музейному форумі Тернопільщину представив Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в Бережанах музейним виданням 2015 року «Образотворча спадщина Богдана Лепкого». Автори видання: виконувач обов'язків директора музею Наталія Стрілець та мистецтвознавець з Тернополя Наталія Собкович, повернулися додому з неймовірними враженнями, збагаченим досвідом, масою ідей і з відзнакою – перше місце у номінації «міжнародне співробітництво». Відрадно, що достойне журі під головуванням пана Олега Погорільця, директора державного історико-культурного заповідника «Меджибіж», та у складі представників усіх музеїв-учасників форуму належно оцінили представлену роботу обласного музею Богдана Лепкого в Бережанах, який постав завдяки міжнародному співробітництву і успішно діє уже понад 20 років, прагнучи примножити і збагатити культурно-мистецьку скарбницю України [77].

Науково-дослідна робота є основою практично всієї діяльності бережанського музею і проводиться в широкому діапазоні, що зумовлено специфікою музейного закладу. Це – і наукове комплектування фондів, наукова організація обліку, збереження, консервації і реставрації колекцій. Завершальним етапом такої багатогранної роботи є ретельне дослідження пам'яток, що зберігаються у фондах, атрибуція, класифікація, систематизація, що дає можливість створювати каталоги, бібліографічні довідники тощо [57].

Окрім цього напряму, головними завданнями наукової роботи музею є вивчення всіх деталей біографії Богдана Лепкого, історії його краю та

актуальних проблем сучасності, музеєзнавства та теорії музейної справи, дослідження та наукова обробка музейних реліквій і колекцій, опрацювання тем і матеріалів, пов'язаних з експозиційною роботою, розробкою концепцій та концептуальних рішень. Також підготовчі етапи наукових експедицій по збиранню матеріалів, наукова робота, пов'язана з визначенням музейних предметів, виявлення середовища, в якому вони побутували, є невід'ємною частиною діяльності музею. Адже, тільки у комплексному поєднанні різних напрямів досліджень музей створює для відвідувачів можливість контактувати з першоджерелами, які представлені в експозиції та зберігаються в фондах.

Суто музейними видами наукової роботи є питання створення експозиції, збір музейних матеріалів та вивчення фондових колекцій. Основними видами діяльності в цьому напрямі є написання концепцій, тематико-експозиційних планів, вивчення окремих тем та підготовка до проведення експедицій, а також атрибуція, класифікація і систематизація музейних матеріалів багатотомної колекції, що сприяє розширенню джерельної бази і самої історичної науки.

Завдяки дослідженням музейних працівників у науковий обіг вводяться нові джерела з різної тематики історії рідного краю [57]. Головна цінність і, одночасно, складність введення в науковий обіг музейних колекцій полягає в тому, що музейні предмети – здебільшого той тип джерел, в яких інформація кодується інакше, ніж у звичних для історика писемних джерелах. Тому в результаті широкого використання музейних колекцій у наукових дослідженнях буде не тільки отримана нова інформація, а й збільшиться арсенал методів джерелознавчого аналізу [57].

Приділяють увагу наукові співробітники музею і розробці методичних посібників та рекомендацій, що розкривають як зміст і форми тих чи інших напрямків музейної роботи, так і методи наукової організації музейної роботи. Тут важливим є вивчення історії музею, питання наукового і архітектурно-художнього проектування експозиції, організації на наукових засадах екскурсійної та просвітницько-масової роботи.

Для проведення досліджень музей має і значну джерельну базу – велике зібрання творів духовного наставника, які визначають теоретичні й практичні завдання наукової діяльності. За сприяння куратора архіву Б. Лепкого, фундатора музею д-ра Романа Смика колектив музею здійснив багато перевидань творів письменника. Над цим багато років працювала перший директор музею Надія Дирда. За її задумом побачили світ: двотомник вибраних творів Б. Лепкого (Тернопіль, 2005), збірка дитячих творів митця у неповторному художньому оформленні «Цвіт споминів» (Тернопіль, 2002), збірка «Казок» з ілюстраціями відомої тернопільської художниці Наталії Собкович (Тернопіль, 2012), повісь «Казка мого життя» (Тернопіль, 2014). Працював колектив музею разом із Ф. Погребенником над укладенням збірника «Присвяти Василеві Стефаникові» (Тернопіль, 1997), у якому поміщено твори Б. Лепкий про В. Стефаника. У 2012 році композитор Євгенія Біркова спільно з музеєм письменника видала збірник «Ми віримо: хорові твори на слова Богдана Лепкого» (Тернопіль, 2012). Завдяки перевиданню художніх творів Б. Лепкого щораз більше число людей знайомилося із творчістю митця.

У музеї працює творчий колектив наукових співробітників, що мають досвід проведення наукової роботи і гідно виконують досить значний обсяг досліджень та їх використовують у своїй діяльності [57]. Зокрема, вони уклали бібліографічні покажчики різної тематики. Першим став покажчик «Богдан Лепкий (1872–1941)» (Тернопіль, 1997), підготовлений працівниками музею спільно з колективом обласної наукової бібліотеки. Його продовженням можна вважати покажчик «Богдан Лепкий: відомий і невідомий (1872–1941)» (Тернопіль, 2012), виданий до 140-річчя від дня народження письменника, міститься інформація про лепківські видання у фондах музею Б. Лепкого, обласної наукової бібліотеки, музею книги в Бережанах, обласного державного архіву, обласного краєзнавчого музею. У 2012 р. працівники музею уклали покажчик «Надія Білик: лепкознавчі та культурологічні студії» (Тернопіль, 2012).

У 2015 р. з нагоди 20-ї річниці з часу заснування музею видано брошуру «Дорога в двадцять років. Життя і праця» (Бережани, 2015). Окремо слід виділити укладений Т. Трембою каталог пам'яток на увіковічення Богдана Лепкого (Бережани, 2000), у якому зібрано інформацію про пам'ятники та пам'ятні таблиці письменнику в Україні.

Таким чином, актуальним і сучасним завданням у царині музейної видавничої діяльності як одного з комунікативних напрямів є випуск не лише наукових збірників та видань, а й популярних, адресованих усім групам музейної аудиторії, навіть найменшим. Тому музей активно запроваджує і випускає фотоальбоми, проспекти, брошури, календарики, открытки тощо.

Щорічно музей приймає понад 10 тисяч відвідувачів, які по-новому відкривають для себе особистість Богдана Лепкого. Стіни міської ратуші радо приймають гостей зі всього світу. В цьому будинку, де вчився і вчив Великий Син Золотого Поділля, й досі витає дух особливого поетичного світосприймання. Тут можна почерпнути особливий настрій для творчості та людського спілкування.

Працівники музею не обмежуються організацією та проведенням екскурсій, але й займаються пошуково-дослідницькою роботою. З метою популяризації життя та творчості письменника проводяться масові заходи різних форм: літературні уроки, вечори, зустрічі з письменниками, лауреатами Всеукраїнської літературно-мистецької премії ім. Братів Богдана та Левка Лепких, наукові конференції, поетично-пісенні фестивалі, ювілейні святкування, різдвяні й великодні зустрічі, оформлення і представлення книжково-ілюстративних та художніх виставок. Згодом окреслені заходи представлено у чисельних публікаціях на сторінках української преси.

Підводячи підсумки, можна стверджувати, що підхід до музейної роботи як комплексної форми комунікації належить до магістральних напрямів музеологічної думки та важливого евристичного способу оновлення музейної теорії та практики. Загалом, усі музейні видання – це комунікація, адже через них читач віртуально повертається до музею. Через призму того, як сьогодні

музей документує історичний процес, як інтерпретує постать Богдана Лепкого, як відбирає, експонує музейні предмети, як фіксує факти в музейних виданнях, сучасники і нащадки будуть сприймати і оцінювати певні історичні періоди. Це має вагоме значення у формуванні історичної пам'яті народу.

2.3. Аналіз офіційного веб-сайту музею

Сьогодні можемо прослідкувати досить стрімкий розвиток мережі Інтернет, як комунікаційної складової суспільства, і це ні в кого не викличе сумнівів. Переступивши межу окремої технології, він все активніше виступає в ролі одного з найважливіших чинників соціокультурного життя. Цифри описують цю ситуацію більш точно: до середини 2008 р. кількість людей, що постійно використовують Інтернет в своєму буденному житті та на роботі в цілому складає, за даними InternationalDataCorporation (IDC), приблизно 1,4 млрд. осіб, тобто 1/4 від загальної кількості населення на планеті Земля. [83] Як повідомляється на офіційному сайті Державного комітету зв'язку та інформатизації Міністерства транспорту і зв'язку України: станом на січень 2009 р. з різною періодичністю мережею Інтернет користуються близько 10 млн. мешканців України [83].

Всесвітня павутина (WorldWideWeb) спричинила реальну революцію в середовищі інформаційних технологій і бум в розвитку Інтернету багато в чому залежить від здатності накопичувати і розподіляти величезну кількість документальних масивів, які, взаємодіючи між собою, створюють безкінечний гіпертекст. У 1965 р. американський соціолог та спеціаліст у сфері інформаційних технологій Теодор Холм Нельсон опублікував свою першу роботу «A File Structure for the Complex, the Changing and the Indeterminate», в якій було викладено його ідеї щодо пов'язаних текстів, і в якій він вперше застосував термін «гіпертекст» і для нелінійних документів. «Керуючись ідеями, характер яких є літературним, а не лише технічним, ми створили

систему для зберігання і пошуку тексту, в якій введено різноманітні взаємозв'язки та «посилання» [60].

Створений таким чином глобальний інформаційний простір, або універсальна глобальна інформаційна сфера, не має упорядкованого контролю і є власністю всього людства, її розмах й поглиблення опирається на багатогранну комунікацію і залежить від впроваджених ідей окремих користувачів.

Отже й представництво, або «інформаційна присутність», музею у Всесвітній мережі відкриває доступ до нового, дуже перспективного і глобального каналу отримання (вивчення, аналітика), збуту (реклама, популяризація, презентація) та обміну (координація) інформацією, який діє безперервно і забезпечує саме широке географічне охоплення і можливість здійснювати двосторонні і багатосторонні професійні комунікації, формувати широку цільову аудиторію, інтенсифікувати інтеграцію у вітчизняне та світове музейне співтовариство, а такої активно використовувати додаткові можливості для фандрейзінгу [55].

Аналіз сайтів дає можливість стверджувати, що представлення у віртуальному просторі продовжує залишатися нагальним завданням для музеїв та колекцій закладів вищої освіти Західної України. Адже саме веб-сайт є інструментом, який дозволяє своєчасно передавати відвідувачам інформацію про можливості огляду експонатів, виставок, цікаві події. Він набуває особливого значення, якщо врахувати, що інформація може бути розміщена не тільки у вигляді простого тексту, але і за допомогою мультимедіа, прикладом яких є аудіовізуальні записи, віртуальні тури і цифрові архіви.

Зараз музеї та їхні веб-сайти вважаються багатопрофільними освітніми центрами. Вони можуть служити для різних цілей, зокрема, в якості навчальних матеріалів для викладачів і студентів, організації досліджень у найрізноманітніших областях. Адже студенти вчать краще, коли вони «занураються в систему навчання та передачі знань».

Обласний комунальний музей Богдана Лепкого також має свою офіційну сторінку в мережі Інтернет (Див. додаток 1). В основі роботи сайту лежить максимальне зближення структури музею, як соціальної інституції, із структурою музейного сайту, завдяки чому висвітлюються всі сторони життя і діяльності музею. Саме інформаційне поле сайту виходить за межі музейної діяльності і тяжіє до поступового розростання, поглинення супутніх інформаційних сфер, утворюючи, таким чином, внутрішню складну систему посилань, які у свою чергу формують загальногалузеву енциклопедію.

Зайшовши на сайт, можна із легкістю віднайти необхідну інформацію. Сайт має «Головну» стрічку, де постійно оновлюється інформація про найближчі події та святкування. Колектив музею завжди старається здивувати відвідувачів, підбираючи цікаві привітання та грою слів зацікавлює людей до співпраці. Відвідавши рубрику «Про музей», можна почерпнути необхідну інформацію про заснування музею, його поточну діяльність, ознайомитись із персоналом установи та навіть подати запит на віртуальну екскурсію музеєм, для цього необхідно лише хороше підключення до мережі Інтернет та бажання дізнаватись та відкривати нові речі.

Також можна більше дізнатись про «Видавничу діяльність» музею та переглянути статті науковців, що безпосередньо займаються даною тематикою. Ще одним плюсом сайту є розміщена «Фото- та відеогалерея», що дозволяє глядачу з легкістю зануритись у зовсім інший вимір, не виходячи при цьому з власної домівки.

Можна дізнатись про експозиційні зали, як вони розміщуються та скільки їх налічується. Також зручним є розміщення на сайті інформації про те, де музей знаходиться та як до нього дістатися. Сайт працює у двосторонньому режимі комунікації із відвідувачем, адже має таку рубрику як «Книга відгуків», де з легкістю можна запитати про необхідну інформацію або просто залишити свій коментар щодо діяльності музею, можливо, навіть надати рекомендації щодо покращення роботи. Всі ідеї обробляються і втілюються у життя.

Ще однією складовою концепції сайту є абсолютна відкритість ресурсу, яка передбачає можливість безперешкодного ознайомлення із результатами діяльності працівників музею, його загальним надбанням. [81]

Важливу роль відіграє безперервне оновлення сайту за рахунок додання нових матеріалів, особливо в рубриці «новини», оскільки саме це формує інформаційний імідж музею, як інституції, що знаходиться у постійному розвитку і діє у контексті сучасності. Із розвитком RSS-технологій, які дозволяють експортувати у Всесвітню мережу стрічки новин з окремого сайту, або з їх певної кількості, стає актуальним максимально ефективно використання будь-якого інформаційного приводу, пов'язаного з музеєм та його діяльністю [80].

Невід'ємною складовою обслуговування сайту є SEO (searchengineoptimization) – комплекс заходів з пошукової оптимізації, який передбачає, перш за все, створення семантичної матриці сайту. В рамках SEO для кожної сторінки складаються «метадані» – перелік ключових слів і стислий опис матеріалу (своєрідний текст про текст, або інформація про інформацію). Для покращення результатів пошукової оптимізації музейними співробітниками регулярно здійснюється оптимізація структури меню і заголовків матеріалів, внутрішня перелінковка, стилістичне оформлення текстів, реєстрація в каталогах, обмін посиланнями тощо [75].

Отримавши величезний список сайтів за певними ключовими словами на пошуковому сервісі, користувач починає їх швидко переглядати. Будь-який дріб'язок, незрозумілий користувачеві, приведе до того, що він звернеться до іншого сайту. Проектувальники, розміщуючи елементи, часто розраховують на те, що користувач буде їх так само старанно читати. Насправді, користувачі переглядають сайти «по діагоналі» і найчастіше обирають не оптимальний варіант, а той, який привернув увагу.

Отже, ми гадаємо, створюючи музейний сайт, розробники виходили із розуміння, що він має бути органічним продовженням музею в інформаційному просторі, розгортатися в якості багатофункціональної комунікаційної системи,

покликаної виконувати ряд суттєвих завдань музею як соціокультурної інституції. На наш погляд, розробникам вдалося створити зручний у користуванні сайт з великою кількістю гіперпосилань, що робить його більш сучасним та просунутим. Для залучення більшої кількості відвідувачів сайту варто би було його розрекламувати, адже успіх кожної установи чи продукту залежить від вдалої та конструктивної реклами. Це питання, яке потребує чималого фінансування і через будуть виникати певні труднощі на шляху до його модернізації та представленні більш широкому загалу.

Доцільно було би розробити універсальний логотип музею Богдана Лепкого, це допоможе з легкістю ідентифікувати його серед інших музеїв. Адже логотип відображає напрям діяльності сайту. Якщо неможливо підібрати картинку за змістом, то краще як логотип використати тільки буквену назву. Добре доповнити логотип слоганом, який кількома словами описує, чим даний сайт або установа займається. Але навіть відомі компанії завжди планують залучати нових клієнтів, і тому такий слоган не перешкоджає відвідувачам, які зайшли на сайт уперше. Слоган повинен складатися з 5–7 слів, бути інформативним [78].

Питання, які не повинні виникати у потенційного користувача під час перегляду веб-сторінки: як тут усього багато, звідки мені почати? Чому це так називається? Чи можна сюди натиснути? Це одне посилання або два? Що найголовніше на цій сторінці? Люди не будуть користуватися сайтом, якщо їм не зрозуміло як по ньому переміщатися. Виняток можуть становити тільки сайти, які надають дуже рідкісні послуги, або ексклюзивний контент. З навігацією на сайті обраного музею все гаразд і ми з легкістю можемо віднайти необхідну нам інформацію за допомогою рубрик та розділів. Основні навігаційні елементи нашого сайту: назва сайту, назва сторінки, розділи, підрозділи, покажчик місцезнаходження, локальна навігація, сервіси, зменшена текстова версія всієї навігаційної системи.

Наявність веб-сайту кожної установи або закладу культури на сьогодні є обов'язковою умовою успішної діяльності. Актуальність веб-сайту

обумовлюється можливістю оперативно розміщувати офіційну інформацію щодо діяльності закладу освіти, методичної служби або органу управління освітою. Отже, якщо сайт простий, зручний і зрозумілий, користувач буде вважати, що такими є продукти або послуги, які йому пропонуються.

Висновки до розділу 2

Музей в сучасному світі є не лише місцем збереження, обліку та вивчення пам'яток культури. Сьогодні музей – це культурно-освітній заклад, який ставить перед собою, окрім специфічних професійних завдань, також широкі наукові, просвітницькі, науково-освітні, естетичні та виховні завдання. Можна стверджувати, що сучасний музей – це своєрідний центр духовної культури майбутнього. Таке розуміння ролі і місця музею в останні десятиліття зробило актуальним сприйняття музею, як цілого соціального інституту з його багаточисленними функціями, напрямками, формами в їх органічній взаємодії. З основних напрямів музейної діяльності особливо визначається його наукова, експозиційна та освітньо-виховна діяльність.

Завдяки подвижницькій діяльності д-ра Романа Смика нині в Бережанах функціонує один із кращих музеїв Тернопільщини. Оригінальність експозиції Обласного комунального музею Богдана Лепкого створюють першодруки творів письменника, автографи та ксерокопії рукописів митця, документи, прижиттєві світлини, живописні й графічні роботи Лепкого-художника, мистецька колекція родини. Ретельно підібрані музейні експонати з особового архіву митця не лише відтворюють маловідомі сторінки життя й діяльності визначного представника українського національно-державного відродження, а й допомагають повніше відобразити колорит минулої епохи.

Протягом двадцяти років діяльності музею Богдана Лепкого в Бережанах завдяки сумлінній праці працівників музею підготовлено до друку чимало проектів: перевидання художніх творів письменника, наукові дослідження експонатів музейної колекції, збірники матеріалів конференцій, бібліографічні покажчики, путівники, буклети, каталоги, рекламну продукцію тощо. Ці видання стали цінними надбаннями бібліотек, архівів, музейних фондів, приватних книгозбірень не лише в Україні, а й закордоном.

Оригінальним є веб-сайт музею, що допомагає відвідувачам слідкувати за подіями та оновленнями музею віртуально. Сайт є досить зручним для

розуміння користувачам. Вся інформація чітко структурована та розділена по колонках та розділах. Актуальною є колонка про постійні заходи в музеї, що дозволяє відвідувачам бути в курсі усіх подій.

Для учасників навчально-виховного процесу веб-сайт – це можливість швидко отримати необхідні методичні та навчальні матеріали, інформацію про заклад (установу), а також широке поле для обміну досвідом, ідеями. Веб-сайт освітнього закладу (установи) – це засіб для налагодження взаємодії із органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, засобами масової інформації, поріг для входження в національний і світовий освітній простір. Дієвий веб-сайт закладу культури, особливо в умовах недофінансування, відкриває нові можливості в організації навчального процесу, оскільки сучасні інформаційно-комунікаційні технології дозволяють застосовувати дистанційне (електронне) навчання.

РОЗДІЛ 3

РЕКОМЕНДЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ РОБОТИ МУЗЕЙНИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ

3.1. Музейний менеджмент – запорука успішної діяльності музею

В умовах глобалізації та євроінтеграції суспільних процесів, музейні заклади України усвідомлюють, що для запобігання фінансового краху та підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку дозвілля, необхідно боротися шляхом перейняття методів управління, які практикують комерційні підприємства. Пошук шляхів оптимізації системи управління та організації музейної діяльності та персоналу в спеціальній літературі отримало назву «музейного менеджменту», а освоєння музеями додаткових джерел фінансування – музейного маркетингу [51, с. 12].

Взагалі визначення «музейного менеджменту» з'явилось більше ніж 20 років тому та являє собою цілісну систему знань про теорію і практику управління музеєм та музейними працівниками. Він координує всі зусилля на планування діяльності, управління проектами і програмами, музейний маркетинг, фандрейзинг, інформатизацію, PR – діяльність та рекламу. Системні та практичні підходи до управління сприяють ефективній реалізації музеїв у соціокультурному середовищі.

Поняття «музейного менеджменту» в Україні лише набуває масового поширення. Зараз, актуальним завданням модернізованого українського музейного менеджменту є допомога в популяризації національної культурної спадщини, а також створення схвального культурного статусу нашої держави. Обов'язковими компонентами музейного менеджменту є всім відомі сучасні інформаційні технології. Інформаційні технології у прогресивному XXI столітті пронизують абсолютно усі сфери функціонування музею: від комунікаційного

менеджменту й електронної комерції до звичної експозиційної діяльності [38, с. 219].

Сучасні інформаційні технології (ІТ) можуть організувати розвинену інформаційно-комунікаційну структуру, що міститиме у собі не лише суцільну комп'ютеризацію та інформатизацію музею, але й систему постійно активних комунікативних зв'язків та обмін інформацією в рамках держави і глобальних мережових альянсів і партнерств.

Сьогоднішній розвиток технологій та їх активне впровадження у різноманітні сфери людського життя все більше актуалізує проблему формування інформаційної культури суспільства, що має на меті застосування нових підходів у роботі різного плану культурно-просвітницьких та науково-дослідних установ. Значну сходинку у втіленні таких методів належить музеям та закладам, наближених до музейного типу, які сьогодні із сховищ приватних колекцій поступово переформатувалися на центри науково – просвітницьких досліджень, а згодом – і заохочувальної роботи, не втрачаючи при цьому своїх попередніх функцій [69, с. 231].

Просте збирання та зберігання певних предметів музейного значення вже не є недостатніми. В нових умовах розвитку музей націлений на просування як один із найважливіших культурних центрів, а уся музейна мережа перелаштовується на автономний культурно-господарський тип. Тобто це вже зовсім не той звичний музей, що був у недалекому минулому. Музей починає ставати більш відкритим до оточення, здатним перейняти в свою систему все, навіть сучасну діючу установу. Щоправда і, на жаль, в процесі сучасної музейної справи музейний менеджмент часто пересікається з проблемою незатребуваності свого “продукту”. Ця проблема наштовхує на переосмислення та активніше впровадження інформаційних технологій в музеях як інструменту для розвитку, і зокрема – заохочення нових аудиторій і нових ринків для вже існуючих в арсеналі музеїв інформаційних ресурсів, а також – як знаряддя створення нових пропозицій та умов.

Стають різноманітними методи роботи, аналізується і запозичується набутий роками досвід Заходу по процесу комерціалізації музейної діяльності, тобто починають вдосконалюватись традиційні системи управління і структури музею. Національними еталонами такої управлінсько-комунікативної інформаційної системи є національні музейні мережі (банки даних) такі як «MONARCH» (Велика Британія) та «MERIMEE» (Франція) [72, с. 352].

Сьогодні, у великій кількості музеїв вже накопичився досвід роботи з інформаційними технологіями, з такими інструментами як розвиток мультимедійної одиниці, оцифрування музейних фондів, створення та контроль баз даних. Особливої цінності набуло запровадження автоматизованих систем, розроблених для покращення та пришвидшення роботи у музейних установах.

Такими автоматизованими системами є:

- НІКА-Музей (сучасна ефективна інформаційно-довідкова система);
- КАМІС (облік, зберігання, каталогізація експонатів, підготовка експозицій та виставок, запровадження інформаційних систем для відвідувачів);
- TicketNet-M (повноцінне обслуговування відвідувачів);
- ІРБІС (система швидкісної автоматизації бібліотек) тощо.

Відносно цієї ситуації Гураль Р.І. зазначає, що «переробка таких систем до належного рівня або займає багато часу, або має дуже високу вартість, що як правило спонукає до замовлення баз даних, написаних виключно під вузькі потреби певної конкретної установи, а для зручного користування відвідувачам передбачається внутрішньокорпоративний портал на сервері, доступ до ють лише працівники установи» [15, с. 608].

Новітні технології, залучення комп'ютерних продуктів до повсякденної роботи відкривають в свою чергу широкі можливості для проведення віртуальних інтерактивних презентацій та виставок, звісно ж у режимі on-line. Втілення в реальність ідеї «віртуального музею» з використанням унікальних музейних деталей, гравюр, кінодокументів відкриває можливість створити зовсім нову

музейну експозицію, що не тільки в повній мірі забезпечує зорове сприйняття матеріальних пам'яток культури, а й підкріплена потрібними звуковими ефектами й анімаціями, а також можливостями тактильних відчуттів. Це безпосередньо є значним поштовхом до накопичення великої кількості музейних представництв в Інтернеті, тобто веб-сайтів.

За підрахунками порталу «Музейний простір України», своє представлення в мережі Інтернет мають більш ніж 200 вітчизняних музеїв, хоча всього невелика їх частина створені за вимогами й рекомендаціями музейного проектування [77].

Тому, підсумовуючи, можна сказати, що доба інформаційно-технологічного перелому презентує нові вимоги до музеїв, що потребує:

- активного запровадження інноваційних проектів в установах;
- розвивати кваліфікованих фахівців в сфері музейного менеджменту, маркетингу;
- застосування модернізованих інформаційних технологій;
- створення віртуальних музеїв, для ознайомлення з музеєм в режимі on-line.

Тому музейні установи повинні йти в ногу із часом, адже сьогодні від них вимагають максимальної участі в рішенні актуальних проблем суспільства, а також відповіді на болючі запитання, які висуває соціум [77].

3.2. Інноваційні технології в інформаційній діяльності музеїв

Сьогодні традиційні музеї, експозиції в яких створюються за тематично-жанровим принципом, вже не здатні виконувати головного завдання: пробуджувати активність широкої публіки. Тому на зміну таким музеям приходять нові форми інноваційних музеїв, такі як віртуальні музеї, екомuzeї (раніше згадували), музеї транснаціональних культур, національних меншин, та інші. Також удосконалюються музейні комплекси, модернізуються традиційні музеї, створюються нові форми роботи з відвідувачами.

З інформаційним розвитком суспільства постійно зростає кількість людей, що надають перевагу мережі Інтернет порівняно із звичайним телебаченням, радіо чи пресою. Тобто зараз сучасні інформаційні технології є невід'ємним компонентом музеїв. Музеї застосовують новітні цифрові технології для поширення інформації про фонди. Експонати оцифровуються, створюються бази даних про зібрання і колекції для широкого загалу. Також сучасні музеї застосовують новітні підходи до організації музейних приміщень та експозиційного простору; маркетингові комунікації, які популяризують музей, визначають його роль у культурному середовищі та налагоджують зв'язки з відвідувачами (музейний менеджмент та музейний маркетинг).

Автоматизована інформаційна система в новітньому музеї – це складний, багатогранний комплекс, для кожного окремого музею активна функціональна структура створюється індивідуально, виходячи із особливостей колекцій та конкретних можливостей, формуються бази даних про основні колекції, відпрацьовуються шляхи взаємодії користувача і комп'ютера [38, с. 22].

Починаючи з 1990-х рр., вітчизняні музеї засвоюють інтерактивні технології, які пропонують відвідувачу самотійно, вільно і творчо проявляти себе і взаємодіяти у музейному просторі, змодельованому музейниками. Інтерактивні технології відкривають можливості креативним відеошоу, панорамним проєкціям, віртуальним реальностям, аніматроніксам тощо [16, с. 111-117].

Одним із видів інноваційних музеїв є віртуальний, в якому експозиційний матеріал знаходиться в електронному просторі та доступний для широкого кола відвідувачів. Віртуальні музеї представляють собою вдалий приклад застосування інтернет-технологій для вирішення проблем зберігання, безпеки і широкого, швидкого та легкого доступу до експонатів [68, с. 24].

Головною його особливістю є те, що людина без великих затрат та долань значних відстаней, може відвідати музей, навіть побувати на його віртуальній екскурсії. Проте навіть ті люди, які можуть собі дозволити такі подорожі, не в змозі досягнути всієї інформації, що міститься в музеях хоча б однієї країни чи навіть одного міста. Наприклад, музейні фонди України містять понад 12 млн.

експонатів. На перегляд у музеях виставляється лише невелика кількість експонатів, а інша, набагато більша частина, зберігається в музейних сховищах. Така ситуація зумовлена, по-перше, нестачею місця для проведення нових виставок в приміщеннях музею чи інших пристосованих для цього приміщеннях, а, по-друге, умовами зберігання експонатів, оскільки багато з них дуже чутливі до різних природних чинників, а недотримання умов зберігання може спричинити їх повну або часткову руйнацію.

Перші вебсайт-музеї стали з'являтися в Інтернеті в 1991 році. Спочатку віртуальні музеї були сайтами реальних музеїв, але незабаром стали з'являтися і персональні вебсайт-музеї. Проте не будь-який набір фотографій має право називатися віртуальним музеєм. Цифрова колекція такого музею повинна мати дві відмінні характеристики: віртуальний тур, просунутий пошук. Один з кращих у світі віртуальних музеїв – Державний Ермітаж (Санкт-Петербург, Росія). [72, с. 352].

У концепцію віртуального музею закладено принцип, згідно з яким колекції експонатів повинні бути доступні для перегляду будь-який момент часу. Навіть після закінчення виставки виставкові колекції можуть бути переглянуті. Приклади віртуальних музеїв в Україні: Києво-Печерський національний історико-культурний заповідник (м.Київ); Національний заповідник «Софія Київська» (м. Київ); Національний музей медицини України (м. Київ); Національний художній музей України (м. Київ); Одеський музей нумізматики; Львівський музей історії; Бахчисарайський історико-культурний заповідник (АРК); Музей космонавтики імені Сергія Корольова (м. Житомир); Національний заповідник «Хортиця» (м. Запоріжжя).

Створюються також транскультурні музеї, які інтегруються у національну історію країни, в якій знаходяться. Наприклад, у 60-70-х рр. ХХ ст. в країнах Європи і Північної Америки відкриваються музеї Голокосту. Після падіння Берлінського муру з'являються музеї, які висвітлюють злочини комуністичної влади, наприклад Музей терору (Угорщина), Меморіальний музей жертв комунізму (Румунія), Музей Штазі (Німеччина).

Відкриваються музеї, завданням яких є інтеграція національних меншин у суспільство, подолання расової упередженості (наприклад, Міжнародний музей рабства у Ліверпулі) [75].

Щодо музейних комплексів нового типу можна віднести музейні квартали і міста. Музейні квартали – це комплекси будівель, які розташовані в основному в історично-сформованій забудові і являють собою певний архітектурний ансамбль та виражають певну єдність і цілісність. Прикладами музейних кварталів є комплекс музеїв Ватикану, квартали мистецтв у Відні, Києві, Москві та інших містах [75].

Також до музейних комплексів нового типу можна віднести міста-музеї – міста чи містечка, які являють собою єдиний архітектурний та мистецький комплекс, що є певною цілісністю, всі об'єкти в якому існують нерозривно один з одним. До таких міст-музеїв можна віднести місто Львів, Переяслав-Хмельницький, Флоренцію (Італія), Дубровнік (Хорватія), Несебр (Болгарія).

Інноваційними також можна вважати музеї сучасного мистецтва, які образно називають «музеями постійно плинних мистецьких виставок». Вони ведуть активну (агресивну) маркетингову політику завоювання споживчого ринку й за допомогою PR-технологій прищеплюють (а іноді навіть нав'язують) суспільству еталони і модні новинки сучасного культурного життя цивілізації, осередками-репрезентантами якого являються самі [78].

Найактивнішими у цьому плані є Нью-йоркський музей «Метрополітен», Центр сучасного мистецтва імені Ж.Помпиду в Парижі та Музей сучасного мистецтва в м.Бордо, а особливо глобальна мережа музеїв сучасного мистецтва Соломона Гуггенхайма (у Нью-Йорку і Лас-Вегасі (США), Венеції (Італія), Берліні (Німеччина), і Більбао (Іспанія)). В Україні до таких музеїв можна віднести Pinchuk Art Center у м.Києві.

Також слід зазначити, що архітектура сучасних музеїв поступово почала відходити від стереотипу музею-палацу. Реакцією на змінність експозицій стала категорична відмова архітекторів від фіксованих просторів та поява недиференційованих експозиційних просторів. Тобто поступово традиційні музеї

почали змінюватись, удосконалюватись; почав збільшуватись та оновлюватись їхній експозиційний матеріал. Ці зміни пов'язані із прізвищами таких винахідників «нової архітектури»: винахідників «нової архітектури»: француза Ле Корбюз'є, американця Френка Ллойда Райта та німця Людвіга Міс Ван дер Роє [78].

Для того, щоб побудувати цікаву експозицію, яка органічно вписуватиметься у межір виставкової зали потрібно застосовувати поєднання науки й естетично-мистецьких канонів. Зрозуміло, що популярність виставки серед екскурсантів залежатиме від дизайну майбутньої експозиції. За основу побудови музейних експозицій основним залишається принцип наукової репрезентативності, а в добу інформаційного суспільства актуальною проблематикою експозиційної діяльності теперішніх музеїв є мотив утримати рівень суспільної зацікавленості, актуальності й популярності установи серед відвідувачів та зацікавлених особистостей.

Наші західні сусіди вирішують цю проблему шляхом постійного та своєчасного оновлення експозиції. Американські музеї є лідерами в напрямку постійног оновлення своїх. Музеї сучасного мистецтва Америки задають тон музейних інновацій, в яких експозиції зазнають пристойних змін кожні три – п'ять років [77].

Набирає поширення в роботі музеїв така сучасна технологія як голографія, вона являє собою об'ємне відображення предметів на фотопластинці (голограмі) за допомогою випромінювань лазера, це дає можливість відвідувачам ознайомитись з об'ємними образами експонатів, які знайшли своє місце в інших музейних колекціях, тепер навіть створюються і організуються виставки голографічних зображень. Прийняття інноваційних рішень, застосування 3D-технологій підняло на вищий рівень комунікаційні можливості музею. Застосування у музейній сфері інтерактивних проекцій, 3D-рисуноків, 3D-сканувань дає унікальну можливість відтворити пам'ятку, місце її розташування в будь-якому іншому музеї, ближче познайоми відвідувачів музею із соборами,

храмами, іншими важливими історичними будівлями, які були частково пошкоджені або повністю зруйновані [67, с. 19].

Нова модна тенденція – інтерактивна проекція 3D-фіксація людини в її природню фізіологічну величину. Можна взяти за приклад історичний музей Дніпропетровська, де віднедавна діє нова експериментальна програма – електронний гід або екскурсовод: голограма юної дівчини, яка 2,5 – 3 хвилини натхненно розповідає відвідувачам основні деталі про експозицію, зали і персоналії. Працівники музею досліджують реакцію відвідувачів на нове технічне диво та мають на меті збільшити кількість інтерактивних екскурсоводів до десяти, тобто по одному гідові в кожному окремому залі. Така технологія інтерактивності є привабливою не лише для гостей музею але стає найпопулярнішою тенденцією розвитку музеїв.

Перспективним віянням у розвитку музейної справи є активне використання Інтернет-технологій, що відкривають чималі можливості для двосторонньої комунікації музею з широкою цільовою аудиторією музею, знайомство їх з матеріальним і духовним культурним накопиченням, збільшенням контактів, інтеграція у міжнародне музейне співтовариство [65, с. 183].

В мережі Інтернет представлено не один десяток музеїв світу, ми з легкістю можемо дізнатися основні новини, не виходячи з дому, не говорячи вже за перетин кордонів. Музейні сайти набувають все більш масштабного інтерактивного характеру, відрізняючись змістом і якістю виконання, включають ключову інформацію, притягують наче магнітом відвідувача до спілкування з музеями через анімовані плани і схеми, відеопанорами, зручні пошукові дивайси, ігри, комунікативні чати, он-лайнкову торгівлю квитками, книгами, сувенірами тощо. Все ж таки, проаналізувавши статистику, більшість музейних сайтів представляють собою короткий путівник – гід музеєм, іноді доповнений інформацією та новинами про поточні та майбутні виставки. Природньо, що на сайті висвітлена історія музею, загальна інформація для відвідувачів, поточна експозиція та виставки – рідше, навчальні програми і наукова інформація – трапляється лише в одиничних випадках. Українські музеї тільки починають

впроваджувати такий новітній сервіс на своїх сайтах як віртуальна екскурсія, це є одним із додаткових способів підвищити рейтинги відвідування веб-сайту музею, запропонувавши натомість користувачеві унікальну захоплюючу подорож, для прикладу, екскурсію по фондах, освітні програми для школи тощо [68].

Сьогодні одним із лідерів за кількістю відвідувань поміж українських музейних ресурсів є сайт Дніпропетровського історичного музею ім. Д. Яворницького, який у 2008 р. отримав гран-прі у номінації «Музейний сайт в Інтернеті» на Другому Всеукраїнському музейному фестивалі.

Щодо останніх технічних ноу-хау в Україні є QR-коди. У 2013 р. На території України в Музеї історії Києва, Музеї російського мистецтва, Національному музеї мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків, на пам'ятках архітектури Києво-Печерського заповідника встановлені сучасні QR-коди. Схема діє так, потрібно сфотографувати QR-код на мобільний телефон, згодом ти отримуєш доступ до інформації про об'єкт, що зацікавив. Варте уваги, що ініціативу розробки та розміщення QR-кодів виголосила не адміністрація, а працівники науково-дослідного відділу мультимедіа технологій Києво-Печерського заповідника, які до того ж розробили цей спеціальний Інтернет-ресурс, який з легкістю дозволить туристам ознайомитися з історією пам'яток не лише українською та російською але й англійською мовами [60, с. 204].

3.3. Роль музеїв у соціокультурному та економічному житті країни: зарубіжний досвід

В усіх високорозвинутих країнах Європи галузь культури прийнято вважати не всього тільки соціокультурним складником в житті кожного сучасного громадянина, але й значним показником соціально-економічного розвитку. Сфера культури виділяється як один із чинників формування конкурентоспроможності країни в теперішньому глобалізованому світі. Культура – це основна складова, на

яку посилаються розв'язанні соціальних, економічних і навіть політичних проблем [52, с. 164].

Музей – багатofункціональна скарбниця соціально-значущої інформації, призначений для збору та зберігання цінностей, що мають в собі культурне, історичне, природниче й наукове значення. Цей процес відбувається шляхом накопичення та розповсюдження знань через глибоке дослідження і демонстрацію особливо ціннісних пам'яток матеріальної культури. Такі міжнародні організації як Міжнародна рада музеїв (ICOM), Міжнародна рада з питань пам'яток і визначних місць (ICOMOS), Панєвропейська федерація культурної спадщини (Europa Nostra) координують всі зусилля країн з труднощами використання самих музеїв як установ, туристичних надбань історії та культури в Європі та в цілому світі, що пришвидшує соціокультурний та економічний розвиток країн і окремих регіонів, розвиває міжкультурний просторовий діалог. Моральний кодекс музеїв ICOM наголошує, що провідна місія музеїв – це взаємодіяти і надавати послуги суспільству [41, с. 38].

Зараз постала гостра проблема пошуку зарубіжними музеями свого місця в багатогранному культурному середовищі. Музеї починають перетворюватися на осередки освіти і навчання людства, оскільки доступ до національної культурної та природної спадщини людям різного фаху та віку забезпечують сами вони. Цінність та значення музеїв ґрунтується на можливості музеїв надати суспільству інтерактивну, заохочувальну та ідейну платформу для глибокого дослідження етнічної цілісності нації по всьому світу. У 2008 році саме на честь Міжнародного дня музеїв ICOM анонсувало із актуальним гаслом «Museums as Agents of Social Change and Development» («Музеї як спосіб соціальних змін та розвитку»). Музейна сфера високорозвинутих цивілізацій регулярно запроваджує музеологічні соціальні дослідження задля окреслення реального стану музейної справи в сучасному суспільстві, акцентування уваги на показнику інтерактивності як способу розвитку музейної установи, окреслення різноманітних шляхів взаємодії музеїв, зокрема запровадження мережі, що

включає в себе музеї різних рівнів і типів: національні, регіональні, локальні [40, с. 174].

Давайте розглянемо, на чому базується музейна політика розвинутих країн світу.

Великобританія

Museums, Libraries and Archives Council (MLA) (Рада музеїв, бібліотек та архівів) надає повноцінне забезпечення державній музейній політиці та надає консультації уряду на рахунок поставлених завдань і визначених пріоритетів сектору. Британський уряд наполягає на ідеї, що музеї усіх напрямків та значення несуть лише позитивні емоції та враження і займають вагоме місце в галузі дозвілля населення. Британська музейна політика поставила собі за мету зробити своїх мешканців духовно високорозвинутими, досвідченими, а також освіченими в питаннях історії свого краю та Батьківщини. У травні 2000 р. уряд лейбористів виокремив найбільш вагомі завдання для впровадження у музеях, галереях і бібліотеках.

1. Пріоритетною в роботі музеїв, бібліотек та галерей повинна виступати соціальна спрямованість.
2. Відкритий доступ населення до колекцій музею.
3. Використання новітніх технологій музеями, галереями та бібліотеками для повного забезпечення доступу до культурних надбань.
4. Легкий доступ до каталогів та ключових в мережі Інтернет.
5. Пріоритетність надання послуг в роботі музеїв, галерей і бібліотек.
6. Заклади культурної сфери повинні надавати консультації людям щодо розвитку ризику соціальної відчуженості.
7. Колекції та експозиції мають намагатися відображати культурне і соціальне розмаїття реальної та потенціальної цільвої аудиторії.
8. Культурні осередки повинні стати місцем здобуття “духовної” освіти.
9. Музеї, галереї і бібліотеки повинні налагодити співпрацю з іншими організаціями та установами.

10. Музеї, галереї і бібліотеки повинні розвивати проекти, спрямовані на покращення життя людей з ризиком соціальної відчуженості.

11. Заклади духовного розвитку населення повинні обмірковувати, як вони можуть презентувати свою роль щодо соціальних змін [78].

MLA суперечить висновкам британців, щодо їхнього твердження, що в абсолютно усіх музеях нудно, і вони глибоко не розуміють навіщо їм потрібно марнувати час на оглядання старих речей. Проведене дослідження у 2001 р. виокремило такі головні мотивації відвідувачів британських музеїв:

- соціальна (відпочинок, розваги) – 48 % респондентів;
- інтелектуальна (освітній інтерес) – 38 %;
- емоційна (естетична насолода, спогади, ностальгія) – 10 %;
- естетична (натхнення) – 3 %.

Вже в арт-галереях відвідувачів з естетичною мотивацією набагато більше – 18 %.

MLA очолює щорічну програму “Renaissance in the Regions” (Відродження в регіонах) з бюджетом понад 48 млн фунтів для абсолютного перевтілення англійських локальних музеїв (програму було запущено у дію в 2002 р. терміном на три роки, бюджет складав 70 млн фунтів). Ведучи тісну співпрацю з місцевими урядами та громадськими організаціями, програма націлена на поглиблення та розвиток громадської активності, покращення якості освіти, пришвидшення суспільного розвитку, підняття регіонів. MLA грає одну з ключових ролей у міжкультурних Олімпіадах, координує проведення різних кампаній, зокрема таких як Музеї вночі та Діти в музеях [79].

Згідно із поставленими завданнями у Великобританії діє чимало різноманітних програм. Багато британських музеїв працює на волонтерських засадах, в них працює майже 25 тис. добровольців (близько 60 % від загальної кількості усіх працюючих). Волонтерство націлене на припинення соціальної відчуженості, а чітко спрямоване на розвиток навичок і талантів, що стануть доречними при пошуку роботи. MLA тісно співпрацюючи із Музейною Асоціацією (Museums Association) дали початок програмі підготовки музейних

працівників з числа національних меншин. Музеї також знайшли своє місце для допомоги учням вивчати різні предмети у школі (24 % дітей відвідують музеї для самоосвіти). Відповідно до цього, музейні заклади активно співпрацюють з Міністерством освіти. Для розповсюдження навчальних матеріалів використовуються новітні технології (комп'ютери, аудіо-гіди тощо).

Британський досвід музейництва є досить популярним та затребуваним в інших країнах Європи. Усе більше уваги націлено на розвиток аудиторії (audience development – англо-американський термін, який означає підняття музейного сервісу на вищий рівень з метою пошуку зацікавлених відвідувачів і розширення аудиторії). В більшості європейських країнах запроваджується такий тип дослідження різних цільових аудиторій, що допомагає зробити відвідувачів постійними гостями музею [78].

Австрія

В Австрії з порівняно низьким показником населенням 8 млн. осіб нараховується понад 1600 музеїв. Активну відвідуваність забезпечують іноземні туристи, кількість яких перевищує показник населення вдвічі щорічно. Незважаючи на це, австрійські музейники все одно стараються заохочувати місцеве населення часто відвідувати музеї, вони організовують різні навчальні, виховні та соціальні програми для цього. У серпні 1998 р. австрійський уряд ухвалив закон про координацію музейної справи в країні. Дев'ять найбільших за площею музеїв змінили свій статус, стали економічно незалежними та неприбутковими науковими установами. Рухомі та нерухомі фонди залишилися у повноцінній власності Австрійської влади. Наразі відомо, що через найближчих 20 років кожен третій статистичний корінний австрієць буде віком за 60 років, тобто зросте кількість мігрантів. Відповідно до цього показника місцеві музейники думають та шукають нові програми для розвитку та заохочення суспільства [75].

Згідно статистичних даних 2004 р. віденські музеї відвідало 58 %, щоб своїми очима побачити нову виставку, 14 % опитаних привабила унікальна музейна подія або перформенс, лише 5 % відвідали музей для ознайомлення з

постійно діючою експозицією. Дослідження такого типу є дуже важливими та ґрунтовними для майбутнього планування специфіки музейної роботи, написання стратегій та безпосередньо залучення все більшої аудиторії.

Закордонні музейні заклади створюють приклади для наслідування нашими українськими українськими музеями. Музеї будь якого типу відіграють вагомую роль у формуванні історичної пам'яті та національної ідентичності шляхом створення транскультурних музеїв, застосуванням нових форм та сучасних цифрових технологій для інтерпретації історії. У 60-70-их рр. ХХ ст. в деяких країнах Європи і Північної Америки починають відкриватися музеї періоду Голокосту, у військових музеях піддаються оновленню експозиції з метою висвітлення трагічної долі єврейського народу в роки Другої світової війни. Після падіння Берлінського муру починають з'являтися музеї, які висвітлюють злочини влади часів комуністичної партії. У музеях країн колишнього Варшавського блоку розставлені акценти у показі правдивих подій минулого[78].

Відкриваються музеї, завданням яких є інтеграція етнічних меншин у суспільство, подолання расової упередженості. Музеї широко застосовують новітні цифрові технології для поширення інформації про фонди. Експонати оцифровуються, створюються бази даних про зібрання і колекції для широкого загалу, реалізуючи право рівного доступу громадян до культурної спадщини. Забезпечення доступу до фондів є засобом боротьби з декультурацією (незнання власних культурних здобутків) молодих користувачів Інтернету. У Польщі існує програма "Інтернет для шкіл", за допомогою якої музейні експонати залучаються для освітніх та виховних цілей. Для ознайомлення користувачів з європейськими музейними скарбами створена програма EUROPEANA, яка охоплює мережею різні європейські музейні заклади, архіви і бібліотеки.

У 90-х рр. ХХ ст. з'явилися віртуальні музеї. Так, Віртуальний Музей Канади та Віртуальний Музей Японського Мистецтва, які знайомлять користувачів з віртуальними виставками, галереями, знайомлять з різною інформацією та новинами [80].

Франція

Союз національних музеїв (Réunion des musées nationaux) займається організацією великих виставок за участю різних музеїв, видавничою та рекламною діяльністю, випуском сувенірної продукції (об'єднує 33 заклади, серед яких Лувр і Версаль), у 1990 р. отримав статус державної корпорації. Зміна статусу дала музеям більше свободи у розвитку й організації власної діяльності. У 1990 р. Союз працює над виконанням двох головних завдань:

- 1) примноження колекцій національних музеїв;
- 2) поліпшення публічного доступу в музеї, поширення знань про їхні колекції через публікації та виставки.

Союз організовує приблизно 25 виставок щороку, витрати на які складають 13,4-16,1 млн дол. і з прибутком 9,4-12,1 млн дол. без урахування продажу додаткових послуг. Союз національних музеїв випускає книжки про мистецтво, каталоги виставок, CD-диски, поштівки (річний оборот 71,7 млн дол.). Продукція поширюється через книжкові магазини у 55 центральних і 15 регіональних музеях, Інтернет-магазини та розповсюджувачів у 45 іноземних країнах. Книжковий магазин у Луврі позиціонує себе як найкращий мистецький магазин у Європі, пропонує 18000 назв книг про мистецтво і культуру [78].

Амбітні плани зумовлюють високий рівень витрат, і не зважаючи на велику кількість відвідувачів Лувру, магазин не є самоокупним. Загалом у Союзі національних музеїв працює 1400 осіб, річний оборот становить 120,8 млн дол. (з них 6,7-7,4 млн від продажу білетів, 200 тис. від продажу листівок із зображенням музейних предметів).

Функціонування музеїв забезпечується через надання послуг, торгівлю, спонсорську допомогу і державне фінансування. Зокрема держава оплачує послуги охорони, заробітну плату реставраторам, бібліотекарям, архівістам, адміністративним працівникам. Союз оплачує роботу касирів, екскурсоводів, білетерів, гардеробників. Чистий прибуток Асоціації у 2007 р. становив 3,1 млн євро, що складає близько 20 % самофінансування.

Хорватія

Зважаючи на зростання освітнього рівня туристів, зростання кількості туристів похилого віку, країни, в яких традиційно розвинений пляжний туризм, ведуть активний пошук додаткових пропозицій. Так, Міністерство культури Хорватії розробило стратегію розвитку культурного туризму, яка передбачає використання культурного потенціалу не тільки приморської, але й континентальної частини країни. Взаємними зусиллями науковців, діячів культури, туристичних фірм, власників готелів, бізнесменів культурні пам'ятки і події будуть перетворені на туристичний продукт, який урізноманітнить дозвілля туристів і сприятиме їх довшому перебуванню в країні. Схожі програми існують в Іспанії, Португалії, Італії, Болгарії та інших країнах [75].

Одним із показників успішності музейної політики є відвідуваність музеїв. У порівнянні з Україною, музеям західних країн вдається привабити більшу кількість відвідувачів.

У Великобританії (населення близько 58 млн чол.) налічується 1811 зареєстрованих музеїв, які відвідує приблизно 110 млн осіб щорічно. 22 найбільші музеї об'єднані у GLLAM (The Group for Large Local Authority Museums), які захищають інтереси і допомагають в роботі 120 меншим музеям і галереям. Протягом 2008-2009 рр. 17 центральних британських музеїв (серед них Британський музей, Національна галерея, Національний музей Ліверпуля, Музей дизайну) відвідало 40,3 млн осіб. З них 8,4 млн дітей до 16 років, що складає 21 % відвідувачів, 4 млн відвідувачів з низькими доходами. 66 % відвідувачів музеїв – британці, відповідно 34 % – іноземці (13,9 млн осіб).

Канада (населення понад 33 млн чол.) нараховує близько 2500 музеїв, які щороку приймають понад 59 млн відвідувачів (7,5 млн – діти). У канадських музеях працює понад 24000 персоналу, а також задіяні 55000 волонтерів та 300000 друзів. Роблять внесок в економіку 650 млн канадських доларів зарплатні, та 17 млрд доларів у ВВП.

У Польщі (населення близько 38 млн чол.) діє приблизно 1075 музеїв, які щорічно відвідує 20 млн осіб. 600 тис. польських дітей щороку відвідують музеї для участі у різноманітних гуртках і конкурсах.

В Україні (населення понад 45 млн чол.) діє 445 державних і комунальних музеїв, до яких входять 94 філії та 689 відділів. До сфери управління Міністерства культури і туризму України належать 8 національних музеїв та 14 заповідників. У музейному секторі працює понад 24 тис. осіб, щорічно українські музеї відвідує близько 18 млн осіб [69, с. 231].

Українські музеї не реалізують свій потенціал. Музейні фонди (95 % музейних предметів) залишаються недоступними для широкого загалу не лише через брак експозиційних площ, а й через політику заборони ознайомлення громадян із фондами. Лише приблизно 10 % українських музейних закладів мають власні сайти. Більшість районних і обласних музеїв не підключені до мережі Інтернет, не мають власних сайтів. 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 й автоматизація обліку музейних експонатів, оцифрування найбільш цінних пам'яток культури і мистецтва.

3.4. Рекомендації щодо покращення роботи Обласного комунального музею Богдана Лепкого в м. Бережани

Здійснюючи аналіз діяльності музеїв у Інтернет просторі та акцентуючи увагу на цікавих та інтерактивних музейних веб-сторінках, у нас, звичайно ж виникає бажання відшукати та поділитись інформацією та новинками, які б змогли покращити роботу музею та залучити більшу кількість відвідувачів. Оригінальні та цікаві ідеї для музею з'являються не одразу. Цьому процесу передують значне вивчення та дослідження матеріалів з окремої теми, переймання досвіду інших музейних установ. Важливим елементом покращення музейної роботи є дослідження вподобань відвідувачів [77].

Читаючи літературу, пов'язану з музейною справою, ми зрозуміли, що музейна аудиторія потребує вивчення та аналізу. Першим кроком на шляху до

покращення роботи обраного нами музею буде розробка анкета “Музей та його відвідувач”. За мету буде поставлено зібрати побажання та пропозиції людей для покращення іміджу музейного закладу, пошук проблемних питань, які бачать відвідувачі у нашому музеї. Виокремити графу, у якій кожен відвідувач має змогу залишити власну електронну адресу та отримувати новини про музейні події. Важливим є розуміння, що цьому напрямку потрібно завжди удосконалюватись, а зі старшим поколінням це важко, оскільки у їхній пам’яті засіли примусові черги до музею. Чому сьогодні не так? На нашу думку музей не працює із своєю аудиторією. Він не має уявлення про смаки та уподобання потенційних відвідувачів, а на сьогоднішній день це надзвичайно важливо. Музею час задуматись над тим, що, якщо він втратить аудиторію, то кому він буде потрібний. [77] Музейний заклад просто перетвориться на склад старовинних предметів. Що ж варто зробити, щоб дізнатись чого прагне аудиторія від музейної установи? Перш за все, проаналізувати пропозиції, що висловлюють відвідувачі, які оглянули музейну експозицію. Створення анкет буде саме маленьким початок великої справи. Таким чином музей може визначити у якому напрямку потрібно розвиватись.

Музейні заходи сьогодні повинні відповідати тенденціям, що є популярними у сучасному суспільстві. Як це б не звучало банально, проте відвідувачі прагнуть побачити в історичній ретроспективі явища та предмети, які привели до становлення певних подій та речей. Сучасне інформаційне суспільство є вибагливим до усього, що його оточує. Музею необхідно зважати на думки та побажання відвідувача, оскільки це єдиний шлях формування громадської думки, позитивного іміджу установи та зв’язку з громадськістю.

Другим кроком, ми вважаємо, доцільно буде відкрити гурток «Музейний клуб», що безпосередньо буде знаходитись і проводитись в приміщенні музею. Цей гурток буде направлений на залучення зацікавлених у музейній діяльності відвідувачів та волонтерів, що цікавляться історією, мистецтвом, культурою. За завдання буде поставлено показати музей для відвідувача не лише з боку екскурсій та масових заходів, а й як майданчик для обговорення ідей, які

стосуються проблем сучасної культури. В ідеалі створити дискусійний простір для актуалізації найбільш проблемних питань для українців. Можна часто організовувати інтерактивні заходи, зустрічі, майстер – класи не тільки для старшого покоління, але й для молоді та дітей [63, с. 204].

Одним з найцікавіших заходів, що проводиться у музеї Богдана Лепкого є «Ніч у музеї». На нашу думку, в таких заходах живе та процвітає історія музею. Такі заходи допомагають «дихати» музеям по – новому та представляти себе як інноваційний та інтерактивний заклад (Див. додаток 2).

Третім кроком на шляху до покращення буде створення окремого рекламного щита із музейними афішами який би розміщувався на вулиці. Усі, хто проходить вулицею біля музею, мали б змогу ознайомитись із музейними виставками та запланованими заходами [54, с. 32].

Давайте проаналізуємо, що призводить до незацікавленості аудиторії музейним продуктом. Безперечно, музей проводить масові заходи, на які «заганяють» аудиторію із університетів та коледжів, серед яких є одиниці, що дійсно зацікавлені почути та побачити для себе щось нове. У музеї і сьогодні можна почути веселі історії про популярність цієї установи у минулому столітті, як автобусами приїжджали діти, які ставали у черги, щоб побачити музейну експозицію. Проте серед музейних «професіоналів» немає розуміння, що час змінився, а з ним змінилась і потенційна музейна аудиторія та методи подачі інформації [77].

Отримавши неймовірні враження від знайомства з обласним музеєм, відвідувачі хочуть зберегти спогади якимось маленьким сувеніром з цього закладу. Ми вважаємо, що це буде четвертим кроком на шляху до покращення роботи музею. Доцільно буде виготовити символічні сувеніри із логотипом музею(Див. додаток 3) або унікальні магніти. Якщо відвідувачам бракує грошей на сувенір чи магніт можна розробити різноманітні буклети, які б залишились на згадку відвідувачам.

П'ятим кроком буде відкриття на офіційному сайті музею нової рубрики «Віртуальна екскурсія», яка дозволить усім бажаючим ознайомитись із «внутрішнім» життям музею.

Отже, виходить дуже цікава картина над якою потрібно працювати, вдосконалювати її та генерувати нові ідеї.

Висновки до розділу 3

Отже, в сучасній теорії та практиці музейної справи важливими, з огляду на спроможність музею відповідати викликам часу, є музейні інновації та інтерактивність. У широкому розумінні поняття музейних інновацій стосується структурних змін у музеї відповідно до плину часу й переосмислення в музейному середовищі місця та ролі музейних інституцій у системі національних, суспільних й культурних взаємин.

У вузькому значенні музейні інновації – це використання мультимедійних технологій в експозиційному просторі музею з метою підсилення інформативності, комунікативності та атрактивності музейної експозиції, а також використання комп'ютерного програмування з метою вдосконалення обліку та використання музейних фондів. Музейна інтерактивність зосереджується в галузі науково-освітньої діяльності музею та пов'язана насамперед із музейною педагогікою й використанням інтерактивно-педагогічного потенціалу музейної екскурсії, уроку, експонату.

Сьогодні, в Україні буде доцільно вкладати кошти, час та сили у розвиток музейного менеджменту. Музейний менеджмент – це нове віяння XXI століття, але досить ефективне та прибуткове. Ми гостро потребуємо фахівців в цій галузі, які зможуть правильно організувати роботу музеїв та працівників, допоможуть з підвищенням кваліфікації персоналу та запровадять методи впливу музейних установ на відвідувачів шляхом актуальних проблематик.

Цей практичний розділ можна легко втілити в життя і допомогти нашим музеям бути більш сучасними та прогресивнішими, адже ми маємо для цього всі ресурси.

І зовсім неважливо започатковувати всі рекомендації у найбільш популярному музеї України, навпаки, потрібно вкладати сили у розвиток малих, нікому не відомих музеїв.

Питання інновації та докорінної зміни експозицій більшості музеїв України набуває дедалі більшого значення. Після двадцяти років незалежності нашої

країни мусимо з прикрістю визнати, що старі штампи, якими вщент заповнені експозиції наших музеїв, виявилися живучішими за саму радянську епоху. Вивільнитися від їхнього тягаря вдається лише сильним музейним кураторам, які не бояться докорінно міняти свої підходи до роботи з відвідувачами, втілюють музейні інновації через переосмислення історичної спадщини та бажання донести правду до музейної аудиторії.

Чим більше ми матимемо таких музейних кураторів, тим сильнішими ми ставатимемо духовно. Ми гадаємо, що українські музеї вже давно потребують перезавантаження персоналу. Багато компаній сьогодні наслідує принцип «потік персоналу», це призводить до суцільного оновлення системи, до впровадження та генерування свіжих ідей. Багато роботодавців схвалюють таку методику і заохочуть інших до неї. Цей принцип є дієвим не лише для компанії але й для самого працівника. Ми маємо багато можливостей для змін, тому потрібно їх починати вже сьогодні.

ВИСНОВКИ

Сьогодні стають можливими нові тенденції відродження та розвитку традицій української музейної справи, зокрема, запозичення міжнародної практики та досвіду. В інформаційному просторі сучасної культури ХХІ століття з'явилися такі вже базові визначення як «музей без стін», «віртуальний музей», «Інтернет-музей», «музей-особистість», «музей-пам'ять», «музей-спогад». Відкритість, максимальна взаємодія із відвідувачем, доступність музейних колекцій тепер є головними передумовами успішної роботи закладів.

Музеї нині розглядаються не тільки як скарбниці артефактів, але й як установи, що можуть забезпечувати широким спектром послуг, влаштувати цікаве й пізнавальне дозвілля та, навіть, допомагати уряду реалізовувати культурні й соціальні програми, націлені на удосконалення музейництва в цілому. Музеї запроваджують навчальні програми для школярів і дорослих, сприяючи таким чином збереженню національної ідентичності, формуванню соціальної рівноваги у суспільстві та сприяючи прищепленню культурних норм національним меншинам.

У магістерській роботі детально розглянуто та проаналізовано музей як цілісну структуру. За приклад обрано Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в Бережанах, зокрема, розглянуто його експозиційну діяльність, що займає основну частину роботи музею, охарактеризовано видавничі проекти закладу, проаналізовано сучасний офіційний веб-сайт музею, таким чином визначено внесок музею Богдана Лепкого у розвиток духовної культури відвідувачів. Також запропоновано рекомендації для розвитку взаємодії між музеєм та відвідувачем у контексті сучасних методів комунікації.

У третьому розділі роботи розглянуто основні інноваційні технології, які впливають на розвиток музею як культурної спадщини людства. Прослідковано, як розвивається музейний менеджмент в Україні, чи є можливим подальший розвиток його як окремої галузі науки. Водночас,

розглянуто розвиток музейної сфери в інших країнах, досліджено, які інструменти заклади культури використовують для налагодження спільної роботи із урядом та які інноваційні методи роботи вони застосовують у своїй діяльності.

Форми комунікації музею та суспільства визначаються специфікою музейних установ як центрів науки і культури з великим потенціалом не лише збереження культурної спадщини, але й розвитку духовних засад суспільства. Музейна комунікація спрямована на те, щоб музей став партнером для науковців у їх дослідженнях, змістовним співбесідником для молоді та цікавим місцем відпочинку для широкої громадськості. Сучасні суспільні виклики вимагають розвитку поряд із традиційними нових напрямів діяльності музею. Музейна педагогіка, новітні комунікаційні технології, інформатизація, маркетинг, підприємництво у роботі музею сприяють появі оригінальних комунікацій, які підносять роль музею як соціальної інституції, визначають його особливе місце у соціокультурному просторі сучасного суспільства.

Протягом останніх десятиліть в європейських країнах змінився погляд на роль музеїв у суспільстві. Для покращення роботи і залучення більшої кількості відвідувачів музеї західних країн широко використовують новітні технології, нові форми подачі експонатів, а також впроваджують зміни у систему організації музейної справи (музейні асоціації). Водночас, музеї роблять значний внесок в економіку своїх країн через культурний туризм та реалізацію різноманітних туристичних продуктів і послуг.

Однак, в українських музеях вкрай слабка матеріальна база, що не дозволяє створити відповідну інфраструктуру для більш якісного обслуговування відвідувачів і надання платних послуг. Україна має багату історико-культурну спадщину, однак значна кількість музеїв не використовує свій потенціал повною мірою, не тільки через недостатнє державне фінансування, а й через консервативність поглядів музейних працівників, безініціативність, відсутність зацікавлення і стимулів. Державна політика

щодо розвитку музеїв та музейного менеджменту продовжує демонструвати рудименти радянського періоду, повільними темпами наближується до європейський стандартів регулювання музейного простору.

Українським музейним закладам бракує досвіду та профільних фахівців – музейних менеджерів. Нинішнім керівникам музеїв потрібно активніше оволодівати новими методами керівництва, необхідними для розвитку музеїв у ринкових умовах.

Низький соціальний статус працівників музеїв негативно позначається на мотивації їхньої праці, заважає залученню молодих спеціалістів до роботи у музеях.

Недостатній рівень інформатизації (відсутність веб-сайтів, електронної пошти, телефонного зв'язку тощо), обмежена кількість спеціалізованих музейних видань, недосконалість музейного маркетингу негативно впливають на популяризацію вітчизняних музеїв, звужують їх роль у культурному просторі України та світу. Відсутній єдиний державний координаційний центр, який би надавав науково-методичну підтримку музейним закладам, проводив постійний моніторинг стану вітчизняної музейної галузі.

Державою не створено дієві законодавчі механізми для адаптації роботи музеїв в ринкових умовах, залученню позабюджетних ресурсів на їхній розвиток, активізації спонсорства і меценатства. Потребує удосконалення можливість залучення з боку музеїв позабюджетних ресурсів, які варто було б спрямувати на модернізацію музейних закладів.

Ми проаналізували досвід зарубіжних країн у музейній справі та виокремили ключові моменти, які потрібно запровадити у музейній практиці в Україні. Адже, для плідної та процвітаючої роботи потрібно завжди опиратись на позитивний досвід колег. Ми маємо приклад, і не один, тому повинні прагнути до змін, які трансформують наше усвідомлення музеїв докорінно.

Також ми проаналізували діяльність музею Богдана Лепкого в Бережанах. Варто зазначити, що меморіальний музей митця за двадцять років своєї діяльності став відомим не лише в Україні але й далеко за її межами завдяки

своїй видавничій та просвітницькій діяльності. У доробку комунального музею в Бережанах є видання творів письменника, чисельних буклетів, календариків, впорядкованих літературно-мистецьких альманахів і бібліографічних покажчиків. Водночас, у роботі надано рекомендації, які зможуть покращити імідж музею.

На сучасному етапі розвиток музейної справи повинен стати одним з головних пріоритетів нашої держави. Наша країна має значний історико-культурний потенціал. Україна є однією із провідних країн Європи за кількістю об'єктів історико-культурної спадщини. За офіційними даними на державному обліку в Україні знаходиться близько 150 тисяч нерухомих пам'яток історії та культури, серед них 57206 пам'яток археології, 51364 пам'яток історії, 5926 пам'яток монументального мистецтва, 16800 пам'яток архітектури та містобудування. У фондах українських музеїв зберігається більше 12 млн. експонатів. Саме музеї сьогодні є одним із головних соціальних інститутів, які виконують функцію формування історичної пам'яті українського народу, донесення до всіх українців і особливо молоді знань про минуле.

Існуючі музеї України накопичили великий досвід роботи, але разом із тим у них залишається чимало недоліків та проблем:

- відсутня музейна рада;
- не розроблено єдиного списку та каталогу музеїв України;
- погано налагоджені зв'язки з музеями інших профілів, науково-дослідними інститутами;
- майже відсутній обмін спеціалістами;
- не проводяться спільні наукові дослідження;
- працівники музеїв майже не беруть участі в міжнародних конференціях, конгресах, симпозіумах, виставках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про інформацію» // ВВР. – 1992. – № 48. – ст. 650 (Із змінами, – згідно з Законами України // ВВР. – 2000. – № 27. – ст. 213; – 2002. – № 29. – ст. 194; – 2003. – № 28. – ст. 214; – 2004. – № 11. – ст. 141.).

2. Закон України «Про музеї та музейну справу» // ВВР. – 1995. – № 25. – ст. 191 (Із змінами, внесеними згідно з Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про музеї та музейну справу» // ВВР. – 1999. – № 28. – ст. 231. та Законами України // ВВР. – 2001. – № 2–3. – ст. 10; – 2002. – № 12–13. – ст. 92; – 2003. – № 10–11. – ст. 86; – 2003. – № 24. – ст. 159.)

3. Основи законодавства України про культуру // ВВР. – 1992. – № 21. – ст. 294 (Із змінами, внесеними згідно з відповідними Законами України // ВВР. – 1994. – № 41. – ст. 376; – 1996. – № 3. – ст. 11; – 1997. – № 8. – ст. 62; – 2001. – № 2–3. – ст. 10; – 2002. – № 6. – ст. 36; – 2002. – № 12 – 13 – ст. 92; – 2003. – № 10–11. – ст. 86.).

4. Білик Н. Роман Смик – меценат української культури / Надія Білик // Землі Опілля в природно-географічному та історико-культурному розвитку України : матеріали четвертої наук.-практ. конф., м. Тернопіль : Астон, 2012. 116–122 с.

5. Білик Н. Доля особового архіву Богдана Лепкого / Надія Білик // Літературний Тернопіль, 2014. – Ч. 2. 96–101 с.

6. Богдан Лепкий в духовній історії України. Матеріали наукової конференції, Бережани, 27 серпня 2005 р. / За науковою редакцією проф. Р. Т. Гром'яка; упор. – доц. Н. Білик. Тернопіль: Джура, 2006. 128 с.

7. Богдан Лепкий. Основні дати з життя і творчості. Бережани, 2007. 28 с.

8. Богдан Лепкий: відомий і невідомий (1872-1941): бібліогр. покажч. / Терноп. обл. універс. наук. б-ка, Обл. музей Богдана Лепкого в м. Бережани, Держ. архів терноп. обл., Терноп. обл. краєзн. музей, Бережан. музей книги; уклад. М. Пайонк та ін.; авт. нарисів: Н. Білик, Н. Дирда; ред. Г. Жовтко; кер.

проекту та наук. Ред.. В. Вітенко. Тернопіль: Підручники і посібники, 2012. 240 с.

9. Букин А.Г. Культурное пространство и пространствакультур: дисс. канд. филос. наук. Чита, 2006. 11 с.

10. Вайдахер Ф. Загальна музеологія : навч. посібник. Львів, 2005. 628-630с.

11. Волинець Н. «Лебедина пісня» д-ра Романа Смика / Надія Волинець // Жайвір. 2008. №. 1 (88). 11-12 с.

12. Гайда Л. А. // Журнал «Краєзнавство» – №1-2, 2010. 178-185 с.

13. Гогиберидзе Г.М. Формирование музейной педагогики / Гогиберидзе Г.М., Чесняк М.Г. // Преподавание истории в школе. 2007. №8. 3-5 с.

14. Горняткевич Дем'ян «Хата на хуторі Кривенькім» (1928 р., картон, олія.) / Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в м. Бережани (далі - ОКМБЛБ). – Основний фонд (далі - ОФ) – інв. № 514.

15. Гураль Р.І. Основні напрямки розвитку інформаційної структури музеїв. / Р.І.Гураль //Збірник матеріалів загальноукраїнської наукової конференції з проблем музеєзнавства, присвяченої 160 річчю заснування Дніпропетровського історичного музею ім.Д.І.Яворницького). Вип.11.— Д.:АРТПРЕС,2009. 608 с.

16. Десятерик Д. Ксерокс Мазда: «Хай вас скеровує не технологія, а те, що ви хочете сказати» //День. 2013. 1-2 лютого.14 с.

17. Дирда Н. Бережанський обласний комунальний музей Богдана Лепкого як осередок громадсько-культурного життя краю / Надія Дирда, Наталія Стрілець // Збірник праць ТО НТШ, Т. : «Терно-граф», 2013. Том 8 : Музеї Тернопільщини. 190-205 с.

18. Доманський В. А. Музейна справа / В. А. Доманський // Ветеранський вісник № 9. К. : Основа, 2013. 862-864 с.

19. Духовна скарбниця краю. Музей Богдана Лепкого. Путівник. Т.: Підручники і посібники, 2012. 16 с.

20. Експозиційний вузол «Дружні і творчі взаємини Богдана Лепкого з українськими і польськими громадсько-культурними діячами». // ОКМБЛБ
21. Експозиція Обласного комунального музею Богдана Лепкого в Бережанах Тернопільської обл
22. Жайвір. Літературно-мистецький, історико-краєзнавчий альманах. 1998. Жовтень. До 110-ї річниці з дня народження Левка Лепкого. 4 с.
23. Жайвір. Літературно-мистецький, історико-краєзнавчий альманах. 2001. листопад. №7 (76).129-річчю від дня народження Богдана Лепкого присвячується. 8 с.
24. Закладка-календарик «Богдан Лепкий (1972-1941)». Т.: Вектор, 2013.
25. Золота Липа. Ювілейна збірка творів Богдана Лепкого з його життєписом, бібліографією творів і присвятами. Зладив Зенон Кузеля. - Берлін: Українське слово, 1924. 260 с.
26. Капустіна Н.І. Деякі аспекти роботи з музейною аудиторією (з досвіду роботи Дніпропетровського історичного музею ім. Д.І. Яворницького). // Сучасний музей: між скарбницею та підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. Львів, 2008. 99-102 с.
27. Караманов О.В. // Матеріали науково-практичної конференції «Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи» (Київ, 24-25 вересня 2013 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. К.: НКПШЗ, 2013. 35–37 с.
28. Кислий О. Є. Археологія, музеєзнавство та проблеми теоретичної музеології // Актуальні проблеми теорії і практик музеєзнавства та пам'яткоохоронної діяльності. – К. : НАКККіМ, 2013.166–176 с.
29. Кононюк О. Музейна експозиція: старі проблеми та нові тенденції (на прикладі музеїв Великої Волині) / О. Кононюк, С. Позіховська // Наук. зап. Рівнен. обл. краєзн. музею. Рівне : Волин. обереги, 2006. Вип. IV: матеріали наук. конф. 25–26. X. 2006 р. 55–58 с.
30. Короткий довідник термінів з музейної справи / укл. І. Дорош, Т. Соломонова. 2-ге вид., доп. і перероб. Вінниця, 2004. 32 с.

31. Крук О.І. Розвиток музейної справи в Україні (кінець 1950-х – 1980-ті рр.): Автореф. дис... канд. іст. наук: 07.00.01 / Харківський національний ун-т ім. В.Каразіна. – Харків, 2000. 78-79 с.

32. Лев Лепкий в історії української культури: матеріали конференції / Бережанський краєзнавчий музей, Обласний комунальний музей Богдана Лепкого в м. Бережани / упор. Наталія Бойко, гол. ред. Наталія Стрілець. Бережани, 2013. 64 с.

33. Левицька М. Музей як спосіб національного самовизначення. Український музей «Стривігор» у міжвоєнному Перемишлі (1930–1940 роки) / М. Левицька //Збереження й дослідження історико-культурної спадщини в музейних зібраннях: історичні, мистецтвознавчі та музеологічні аспекти діяльності: доп. та повідомл. Міжнар. наук. конф., Львів, 25–27 вер. 2013 р. / ISBN 978-617-7124-03-9. 84–90 с.

34. Лепкий Б. Казка мого життя: повість / Богдан Лепкий. Тернопіль: Навчальна книга Богдан, 2014. 416 с.

35. Лепкий Богдан «Портрет о. Михайла Глібовицького» (Полотно, олія.) // ОКМБЛБ. – ОФ – інв. № 511

36. Лепкий Б. Три портрети. Франко – Стефаник – Оркан / Б. Лепкий. – Л.: З друкарні Видавничої спілки «Діло», 1937. 164 с.

37. Лист Софії-Євгенії Лепкої до Романа Смика // Повернення Україні Богдана Лепкого / зібрав, упоряд. і видав Р. Смик. – Чікаго; Україна, 1996. – Кн. 1. 302 с.

38. Маньковська Р. В. Музеї України в інформаційному просторі : досвідта перспективи / Р. В. Маньковська // Історія України. Маловідомі імена, події, факти. Вип. 11. К., 2000. 214–221 с.

39. Маньковська Р. В. Музеологія як наукова галузь: сучасний дискурс та проблема теоретичного інтегрування // Краєзнавство. 2009. Ч. 3–4. 136–144 с.

40. Матт Г. Культура і гроші. Музей – підприємницька діяльність : практичний poradник / Г. Матт, Т. Флатц, Ю. Льодерер. К., 2009. 173-175 с.

41. Мюллер-Штретен К. Маркетинг та PR: 15 смертних гріхів музеїв і як їх потрібно уникати. // Сучасний музей: між скарбницею та підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. Львів, 2008. 36 – 46 с.

42. Никишин Н.А. Коммуникационный потенциал музея в современном мире // Музейная коммуникация. Материалы научно-практической конференции, состоявшейся в г. Самара 24 – 28 сентября. М., 2002.

43. Надія Білик: лепкознавчі та культурологічні студії: Бібліографічний покажчик / упоряд.: Н. Дирда, Н. Стрілець. Т.: Астон, 2012. 28 с.

44. Овчарова О. В., Яушева-Омелянчик Р. М., Сургай Л. С. Словник-довідник музейного працівника. К. : Кий, 2013. 464 с.

45. Основы музееведения : учеб. пособие / отв. ред. э. А. Шулепова. Изд. 3-е. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 432 с.

46. Пеленський Є.Ю. Богдан Лепкий – поет /Є. – Ю. Пеленський //Богдан Лепкий. 1872-1941. Збірник у пошану пам 'яті поета. Краків-Львів: Українське видавництво, 1943. 13-32 с.

47. Поляков Т.П. Мифология музейного проектирования или «Как делать музей?». М., 2003.

48. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К.: Видавничий центр “Київський університет”. 1999. 267-269 с

49. Руденко С. Б. Про пам'яткознавчі дисципліни // Актуальні проблеми теорії і практики музейної та пам'яткоохоронної діяльності. К. : НАКККіМ, 2013. 188–202 с.

50. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Музезнавство : навч. посібник. К. : Знання, 2008. 429 – 434 с.

51. Сапанжа О. С. Стратегии коммуникационных процессов современного музея: автореф. дисс. канд. культурологи. СПб, 2005.10-15с.

52. Синенко О. І. Інституціоналізація рекреаційної діяльності в Україні / О. І. Синенко // Вісник КНУТД. 2013. № 1. 264 с.

53. Словник-довідник термінології музейництва / Роман Микульчик, Петро Слободян, Єлізавета Діденко, Тарас Рак. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. 128 с.

54. Стецюк О. В. Розвиток мережі музейних закладів у системі туристичної інфраструктури Карпатського регіону // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету (Географія). – Тернопіль, 2006. № 1. 31- 40с.

55. Столяров Б. А. Музейная педагогика. История, теория, практика :учеб. пособие. М., 2004. 216 с.

56. Стрілець Н.Святкування 60-річчя від дня народження Богдана Лепкого в Галичині (на основі фондів музею Б. Лепкого в м. Бережани) / Наталія Стрілець // Збірник праць : том 8. Музеї Тернопільщини. 496–504 с.

57. Стрілець Н. Видавнича діяльність музею Богдана Лепкого, як спосіб популяризації імені та творчості письменника (підсумок двадцятилітньої діяльності)/ Наталія Стрілець // Коломия, 2016.

58. Фесенко Г. Времен связующая нить. Музейная педагогика / Г. Фесенко,С. Иванова, Л. Подкапаева // Дошкольное воспитание. 2008. № 6. 81–83 с.

59. Франко І. Мій ізмагд. Поезії. – Л.: 1898 р. [з підписом Б. Лепкого] // ОКМБЛБ. – ОФ

60. Хадсон К. Влиятельные музеи : підручник. / К. Хадсон. – Новосибирск: Наука, 2002. 204с.

61. Хведась А.О. Розвиток краєзнавчих музеїв в Західній Україні в кінці ХІХ – першій половині 40-х р. ХХ ст. Джерела і література (На матеріалах Волинської, Рівненської та Тернопільської областей): Дис... канд. іст. наук: 07.00.06 / Хведась Анатолій Олексійович; Дніпропетровський держ. ун-т. – Дніпропетровськ, 1997. 107 с.

62. Чирич Л.М. Відображення сучасного стану інноваційних освітніх закладів Дніпропетровщини в музейному зібранні//Роль музеїв у

культурному просторі України й світу: стан, проблеми, перспективи розвитку музейної галузі. Випуск 11. Д.: Арт-прес, 2009. 608-610 с.

63. Чухрай Л. О., Пустувалов С. Ж. Найвизначніші пам'ятки археології України. Перспективи музеєфікації. К. : НАКККіМ, 2014. 204 с.

64. Шкляр В. І., Україна: інформація і свобода слова / В. І. Шкляр. К.: Молодь, 2007. 110 с

65. Шляхтина Л. М. Основы музейного дела. Теория и практика : учеб. пособие. М. : Высшая школа, 2005. 183 с

66. Шола Т. Предмет и особенности музеологии // Museum. 1987. №1. 49-53 с.

67. Шредель Ш. Актуальні теми роботи в музеї / Ш. Шредель // Сучасний музей: міжскарбницею та підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8–10 жовтня 2006 року в м. Чернівці. Львів : ВНТЛ Класика, 2008. 18–22 с.

68. Шредель Ш. Аспекти музейної освітньої культури, що сприяє розвитку талантів. // Сучасний музей: між скарбницею та підприємством. Матеріали Міжнародної конференції 8 жовтня 2006 р., м. Чернівці. Львів, 2008. 23 – 29 с.

69. Щербак Д. Становлення і розвиток музейної педагогіки в Україні // Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи : зб. наук. праць / Д. Щербак. К. Ніжин : ПП Лисенко М. М., 2009. Вип. 1. 231 с

70. Юренева Т. Ю. Музей в мировой культуре. М., 2003

71. Юренева Т. Ю. Музееведение : учебник. 4-е изд., испр. и доп. М. : Академический Проект; Альма Матер, 2007. 560 с.

72. Якубовський В. І. Музеезнавство : підручник. Кам'янець – Подільський : ПП Мошак М. І, 2010. 352 с

73. Яковець І.О. Комунікативно-психологічна складова музейного менеджменту / І. О. Яковець // Другий Музейний альманах. Наукові матеріали: статті, есе / Черкаський обласний художній музей; Редкол.: О. Гладун, О. Пушонкова. Черкаси: Брама-Україна, 2011. № 2. 26-29 с.

74. Бережанські лепкознавці здобули перемогу на престижному Всеукраїнському музейному форумі «Музей: храм муз – 2016». URL: <http://berezhanu.in.ua/novyny/1463-berezhanski-lepkoznavtsi-zdobuly-peremohu-na-prestyzhnomu-vseukrainskomu-muzeinomu-forumi-muzei-khram-muz-2016-foto>

75. Бондаренко Л. І., Капустіна Н. І. Листи з 43-ого // Музей і відвідувач: методичні розробки, сценарії, концепції – Дніпропетровськ: АРТ-ПРЕС, 2005. 148 с. URL: <http://museum.dp.ua/article0508.html>].

76. Галузь зв'язку: підсумки роботи у 2008 році. URL: <http://www.stc.gov.ua/uk/publish/article/68241>

77. Діяльність українських музеїв в період інформаційного розвитку суспільства. URL : <http://zeitgeist.platfor.ma/museum-in-ua/>

78. Именная Л. С. Музей в социокультурной системе общества: миссия, тенденции, перспективы: Автореф. дис. на соискание ученой степени доктора культурологии. 24.00.01 – теория и история культуры. М., 2011. URL: http://files.msuc.org/avtoreferats/210.010.04_avtoreferat-ks_imennovoy.pdf

79. Маньковська Р. «...Де минуле не розходиться з майбутнім». До розмови про музейну педагогіку. (Рец. на кн.: Капустіна Н.І., Івлева С.В. Ми мандруємо музеєм : Путівник по національному історичному музею ім. Д. І. Яворницького для батьків та дітей. – Дніпропетровськ, 2011. – 117 с.) // Краєзнавство: науковий журнал. 2012. 119-123 с. URL: http://histans.com/JournALL/kraj/kraj_2012_1/15.pdf

80. Мастеница Е. Н. Феномен музея в философском наследии Н. Ф. Федорова / Е. Н. Мастеница // Вестник СПб ГУКИ. – 2011. – № 3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-muzeya-v-filosofskom-nasledii-n-f-fedorova>

81. Офіційний сайт Обласного комунального музею Богдана Лепкого в м. Бережани .URL: <http://www.lepkiv.te.ua/index.php/uk/>

82. Тітінюк Юрій Омелянович. Методика художнього формування сучасної музейної експозиції // 17 Сумцовські читання: Комунікаційний підхід у музейній справі як відповідь на потреби соціуму. Харків, 2011. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2011/article.html?n=48>

83. IDC прогнозирует рост числа постоянных пользователей интернета.
URL: // <http://www.internet.ru/node/18678>
