

О.М. Сошнікова,
заступник директора з наукової роботи
Харківського історичного музею

МУЗЕЙ ЯК ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ПАМ'ЯТІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Сьогодні зростає інтерес до культурної сфери, передусім, до проблем національної культури, що пов'язане із складними процесами індивідуального та колективного духовного самовизначення людей, державним утвердженням національних цінностей і пріоритетів. Значна роль у процесі національної ідентифікації належить музеям – осередкам культурно-історичної спадщини, що сприяють ствердженню української нації як самодостатньої одиниці світової цивілізованої спільноти.

Виникнення і розвиток музеїв обумовлений соціокультурною потребою. Насамперед, музеї – це культурно-освітні та науково-дослідні заклади, призначені для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, прилучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини. Музей, як соціокультурний інститут, виникає у суспільстві, яке знаходиться на високому рівні цивілізаційного розвитку, а інтенсивна музейна діяльність відбувається, як правило, за умов державної підтримки. Музей як соціокультурний інститут організовує і координує суспільну діяльність щодо збереження пам'ятників історії і культури та передачу знань про них. Поза музеїв ця діяльність мала б розрізнений і непослідовний характер.

Основні напрями дослідницької діяльності музеїв: комплектування фондів; вивчення колекцій; наукове проектування експозицій і виставок.; прикладні соціологічні, педагогічні, психологічні дослідження, спрямовані на вивчення музейної аудиторії; музейно-педагогічні дослідження; вивчення історії музейної справи. Таким чином, музейна діяльність займає значне місце в загальній структурі

соціокультурних потреб суспільства, історична пам'ять якого детермінує дії, спрямовані на накопичення, збереження і демонстрацію зразків культурної спадщини наступним поколінням.

Соціокультурний статус музею дозволяє розглядати музейну діяльність через призму детермінуючого фактора – культуру – як систему людських цінностей. Культура є простором індивідуальної екзистенції для пошуку смислових факторів, саморозвитку особистості, так як розширення смислового потенціалу буття посилюється музейною комунікацією, яка формує культурне бачення світу.

Матеріальний та духовний елементи культури нерозривно пов'язані між собою. Як правило, до матеріальної культури, яку часто співвідносять з поняттям «цивілізація», відносять сукупність матеріальних благ, а також різноманітних засобів їх виробництва. Духовна культура поступово складається з ціннісного переосмислення всієї сукупності отриманих людиною знань, загальноприйнятих уподобань і пріоритетів. Тож, у матеріальній культурі неминуче присутні духовні начала оскільки вона завжди є втіленням людських ідей, знань і завдань. Власне, музей є центром суспільної діяльності, спрямованої на трансляцію матеріальних здобутків та водночас – задоволення духовних потреб. У той же час музей виступає і як науково-просвітня, освітня установа, бо, демонструючи музейні зібрання відповідно до певної наукової концепції, він поширює знання, задовольняє культурні запити суспільства.

Таким чином, музей та суспільство взаємодіють на основі реалізації музеєм таких своїх соціокультурних функцій: збереження культурно-історичної спадщини; передачі знань, набуття досвіду; суспільної згуртованості і відповідальності, спілкування і взаємодії; культурної ідентифікації особистості; розважальної функції.

Можна наголосити на тому, що механізми функціонування соціальної пам'яті в музеї проявляють себе у дуже виразній формі. Саме в музейному просторі в умовах інформаційного суспільства здійснюється проекція можливості взаємозв'язку соціальної пам'яті та предметного світу.

Безумовно, що соціальна пам'ять, як аспект культурної традиції, має здатність до сприйняття, переробки, збагачення і зростання предметного організму культури. Шлях до розкриття суті поняття пам'яті, крім історичної ретроспективи, вимагає і принципово іншого руху: смислової інтроспективи, послідовного поглиблення в приховані аспекти поняття. Філософська інтроспектива поняття пам'яті концентрується навколо трьох позицій: пам'ять і час, пам'ять і пізнання, пам'ять і особистість. Соціально-антропологічний дискурс не ігнорує осмислення соціальної пам'яті в інших галузях науки, але зосереджує вагу на тому, що вона є невід'ємним чинником соціального буття і зафіксована в предметах матеріальної та духовної культури.

Такий рух відображається у різних формах упорядкування, що закріплюється у поняттях «меморальності», «музеальності» і «музефікації». Тут слід зупинитися на понятті «меморальності» як особливій властивості історичного часу, яка має онтологічний та соціокультурний аспекти. Саме меморальність як фундаментальна властивість культури сприяє оформленню музеальності. Минуле актуалізується для індивіда через власну пам'ять, а історія соціуму існує тільки спираючись на суспільну пам'ять [2, с. 6].

Віртуальна реальність привела до появи віртуального меморіалу як нового виду соціальної пам'яті. Інтернет сприяє створенню будь-якого двійника, якого неможливо відрізнити від оригіналу. Цей двійник має жити безмежно довго в комп'ютерних мережах. Створення музейного інтернет-представництва (сайту) – проект, що повинен мати місію, цілі та алгоритми реалізації. Саме вебсайт як «відображення» музею в інформаційному просторі дозволить зробити більш ефективним інформаційний обмін зі споживачами такої інформації (клієнтами, відвідувачами). Усі напрями музейної діяльності можуть бути оптимізованими за допомогою інформаційного представництва, оскільки їхньою суттю є збирання, обробка, зберігання та розповсюдження інформації.

Використання фондкових колекцій свого та інших музеїв може бути значно ефективнішим за допомогою сучасних

інформаційних технологій. Необхідною є інтеграція власної бази даних предметів до бази національної (що передбачається Національною програмою інформатизації) [1]. Це дозволить отримати швидкий доступ до фондів колекцій інших музеїв, а, отже, проводити науково-дослідну роботу за визначеною темою, використовуючи загальнонаціональні бази даних. Базовим для інтернет-представництва є експозиційний напрям роботи музею.

Для підвищення сприятливості використовуються засоби емоційного впливу, що є однією з важливих функцій мультимедіа. Інтеграція комп'ютерної графіки, анімації, технології віртуальної реальності створює передумови для досягнення високоемоційних вражень у відвідувачів. Таким чином, зростає їх інтерес до головних тем експозиції. Мультимедійні технології (насамперед, аудіовізуальні, такі як Macromedia Flash, Microsoft Silverlight) дозволяють впливати на аудиторію атрактивними засобами, разом з тим виконуючи освітні завдання [3, с. 54].

Музейна комунікація може здійснюватись на різних рівнях: на буденному, педагогічному, художньо-естетичному, науково-теоретичному. Може здійснюватись спорадично, стихійно, а може бути спеціально організованою. Подібна комунікація має здійснюватись за таких умов: по-перше, максимальне число експонатів передбачає інтерактивне спілкування у вигляді вікторин, творчих ігор із можливістю фото-відео перетворень експонатів, інших театральних, кліпових сюжетів із використанням експонатів експозиції; по-друге, використання інформаційних технологій для отримання максимально повної інформації з теми експозиції, про окремі витвори; по-третє, контакт через пошукові системи Інтернету, аудіо-візуальний гид по музею; і, нарешті, можливість продовження спілкування з музеєм за допомогою домашнього Інтернету через музейні сайти.

Комунікація публіки з співробітниками музею відбувається через круглі столи; створення товариств «друзів музею» (не тільки спонсорів, а й представників науки і культури, різних громадських організацій); лекторії за

напрямами музеєзнавчих досліджень; музеєзнавчі консультації. Комунікація між окремими музеями: відкриває можливості для нових експозиційних проєктів, виставок; взаємної презентації колекцій; проведення науково-дослідницької та культурно освітньої роботи.

Для реалізації комунікацій, про які сказано вище, потрібна адекватна сучасна інфраструктура музею: експозиційний простір, забезпечений інформаційними технологіями (екрани, монітори, аудіо-відео обладнання інтерактивного використання); офісні приміщення з сучасною оргтехнікою; інтернет-бібліотека; творчі студії, дитячі кімнати для гри й відпочинку. Таким чином, будь-яка культурна діяльність в стінах музею, затребувана суспільством, можлива і необхідна.

Серед нових тенденцій розвитку музеїв, відмінних від класичного музею середину ХІХ ст., слід назвати: переміщення центру діяльності з музейного предмету на суспільство; розширення поняття музейного предмету до духовних форм культури; тенденція до збереження природного місце розташування предмета і відкриття на його базі музеїв, збирання інформації про предмет; ідея децентралізації музеїв із інтегрованою тематикою замість повної концентрації культурних цінностей у великих центральних музеях; тенденція до концептуалізації (предмет втрачає своє значення на противагу ідеї, яка в ньому закладена); раціоналізація музейного менеджменту, що виникає в результаті скорочення фінансування та необхідності підприємницького способу мислення.

Щоб музей виконував крім класичних функцій – збереження і презентації – також інноваційні завдання, він має приваблювати, мотивувати й супроводжувати сучасний культурний процес у своїх стінах. Із 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. Музейна комунікація у такому її розумінні є особливим феноменом, що утворює духовні шари буття культури: вона є механізмом формування суспільної

свідомості, національного менталітету, впливає на такі значущі елементи індивідуальної свідомості як світогляд, самоідентифікація та самооцінка, ідеали, цілі тощо.

Україна має величезний за обсягом музейний фонд пам'яток світового загального цивілізаційного значення, безліч оригінальних культурно-історичних об'єктів, давні традиції музейництва. Все це разом становить реальну основу для розвитку самобутньої української музеєзнавчої школи.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закони України «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації». За станом на 16 червня 2011 року/Верховна Рада України: Офіц.вид. – К.: Парламентарське вид-во, 2011. – 32 с.

2. Коньшина Г.Є. Трансформація соціальної пам'яті в інформаційному суспільстві: Автореф. дис. канд. філос. наук: 09.00.03. / Г.Є. Коньшина. – Харків, 2008. – 14 с.

3. Чертов Л.Ф. Знаковость. Опыт теоретического синтеза идей о знаковом способе информационной связи / Л. Ф. Чертов. – СПб.: Изд-во С.-Пб ун-та, 1993. – 388 с.