

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІОЛОГІЇ МУЗЕЮ

2.1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІОЛОГІЇ МУЗЕЮ

В умовах суспільної трансформації музейні установи, як форми суспільної взаємодії, зазнають значних змін і це зумовлює необхідність теоретичного осмислення та всебічного аналізу музею як соціокультурного явища. У контексті цих змін відбувається перетворення музею на центральний елемент соціокультурного простору суспільства, формується новий соціальний тип музею. Первинну роль у видозміні музеїв відіграють відносини спрямовані на сталий розвиток суспільства та забезпечення його духовних потреб. Отже, зміна ролі музею у суспільстві є об'єктивною потребою, продиктованою культурно-історичним розвитком самого суспільства.

У різні історичні періоди музеї відігравали певну роль. Розвиток науки й техніки на початку ХХ ст. значною мірою зумовив ставлення до музею як науково-дослідної установи. Історик Василь Дубровський у своїй статті «Чергові завдання сучасного музейного будівництва на Україні», опублікованій у 1927 році, писав про те, що «не може бути Музею у справжньому розумінні цього терміна, без підбору речей матеріальної культури чи природи відповідно до сучасних знань та наукових досягнень. Виходить, підбирання та систематизація музейних збірок, що є вихідним моментом організації Музею, є робота наукова» [101, 8].

У радянську добу вітчизняні музеї втратили статус наукових установ, перетворившись на ідеологічні установи, їх пріоритетними векторами були політико-освітня та пропагандистська робота, що деформувало інші напрями музейної діяльності.

Наприкінці ХХ ст. завершення цієї епохи зумовило концептуальні зміни в музейній справі, серед яких слід назвати відмову від класових критеріїв і звернення до загальнолюдських цінностей, до духовної спадщини у відображенні культурно-історичного процесу. Відбувається пошук нової соціальної моделі діяльності музеїв. Нові умови суспільного життя спричинили перетворення традиційної моделі музейної установи на інноваційну, метою якої є звернення до широкого загалу [25, 86].

І хоча дослідники суттєвою рисою сучасності вважають ослаблення ідеологічних та символічних ідентифікацій, останній досвід громадянських протестів українського суспільства доводить протилежне. Оскільки в цей період неймовірно актуалізувалися історичні (національні) ідентифікаційні маркери, які не лише набули нового звучання і перегляду, але й викликали формування нових ідентифікаційних структур і механізмів.

Головне завдання трансформації музейних установ полягає у збереженні сутності музею (збирання, зберігання) при значній видозміні форм і методів

його діяльності. Результатом творчого пошуку в музейній сфері є створення нових типів музейних установ: культурних центрів, у яких діють спеціалізовані експозиції, що акцентують увагу на досягненнях різних галузей знань, окремих наук і видів мистецтва. Сучасний музей, окрім інноваційних стратегій, має підтримувати традиційні культурні стандарти на високому рівні [40] та забезпечувати спадковість гуманістичних цінностей.

Глибока інтеграція сучасного музею в соціум визначає його суспільну та культурну роль в умовах глобалізації. Музейна установа, зберігаючи та популяризує пам'ятки матеріальної та духовної культури, здатна запобігати посиленню тенденцій до культурної уніфікації шляхом усвідомлення нацією власної самобутності. Діяльність музею як репрезентанта культурних цінностей спрямована на формування й поширення знань, збереження пам'яті нації, підвищення рівня знань про минуле і сьогодення. Власне кажучи, йдеться про вироблення соціологічної концепції музею та музейної справи загалом.

Сьогодні в Україні склалася доволі неоднозначна ситуація, коли попередні, сформовані протягом десятиліть норми, що регулювали суспільні відносини, поступово руйнуються, натомість формуються нові ціннісні орієнтації та культурні парадигми. В умовах переходу від однієї соціально-політичної системи до іншої музейні установи зазнають значних змін, що зумовлює потребу теоретичного осмислення та всебічного аналізу трансформації музею як соціокультурного явища в контексті глобалізаційних процесів та глибоких потрясінь і трансформацій українського суспільства [33, 46].

Український соціокультурний процес характеризується дослідниками як суперечливий і мінливий. Тенденції розвитку акцентуються на значенні людської індивідуальності, свободі вибору в матеріальному самовизначенні і духовному розвитку, свободі слова і особистісних орієнтацій, різноманітності форм культурного життя, активізації процесу взаємовпливу і взаємозбагачення культур. Також в аналізі сучасної соціокультурної ситуації неможливо оминати складну взаємодію глобальних і локальних тенденцій, які проявляються у всіх сферах, втому числі і у сфері культури.

У світі, який постійно змінюється, музеї як індикатор відчують і переживають істотні трансформації в своєму змісті і діяльності. Звідси очевидно, що музейна діяльність набуває більшого соціокультурного значення: зростає роль музеїв у збереженні та інтерпретації культурної спадщини, в складних процесах соціальної адаптації і культурної ідентифікації, в освітньому процесі, в організації дозвілля.

Музей є засобом і образною моделлю способу адаптування людини до культури через відновлення цілісності світосприйняття. Цей свій зміст музей втілює через поєднання в собі інтелектуально-аналітичної (наука) і емоційно-художньої (мистецтво) суті; сакралізації раціонального й раціоналізації сакрального у свідомості; єдності безпосередньої й опосередкованої комунікації; просторово-тимчасового континууму, створюваного музеєм;

декларування принципу міждисциплінарності, високого рівня синергетики всіх форм і способів засвоєння дійсності [80, с.140].

Музей – це соціокультурний простір, де на певному історико-культурному матеріалі виявляються різні культурні контакти. Процес музейної комунікації передбачає не лише безпосереднє чи опосередковане спілкування відвідувачів із працівниками музею, його експонатами, але й спілкування між різними категоріями музейної аудиторії – відвідувачами, що відрізняються за віковою, етнічною, гендерною, конфесійною ознакою, освітнім та науковим рівнем.

На зміну традиційній музейно-педагогічній парадигмі, що полягає у трансляції наукових знань музейним працівником відвідувачеві, у сучасних умовах набуває розвитку концепція музейної комунікації, яка передбачає активну інтеграцію музею у соціум [16, с.225]. Учений Михайло Селівачов вважає музей основним інструментарієм процесу культуротворення [137, с.19].

Музей і музейна справа як суспільне явище у всіх їх проявах є об'єктом музеєзнавства. Ця наукова дисципліна вивчає історію та закономірності розвитку музеїв, їхні суспільні функції, питання теорії і методики музейної справи, систему наукового комплектування музейних фондів, документування й зберігання колекцій, а також методики побудови музейних експозицій і виставок, різних форм науково-освітньої діяльності музеїв [96, 30].

Якщо музеєзнавство – це наукова дисципліна, то музейна справа – спеціальний вид наукової та культурно-освітньої діяльності, що включає комплектування, зберігання, охорону та використання музеями культурних цінностей та об'єктів культурної спадщини України, в тому числі їх консервацію, реставрацію, музеєфікацію, наукове вивчення, експонування та популяризацію [96, 34]. Іншими словами, музейна справа є процесом, що характеризує суспільні відносини у царині культури загалом та культурної спадщини зокрема.

У сучасному музеєзнавстві досить міцно закріпилася думка про те, що музейна комунікація виступає як особливий вид культурної комунікації, яка зумовлює специфіку функціонування музею. Сучасний музей – це особлива комунікативна система, що характеризується наявністю різних рівнів комунікації [79, 96].

Україна володіє значним потенціалом музейної галузі – це 570 музейних закладів, 63 історико-культурних заповідники, 52 ареали історичних населених місць, понад 12 млн. пам'яток, загалом цінні об'єкти культурної спадщини знаходяться у 401 місті та понад 600 селах. В музеях працює більше 5 тисяч наукових співробітників. За даними Міністерства культури України у 2012 році музеї відвідало 22 млн. осіб.

Міжнародна рада музеїв (ICOM) визначає музеї як установи на службі суспільства та його розвитку, як фактор соціальних змін і культурної незалежності [159, 131]. У зв'язку з цим у 80-х роках ХХ ст. виник новий напрям у

музеології, зафіксований у Квебекській декларації ICOM 1984 року. Теоретики цього напрямку розглядають музей як форму для вирішення актуальних проблем суспільства та громади [96, 38]. В Україні 371 музейний заклад комунальної форми власності, що належать до сфери управління районних міст, деякою мірою, скоріше за формою, відповідає концепції нової музеології.

Серед фахівців музейної галузі поширене усталене уявлення про соціологію музейної справи як про процес вивчення закономірностей розвитку власне музею. І у зв'язку з цим слід наголосити, що соціологія музейної справи – це не тільки діяльність виключно музеїв як закладів, створених для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини. Поняття соціології музейної справи стосується також діяльності, пов'язаної із функцією управління музейною галуззю, виробленням наукових рекомендацій її розвитку та функціонування, визначення місця і ролі музеїв у суспільстві та ставлення суспільства до проблеми збереження культурно-історичного надбання.

Отже, поле діяльності соціології у царині музейної справи не обмежується лише дослідженням проблематики музеїв, а є ширшим та охоплює поняття музейної справи як суспільного явища і виявляє вплив інших суспільних процесів на галузь.

З'ясовуючи науковий статус соціології музейної справи важливо розрізнити її об'єкт і предмет. З погляду загальної соціології процеси, пов'язані із реалізацією завдань музейної справи, стосуються галузевої соціології – соціології культури – і можуть слугувати об'єктом уваги науковців, а музейна справа тут виглядає як предмет дослідження.

Об'єктом соціологічного пізнання в музейній справі є саме суспільство як цілісна соціальна реальність, що відбиває його інтереси у сфері культурної спадщини. З цим тісно пов'язані соціальні відносини, соціальні зв'язки, соціальні організації та розвиток і функціонування музеїв як соціальних інститутів суспільства.

Предмет соціології в музейній справі – загальні і специфічні закони та закономірності розвитку цієї галузі і її функціонування як соціальної системи, форми та механізм дії цих законів і закономірностей у діяльності особистостей, соціальних груп та соціальних інститутів.

Отже, з'ясувавши об'єкт і предмет соціології музейної справи, можна дати наступне, найбільш загальне її визначення – це наука про становлення і розвиток, функціонування соціальних процесів, механізми і принципи їх взаємодії, пов'язаних з потребою соціальних відносин у сфері збереження матеріальної та нематеріальної спадщини суспільства. Соціологія музейної справи є частиною соціології культури та являє собою систему суспільних відносин, викликаних потребою проектування минулого задля сьогодення та майбутнього.

Вчений В.В. Машталір, підкреслюючи соціальну значущість, вбачає місію сучасних музеїв у тому, щоб зробити культурно-історичну спадщину невичерпним джерелом знань і знаряддям суспільного розвитку [85, 1]. Музеєзнавець Л.О. Гріффен розглядає музей як соціальний інститут, завданням якого є соціалізація індивіда [30, 60]. Проблема соціалізації людини за допомогою музейних засобів є одним із головних завдань соціології музейної справи – допомогти людині визначити свої особистісні та групові координати в багатовимірному соціальному просторі існування і її особисто, і суспільства в цілому [50, 20].

Соціалізація людини, на думку музеєзнавця Н.І.Капустіної, відбувається не лише одноосбно, а й у складі соціальних груп та спільнот, пов'язаних єдністю цілеспрямованої діяльності [128, 16]. Цей процес супроводжується створенням відповідних соціальних інститутів – сталих форм організації спільної діяльності людей, що склалися історично. Завдяки їм відбувається функціонування спільнот і всього суспільного організму, здійснюється соціалізація індивідів, тобто їх входження у життя суспільства і виконання ними певних соціальних функцій і ролей.

У такому значенні музей як соціальний інститут є одним із механізмів самоорганізації спільного життя людей та органом управління ним.

Синтез понять – людина, музей як форма організації спільної діяльності людей та соціальний процес навколо музею можна назвати соціологічною концепцією музейної справи. В основу соціологічної концепції музейної справи покладене розуміння людини у її культурно-історичному розвитку, намагаючись з'ясувати, чому, як і для чого ця людина створює суспільство й жила або живе у ньому.

З такого погляду соціологію музейної справи можна визначити як науку про становлення та функціонування соціальних спільнот, між якими складаються соціальні відносини і взаємодія щодо пізнання та використання культурної спадщини, а також про людину як складову цих спільнот та головного рушія розвитку історичного процесу.

Реалізація функціонального призначення музейної галузі відбувається за допомогою соціального діалогу, у якому провідну роль відіграють відвідувачі, як сторона діалогу, та музей, як інша сторона цього діалогу в якості інституціональної форми. Відвідувач звертається до музею, аби задовольнити свою потребу у пізнанні історії суспільства та природи. Власне кажучи, відвідувач прагне відчувати та пізнати час, минуле у його суспільно-історичних зв'язках, а музей, за посередництва музейного предмета та музейної експозиції, задовольнити цю потребу.

Соціальна функція музейного предмета є проблемою соціологічного пізнання в галузі музейної справи, адже пам'ятка історії та культури несе в собі інформацію про суспільство, що її створило на певному історичному етапі свого розвитку. Розкриття суспільно-історичних зв'язків такої пам'ятки

можна назвати соціологією музейного предмета. Соціальна функція музейного предмета реалізується у формі музейної експозиції та у документальній формі в результаті проведення наукової експертизи предмета. Від повноти розкриття інформації, закладеної у музейному предметі, залежить його суспільна значущість і статус.

Як приклад, Скіфська золота царська пектораль, віднайдена Б.М.Мозолевським в кургані Товста Могила у 1971 році. Тільки багаторічні дослідження дали змогу стверджувати, що пектораль – не лише шедевр мистецтва, а й концептуальний виріб культового призначення, композиція котрого відбиває космогонічні уявлення скіфів – їхню концепцію потрійності світобудови [94, 173]. На підставі цього Скіфська золота царська пектораль має статус національного надбання та найвищу ступінь суспільної значущості.

Сучасні теоретики (Ф.Вайдахер) відзначають зміну музейної парадигми, що полягає у переміщенні фокусу музейної діяльності з предмета на суспільство.

Відображаючи кардинальні зміни в суспільстві і культурі, музеї в сучасному світі також переживають істотні трансформації у своєму змісті і діяльності. Очевидно, що музейна діяльність набуває все більшого соціокультурного значення: зростає роль музеїв у збереженні та інтерпретації культурної спадщини, в складних процесах соціальної адаптації і культурної ідентифікації, в освітньому процесі, в організації дозвілля. Музеї як публічні інституції саме через програмну складову музейної діяльності (виставки, лекції, освітні програми, круглі столи, конференції) реалізують місії музею в суспільстві.

Сьогодні все більше розглядають музей як комунікативний простір – контакт публіки з мистецтвом і культурою через постійну музейну експозицію, яка виступає одним з основних каналів музейної комунікації. Саме в музейній експозиції виявляється внутрішня і символічна, часто знакова, суть речей. У музейній експозиції предмет виступає як першоелемент.

Водночас, у музеях простежується тенденція до концептуалізації, коли предмет втрачає своє значення на противагу ідеї, яка в ньому закладена [151, с.7].

Прихильники постмодерної інтерпретації музейного простору в експозиціях вбачають «гранично ускладнену або гранично спрощену сукупність як об'єкт для інтерпретації, деконструювання і переоформлення [68, с.136]».

І саме тому в даному разі «комунікативна функція музею полягає в цілеспрямованому виявленні комплексу значень, притаманних речі», він є інститутом, що «виявляє культурно-формуючу функцію речі як посередника (знаку) в комунікативних процесах [151, с.8]».

Розвиток соціології музейної справи спрямований також на вивчення музейної аудиторії як складової соціального діалогу з метою реалізації місії музею в соціумі. Для цього використовуються різноманітні та багаторівневі методики залежно від цілей і завдань досліджень, серед яких найбільш поширені пілотажне дослідження, моніторинг, спостереження, опитування [96, 68].

Цікавим є спостереження Дніпропетровського національного історичного музею ім. Д.Яворницького, яке свідчить, що за останні 25 років його музейна аудиторія стала значно молодшою. Дослідження, проведене Національним військово-історичним музеєм України, дало відповідь на питання про шляхи отримання відвідувачами інформації про музей. Понад 30 відсотків відвідувачів музею отримали інформацію від друзів. Як висновок, музей спрямував свої зусилля на досягнення високої якості музейного продукту, від якого залежить не тільки відвідуваність музею, але і його пізнаваність та становище у суспільстві.

Однак, поза увагою дослідників знаходиться проблема вивчення потреб суспільства щодо визначення напрямів розвитку музейної справи. Тож, висновок, соціальний діалог у музейній справі відбувається за активності музеїв як соціальних інститутів. Провідну роль у цьому діалозі з боку суспільства належить громадським об'єднанням. Їх діяльність виглядає як продовження соціальної функції музейної галузі. Роль музейної аудиторії відбивається в індикативній функції – збільшення чи зменшення відвідувачів музею свідчить про рівень реалізації його соціальної функції та задоволення культурно-історичних потреб суспільства.

Важливою соціальною функцією музейної галузі в Україні є формування системи духовних цінностей суспільства, української ідентичності, утвердження ідеї української держави як національного пріоритету. Соціологічне дослідження, проведе Інститутом стратегічних досліджень ім. С. Разумкова, свідчить про регіональну відмінність у відображенні музейними засобами історичної долі України і, у зв'язку з цим, про складність процесу формування історичної пам'яті в Україні.

Вчений Л.В. Чупрій підкреслює, що проблема формування спільної історичної пам'яті та подолання розбіжностей в тлумаченні ключових історичних подій різними соціальними, регіональними та етнічними групами є одним із стратегічних завдань держави, і одну з головних ролей при вирішенні цього завдання повинні відігравати музеї. На його думку, музей – це історично обумовлений багатofункціональний інститут соціальної пам'яті, через посередництво якого реалізується потреба суспільства у відборі, зберіганні і репрезентації специфічної групи культурних і природних об'єктів, які усвідомлюються суспільством як цінності, що передаються із покоління в покоління [166]. Такої думки доходить і вчений В.В.Машталір у своєму дослідженні військових аспектів культурної спадщини України[85, 8]. Це визначення підкреслює соціальну спрямованість музейної галузі та важливість соціології у вивченні проблем її розвитку.

Особливе значення соціології музейної справи виявляється в її здатності об'єктивно оцінювати соціальні явища і процеси, формувати і сприяти накопиченню знань про музейної справу як соціальну дійсність. Соціологічні знання в галузі музейної справи важливі при розробці і здійсненні соціальних проектів у цій сфері суспільного життя.