

2.2. МІСЦЕ СОЦІОЛОГІЇ МУЗЕЮ У СТРУКТУРІ МУЗЕЄЗНАВСТВА

Розглядаючи проблеми становлення та розвитку музеєзнавчої думки в Україні, Росії та інших зарубіжних країнах дослідниця Ю.Ключко наголошує на тому, що музеєзнавство досліджує процеси збереження і передачі соціальної інформації засобами музейних предметів [57, 60]. З часу визначення Й.Грассе музеєології як науки у 1883 р. дискусії щодо її визнання у ролі самостійної наукової дисципліни не вщухають, що сприяє її розвитку та формуванню. Як приклад, майже через 100 років розпочинається поворот музеєології до вивчення соціальних та політичних проблем суспільства. У декларації Генеральної конференції ІКОМ 1984 р. підтверджене першорядне значення соціальної місії музею порівняно з його традиційними функціями. Важливим спостереженням дослідника є тезис про те, що при створенні сучасного музею вже недостатньо враховувати тільки історичне і культурне його значення. Слід розглядати музей як соціокультурний феномен, що відображає соціальні потреби суспільства [57, 68].

Науковець М. Сомов, досліджуючи проблеми сучасної музейної комунікації, на основі аналізу наявної літератури виділяє серед інших і соціальний рівень комунікації музею як соціальної інституції [145, 71]. Цей рівень передбачає комунікацію музею із відвідувачем та потенційним відвідувачем, визначення орієнтації суспільства на сприйняття соціокультурних цінностей, взаємодію суспільства та музею, ставлення суспільства до музею. Тобто, за його переконанням, це інформаційний потік, у якому існує двосторонній зв'язок між інститутом музею та суспільством, метою якого є широке залучення громадськості до роботи музею. Це визначення співзвучне з висновком Ю.Старікової [152, 71], але воно не враховує весь аспект соціології музеєзнавства.

Аналізуючи матеріали Європейського музейного форуму доктор філософії К. Смаглій вирізняє сучасні тенденції розвитку європейських музеїв. [142, 78]. Серед іншого вона виділяє контент: музей – це не те, що всередині нього, а те, наскільки активно його дирекція залучає публіку до оцінки та осмислення музейної колекції та аналізу історичної спадщини, наскільки інтелектуально стимулюючою є атмосфера в музеї, наскільки музей відповідає потребам відвідувачів.

Національний музей Ліверпуля провів власне дослідження соціальної відповідальності музейної індустрії та її позитивного впливу на сталий економічний розвиток громад. Музей історії транспорту та подорожей Ріверсайд у Глазго перед початком перепланування експозиції активно консультувався з відвідувачами, вивчав їхні очікування, потреби та побажання, на основі чого опрацював вдалу стратегію побудови експозиції, що призвело до збільшення кількості відвідувачів до 1,45 млн. осіб. Як висновок проведеного досліджен-

ня – музеї Європи долають свою ізоляцію та стають активними соціальними інституціями, їх діяльність орієнтована на задоволення інтересів та потреб публіки й активних громадян. Допомогу у цьому їм надають інструменти соціології, що широко використовуються у стратегічному плануванні музеїв.

Як свідчить історіографічний аналіз, проблеми теоретичної музеології розглядалися низкою науковців. Здебільшого потреба розвитку теоретичного осмислення музеєзнавства та теорії музеології відображена у підручниках та навчальних посібниках з музейної справи. Зокрема, це стосується питання структурних компонентів музеєзнавства.

У навчальному посібнику М. Рутинського та О. Стецюк у структурі музеєзнавства виділяють дві складові частини – загальну та спеціальну, які взаємопов'язані. Однак, місце соціології музеєзнавства у цій структурі авторами не визначене [134, 18]. У підручнику відсутнє саме поняття соціології музеїв як в теоретичному, так і прикладному значенні, а комунікативна функція розглядається як PR-технологія у налагодженні зв'язку музею та суспільства у контексті формування суспільної думки про музей.

У навчальному посібнику, написаному колективом музеєзнавців Державного історичного музею Радянського Союзу та Музею німецької історії Німецької Демократичної Республіки, також розглядається структура музеєзнавства, і проблеми музейної соціології не знайшли свого відбиття як у прикладному музеєзнавстві, так і в теорії музеєзнавства. Скоріше це є свідченням того, що на час виходу посібника соціологія як проблема теоретичного вивчення та форма роботи у музеях була відсутня [95, 24].

Водночас зазначимо, що соціологічні дослідження автори підручника розглядають як складову частину музеєзнавчих досліджень, в галузі комунікації пов'язаних зі створенням музейних експозицій, що свідчить про початки використання соціології у музейній справі. Відсутність самого поняття музейної соціології на даному історичному етапі розвитку музеєзнавства компенсована іншими термінами, які за змістом співзвучні – наприклад, інтерпретація музейних предметів за своїм змістом відповідає поняттю соціології музейного предмету. [95, 109]

В. Якубовський у підготовленому ним навчальному посібнику для студентів вищих навчальних закладів виділяє основні соціальні функції музею: наукове документування явищ природи і процесів розвитку суспільства, захист культурної спадщини, наукові дослідження, формування світогляду членів суспільства [188, 75]. У даному разі соціологія музейної справи не розглядається, але корисні практичні завдання, а також методика вивчення музейного предмета як основи його соціології, розміщені у підручнику. У іншому посібнику, присвяченому екскурсознавству і музеєзнавству, питання соціології теж лишилося поза увагою його авторів [6].

У навчальному посібнику з музеєзнавства В. Шевченко та І. Ломачинської розглядаються питання соціальних функцій музею, музейної комунікації та

вивчення музейної аудиторії [168, 237]. Відзначимо таку позитивну новацію даного навчального посібника як те, що він призначений для дистанційної форми навчання. Щодо вивчення музейної аудиторії, то висновки авторів співзвучні із іншим авторитетним автором посібника для вищої школи доктором історичних наук Т. Юрєневою із Росії. Узагальнюючи ці історіографічні джерела зробимо висновок, що в теоретичній постановці проблематика музейної соціології не розглядається як окремий розділ теоретичного дослідження музеології, а констатується той факт, що для вивчення аудиторії музею необхідно проводити соціологічні дослідження [181, 489]. Тобто соціологія не є основою теоретичного надбання у музейній індустрії, що підкреслює актуальність та важливість проведення наукового дослідження з проблем соціології музеєзнавства.

Як приклад такого стану наукової розробки проблеми є дослідження О. Семашко, присвячене соціології мистецтва. Його праця – важливий доробок у становленні теоретичних основ соціології культури в Україні загалом. У структурі соціології мистецтва, яку розуміє автор у значенні соціології художньої культури, він виділяє такі внутрішні її галузеві соціології: соціологія художньої літератури, музики, театру, образотворчого мистецтва, кіно та естетичного виховання [139], соціокультурні і художні проблеми міста і архітектурної діяльності [140]. Музейну справу вчений не розглядає як предмет дослідження, що підкреслює її окремішність у структурі соціології культури. Теоретичні здобутки О. Семашко є вагомим доробком теорії соціології культури і можуть бути використані при проведенні теоретичних досліджень у музеєзнавстві у контексті того, що це складові одного загального культурологічного процесу.

Водночас слід зауважити, що О. Семашко не окреслив самої структури соціології культури. Через те є полемічним його визначення місця соціології театру і соціології кіно, як і соціології архітектури в якості галузевих соціологій і як складової частини соціології мистецтва. Структура соціології культури як галузева соціологія включає в себе теорію соціології мистецтва, театру, кіно, архітектури і музеєзнавства.

У іншому монографічному дослідженні Т. Юрєнева виділяє проблематику взаємодії суспільства та музею [182, 445]. Вона зазначає, що роль музею у сучасному суспільстві постала однією із ключових проблем. Слід наголосити, що дослідження Т. Юрєневої найближче стоять до постановки проблеми теорії музейної соціології, хоча як напрям у музеології цей аспект дослідниці ще не розглядає.

Пошуки практичного місця соціології у музейній практиці в Україні були продовжені в рамках українсько-нідерландського проекту «МАТРА – музеї України», проведеного за підтримки Міністерства закордонних справ Нідерландів. Зокрема, розглядалися питання практичного вивчення відвідувачів, співпраця з публікою та цільові групи музею [100, 147, 197, 207] у контексті

їх застосування у музейному менеджменті та освітній діяльності музею, однак теоретичного обґрунтування не знайшли.

У авторитетного музеєзнавця Ф. Вайдахера музеологічне дослідження завершується презентацією на тлі простору і часу [13, 264], що співзвучно поняттю музейна соціологія. І хоча у прямому контексті проблематика музейної соціології у дослідника не звучить, однак вона присутня у багатьох контекстах. Назвемо деякі з них – використання зібрання та робота з громадськістю, інтерпретація як мета музейної популяризації, орієнтація, інформаційна насиченість та спроможність сприйняття експозиції, впливи на поведінку відвідувачів, звертання до цільових груп і мотивація відвідувачів, вивчення публіки, вивчення відвідувачів, опитування відвідувачів, питання майбутнього тощо [13, 22 – 25, 30 – 34, 54, 126, 141, 174, 189, 225, 238 – 245, 262, 343, 357, 358, 369, 429, 441, 442, 445, 554]. Власне, хоча праця Ф. Вайдахера не має конкретних викладів теорії музейної соціології, але вона пронизана нею. Це є свідченням того, що соціологія стала основою музейної діяльності і настав час для здійснення теоретичних досліджень та наукових узагальнень і висновків у цій галузі.

Слушне у даному разі зауваження С. Сотникової про те, що російська наукова думка визначила процес формування самостійного напрямку діяльності музею як музейну соціологію, а європейська музеєзнавча школа – як вивчення відвідувача, що ми бачимо у Ф. Вайдахера, у чому і полягає їхня відмінність. [146, 118].

Музейна проблематика знайшла своє відбиття у роботах Т. Белофастової, М. Гнедовського, В. Дукельського, А. Дьячкова, І. Іксанова, О. Караманова, Н. Макарова, Н. Пусепліної, Д. Равикович, С. Руденко, Т. Сидоренко, В. Снагощенко, І. Ткаченко, А. Фролова, І. Філоненко. Доктор історичних наук О. Кислий доводить, що теорія музеології пов'язана із концептуальним розумінням буття та соціальних трансформацій [54, 166]. Разом з тим, питання сутності, характерних особливостей трансформації музею як соціокультурного інституту, його роль і місце в контексті національних та глобалізаційних процесів, а також соціологія музейної справи досліджені недостатньо.

Науковці, аналізуючи різні аспекти музеології, так чи інакше торкаються питань соціальної функції музею, підкреслюючи її важливість і фундаментальне значення. Однак, узагальнюючого уявлення про реалізацію цієї функції за допомогою і використанням методологічного інструментарію соціології, як і саме по собі питання соціології музейної сфери, не розглядають. Соціологія музейної справи на теоретичному рівні не знайшла свого визнання, а розглядається музеями як прикладний інструмент його діяльності. У європейських музеях вона постала основою музеологічних досліджень, що розвивають діяльність музеїв.

З погляду теорії місце музейної соціології у структурі музеєзнавства визначається як окрема суміжна дисципліна теоретичного музеєзнавства у

його загальній частині. Доктор історичних наук, знаний російський дослідник музеєзнавства С. Сотникова розглядає музейну соціологію як результат трансформації теорії комунікації [146, 120]. На її думку, разом із музейною педагогікою ця остання сприяє трансформації музеєзнавства у музеологію – міждисциплінарний напрям у теорії пізнання [146, 123].

Як і інші структурні елементи музеєзнавства музейна соціологія тісно пов'язана і взаємодіє з прикладним музеєзнавством та виступає його теоретичною основою. Вона є основою музейного маркетингу та менеджменту. Музейні соціологи займаються багатоаспектним вивченням відвідувачів, прогнозуванням їх попиту на різноманітні види музейної інформації, визначенням їх очікувань, забезпеченням на цій основі результативності музейних програм.

Отже, соціологія музейної справи отримала практичне визнання у діяльності музеїв, однак не набула теоретичного обґрунтування свого місця у загальній структурі музеєзнавства та культури.

