

4. Каднічанський Д. Скансени України: [етнографічні мезеї просто неба] / Д. Каднічанський// Краєзнавство . Географія. Туризм. — 2010. — № 16. — С. 3 — 8.

5. Музей народної архітектури, побуту та дитячої творчості в селі Прелесне. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kraeved.dn.ua/index.php?id=4594&show=4nalbum&do=showgall&gid=8778>.

6. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: Навч. посіб. — К.: Знання, 2008. — 428 с.

7. Федака П. Quo vadis, музею? [Електронний ресурс]. — сайт „Всеукраїнська асоціація музеїв”. — Режим доступу: <http://vuam.org.ua/uk/>.

8. Шмелев В.Г. Музеи под открытым небом: очерки истории возникновения и развития / В.Г. Шмелев. — К.: Наукова думка, 1983. — 120 с.

УДК 069.53-028.22

Півень В. О.

ВИСТАВКОВА РОБОТА У СУЧАСНОМУ МУЗЕЇ: ПРОБЛЕМИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТА МУЗЕЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У даній статті охарактеризовано головні елементи візуальної подачі матеріалів в контексті організації тимчасових музейних виставок. Автор виділяє ключові методи музейної комунікації, враховуючи проблеми, з якими стикаються сучасні фахівці музейної справи та нові можливості, що відкриваються перед ними.

Ключові слова: виставка, експонат, візуалізація, музейна комунікація.

В данной статье охарактеризованы главные элементы визуальной подачи материалов в контексте организации временных музейных выставок. Автор выделяет ключевые методы музейной коммуникации с учетом проблем, с которыми сталкивается современный музей и новых возможностей, которые открываются перед ним.

Ключевые слова: выставка, экспонат, визуализация, музейная коммуникация.

The main elements of visual presentation in the context of temporary Museum exhibitions are described in the article. The author identifies the key methods of Museum communication with regard to the challenges contemporary Museum are facing with and new opportunities are opening up before it.

Keywords: exhibition, exhibit, visualization, Museum communication.

На сьогоднішній день все більшої актуальності в українському суспільстві набирають проблеми формування національної історичної пам'яті та популяризації історичного надбання, що призводить до зростання ролі музеїв та музейних установ у сучасному громадському житті.

Стрімкий розвиток новітніх інформаційних технологій призводить до активізації пошуків нових видів і форм організації експозиційної та виставкової роботи, стимулює розширення міждисциплінарних зв'язків фахівців з музейної справи та професіоналів у царині реклами, менеджменту, мистецтвознавства, культурології тощо. Крім того, зростання популярності серед молоді різноманітних онлайн-ресурсів кидає новий виклик музейним установам і ставить перед ними доволі складне завдання зацікавити аудиторію, запросити відвідувачів та не розчарувати їх. Тому головне

завдання даної статті автор вбачає у виокремленні та аналізі основних проблем візуалізації та музейної комунікації з метою пошуку нових шляхів до встановлення порозуміння та налагодження плідного діалогу в рамках «музей-відвідувач».

Термін «музейна комунікація» було введено до наукового обігу канадським вченим Д. Камероном у 1960-х роках. Серед науковців немає єдиного трактування даного терміну, Д. Камерон, Ф. Вайдахер та Ю. Родемер розглядають музейну комунікацію як складну багаторівневу систему, але виділяють різні змістовні елементи [1, с. 11; 6, с. 174 – 176; 10, с. 8;]. Деякі дослідники розглядають теорію музейної комунікації як модель сучасного освітнього процесу [4, с. 422]. Т. Ю. Белофастова та Б. А. Столяров відходять від узагальнення поняття та прагнуть виділяють певні форми і моделі музейної комунікації [5, с. 36 – 37; 13, с. 67 – 68]. Експозиція музею є основним засобом музейної комунікації [9, с. 187] тому дослідники образної структури експозиції пояснюють її в різний спосіб. А. Д. Тімрот схильний трактувати музейну експозицію як синтетичний художній твір [14, с. 32], Л. П. Велика підкреслює соціокультурну природу експозиційного образотворення [7, с. 58]. Ведучи мову про мистецтво експозиції, слід згадати дослідника С. Б. Руденка, який наголошує на соціокультурній сутності власне музейних пам'яток та пропонує їхню класифікацію [11, с. 78].

Важливим елементом реалізації соціокультурного потенціалу музею є його виставкова діяльність [7, с. 4]. Практика проведення тимчасових виставок дає широке поле для втілення нових методів візуалізації та експонування матеріалів, пошуку незвичних форм та каналів взаємодії з відвідувачами. Враховуючи тривалий досвід виставкової роботи Музею історії ХНУ імені В. Н. Каразіна можна з упевненістю сказати, що за своїм втіленням тимчасова виставка є синтетичним візуально-просторовим твором. Важливим її елементом є не тільки відбір матеріалів для експонування, а й формування цілісного для сприйняття комплексу експонатів різних видів і форм, створення атмосфери відтвореного часу.

При створенні тимчасової виставки її куратор має більше свободи у формах та методах втілення ідей, ніж при роботі над проектуванням постійної експозиції. На відміну від переважно статичних експозицій, тимчасова виставка – це динамічний засіб музейної комунікації, втім із такою самою специфічною музейною сутністю і також з орієнтацією на концепцію [6, с. 205]. На першому

місці в обох видах роботи завжди є відбір музейних предметів для експонування з урахуванням їхніх основних властивостей — інформативності, атрактивності та експресивності [8, с. 30].

За твердженням фахівців, свідомість сучасної людини підготовлена для моментального сприйняття образу і співставлень, вона потребує максимальної інформативності, різноманітності, ритму, швидкості і яскравої видовищності [7, с. 65]. Тому на передній план виходять проблеми візуальної складової, візуалізації, як методу специфічної «подачі» матеріалу

У першу чергу, слід підкреслити, що візуальна мова містить такі основні елементи, як простір, форма та колір із безліччю їх візуальних різновидів [6, с. 215].

Просторова орієнтація є однією з найважливіших складових концепції тимчасової виставки. Нагальною проблемою часто стає пошук додаткових виставкових площ та оригінальних методів подачі матеріалів, що є особливо актуальним при необхідності використання елементів плакатного мистецтва чи живопису. Співробітники Музею історії ХНУ імені В. Н. Каразіна при організації виставки, присвяченої студентству 1920-1930-х років ввели до експозиційного простору вертикальні полотна тієї ж кольорової гами, що і загальний дизайн приміщення. Таке рішення дозволило експонувати плакати зазначених часів, фотографії, які були оцифровані або наявні лише в електронному варіанті, вірші, карикатури та фейлетони. Використання додаткових полотен не тільки позбавило нас від перенасиченості вітрин виставковими матеріалами, а й допомогло візуально довершити виставку, зробити виставковий простір цілісним, а виставку – більш атмосферою.

Тимчасові виставки дають куратору можливість використання допоміжних об'єктів, як то копії, моделі, інсталяції, що незмінно призводить до розмаїття форм візуальної подачі матеріалу з використанням вітрин, вертикальних поверхонь чи розташування експонатів у вільному доступі. Під час монтування виставки «Професорська родина другої половини ХІХ – початку ХХ ст.» до виставкового простору було введено інсталяцію з вазою, квітами та фотографією професора В. П. Воробйова з дружиною. Такий хід підкреслив романтичну складову виставки, надав відчуття домашнього затишку.

Не останню роль в успішному проведенні виставок відіграє кольорова гамма оформлення. Тимчасові виставки часто відкриваються

поруч з елементами основної експозиції, тому нагальним є вирішення питання гармонії кольору. Велику роль у сприйнятті відіграє контрастність кольорів. У першу чергу відвідувач сприймає активні кольори, наприклад, жовто-гарячий або червоний [15, с. 22], тому «кольорові наголоси», за умови, що їх розставили правильно, здатні надати додаткового динамізму та акцентувати увагу глядача. Не можна не враховувати психологічний вплив кольору, який наочно демонструється почуттями, переживаннями, які відчуває людина під впливом того чи іншого відтінку [3, с. 5]. Асоціативне сприйняття кольору було використане співробітника Музею історії ХНУ під час підготовки виставки «Наші в Антарктиді». Поряд з експонатами, наданими нам учасниками полярних експедицій та матеріалами з фондів музею, було змонтовано чотиригранний короб білого кольору, на вертикальних поверхнях якого були представлені фотографії антарктичних досліджень наших дослідників та полярні пейзажі. Такий спосіб експонування стимулював уяву відвідувачів та викликав стійкі асоціації зі снігом і холодом.

Відносно новою формою візуальної подачі є мультимедійне супроводження тематичних виставок. За рахунок безпосереднього введення у візуальну музейну модель кадрів кінохроніки, тематичних фільмів і навіть мультиплікації значно поглиблюється зміст оповіді, збільшується просторовий і часовий обсяг теми, а образ в цілому набуває експресії [7, с. 101]. Під час виставки, присвяченої 50-річчю відкриття Головного корпусу ХНУ, відвідувачам було запропоновано переглянути кадри кінохроніки із урочистим перерізанням стрічки та святковими заходами, що створювало атмосферу піднесення та підігрівало інтерес до виставки в цілому.

Візуалізація покликана не тільки довершити цілісність та видовищність тимчасової виставки, але й створити специфічну атмосферу, надати емоційності та мистецької довершеності готовому музейному продукту.

Організація та проведення музейних заходів носить об'єднаний характер. Невід'ємною складовою такої діяльності є музейна презентація, що передбачає повторну селекцію, під час якої із загального зібрання відбираються об'єкти, які мають у конкретному випадку особливо високу виражальну та доказову здатність [6, с. 198]. Останнім часом Музей історії ХНУ проводить презентації своїх тимчасових виставок, готує рекламні матеріали та запрошує гостей. В такий спосіб до виставкової діяльності привертається більша увага, до

того ж відбувається актуалізація музейних колекцій, заохочення науковців та відвідувачів до співпраці.

Нововведенням у царині музейної комунікації є створення електронних тематичних виставок – комплексів оцифрованих фотографій, документів та зображень музейних предметів, що дають можливість всіх охочим долучитися до музейних зібрань через світову павутину. Музей історії ХНУ виступив ініціатором проведення загальноуніверситетської акції «Фронтвий альбом», підсумком якої стало проведення навесні 2015 р. тимчасової виставки під цією ж назвою. Учасники акції надали для експонування оригінали чи цифрові копії фотографій воєнних часів із сімейних архівів. Всі фотографії біли оцифровані і з дозволу власників стали експонатами електронної виставки «Фронтвий альбом», дизайн якої було витримано у стилі альбому з фотографіями. Кожен відвідувач офіційного сайту Музею історії ХНУ може погортати його сторінки.

Одним із інструментів, який залучається для того, щоб відвідувач став активним суб'єктом музейної комунікації, тобто набув можливостей певним чином впливати на неї, виступає Книга відзв'язів. В комунікаційному ланцюжку вона відіграє роль зворотного зв'язку [5, с. 37].

Із зростанням популярності інтернет-ресурсів та поширенням соціальних мереж музеї змушені відповісти на виклик часу. Невід'ємною складовою функціонування сучасного музею є наявність офіційного веб-сайту з актуальним та динамічним контентом та спеціальних груп у соціальних мережах для залучення нової аудиторії та популяризації своєї діяльності. Як і книга відгуків, даний спосіб музейної комунікації зворотній зв'язок та інтенсифікацію контактів з відвідувачами. Поява нових каналів взаємодії, пов'язаних з процесами розвитку масових комунікацій, вимагає не просто їхнього механічного входження в поле музейної комунікації, але і визначення їхнього місця як структурних компонентів в рамках комунікаційної системи [12, с. 251].

Оригінальним та трендовим на сьогоднішній день методом музейної комунікації є залучення волонтерів до роботи в стінах музею. Такий вид співпраці розширює горизонти музейної роботи, сприяє порозумінню між музейними співробітниками та цільовою аудиторією. При підготовці тимчасових виставок на волонтерських засадах до Музею історії ХНУ передаються автентичні речі для тимчасового

експонування, що, без сумніву, сприяє формуванню нових яскравих виставкових образів.

Сучасний музей отримав величезну кількість шляхів до налагодження взаємодії з відвідувачами. Виділивши лише деякі із них стає зрозуміло, що першочерговим завданням для музею як соціально та науково привабливої установи є формування позитивного іміджу серед відвідувачів і колег. Сьогодні імідж музею складається із якості експозиції, рівня заходів та програм, що він проводить та виходом музею у відкритий інформаційний простір [2, с. 289].

Окресливши основні методи музейної комунікації очевидними стають проблеми, з якими тут стикається сучасний музей. Найголовнішими із них, на думку автора, є відсутність у більшості музеїв необхідної техніки для демонстрації мультимедіа та спеціальних конструкцій для експонування предметів різних видів; низька публічна та інтернет активність; консерватизм в організації виставкової діяльності та плануванні музейних заходів.

Музейна комунікація – складне і багатогранне поняття, що включає в себе інтерпретацію музейних предметів, візуальну складову експозиційної та виставкової роботи, налагодження плідного двостороннього діалогу з відвідувачами. Сучасний музей має чимало проблем, проте сьогодні дарує нам багато яскравих перспектив вдосконалення всіх аспектів музейної діяльності, технології дають можливість по-новому показати колекції, зацікавити навіть найвибагливішого відвідувача, а інтернет-ресурси є полем для втілення сміливих професійних проєктів та пошуку однодумців і спонсорів.

Література

1. Whittle Christopher The Museum as a Communication System: A Review and Synthesis / Christopher Whittle. – New Mexico, 1997. – 26 p.
2. Актуалізація науково-технічної спадщини в пам'яткоохоронній та музейній діяльності / під заг. ред. Гріффена Л.О. –К., 2014. – 296 с.
3. Андрушко М. О., Ясінський В. П. Вплив білого кольору на психіку та фізіологічні функції людини / М. О. Андрушко, В. П. Ясінський // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2013 – №1 – С. 3–13
4. Беззубова О. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса / О. Беззубова // Коммуникация и образование: Сборник статей. – Санкт-Петербург, 2004. – С. 418-427.
5. Белофастова Т. Ю. Музей у системі сучасних комунікацій / Т. Ю. Белофастова // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв: Наук, журнал. – 2009. – № 4 – С. 36 – 40
6. Вайдакер Ф. Загальна музеологія: Посібник / Перекл. з нім. В. Лозинський, О. Лянг, Х. Назаркевич. – 2005. – 632 с.

7. Велика Л. П. Музейне експозиційне мистецтво / Л. П. Велика. – Х., 2000. – 160 с.
8. Горовий А. В. Музеєзнавство в навчальному закладі / А. В. Горовий. – К., 2011. – 120 с.
9. Кудряшов Г. О. Музейна комунікація як засіб посилення українського національного компонента виховного процесу у школі і виш : (із досвіду роботи музею народної артистки України, героя України Раїси Кириченко) / Г. О. Кудряшов, С. І. Тягло // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – 2007. – № 4. – С. 185 – 190.
10. Ромедер Ю. Методы и средства музейной работы: педагогика обслуживания отдельного посетителя в музее / Ю. Ромедер // Музееведение и охрана памятников: Науч. реф. сб. – 1980. - Вып. 2. – С. 8 – 11.
11. Руденко С. Б. Музейна пам'ятка : соціокультурна сутність та місце в системі історико-культурних цінностей / С. Б. Руденко. – К., 2012. – 120 с.
12. Сапанжа О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации / О. С. Сапанжа // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – № 103 – С. 245-252.
13. Столяров, Б.А. Музейная педагогика. История, теория, практика / Б. А. Столяров. — М., 2004 — 216 с.
14. Тимрот А. Д. Искусство музейной экспозиции: современные тенденции архитектурно-художественных решений / А. Д. Тимрот. – М., 1982. – 119 с.
15. Фрилинг Г., Ауэр К. Человек – цвет – пространство. Пер. с нем. / Г. Фрилинг, К. Ауэр. – М., 1973. – 141 с.

УДК391(=161.2):[069:39](477.54)

Чумак М. П.

СЛОБОЖАНСЬКА ВИШИВКА ЯК ВИСТАВКОВИЙ ОБ'ЄКТ КРАЄЗНАВЧИХ МУЗЕЇВ ХАРКІВЩИНИ

Вишивка в епоху глобалізації, прискорених змін у матеріальній культурі стає засобом збереження емоційної рівноваги, психічного здоров'я, про що свідчать долі багатьох жінок у селі, сучасниць, особливо педагогів, доярок, пов'язаних із щоденним навантаженням.

Ключові слова: Вишивка, краєзнавчий музей, кітч, інтернет-ресурси, Харківська область.

Вишивка в епоху глобалізації, ускорених изменений в материальной культуре становится средством сохранения эмоционального равновесия, психического здоровья, о чем свидетельствуют судьбы многих женщин в селе, современниц, особенно педагогов, доярок, связанных с ежедневной нагрузкой.

Ключевые слова: Вышивка, краеведческий музей, китч, интернет-ресурсы, Харьковская область.

Embroidery in the era of globalization, accelerated changes in the material culture becomes a means of preserving emotional equilibrium, mental health, as evidenced by the fate of many women in the village, contemporaries, especially teachers, milkmaids, associated with a daily load.

Keywords: Embroidery, Museum of local lore, kitsch, Internet resources, Kharkiv region.

Вишивку як важливий, семантично навантажений елемент етнокультури варто розглядати не тільки в комплексі оздоблення