

11. Указом Президента України № 622/2011 схвалено концепцію державної міграційної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/13642.html>.

*The article analyzed the legal and institutional support of the migration policy of Ukraine. The situation of migration in Ukraine is analyzed, a number of issues, including issues of migration, deportation and the readmission of refugees are outlined. The role of migration in the integration aspirations of Ukraine and the impact on its relations with the European Union are under review.*

**Key words:** migration, Concept of Migration Policy, Action Plan on visa facilitation, readmission, deportation.

Отримано: 29.08.2012

УДК 37:93/94-057.875

**П. В. Вербицька**

### **СОЦІОКУЛЬТУРНА РОЛЬ МУЗЕЮ У КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМ МУЗЕЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

*Стаття присвячена проблемі актуалізації соціокультурної ролі музею у контексті теорії музейної комунікації. Нове розуміння соціального та культурного контексту функціонування музею дає змогу характеризувати процес музейної комунікації як діалог, у ході якого активізується особистісне сприйняття та інтерпретація інформації.*

**Ключові слова:** музей, музейна комунікація, аудиторія, культурна спадщина, історико-культурне середовище.

Проблема переосмислення музейної діяльності в сучасних соціокультурних умовах характеризується інтенсивним пошуком нових засобів підвищення її якості та ефективності. Сучасні суспільні потреби – зростання культурної самосвідомості особистості, інтересу до культурно-історичної спадщини, розвиток міжкультурних контактів – зумовили зміну соціальної ролі музею, форм і методів музейної роботи, спрямованої на ефективну взаємодію музеїв та соціуму. На зміну традиційній музейно-педагогічній парадигмі, що полягає у трансляції наукових знань музейним працівником відвідувачеві, у сучасних умовах набуває розвитку концепція музейної комунікації, що передбачає активну інтеграцію музею у соціум. У контексті теорії комунікації види і напрями музейної діяльності спрямовуються на реалізацію різноманітних контактів щодо культурних явищ та феноменів.

Основні чинники, зумовлені розвитком науки, техніки, процесами культурної диференціації та інтеграції, визначають сучасні тенденції у розвитку музеїв у провідних країнах світу – розширення аудиторії, зростання її чисельності, багатоманітності і популярності, та сприяють появі нових типів музеїв, впровадженню інноваційної методики музейної роботи.

Водночас в українському суспільстві, на думку більшості дослідників, зберігається певна дистанція, відчуження музеїв від

суспільства. Музейна діяльність спрямовується в основному на формування та дослідження колекцій, а питання контакту із аудиторією займає другорядні позиції, обмежуючись екскурсійною роботою. Тому традиційні методи екскурсійної та експозиційної роботи стають усе менш популярними. Отже, суперечність між можливостями традиційних методів музейної діяльності й потребами сучасної практики є відчутною у сучасній соціокультурній ситуації і потребує науково-практичного вирішення.

Проблема музейної комунікації є предметом активних наукових пошуків зарубіжного музезнавства. Інтерес до цієї проблематики в Україні виник з деяким запізненням, що зумовлено низкою суспільно-політичних та економічних чинників розвитку українського суспільства в умовах незалежності. Проблема освітньо-виховних можливостей музею віднайшла своє відображення у працях українських науковців Т. Белофастової, О. Караманова, Ю. Ключко, Т. Сидоренко, В. Снагощенко, Н. Пусепліної, І. Ткаченко, І. Філоненко та ін. Необхідність перегляду традиційних форм музейної комунікації є актуальним предметом сучасного наукового пошуку.

Метою статті є з'ясування соціокультурної ролі музею у контексті теорії музейної комунікації.

Пошук шляхів удосконалення науково-просвітницької діяльності музею здійснюється нами в контексті проблем музейної комунікації. Такий підхід дає змогу розглядати експозицію, її інтерпретатора і відвідувача учасниками процесу комунікації, у ході якої відбувається не лише передача інформації, а здійснюється діалог, обмін думками, виникає співпереживання, що активізує пізнавальну діяльність особистості.

В основі сучасного розуміння музею дослідниками формується нове бачення соціального та культурного контексту його функціонування, що приводить до перегляду традиційної структури музейної роботи. На думку англійського дослідника К. Хадсона, завдання музеїв не може обмежуватися лише передачею відвідувачам наукових знань, необхідно враховувати також мотиви та емоційні запити аудиторії, бо інтереси більшості людей не вкладаються у предметні рамки окремих наук [6].

Сучасне поняття музейної комунікації базується на поєднанні структурного підходу до аналізу комунікаційних процесів, розвинутого К. Шеноном, і широкої соціокультурної проблематики, яку порушив М. Мак-Люен. Структурно-кількісний підхід до інформаційних процесів, втілений К. Шеноном у 1949 р. у математичній теорії зв'язку, дав змогу ідентифікувати основні елементи процесу передачі інформації (джерело інформації, передавач, канал, приймач, адресат і шум) [3]. Увага до якісних процесів комунікації, їх вплив на значення і цінності людського існування, відображена у концепції канадського філософа М. Мак-Люена, обґрунтованій у 60-х рр. XX ст. Відповідно до її основних положень суспільний поступ розглядається у контексті розвитку засобів комунікації (мова, дороги, гроші, друк, комп'ютер тощо). На думку вченого, сучасні музеї мають подолати практику книжкової, розповідної передачі

знань, яка характерна для епохи, коли домінуючою формою комунікації було книгодрукування. У сучасних умовах належна увага має надаватися тактильній інформації, живому діалогу із відвідувачами, розвитку можливостей вільної орієнтації та вибору людиною різної інформації, що створюється у музеї [2, с.117-119].

Подальший розвиток теорії комунікації дав змогу охарактеризувати комунікативний процес як процес передачі інформації від однієї особи до іншої (між групами осіб) різними каналами за допомогою різних комунікативних засобів. Елементами комунікативного процесу відповідно до моделі Г. Ласведа є наступні: хто передає інформацію (комунікатор чи передавач інформації); що передається (повідомлення, текст, щось інше); як передається інформації (безпосередньо чи опосередковано); кому передається інформація (індивідууму чи аудиторії); з яким результатом передається інформація (ефект впливу). Результат обміну інформацією залежить від відповідності змісту повідомлення, адекватності знакових систем, які використовують учасники процесу комунікації.

Розвиток комунікативної теорії у музеєзнавстві започаткував канадський вчений Д. Камерон, який здійснив спробу розглянути музей як комунікативну систему. На думку вченого, специфічною особливістю музею, що відрізняє його від інших комунікаційних систем, є візуальний та просторовий характер музейної комунікації, що представляє процес спілкування відвідувача із реальними речами [5]. Умовами такого спілкування є здатність відвідувача розуміти мову речей, а з іншого – здатність організаторів експозиції з допомогою експонатів вибудовувати особливі невербальні просторові висловлювання.

Д. Камероном сформульовано низку пропозицій, що стосуються організації музейної професійної діяльності, а також взаємодії музею із аудиторією. Завдання екскурсовода (музейного педагога), на думку дослідника, полягає не у спробі перевести візуальні висловлювання у вербальну форму, підмінюючи процес реального розуміння відвідувачами змісту експозиції, а навчати відвідувачів мові предметів, незалежно від їх віку. Художник та дизайнер, котрі професійно володіють мовою візуально-просторової комунікації, мають бути залученими до організації музейної експозиції. У структурі професійної музейної діяльності, зазначав Д. Камерон, мають з'явитися музейні психологи і соціологи, призначенням яких є забезпечення «зворотного зв'язку», необхідного для підвищення ефективності музейної комунікації шляхом корекції процесів створення експозиції і процесів її сприйняття відвідувачами [5]. Запропонована Д. Камероном теорія музейної комунікації дала змогу переглянути традиційний підхід до відвідувача як об'єкта навчання і виховання. Відвідувач стає суб'єктом, повноправним учасником процесу комунікації, партнерського діалогу в музейному просторі.

Задля реалізації соціально-комунікативних функцій музею використовує засоби – музейний предмет та музейне середовище. Здійснюючи відбір експонатів, видаючи їх із культурно-

історичного середовища, зберігаючи їх та систематизуючи, музей стає специфічним каналом культурно-історичної комунікації, носієм історичної пам'яті. Водночас музейна експозиція, що представляє сукупність музейних предметів, формує предметно-просторове середовище музею, що є каналом музейної комунікації. Естетична цінність музейного експонату визначається його історико-культурним контекстом, який формує ставлення до предмету, а також пов'язаному з ним певного явища чи процесу. Але не лише музейні предмети, але й музейне середовище (територія, споруди, експозиція, архітектурні пам'ятки тощо) є культурним простором, втіленням естетичної функції музейної інформації. Експозиція музею, яка є образним втіленням музейної інформації, основним місцем контакту відвідувача із культурно-історичною спадщиною, є також важливим каналом зворотного зв'язку, який гнучко реагує на будь-які зміни у соціокультурній ситуації.

Доцільно виділити аспекти процесу музейної комунікації: комунікативна, що передбачає обмін інформацією; перцептивна – сприйманна, взаєморозуміння, взаємопізнання; інтерактивна, що забезпечує взаємодію та вплив. Перцептивна сторона комунікації виявляється через оцінку індивідами соціальних об'єктів та полягає у визначенні спілкування на основі уявлення про його суб'єктів, що складається у сприйнятті людини.

Перцептивна сторона комунікації (перцепція – сприйняття) виявляється через оцінку індивідом соціальних об'єктів (самого себе, іншої людини, музейних предметів тощо). Процес спілкування базується на основі певних уявлень, що складаються у сприйнятті людини. Сутність поняття «сприйняття» у психології спілкування полягає у формуванні цілісного образу на основі оцінки зовнішнього вигляду і поведінки; розуміння учасника спілкування. Отже, міжособистісна перцепція не лише відображає у свідомості учасників спілкування цілей, мотивів, установок, але й сприйняття їх, що є основою взаємовідносин. Принципами гуманістичного спілкування є наступні: особистість як унікальна цілісна система, для якої характерною є відкрита можливість самоактуалізації та самореалізації, відкрите спілкування, зумовлене внутрішніми мотивами, позитивним ставленням до суб'єкта спілкування.

Комунікація у музеї передбачає активний обмін інформацією у процесі спілкування, що передбачає сприйняття інформації, осмислення; взаємне інформування суб'єктів спілкування; активність суб'єктів у діалоговій взаємодії, налагодження спільної діяльності. У процесі музейної комунікації передача інформації відбувається засобами знакових систем: вербальної, невербальної (кінестетика, паралінгвістика, проксеміка, візуальне спілкування).

На думку дослідників, процес художнього сприйняття не зводиться до засвоєння знань про твори мистецтва чи до передачі знань, як відбувається в історичних музеях. Його мета – створення умов для розвитку естетичних переживань та сприйняття [8, с.41-51]. Ця думка була розвинута у працях бельгійського дослідника Ж.П. Вандена Брандена, який зазначав, що історичні музеї також

покликані сприяти розвитку почуттів відвідувачів, виховуючи вміння спостерігати, аналізувати і захоплюватися [4]. Концепція контактного сприйняття в музеї ґрунтується на положенні про те, що чим більше органів чуття індивіда залучено до сприйняття предмета чи явища, тим повніше уявлення, адекватне об'єктивній реальності, вона отримує.

Підхід до музейної комунікації, що має на меті подолання культурно-історичної дистанції, встановлення зв'язку між минулим, сучасним і майбутнім, передбачає, що у музеї відбувається опосередковане спілкування відвідувача із тими, хто створив, володів чи користувався експонатами (Х. Хеленкемпер), де експонат є знаком суспільно-історичного змісту (Ю. Ромедер), а мова експозиції є засобом спілкування з іншою культурою [7].

Умовою комунікативного впливу як результату обміну інформацією є наявність спільної для суб'єктів комунікативного процесу системи кодування та декодування повідомлення; врахування відмінностей суб'єктів музейної комунікації (соціальних, професійних, вікових, гендерних, політичних тощо). Музейний предмет і музейне середовище є носіями емоційно-образної інформації, набуваючи значення символу певної історичної епохи, явища чи події. Наявність спільної системи значень знакових систем є основою взаєморозуміння і взаємодії суб'єктів у процесі музейної комунікації.

Музей є важливим центром освіти, виховання, духовного розвитку особистості. Єдність експозиційної та освітньої складових забезпечує реалізацію комунікативних можливостей експозиції музею. Для виконання цих функцій він потребує зворотного зв'язку із відвідувачами, врахування їх думок, оцінок, потреб і установок. Тобто йдеться про необхідність інформації, яка дає змогу оцінити можливості форми роботи із відвідувачами.

Комунікативна сторона музейної комунікації передбачає активний обмін інформацією у процесі спілкування, що включає сприйняття інформації, осмислення; взаємне інформування суб'єктів спілкування; активність суб'єктів у діалоговій взаємодії, налагодження спільної діяльності. Процес музейної комунікації, змістом якого є організація контакту музейних працівників із аудиторією, може бути безпосереднім чи опосередкованим (через експозицію), монологічним чи діалогічним. Діалогічне спілкування передбачає зміну ролей комунікатора та комуніканта у процесі спілкування. Ефективність роботи з музейною аудиторією значним чином залежить від обізнаності музейних працівників із закономірностями комунікативного процесу, особливостями сприйняття і засвоєння музейної інформації різними категоріями відвідувачів. Науковий підхід до просвітницької діяльності музею передбачає знання не лише основ музеєзнавства, але й основних положень педагогіки та психології. Визначення ефективних форм і методів музейної комунікації є важливою науковою проблемою.

Інтерактивна сторона музейної комунікації характеризується взаємодією музейної аудиторії, спеціалістів різного профілю, а також громадськості у процесі освоєння культурно-історичного

середовища. Її найважливішою характеристикою є спільне прийняття та реалізація рішень громадськості стосовно культурно-історичної спадщини краю, регіону тощо. У процесі формування, вивчення та інтерпретації музейних колекцій беруть участь спеціалісти різного профілю, а відтак міжпрофесійна комунікація, перетворення музею у місце співпраці представників різних професій, творчих груп сприяє розширенню змісту музейної діяльності, підвищенню її комунікативної ефективності, посиленням зв'язків музею із громадськістю. З метою відродження культурно-історичного середовища музей використовує різні методи від консервації до безпосереднього впровадження в сучасну практику реконструйованих елементів середовища.

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.

Основними засадами музейної комунікації у контексті гуманістичної педагогіки є гуманні відносини суб'єктів комунікативного процесу; об'єднання їхніх зусиль у процесі вироблення спільних норм і правил поведінки, активна взаємодія у процесі їхньої реалізації у ході активної діяльності; позитивний взаємовплив, який сприяє формуванню культурно-освітнього середовища музею. Пріоритетом музейної комунікації є гармонізація особистості через розвиток творчих здібностей, а методом її досягнення є діалог у широкому його розумінні (діалог з пам'яткою, музейним працівником, педагогом, міжособистісні діалоги з приводу конкретної пам'ятки та музею).

В основі сучасного підходу до музейної комунікації покладе-но зміну ставлення музею до аудиторії, перетворення відвідувача в активного учасника музейної комунікації, партнера. Ідея безпосередньої участі відвідувача у діяльності музею втілюється у країнах Заходу, що виявляється у залученні відвідувачів до реалізації музейних проєктів, комплектування, експонування, інтерпретації колекцій, поширення інформації, планування роботи музеїв, справи охорони пам'яток історії та культури. Ефективність музейної комунікації залежить від таких чинників: рівня підготовленості відвідувачів до сприйняття музейної інформації, можливостей експозиції та професіоналізму інтерпретатора, форм та методів музейної роботи.

У сучасних умовах змінюється вектор зв'язків музею із соціумом: музей не тільки відбирає із навколишнього середовища артефакти, предмети, але й надає їм історичного та естетичного значення. Відповідно музей, розширюючи своє середовище експозиціями, пам'ятками архітектури, що стають об'єктами показу, із звичайного просвітницького закладу перетворюється в особливу систему виробництва культурних цінностей. Як зазначає В. Дукельський, музейна діяльність, що трактується в ширшому

вимірі як діяльність суспільства стосовно природної й культурної спадщини, має стати складовою частиною місцевих культурних процесів, музейна мережа регіону має сформуватися у самостійний культурно-господарський комплекс [1].

Це зумовило означення нової функції музею, що полягає в освоєнні культурної спадщини, відтворенні культурно-історичного середовища, використанні культурного потенціалу минулого у сучасних культурних процесах.

Музей має потенційні можливості організації соціокультурних процесів у краї. Культурне середовище, що формується у процесі взаємодії природного і культурно-історичного середовища із сучасною соціокультурною практикою, є основним об'єктом музейної діяльності на певній території.

Таким чином, у сучасних умовах змінюється роль музею у соціокультурному просторі. Музей є універсальним засобом реалізації культурної спадщини, основним каналом її включення у сучасну культуру. Поняття музейної комунікації є провідним поняттям сучасного музеєзнавства, пов'язане із міждисциплінарним підходом до музейної діяльності, активізацією та реалізацією диференційного підходу до музейної аудиторії, пошуком нових форм роботи із відвідувачами. На зміну пасивному відображенню культурно-історичної спадщини приходить активний вплив на неї, що передбачає об'єднання творчих зусиль, інтеграцію міжпрофесійної діяльності у культурному житті, осмислення історичних особливостей формування культурно-історичного середовища. У практичному вимірі музейна комунікація – це методика удосконалення форм і методів взаємодії музею та аудиторії.

Відтак бачення музею як культурно-просвітницького закладу у сучасних умовах доповнюється розумінням його активної ролі у розвитку культурно-історичного середовища. У контексті розвитку теорії музейної комунікації здійснюються спроби визначити соціокультурні завдання музею як механізму, що забезпечує взаємодію різних культур. Інтеграція музею у культурно-історичне середовище є важливим напрямом сучасної музейної діяльності та подальшого наукового пошуку.

### **Список використаних джерел:**

1. Дукельский В.Ю. Памятники истории и культуры в системе музейной деятельности / В.Ю. Дукельский // Теория, методология, практика. – 1986. – № 1. – С.107-112.
2. Каграманов Ю. Возвращенный рай Маршалла Мак-Люэна / Ю. Каграманов // Иностран. лит. – 1972. – № 1. – С.117-119.
3. Шеннон К.Э. Работы по теории информации и кибернетике / К.Э. Шеннон. – М. : ИЛ, 1963. – 829 с.
4. Шляхтина Л. Основы музейного дела : учеб. пособ. / Л. Шляхтина. – М. : Высш. шк., 2005. – 183 с.
5. Cameron D.F. Viewpoint: the museum as a communication system and implications for museum education / D.F. Cameron // Curator. – 1968. – № 1. – P. 33-40.
6. Hudson K. Museums for the 1980-s – a survey of world trends / K. Hudson. – London : Macmillan, 1977. – 1980 s.

7. Hodge R. The museum as a communicator: a semiotic analysis of The Western Australian museum Aboriginal Gallery, Perth / R. Hodge, W. D'Sonza // Museum. – 1979. – №4. – P.251-267.
8. Osborne H. Museums and their functions / H. Osborne // Journal of aesthetic education. – 1985. – № 2. – P.41-51.

*The article is devoted to the problem of actualization of the socio-cultural role of a museum in the context of museum communication theory. New understanding of social and cultural context of museum functioning allows us to characterize the museum communication process as a dialogue, in the course of which personal perception and information interpretation are activated.*

**Key words:** museum, museum communication, audience, cultural heritage, historical and cultural environment.

Отримано: 31.08.2012

УДК 327(477)+061.1ЄС

**Н. О. Гомонай**

## **НОВА СТРАТЕГІЯ УКРАЇНСЬКО-ЄВРОСОЮЗІВСЬКИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН В КОНТЕКСТІ ПРІОРИТЕТНОСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО КУРСУ ДЕРЖАВИ ПІСЛЯ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ 2010 РОКУ**

*У роботі досліджено стан, проблеми та перспективи реалізації євроінтеграційних прагнень України. Системно розглянуто основні зовнішні і внутрішні чинники, які формують засади нової стратегії євроінтеграційної політики України.*

**Ключові слова:** геополітика, геополітична стратегія, глобалізація, євроінтеграція, Європейський Союз, сталий розвиток, ініціатива «Східне партнерство».

Серед актуальних проблем розвитку Української держави питання формування зовнішньополітичної стратегії є одним з найбільш складних і неоднозначних. Із проголошенням незалежності в 1991 році стало цілком зрозумілим, що п'ята за населенням та перша за територією на Європейському континенті Українська держава є одним із ключових елементів політичної, військової, економічної, наукової та культурної співпраці Європи.

Усесторонні відносини між Україною та Європейським Союзом були започатковані в грудні 1991 року, коли міністр закордонних справ Нідерландів, головуєчих в ЄС, у своєму листі від імені Євросоюзу офіційно визнав незалежність України.

На сьогоднішній день євроінтеграція є головним та незмінним зовнішньополітичним пріоритетом України. Саме тому актуальність теми дослідження визначається, насамперед, необхідністю узагальнення окремих аспектів багаторічного досвіду формування та здійснення зовнішньої політики України, її місця у сучасних загальносвітових процесах, наукового обґрунтування засад зовнішньої політики країни, яке повинно мати на меті винесення уроків і окреслення подальших завдань державотворення в Україні та виокремлення проблемних питань і особливостей сучасного стану взаємовідносин України з Європейським Союзом.