

## Вступ

Музей є універсальним засобом реалізації культурної спадщини й основним каналом її залучення у сучасну культуру. Актуальні суспільні потреби – зростання культурної самосвідомості особистості, інтересу до надбання минулого, розвиток міжкультурних контактів – привели до зміни соціальної ролі музею, форм і методів музейної роботи, спрямованої на ефективну взаємодію музеїв і соціуму. 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 суспільстві.

Культура у сучасному світі є вектором, що відкриває людині нові значення, смисли життєдіяльності, відчуття світу, в якому вона живе, сприяє набуттю соціального капіталу, проектує майбутнє. Як зазначив відомий український культуролог Сергій Кримський, об'єкти культури не лише виражають смислову інформацію про людську діяльність та спосіб життя, а й самі здатні породжувати смисли та символи [Кримський, 2008].

Основні чинники, зумовлені розвитком глобалізації, процесами культурної диференціації та інтеграції, визначають сучасні тенденції у розвитку музеїв – розширення аудиторії, зростання її кількості, багатоманітності та популярності, й сприяють появі нових типів музеїв, впровадженню інноваційної методики музейної роботи. Це стимулює переосмислення музейної діяльності в сучасних соціокультурних умовах, пошук нових засобів підвищення її якості та ефективності.

Як зазначив чеський музеолог Збинеk Странські, матеріали та об'єкти, які ми як представники певних культурних вартостей відбираємо, документально обліковуємо, музеєзуємо, вивчаємо та зберігаємо, будуть дієвими лише тоді, коли суспільство матиме до них доступ та засвоїть їх [Stránský, 1974]. Саме тому визначальною складовою музейної діяльності, на думку авторитетного

австрійського музеолога Фрідріха Вайдахера, є музейна комунікація. “Здатність автентичних матеріальних об’єктів, музеалій, бути свідченнями визначає особливість музейної комунікації і відрізняє її від усіх інших видів поширення знань” [Вайдахер, 2005].

У сучасних умовах динамічного розвитку інформаційних технологій і соціальних мереж комунікативна функція музею стає визначальною, що виявляється у появі нових видів музейних послуг і підвищенні їхньої якості, модернізації технологій і змісту експозиції, освоєнні нових видів діяльності, впровадженні підприємництва тощо. Поняття музейної комунікації як провідне поняття музейництва пов’язане із міждисциплінарним підходом до музейної діяльності, активізацією та реалізацією диференційного підходу до музейної аудиторії, пошуком нових форм роботи із відвідувачами.

Музеї є складовою сучасного світу, його соціокультурного простору, тому необхідним є набуття якостей, необхідних для функціонування у нових умовах. Зростає роль міжособистісних стосунків у соціальній і професійній сфері. Для цього необхідні вміння співпрацювати, впроваджувати інновації, почуття соціальної відповідальності й творчі здібності. У зв’язку із цим зростає потреба підготовки фахівців у сфері музейної комунікації, а також оволодіння базовими комунікативними компетентностями на ринку праці.

Музейна комунікація є провідною складовою навчального плану напряму підготовки студентів “Музеєзнавство, пам’яткознавство”. Вивчення її основ має на меті сприяти оволодінню майбутніми спеціалістами системними соціально-психологічними знаннями, науковими методами і прийомами міжособистісної та соціально-професійної комунікації. Матеріали посібника надають студентам можливість усвідомити розвиток комунікативної культури як соціокультурного феномену, засвоїти сутність, зміст і практичну актуалізацію музейної комунікації у добу глобалізації та постмодерну, ознайомитися із структурою комунікативного простору музею, його функціями й засобами в умовах інформаційного

суспільства; бути обізнаними із структурними складовими комунікативних процесів у музеї; застосовувати форми та методи професійного спілкування у сучасних соціокультурних умовах.

Тематична структура посібника складається із п'яти розділів.

У першому розділі:

- розглянуто теоретичні аспекти комунікації як соціокультурного феномену;
- висвітлено роль і завдання музею у глобалізованому світі;
- охарактеризовано особливості й структуру комунікативного процесу;
- розкрито функції, типи, форми, моделі комунікації;
- висвітлено особливості вербальної та невербальної комунікації.

У другому розділі:

- висвітлено еволюцію поняття музейної комунікації;
- розглянуто сутність поняття “музейна комунікація”;
- висвітлено структурні компоненти музейної комунікації;
- вивчено соціально-психологічні особливості спілкування і взаємодії людей;
- розкрито аспекти процесу музейної комунікації: комунікативна, що передбачає обмін інформацією; перцептивна – сприймання, взаєморозуміння, взаємопізнання; інтерактивна, що забезпечує взаємодію та вплив.
- розглянуто музейну експозицію як специфічну форму музейної комунікації.

У третьому розділі:

- висвітлено поняття “людські ресурси музею”;
- розглянуто внутрішню організацію музею, комунікацію всередині організації і стиль управління;

- розглянуто особливості конфліктів у діловій сфері, способи запобігання і розв'язання конфліктів, а також прийоми успішного впливу на співрозмовника;

- охарактеризовано сучасні форми подієвої комунікації та професійного спілкування;

- наведено ознаки корпоративної культури.

У четвертому розділі:

- вивчено особливості музейної аудиторії й форми її вивчення;

- охарактеризовано сучасні музейні професії;

- висвітлено базові компетентності музейного фахівця;

- висвітлено публічну діяльність музею;

- охарактеризовано стратегії роботи із громадськістю.

У п'ятому розділі:

- вивчено сучасні зарубіжні теорії навчання, які застосовуються у музейному середовищі;

- наведено й охарактеризовано форми освітньої роботи в музеї;

- вивчено музейну екскурсію з погляду музейної комунікації.

Передбачено, що матеріали навчального посібника можна використати у під час викладання навчальних дисциплін “Основи професійної комунікації”, “Музейна педагогіка”, “Освіта та навчальні програми”, “Музейна комунікація у добу постмодерну”, “Музей та залучення громади” для студентів спеціальності “Музеєзнавство, пам'яткознавство”. Структура навчального матеріалу містить розділи, теми, базові поняття, завдання для самостійної роботи студентів і зразки тестових завдань для перевірки рівня засвоєння навчального матеріалу. У посібнику є глосарій основних понять. Під час підготовки курсу автори опрацювали наукові праці українських та зарубіжних фахівців із проблематики дослідження, що подано у списку літератури. Автори також опиралися на власний досвід наукової та практичної роботи.