

Нові стандарти професіоналізму керівників сучасних музеїв

Наталія Панас

Кафедра історії України та етнокомунікації, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м.Львів, вул.С.Бандери, 12,
E-mail: panas_n@i.ua

Museums now effectively perform the communicative-integration duty of forming the image of society, assist it's plugging in the intellectual European and world community. Cultural politics of front-rank countries also changed the priorities - the "search of new maintenance and image of museum establishments" comes true with the purpose of pleasing public taste. In such circumstances the primary role acquire professional abilities of museum chairs, their openness to new forms and methods of work, the focus on the future and their versatility as managers.

Ключові слова – музей, компетентності, ринкові умови історико-культурна спадщина, економічний ефект.

Вагомі перетворення, які зараз відбуваються у суспільстві, особливо інтенсивно у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, у засобах масової інформації породжують нові соціальні та економічні практики. Так у культурному секторі ми спостерігаємо перебудову старих інформаційних і медійних схем, просторів, пошук нових смислів, форм та методів задоволення потреб споживачів культурних продуктів, які, відповідно, викликають потребу володіння прогресивними навиками, компетентностями, чітку орієнтацію професіоналів цієї області в умовах середовища, які швидко змінюються. Такі виклики зумовлені, насамперед, ринковими відносинами та формуванням культури споживання, які каталізували розвиток сектору та вимагали формування нових адекватних принципів управлінської діяльності.

Європейська спільнота вчасно усвідомила потенціал своєї історико-культурної спадщини у створенні матеріальних ресурсів, тому впродовж останнього часу все частіше визнається, що культура перебуває в центрі європейського проекту. (5, 173) За свідченнями науковців, «власне культура стала розглядатися фактично як ресурс та інструмент для досягнення зовнішніх по відношенню до неї соціально-економічних цілей.(4, 168) Більше того, культура стає стратегічним пріоритетом сучасної економіки. (1,14)

Західні дослідники серед нових якостей, необхідних керівникам музеїв, до перших позицій відносять такі, які б дали можливість сформувати у громаді соціальний капітал – «здатність оцінювати ситуацію і спонукати інших до дій за допомогою тісних міжособистісних контактів, мобільність, вміння ризикувати, приймати жорсткі рішення, відсутність страху перед помилками і вміння їх визнавати». (4, 170) Також важливою складовими нових умінь є вміння сформувати команду, з огляду на інтереси й уподобання співробітників і «інтегруючи їх у загальну мету розвитку музею». (2, 67)

Перед українськими фахівцями-музеологами постає особливе завдання – відтепер основним ресурсом для виживання музею у нашій державі стає не

стільки бюджет чи якість колекції, якою володіє музей, як особистісні якості керівника і моделі менеджменту, які він застосовуватиме у своїй діяльності.

Такі стандарти компетентностей дещо дисонують з поглядами музейних фахівців радянського типу мислення. Їхнє бачення неефективності здійснення управління сучасним музеєм полягає лише у традиційній аргументації – недостатнє фінансування. Безумовно, незадоволення таким впливовим фактором є цілком виправданим, однак на практиці часто ми зустрічаємо випадки, коли окремі заклади музейного типу, маючи однаково низькі стартові можливості, живуть по-різному. Відтак спостерігається закономірність: чим більше керівники музеїв розраховують на власні сили, тим більшою є ймовірність того, що їх музеї будуть функціонувати успішно. Наскільки надається більше значення професіоналізму менеджерів та працівників, що відповідають новим вимогам часу, настільки ймовірнішими стають позитивні зрушення в розвитку музею у коротко- та довготривалій перспективі. Адже насправді високий рівень стереотипізації уявлень музейників про стратегії виживання і баченні проблем не тільки породжує феномен вичерпаності зусиль, а й служить реальним обмеженням для розвитку як самої музейної сфери, так і його працівників. (2, 66)

Варто також додати, що у контексті змін цих стереотипів та демонстрації нових підходів до презентації історико-культурної спадщини в Україні вже долучилися кілька провідних музеїв та різні проекти зацікавлених осіб, що допомагають музеям реалізувати їхні творчі задуми (Державний природознавчий музей НАН України (Львів), Національний центр народної культури “Музей Івана Гончара” (Київ) та інші; проект «Динамічний музей»).

Тому сьогодні перед вітчизняними керівниками музеїв стоїть завдання мислити критеріями сучасності, відкинувши аргументи на зразок «так було завжди» - це стосується і застарілості експозицій, старих, вже не ефективних методів роботи, зокнайперше з відвідувачами. Рішучі дії у цьому напрямку допоможуть музеям «витримати конкуренцію з індустрією розваг і соціальними мережами й утриматися на культурній карті України». (3) Лише такі якості керівництва як гнучкість, бажання досягти успіху, ініціативність, відкритість до громади дасть змогу наблизити музей до свого відвідувача, та зробить його активним осередком культурного обміну.

Література

1. Бойко О. Диференціація дозвілєвої поведінки в глобальному світі/ О.Бойко// Філософія. Культура. Життя: Міжвузівський зб. наук. праць / Дніпропетровськ, 2010. – Вип.34. – С.14-21.
2. Востряков Л.Е. Менеджер музея на пороге нового века : поиски нового профессионализма/Л.Е. Востряков // Экология культуры, 2000. т. №6 (19).- С.64-119.
3. Динамічний музей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fund.fdu.org.ua/ua/culture> – Заголовок з екрану.
4. Alessandro Senesi. Docenì dziedzictwo! Dziedzictwo europejskie i rozwój gospodarczy/A.Senesi// Ochrona zabytkow. Czasopism. – Warszawa, 2011. – Nr. 3-4. - St. 168-171.
5. Christopher Young. Dziedzictwo w dobre kryzysu finansowego – luksus czy konieczność? /C.Young// Ochrona zabytkow. Czasopism. – Warszawa, 2012. – Nr. 3-4. - St. 171-175.