

DOI: 10.31866/2410-1311.35.2019.188794  
УДК 069-028.82:316.324.8:004](477.86-25)

## АЛЬТЕРНАТИВНИЙ МУЗЕЙ МІСТА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ ДОСВІД

Бабій Надія Петрівна

Кандидат мистецтвознавства, доцент,  
ORCID: 0000-0002-9572-791X, e-mail: nbabij26@gmail.com,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,  
вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, Україна, 76000

### Для цитування:

Бабій, Н.П. (2019). Альтернативний музей міста в умовах інформаційного суспільства: Івано-Франківський досвід. *Питання культурології*, (35), 108-122. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.35.2019.188794>.

### Анотація

Мета статті – з'ясувати специфіку успішних музейних культурно-комунікативних проєктів на прикладі Івано-Франківська. Методологія дослідження. Головною емпіричною базою дослідження стала діяльність державних музеїв: Музею мистецтв Прикарпаття, Івано-Франківського обласного краєзнавчого музею та кількох приватних і громадських утворень – «Музею родинних професій», «МІФ – Музею Івано-Франківська» – у 1989–2019 рр. Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше описані методи маркетингових стратегій у музейній діяльності Івано-Франківська. З огляду на реалії сучасного «мережевого» суспільства, в якому відсутні усталені норми сприйняття класичних інституцій – музеїв, меморіальних комплексів, виставкових залів, – пропонується новий погляд на поняття «музей міста», осередок якого може бути сформований у середовищі класичного музею за умов його «просторової» інтеграції. Висновки. Розкрито роль актуальних практик у створенні успішних музейних проєктів. Доведено, що на початку XXI століття музейна інституція значно модернізувалась, розширюючи сферу соціокультурних інтересів і впливу. Регіональні класичні музеї в умовах «мережевого» суспільства змушені змінити пріоритетність напрямів своєї роботи, здійснюючи як власні, так і спільні інтеграційні соціокультурні проєкти у виставковій діяльності, проведенні масових культурно-мистецьких заходів, національно-культурних програм, освітніх та інтеграційних проєктів із соціальними інститутами культури, освіти, науки, державної влади, громадянського суспільства. Доведено, що приватні та громадські аналоги гнучкіші до інновацій, натомість, захоплюючись інтерактивними формами діяльності, мало звертають увагу на якість експозиції та її наукове вивчення, каталогізацію.

**Ключові слова:** Івано-Франківськ; постіндустріальне суспільство; відкритий музей; динамічна експозиція; цільова аудиторія

**Вступ**

Музейна інституція у XXI ст. переживає інтеграційні процеси, що змушують її розширити поле діяльності та набути нових функцій, характерних для інших суб'єктів (театрів, тематичних кав'ярень, дитячих клубів, курсів підвищення кваліфікації тощо). Не є виключенням і музеї Івано-Франківська.

У сучасних умовах розвитку суспільства все більшого значення набуває процес формування інформаційного, наукового та освітнього простору у сфері гуманітаризації нації. Музеї, зберігаючи та експонуючи культурні цінності, як інститути національної пам'яті відіграють провідну роль задля збереження і примноження національно-культурної спадщини та спадкоємності поколінь. Однак перед музейними інституціями постає низка проблем, серед яких виділимо: брак фінансування та неефективну модель державного управління; відсутність єдиного бачення наукової роботи, особливо у визначенні наукової термінології (музейна наука, академічна наука); відсутність міжгалузевого співробітництва і, певним чином, «закритість» музейних інституцій; і, головне, – втрату зв'язку із сучасними потребами суспільства. Тож практики, якими скористались музеї Івано-Франківська упродовж 1989–2019 років у створенні успішних музейних проєктів є актуальними.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше описані методи маркетингових стратегій у музейній діяльності Івано-Франківська. З огляду на реальність сучасного «мережевого» суспільства, в якому відсутні усталені норми сприйняття класичних інституцій (музеїв, меморіальних комплексів, виставкових залів), пропонується новий погляд на поняття «музей міста», осередок якого може бути сформований у середовищі класичного музею за умов його «просторової» інтеграції. Така інституція долає визначені рамки і неминуче узгоджується із соціальною експансією, що яскраво проявляється у феномені «відкритого музею», де експозиційною одиницею стає найменша частка міського середовища. З огляду на професійне музеєзнавство, новими напрямками досліджень науковців є збереження та каталогізація архітектурного декору, гастрономічні вподобання містян тощо.

Питання музейництва сьогодні розглядаються як на законодавчому, так і в культурологічному дискурсі. На музеєтворчості, взаємодії музею та суспільства в умовах інформаційних музейних комунікацій зауважують культурологи, мистецтвознавці, працівники галузі туризму. Зокрема, І. Яковець (2011) вперше поставила питання визначення музейного менеджменту в Україні. Розвідки з цієї ж проблематики російського дослідника Н. Никишина (2001) визначили, що роль державного регулювання процесів розвитку музеїв буде зменшуватися і повністю сконцентрується на обліку і зберіганні музейних фондів, однак ринковим механізмам не вдасться захопити ключову роль у музейному менеджменті, оскільки найбільш ефективним методом залучення ресурсів, формування стратегії і досягнення соціально значущих результатів стануть партнерські, проєктні та мережеві технології (с. 44).

Надзвичайно актуальною для розбудови музейних інституцій є практична лекція Михайла Гнєдовського «Сучасні тенденції в європейських музеях», законспектована виданням «Історична правда», в якій відомий член правління Євро-

пейського музейного форуму дає поради з приводу нової інтерпретації усталених колекцій, важливості прогнозування відвідувачів та вказує на можливість залучення грантових коштів для розвитку музейної справи. Прикладом може слугувати те, що на конкурсі кращих музеїв Європи, критеріями якого були: а) наскільки музей відкриває перспективи для розвитку музейної галузі загалом і б) наскільки музей ефективно слугує суспільству, переміг Музей Ліверпуля (Солодько, 2012).

Втім, практично відсутній матеріал, який розкриває методи використання новачій музейного маркетингу на рівні регіонів, посилання на конкретні музейні практики.

### ■ **Мета статті**

З'ясувати специфіку успішних музейних культурно-комунікативних проєктів на прикладі музеїв Івано-Франківська. Висвітлити новаторські методи роботи інституцій в умовах недостатнього державного фінансування, пасивного ставлення до цієї теми загалу.

Головною емпіричною базою дослідження стала діяльність державних музеїв: Музею мистецтв Прикарпаття, Івано-Франківського обласного краєзнавчого музею та кількох приватних і громадських утворень – «Музею родинних професій», «МІФ – Музею Івано-Франківська» – за період 1989–2019 рр. Метод аналізу та спостереження дав можливість дослідити складові елементи, ознаки та властивості успішних музейних культурно-комунікативних проєктів. Структурний метод застосовувався в угрупованні та викладенні фактичного матеріалу та його використанні. Методи моделювання і прогнозування були використані для розуміння актуальних культурно-мистецьких, економічних, громадських практик.

### ■ **Виклад матеріалу дослідження**

Поширена думка про зміст музею як охоронця пам'яті сьогодні суттєво трансформується. Потреби інформаційного соціуму, що знаходить реалізацію зацікавленості у мережевому просторі, призводять до щоденних втрат сталої аудиторії. Соціокультурна, а ще більше економічна ситуація спонукає музеї до пошуку своєрідності, творчого пошуку, новаторства, потреби генерувати нові знання, ідеї, духовні цінності. З інституції, яка фіксує досягнутий рівень суспільної свідомості, музей у сучасних умовах динамічно трансформується на інноваційну галузь, оскільки «не менш важлива функція музейної галузі – не тільки зберігати пам'ять, але й пояснювати наш спадок наступним поколінням» (Солодько, 2012).

Географічне розміщення Івано-Франківська (до 1939 р. – Станіславів) на перетині шляхів від Києва та Львова до Карпат зумовлює його значний туристичний потенціал. Ще одним із важливих факторів розвитку міста є його наукова та навчальна спрямованість – завдяки студентській молоді кількість мешканців значно збільшується (226 тис. осіб станом на 2013 рік). Із точки зору розвитку музейної діяльності, унікальним є компактна організація міста з добре збереженим історичним ядром, збудованим у XVII–XVIII ст. Станіславів був одним із іде-

альних міст, композиція якого відображувала «homo quadratus» (приємна в усіх відношеннях людина. – *Авт.*), гуманістичний та християнський символ естетики Відродження і бароко. До середини XVIII ст. у Станіславові споруджені основні культові споруди міста, що з деякими змінами дійшли до сьогодення, і у яких, власне, тепер зосереджені основні музейні експозиції: Колегіата, міська ратуша, палац Потоцьких (Бабій, 2010, с. 653).

Ціннісні орієнтири музейних експозицій, і наукової роботи в т. ч., полягають у новизні, оригінальності інтерпретації музейної збірки, залученні активного відвідувача до віртуального продовження експозиції та умовному «винесенні» її поза сталий сформований простір. Однозначно постає проблема прогнозування потенційного відвідувача і на основі цього розробка схем зрозумілого спілкування із прогнозованою групою (Бабій, 2015, с. 160).

Спробуємо спрогнозувати можливі моделі цільових груп:

1. Школярі (переважно молодші класи). Ця група рідко формується за ініціативи дітей, але є масовою. Вона, з одного боку, надзвичайно корисна для діяльності музеїв, з іншого – складна за рівнем утримання концентрації уваги. Позитивний досвід роботи з такою аудиторією демонструє «ненудний», за версією журналу «Фокус», приватний Музей родинних професій, створений 2005 року заслуженим журналістом України Романом Фабрикою (рис. 1).



**Рисунок 1.** Заслужений журналіст України Роман Фабрика проводить екскурсію у Музеї родинних професій

**Figure 1.** Honored journalist of Ukraine Roman Fabryka is conducting an excursion of the Family Professions Museum

Новацією музею є не лише його тематика – тут на побутових речах продемонстровано 150 професій, якими два сторіччя займались члени цієї родини. Головна і найважливіша перевага в особистісному сприйнятті кожного відвідувача, розмові віч-на-віч, незавершений текст кожної екскурсії, інтерактивність.

2. Туристичні групи. Важливо розуміти, що, обравши Івано-Франківськ, кожен турист уже запрограмований на отримання інформації, сповненої емоціями, казкою, мрією.

3. Гості міста. Такі відвідувачі здебільшого приходять невеликими групами, іноді у супроводі родичів або знайомих. Їх очікування уже частково сформовані враженнями тих, хто їх привів. Тому менеджер чи екскурсовод музею може продемонструвати важливість рекомендуючого і цим підтримати статус музею.

4. Іноземні туристичні групи чи індивідуальні відвідувачі, пов'язані з містом родинними зв'язками, походженням, бізнес-інтересами тощо. Для таких відвідувачів важливими будуть спогади та артефакти, пов'язані з їх національною культурою, спільними цінностями.

5. Сталі відвідувачі. Громадяни міста, які цікавляться його культурою, історією. Їх участь у історії музею безкорислива і важлива: вони популяризатори, інформатори громадськості, дописувачі в соціальних мережах, волонтери.

Можемо спрогнозувати й інші моделі відвідувачів, але важливо усвідомити наступне: сучасний музей не може обертатись щоразу навколо сталої експозиції – музей обертається навколо історії. Пошук відвідувачів та привернення їхньої уваги проходять у складній суперечці між музеями, інтернетом, телебаченням та шопінгом. Саме тому, на нашу думку, колектив провідних науковців музейної справи мусить оволодіти знаннями креативних менеджерів та мерчендайзерів, щоб розробити нові вектори розвитку спеціалізації.

Івано-Франківський обласний художній музей заснований 1980 року. Локація музею – у колишньому колегіальному костьолі, де під куполом розміщена усипальниця засновників міста, – зумовила модернізацію: експозиція, створена мистецтвознавцем Віктором Мельником 1993 року, зосереджувалась на пам'ятках сакрального мистецтва Галичини XV–XX ст., що було революційним кроком і сенсацією тих часів. Також початки популярного сьогодні визначення музейної мережі бачимо саме у цей період. Не маючи власних значних виставкових площ, художній музей у масштабних діях залучав до співпраці партнерів: Івано-Франківський обласний краєзнавчий музей, виставковий зал Національної спілки художників, виставковий зал Будинку політосвіти, малі галереї, драматичний театр, філармонію. Ці заходи дозволяли об'єднати розрізнені потуги, залучити максимальну кількість науковців, засобів масової інформації, владу, глядачів.

Одним із найяскравіших моментів життя музею стала співучасть в організації міжнародного бієнале «Імпреза» (1989, 1991, 1993), яку можна вважати найважливішою подією мистецького життя за всю історію міста. Завдяки «Імпрезі» музей відкрив відділ сучасного мистецтва, здобув славу всеукраїнського культурного центру, розвинув ряд інших проектів, що дозволили у 1996 р. поповнити фонди виставкою сакральної мініграфіки «Собор» (рис. 2).



**Рисунок 2.** Фрагмент каталогу бієнале «Імпреза» 1991 р.

На фото працівники Івано-Франківського обласного художнього музею

**Figure 2.** Fragment of the catalogue of the biennial “Impreza”, 1991.

Photo of the workers of the Ivano-Frankivsk Regional Art Museum

1994 року відкрився новий виставковий зал «Низова 2», який допоміг розширити площі музею, не порушуючи автентики колегіати. Однією з перших виставок залу була «Memoria'94» фотографа Павла Дроб'яка. Виставка стала першою в Україні такого роду акцією. В експозиції представлені аналогові фотопроботи, в яких автор, уникаючи поверхової афектації, фокусувався на емоційному сприйнятті меморіальних пам'яток в оточуючому їх довкіллі. Додамо, що музейники зуміли посилити це емоційне сприйняття, використавши інтерактивні методи: маленькі зали вистелені опалим листям, влаштована кольорова нижня підсвітка, прилаштовані фрагменти меморіальної скульптури з фондів музею, в одному із залів звучав «Реквієм» Моцарта.

Катастрофічна ситуація зі зменшенням бюджетів музеїв від 1995 року, як не дивно, не припинила музейних пошуків і породила ряд нетрадиційних для того часу способів залучення меценатських коштів. Так, 1997 року В. Мельник спільно із журналісткою В. Заник започаткував серію публікацій у газеті «Західний кур'єр» «Врятуймо картину», що мала широкий резонанс (Доскалюк, 2018, с. 128).

Важливою довготривалою музейною новацією, єдиною свого роду в Івано-Франківську, став науково-реставраційний проект «Врятуймо скарби разом»; організований реставратором обласного краєзнавчого музею Валерієм Твердохлібом (рис. 3).

Історія проекту висвітлена у сотнях постів, посилянь у соціальних мережах, величезній кількості заміток у пресі та медіа найрізноманітнішого рівня: від місцевих до міжнародних. На нашу думку, це один із найвдаліших прикладів створення актуальної музейної сфери, впровадження послідовного музейного маркетингу, що тісно пов'язує із музеями навчальні заклади, дослідницькі, ана-



**Рисунок 3.** Валерій Твердохліб на відкритті оновленої експозиції проекту «Врятуймо скарби разом», 2019

**Figure 3.** Valerii Tverdokhlib at the opening of the updated exhibition “Save Treasures Together”, 2019

літичні, інформаційні, консалтингові, координаційні центри, туристичні, громадські організації, фонди, бібліотеки та ін. (Твердохліб & Мисюга, 2018, с. 6).

Етапи музеєфікації та вивчення сакрального мистецтва Галичини докладно описані Віктором Мельником (2007). Експонати, що зберігались у непристосованих фондах обласного краєзнавчого музею – підвалах будівлі ратуші, натомисть, не були відомими, адже вважались непрофільними (Твердохліб & Мисюга, 2018, с. 6). Спроба ідентифікації творів іконопису та пластичного різьблення підняла на поверхню багато наукових, консерваційних та економічних проблем. Розпочавши з молодечого ентузіазму, Валерій Твердохліб залучив до проекту найперше галицьке духовництво і владні структури, апелюючи до питань духовного відродження нації та збереження неоцінених скарбів, – тож ініціатива була підтримана ідеологічно та матеріально. Новий для того періоду термін «волонтерський рух» сповна виправдав себе у реставраційному процесі – ікони набули нових благодійників, консультантів із числа професійних реставраторів, опікунів.

Наступним етапом стала популяризація колекції: створення каталогу, підсилене роботою медіа, що створюють потужний розголос, сприяють виробленню позитивного іміджу. До проекту залучений Музей Івана Гончара, центральні телеканали, свою підтримку публічно висловлюють діячі культури. Для підсилення дієвості експозиції у неї були включені ще не відреставровані твори, а також постери, що у збільшеному масштабі демонстрували наочно усі етапи консерваційних засобів.

Першочергова фотофіксація експонатів спричинила появу супутнього самостійного проекту фотографа Юрія Бакая «Образи світлих». Митець через свою неупередженість зміг відокремитись від першочергової мети статиста проекту та створив унікальні мистецькі фотообрази. Шукаючи чуттєвого ракурсу, доповнюючи композицію світловими точками, правильно фрагментуючи фото, він досягнув емоційної причетності образів із проекту до образів із сьогодення (Твердохліб & Мисюга, 2018, с. 49) (рис. 4).



Рисунок 4. Флаєр виставки Ю. Бакая «Образи світлих»  
Figure 4. Flyer of Yu. Bakai's exhibition "Images of light"

Молоді креатори розуміли, що разом із проектом необхідно працювати над стратегією «...сегментного залучення цільової аудиторії» (Твердохліб & Мисюга, 2018, с. 63), тож паралельно створили серію креативних закладок, листівок тощо. Аудиторію розширив Івано-Франківський молодіжний фестиваль «Вгору серця» 2012 року, що проводив дійство на площі біля ратуші. Цей проект, що розпочинався як досить агресивна «балаганна» експансія молодого покоління містян, тим не менше позиціонував себе як середовище сповідування ціннісних орієнтирів моралі та добра, що протиставлялись паразитуючому соціуму, а активна аудиторія благодійників змінилась як у віковому складі, так і у соціальному – якщо на початку це були переважно громадяни, пов'язані із саном або бізнесом, люди старшого покоління, то згодом серед активних учасників бачимо багато студентської «неформальної» молоді (Твердохліб & Мисюга, 2018, с. 95). У експозиційних залах 2017 року посеред відреставрованого іконопису демонструвались роботи учасників багатотисячної дитячої виставки «Для Бога я створюю найкраще». Паралельно організовані дитячі пленери-конкурси на вказаній експозиції (Час рятувати скарби (відео). *Репортер*). Окрім того, зазначимо, що увесь цей мистецько-музейний проект, започаткований окремими ініціативами від 1996 року, сьогодні нагадує добре сплановану взаємовигідну корпорацію, подібну до західних моделей існування науково-дослідних інституцій. Але цим проектом пошук актуальних для міста експозицій не вичерпується.



Нові форми взаємодії музею і суспільства все більше набувають популярності. Через інтерактивність та мережеве зацікавлення відбувається важливий контакт із віддаленим відвідувачем, з'являється відчуття причетності та взаємної відповідальності музейників і найширших кіл громади. Таким чином формується позитивний імідж музею серед дописувачів із теренів України та зарубіжжя.

Головний зберігач фондів Музею мистецтв Прикарпаття Віктор Доскалюк 2017 року започаткував серію постів на власній сторінці у мережі Facebook про наукові та культурологічні розвідки, де доступними словами, уникаючи надскладної термінології, повідомляє зацікавлених про паспортизацію фондової збірки. Сторінка миттєво набула популярності. Окрім схвальних відгуків, автор дописів набув контактів із науковцями різних галузей, чії коментарі допомагають пошукам. Кількість новоатрибутованих творів перевищила два десятки, а музей таким чином розширив цільову аудиторію.

У XXI сторіччі популярності набувають означення з префіксом «еко». Згадуючи загальні принципи «екомузею», використовуємо його у новому контексті: в сенсі проникнення музею у природне середовище, але в конкретному випадкові – міське (Бабій, 2015, с. 160). Феномен є своєрідним втіленням принципів скансену, але, на відміну від нього, споруди не переміщуються на заздалегідь підготовлену територію, а відновлюються на своєму природному місцезнаходженні, у відповідному оточенні. Задум такого музею пов'язаний із «залюдненням» простору, а термін «еко» в даному контексті має ширше трактування – аналіз найперше культурних явищ, відповідність ідеям регіональної етнографії, регіонального розвитку та охорони навколишнього середовища.

Івано-Франківськ сьогодні переживає етап відродження, що реалізовується одночасно у кількох напрямках: пізнання історії, усвідомлення сьогодення, пошуків програм майбуття. Молоді групи, об'єднані ідеями збереження історії громади, виконують важливу програму «олюднення» міського середовища, тоді як питання музеєфікації простору наразі очікують на активного користувача. Цікавим проектом, що здобув несподівану та активну підтримку не лише у місті, в Україні, а й поза межами краю, стала наукова монографія «Двері і брами Станіславова» (Губаль & Бабій, 2016), у якій була зібрана значна бібліографія та речовий матеріал із зазначеної проблематики. Розголос книги був величезним, адже досі на проблематику збереження та визнання цінності архітектурних деталей практично не зверталась увага. Глобалізаційні процеси охопили загалом усі локації українських міст, містечок та сіл, а відсутність наукового вивчення спричинила до непоправних втрат цілого культурного пласту. Паралельні кроки митців та громадських організацій міста призвели до кардинальних змін у ситуації від повного нищення до відродження (в сенсі реконструкції та реставрації) брам міста. Важливо відзначити небайдужість не лише активної громадськості, а й простих містян, руками яких відмито, відчищено, відреставровано брами під'їздів, опоряджено квітники, покладено декоративні огороження, що призвело до надзвичайно позитивних змін в образі міста, які особливо очевидними стали на початку 2017 року.

На огорожі палацу Потоцьких 7 травня 2016 року відкрилась фотовиставка Дениса Трофімова та Юрія Бакая «Місто, якого немає». Юрій Бакай також зробив

першу інсталяцію на тему збереження старих вікон, адже хвиля дикої заміни їх в історичній частині міста на пластикові практично знищила усі артефакти.

Відзначимо ініціативу груп «Старий Станіславів», «Тепле місто», а найбільше – «Франківськ, який треба берегти» (засновниця Марія Козакевич). Остання група багатофункціональна, крім популяризаторської діяльності, займається справами реконструкції та реставрації. До роботи залучаються фахові спеціалісти, а до співфінансування – як пожильці, так і інші приватні, державні, громадські кошти тощо. Кількість відновлених дверей та кованих брам цієї групи на кінець 2018 р. становила десятки. Паралельно виникла ще одна добра реставраційна ініціатива, підтримувана фондом Олександра Шевченка «Новий Івано-Франківськ». Видатною заслугою громадської організації «Франківськ, який треба берегти» стала комплексна концепція сучасного молодіжного бачення міського простору, заснованого в історичному ядрі. До популяризації брам долучились видатні культурні діячі, організовувались флешмоби із хештегом #Франківськ, який треба берегти, створювались ілюстровані календарі, тематичні розмальовки, кубики, дитячі ігри, магнітики тощо. Робота ініціативних груп координувалась через соцмережі, медіа, наукові конференції. Марія Козакевич започаткувала ряд інтерактивних екскурсій відреставрованими пам'ятками, створені цікаві фотопроєкти, як от «Архітектура. Музика. Балет» Йордани Дранчук. Паралельно артефакти – стара ліпнина, кахлі, історичні фото, побутові речі – збирались в імпровізовану колекцію, що потребувала вивчення, систематизації і оприлюднення. До цього річного Дня міста активісткою спільно із міською владою був відкритий експериментальний музей «МІФ – Музей Івано-Франківська» в одному із закритих корпусів колишнього військового госпіталю. Привабливості проєкту надала його локація: від початку XIX ст. госпіталь розташовувався у палаці засновників міста «Бліх», одночасно фізичне знищення приміщення створило додаткові відчуття примарності історії, чуттєвості загубленого світу (рис. 5).



Рисунок 5. Головний вхід до «МІФу – Музею Івано-Франківська», травень 2019 р.

Figure 5. Main entrance to the MIF – Museum of Ivano-Frankivsk, May 2019

Усі ці новації демонструють імерсивний підхід або використання ефекту занурення, що є новим трендом у маркетинговій діяльності музеїв. Додаткової атмосферності місту додав роман Софії Андрухович «Фелікс Австрія», про який писали, що кожне його речення – як «шматок запашного галицького пляцка...» (Щасливий час Софії Андрухович). Факт екранізації роману під назвою «Віддана» та створення театральної постановки в обласному драматичному театрі Івано-Франківська із залученням французького режисера також надзвичайно цінний із позиції привертання нової аудиторії, яка вивчатиме історію міста. Так, останньою організованою подією МІФу став ретровелопробіг. На його початку в експозиції «МІФу» представили костюми, створені для героїв «Відданої», головні персонажі фільму стали учасниками фотосесії, тематичної велоекскурсії відреставрованими брамами міста, тематичної вечірки тощо.

### Висновки

Таким чином, на початку XXI століття музейна інституція значно модернізувалась, розширюючи сферу соціокультурних впливу та інтересів, залучаючи актуальні культурно-мистецькі, економічні, громадські практики. Це і стало запорукою створення успішних музейних проєктів. Але регіональні класичні музеї в умовах «мережевого» суспільства та недостатнього матеріального забезпечення змінили пріоритетність напрямів своєї роботи, розробивши та здійснивши як власні, так і спільні інтеграційні соціокультурні проєкти у виставковій діяльності, проведенні масових культурно-мистецьких заходів, національно-культурних програм, освітніх та інтеграційних проєктів із соціальними інститутами культури, освіти, науки, державної влади, громадянського суспільства. При цьому зазначимо, що приватні та громадські аналоги, які гнучкіші до інновацій, провадять значну популяризаторську роботу, задіюють найширші верстви мережевого простору. Натомість, захоплюючись інтерактивними формами діяльності, мало звертають увагу на якість експозиції та її наукове вивчення, каталогізацію.

У результаті дослідження було прослідковано взаємопов'язані наукові та популяризаторські стратегії місцевих музеїв від останньої декади ХХ ст. до часу «мережевого» суспільства. Перспективним вважаємо напрямок впровадження музейного менеджменту та маркетингу, що дозволить зберегти баланс між комерціалізацією та культурними цінностями, бізнес-методами, науковими та соціальними завданнями.

### Список використаних джерел

- Бабій, Н. (2010). Відображення філософії бароко в містобудівельних принципах Станіславова. *Народознавчі зошити*, 5/6, 652-658.
- Бабій, Н.П. (2015). Станіславів – місто-музей і місто музеїв. Нові підходи в пошукові актуальних експозицій. В *Роль музею у збереженні, реставрації та популяризації культурного надбання*, Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (с. 158-162). Івано-Франківськ: Сімик.
- Губаль, Б.І., & Бабій, Н.П. (2016). *Двері і брами Станіславова*. Івано-Франківськ: Місто НВ.
- Доскалюк, В. (2018). Досвід реставрації в музеї мистецтв Прикарпаття. В *Сучасні акценти музейництва. Історія, здобутки, перспективи*. Матеріали науково-

теоретичної конференції (с. 126-133). Івано-Франківськ: Івано-Франківський краєзнавчий музей. Взято з <https://www.ifkm.if.ua/K%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%BA%D0%B0.pdf>

- Зьола, Л. (2019). Щасливий час Софії Андрухович або Три романи в одному. *Репортер*. 5.10.2019. Взято з [http://report.if.ua/kultura/shchaslyvyj-chas-sofiiy-andruhovykh-abo-try-romany-v-odnomu/?fbclid=IwAR3\\_sibK8f6-KnoIWvKO2et2oFyhyMNBlooY1yJRBJe-s792AgCS3Q0Uss](http://report.if.ua/kultura/shchaslyvyj-chas-sofiiy-andruhovykh-abo-try-romany-v-odnomu/?fbclid=IwAR3_sibK8f6-KnoIWvKO2et2oFyhyMNBlooY1yJRBJe-s792AgCS3Q0Uss).
- Мельник, В. (2007). *Сакральне мистецтво Галичини XV–XX століть в експозиції Івано-Франківського художнього музею: Путівник-каталог*. Івано-Франківськ: Лілея-НВ.
- Никишин, Н.А. (2001). Партнерство и другие технологии музейного менеджмента. *Экология культуры*, 2, 43-44.
- Солодько, П. (2012). Сучасні тенденції в європейських музеях. Лекція Михайла Гнедовського. *Історична правда*. 25.12.2012. Взято з [http://www.istpravda.com.ua/articles/2012/12/25/105482/view\\_print](http://www.istpravda.com.ua/articles/2012/12/25/105482/view_print).
- Твердохліб, В., & Мисюга, Б. (2018). Врятуймо скарби разом. Історія одного проекту. Київ: Майстер книг.
- Час рятувати скарби (відео). (б.р.). Взято з <https://www.youtube.com/watch?v=2J-KQg5BIZE>.
- Яковець, І.О. (2011). До питання про сучасний музейний менеджмент: загальні поняття та методи управління. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 4, 174-177.
- Memoria'94. Фотовиставка Павла Дроб'яка. (1994). Івано-Франківськ: Галицька районна друкарня.

## References

- Babii, N. (2010) Vidobrazhennia filosofii baroko v mistobudivelnnykh pryntsyypakh Stanislavova [Reflection of Baroque philosophy in Stanislaviv's urban planning principles]. *The Ethnology Notebooks*, 5-6, 652-658 [in Ukrainian].
- Babii, N. (2015) Stanislaviv – misto-muzei i misto muzeiv. Novi pidkhody v poshukovi aktualnykh ekspozytsii [Stanislaviv is a city-museum and a city of museums. New approaches in the search for expositions of current interest]. In *Rol muzeiu u zberezheni, restavratsii ta populiaryzatsii kulturnoho nadbannia [The role of the museum in the preservation, restoration and promotion of cultural heritage]*, Proceedings of the Conference Title (pp. 158-162). Ivano-Frankivsk: Simyk [in Ukrainian].
- Chas riaturaty skarby (video). (n.d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=2J-KQg5BIZE> [in Ukrainian].
- Doskaliuk, V. (2018). Dosvid restavratsii v muzei mystetstv Prykarpattia [Experience of restoration in the Art Museum of Prykarpattia]. In *Suchasni aktsenty muzeinytstva. Istorii, zdotutky, perspektyvy [Modern accents of museum study. History, achievements, perspectives]*, Proceedings of the Conference Title (pp. 126-133). Retrieved from <https://www.ifkm.if.ua/K%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%BA%D0%B0.pdf> [in Ukrainian].
- Hubal, B.I., & Babii, N.P. (2016). *Dveri i bramy Stanislavova [Doors and gates of Stanislaviv]*. Ivano-Frankivsk: Misto NV [in Ukrainian].
- Melnyk, V. (2007). *Sakralne mystetstvo Halychyny XV–XX stolit v ekspozytsii Ivano-Frankivskoho khudozhnogo muzeiu: Putivnyk-kataloh [Sacred art of Halychyna*

- region in the 15<sup>th</sup>-20<sup>th</sup> centuries in the exposition of the Ivano-Frankivsk Art Museum: A guide-catalogue*. Ivano-Frankivsk: Lileia-NV [in Ukrainian].
- Memoria'94. Fotovystavka Pavla Drobiaka [Memoria'94. Photo Exhibition by Pavel Drobiak]*. (1994). Ivano-Frankivsk: Halytska raionna drukarnia [in Ukrainian].
- Nikishin, N.A. (2001). Partnerstvo i drugie tekhnologii muzeinogo menedzhmenta [Partnership and other museum management technologies]. *Ekologija kultury*, 2, 43-44 [in Russian].
- Solodko, P. (2012). Suchasni tendentsii v yevropeiskykh muzeiakh. Lektsiia Mikhaila Gniedovskoho [Current trends in European museums. Lecture by Mikhail Gniedovskiy]. *Istorychna pravda*. 25.12.2012. Retrieved from [http://www.istpravda.com.ua/articles/2012/12/25/105482/view\\_print](http://www.istpravda.com.ua/articles/2012/12/25/105482/view_print) [in Ukrainian].
- Tverdokhib, V., & Mysiuha, B. (2018). *Vriatuimo skarby razom. Istoriiia odnogo proektu [Save the treasures together. History of one project]*. Kyiv: Maister knyh [in Ukrainian].
- Yakovets, I.O. (2011). Do pytannia pro suchasnyi muzeinyi menedzhment: zahalni poniattia ta metody upravlinnia [On the subject of modern museum management: general concepts and methods of management]. *Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts*, 4, 174-177 [in Ukrainian].
- Zola, L. (2019). Shchaslyvyi chas Sofii Andrukhovych abo Try romany v odnomu [Happy Days of Sofii Andrukhovych or Three Novels in One]. *Reporter*. 5.10.2019. Retrieved from [http://report.if.ua/kultura/shchaslyvyj-chas-sofiyi-andrukhovych-abo-try-romany-v-odnomu/?fbclid=IwAR3\\_sibK8f6-KnoIWvKO2et2oFyhyMHBll0oY1yJRBJe-s792AgCS3Q0Uss](http://report.if.ua/kultura/shchaslyvyj-chas-sofiyi-andrukhovych-abo-try-romany-v-odnomu/?fbclid=IwAR3_sibK8f6-KnoIWvKO2et2oFyhyMHBll0oY1yJRBJe-s792AgCS3Q0Uss) [in Ukrainian].

## CITY ALTERNATIVE MUSEUMS IN THE INFORMATION SOCIETY: ON THE EXAMPLE OF IVANO-FRANKIVSK

**Nadiia Babii**

*PhD in Art History, Associate Professor,*  
*ORCID: 0000-0002-9572-791X, e-mail: nbabij26@gmail.com,*  
*Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,*  
*Ivano-Frankivsk, Ukraine*

### Abstract

The purpose of the article is to identify the specific features of successful museum cultural and communicative projects on the example of Ivano-Frankivsk. The research methodology. The work of state museums has become the main empiric basis for the study: the Art Museum of Prykarpattia, the Ivano-Frankivsk Museum of Regional Ethnography and several private and public entities: "Family Professions Museum", "MIF – Museum of Ivano-Frankivsk" – in 1989–2019. The scientific novelty of the article is that it describes methods of marketing strategies in the museum activity of Ivano-Frankivsk for the first time. Taking into account the realities of the contemporary "network" society, which lacks the established rules of the perception of classical institutions – museums, memorial complexes, exhibition halls, – a new approach to the concept

of “city museum” is proposed, the core of which can be formed in the environment of a classical museum under the condition of its “spatial” integration. Conclusions. The article reveals the role of current practices in creation of successful museum projects. The study demonstrates that at the beginning of the 21<sup>st</sup> century the museum institution was significantly modernized expanding the scope of socio-cultural interests and influence. Regional classical museums in the “network” society are forced to change the priority of their work by implementing their own and joint integration and socio-cultural projects in exhibition activities, large-scale cultural events, national and cultural programs, educational and integration projects with social institutions of culture, education, science, government and civil society. The study claims that private and communal analogues are more flexible for the innovation, but being fascinated with interactive activities pay little attention to the quality of the exposition, its scientific study and cataloguing.

■ **Keywords:** Ivano-Frankivsk; post-industrial society; open museum; dynamic exposition; target audience

## ■ АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МУЗЕИ ГОРОДА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: ИВАНО-ФРАНКОВСКИЙ ОПЫТ

■ **Бабий Надежда Петровна**

■ *Кандидат искусствоведения, доцент,*

*ORCID: 0000-0002-9572-791X, e-mail: nbabij26@gmail.com,*

*Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника,  
Ивано-Франковск, Украина*

### ■ **Аннотация**

Цель статьи – выявить специфику успешных музейных культурно-коммуникативных проектов на примере Ивано-Франковска. Методология исследования. Главной эмпирической базой исследования стала деятельность государственных музеев: Музея искусств Прикарпатья, Ивано-Франковского областного краеведческого музея и нескольких частных и общественных образований – «Музея семейных профессий», «МИФ – Музея Ивано-Франковска» – в 1989–2019 гг. Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые описаны методы маркетинговых стратегий в музейной деятельности Ивано-Франковска. Учитывая реалии современного «сетевого» общества, в котором отсутствуют устоявшиеся нормы восприятия классических институтов – музеев, мемориальных комплексов, выставочных залов, – предлагается новый взгляд на понятие «музей города», центр которого может быть сформирован в среде классического музея в условиях его «пространственной» интеграции. Выводы. Раскрыта роль актуальных практик в создании успешных музейных проектов. Доказано, что в начале XXI века музейная организация значительно модернизировалась, расширяя сферу социокультурных интересов и влияния. Региональные классические музеи в условиях «сетевого» общества вынуждены изменить приоритетность направлений своей работы, осуществляя как собственные, так и общие

интеграционные социокультурные проекты в выставочной деятельности, проведении массовых культурных мероприятий, национально-культурных программ, образовательных и интеграционных проектов с социальными институтами культуры, образования, науки, государственной власти, гражданского общества. Доказано, что частные и общественные аналоги гибкие к инновациям, зато, восхищаясь интерактивными формами деятельности, мало обращают внимание на качество экспозиции и ее научное изучение, каталогизацию.

■ **Ключевые слова:** Ивано-Франковск; постиндустриальное общество; открытый музей; динамическая экспозиция; целевая аудитория