

Опубліковано: Караманов О. В. “Культура участі” (“participation culture”) як нова музейно-педагогічна парадигма / О. В. Караманов // Матеріали Третьої науково-практичної конференції “Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи” (Київ, 29 вересня 2015 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. – К.: НКПІКЗ, 2015. – С. 18–20.

Караманов Олексій Владиславович

## **“КУЛЬТУРА УЧАСТІ” (“PARTICIPATION CULTURE”) ЯК НОВА МУЗЕЙНО-ПЕДАГОГІЧНА ПАРАДИГМА**

Актуальні суспільні виклики часу створюють чимало неузгодженостей та суперечностей у сфері вітчизняної освіти й культури та впливають на становлення й формування громадянського суспільства. У такій ситуації на допомогу може прийти музей – особливе середовище розвитку та виховання, який здатен наповнити новим змістом та ідеями свої колекції, актуалізувати найрізноманітніший соціальний, економічний культурний досвід громадян суспільства, об’єднуючи їх у спільноту, яка здатна думати, обмірковувати, обговорювати наявні проблеми, висувати й ухвалювати нові рішення, декларації, наміри, брати активну участь у музейному та суспільному житті.

Термін “культура участі” (“participatory culture”) виник як антитеза “культури споживання” (“consumer culture”) і у першу чергу стосувався виробництва й споживання інформації в мережі Інтернет. Сучасні безкоштовні програмні засоби і платформи Web 2.0 (YouTube, Facebook, Вконтакте, Flickr) дозволяють навіть технічно неозброєній людині створювати власні тексти у блогах, новини, відеоролики, фотографії, музичні кліпи і ділитися ними з іншими користувачами. Це зруйнувало ієрархію виробник – споживач. Відтак, пасивна людина-споживач може перетворюватися на активну людину, яка бере участь (вкладає, щось продукує, співдіє) [1, 10].

*Культура участі* передбачає організацію музейної комунікації й постійне

формування довкола музею як важливого соціокультурного центру громадського життя – різноманітних виставок, пересувних музейних експозицій, проведення лекцій, квестів, майстер-класів, реалізацію різноманітних музейно-педагогічних програм і проектів.

Мета нашої роботи – визначити, у який спосіб музеї можуть встановлювати більш тісний взаємозв'язок з суспільством, декларувати про дотримання й відстоювання суспільних цінностей, демонструвати свою актуальну життєву позицію.

Чимало музеїв в усьому світі прикладають зусилля, намагаючись вийти за свої звичні межі та урізноманітнити аудиторію, адже окрім звичної повсякденної роботи, на порядок денний виходить важливість урахування політичного, суспільного, історичного й культурного дискурсів, котрі розширюють, популяризують та роблять більш привабливою основну проблематику й спрямованість музею. Це дозволяє ширше розуміти соціальні явища, що відкривають прихований глибинний зміст й традиції різних культур, репрезентованих в музеї.

Тому і не дивно, що сьогодні зростає важливість постійного діалогу музею з відвідувачами, зорієнтованість на сталий взаємозв'язок, застосування кардинально нових методів і практик, відкриття нового музейного потенціалу.

Застосування практик участі здатне розширити сферу впливу музею, підвищити розуміння його цінності й трансформувати способи експонування та інтерпретації музейних колекцій [3, 15].

У цьому контексті важливо, щоб із самого початку основа будь-якого проекту була визначена його місією й колекцією, а вже потім можна звертатися до нових викликів й пошуку нових можливостей, значущих для музею, партнерів та спільноти. Окреслимо найбільш значущі ознаки таких проектів, що вирізняють їх з-поміж інших:

- Життєвість проекту – музей повинен допомагати усвідомити людям, що його ресурси безпосередньо стосуються їх життя;

- Наміри мають значення: чіткі й зрозумілі, добре сформульовані цілі проекту важливі для комунікації як усередині музею, так і з зовнішніми партнерами;
- Партнерство передбачає, що учасники дотримуються філософії взаємоповаги й не шкодують часу для створення атмосфери довіри;
- Очікування і стратегії можуть потребувати коригування по мірі розвитку проекту. Потрібно, щоб були передбачені шляхи для змін, включно з еволюцією концепції;
- Не усі музейні працівники можуть добре ставитися до практики участі та володіти навичками роботи із залучення людей до такої діяльності. Досвід й професійний розвиток допоможуть із часом сформувати необхідні здібності;
- Проектам притаманний довгостроковий «ефект хвилі», який не можна оцінити за короткий термін [3, 16–17].

Цікаво, що навіть окремі проекти у форматі культури участі поволі змінюють життя самого музею, відносини у колективі, впливають на типи мотивації, взаємини співробітників і волонтерів. Отже, сприяючи активному залученню аудиторії до співтворчості, музей зростає до нового рівня власного внутрішнього розвитку.

На зовнішньому, – *інфраструктурному рівні*, реалізуючи практики культури участі, музей приходить до необхідності забезпечувати усе більш відкритий доступ для відвідачів, створюючи пандуси, ліфти, місця для паркування колясок і велосипедів, зручні місця для зустрічей й дискусій. На *комунікаційному* – активно реалізувати нові типи програм залучення відвідувачів, у тому числі із застосуванням сучасних музейно-педагогічних технологій, а також створення клубу друзів музею, молодіжних рад, волонтерських мереж. На *віртуальному* – збільшення доступності колекцій і баз даних у онлайн-режимі, створення зручних технологічних платформ для обговорень й спільного використання, стимулювання постійної активності музею у соціальних мережах.

Крім цього, музею слід безперервно думати про залучення нової аудиторії й розгортати актуальні форми партнерства зі школами, дитячими садками, центрами дозвілля, туризму й естетичного виховання молоді, презентувати свої можливості на різноманітних виставках, форумах, ярмарках та фестивалях.

Усі ці зв'язки, що постійно виникають у межах моделі “participatory culture” потребують постійної участі партнерів у процесі розвитку й уточнення стратегії музею.

Відомо, що освітні програми класичного музею були спрямовані на розповсюдження інформації і знання. Музей, націлений на співучасть і партнерство, існує в середовищі, де інформації занадто багато, а дефіцитом стає здатність до синтезу, навігації, продуктивної кооперації та продукування оригінальних ідей. Дослідники зазначають про те, що ми не можемо достеменно знати, які саме знання будуть актуальними завтра у світі, що непередбачувано розвивається, ми не знаємо навіть, які саме галузі промисловості стануть полем діяльності для наступних поколінь [1, 18].

Зауважимо, що музеї усе більше відчують потребу свідомої участі відвідувачів у своїй роботі, потребують можливості включення широкої аудиторії на засадах співучасті та партнерства задля власного розвитку, зміни стратегій своєї діяльності для більш глибокого розуміння власних колекцій, вироблення нових навичок та компетенцій задля культурної інтеграції різних спільнот.

У зв'язку з цим “культура участі” (“participation culture”) стає сучасною музейно-педагогічною парадигмою, яка кардинально по-новому будує взаємовідносини з музейним контентом та самими відвідувачами, розширює його змістові й просторові межі – інформаційний, ресурсний, символічний навколomuзейний простір.

Люди, які беруть участь у таких музейно-педагогічних заходах, надзвичайно вмотивовані й постійно прагнуть самовираження, самореалізації й саморозвитку; відчують співпричетність до виконання важливої справи; приналежність до “команди”, певної спільноти людей; потребу ділитися своїм

особистісним досвідом й знаннями, можливість бути почутими іншими; бажання спілкуватися з цікавими людьми; корисно й цікаво урізноманітнити власний перебіг життя; активно, творчо й критично формувати своє нове коло спілкування й комунікації.

Останніми роками у науково-освітньому середовищі поширюється розуміння того, що у рамках сучасної парадигмально-освітньої революції відбудеться певна переорієнтація освітньої діяльності на забезпечення умов для саморозвитку особистості, гармонізацію відносин у суспільстві та забезпечення умов виживання людства. Справді, як зазначає В. Світлична, гуманізація та людиновимірність постають як основні ціннісні вектори подальшого розвитку системи освіти [2, 90]. У такому контексті ми бачимо прямий взаємозв'язок освіти зі сферою культури, коли на передній план виходить формування особистості, що відкрита до сприйняття нового, відчуває потребу у демократизації різних форм знання.

Відповідно до вищезазначеного, концепція освіти епохи культури участі пропонує перенести центр зусиль з передачі знань на розвиток навичок та компетенцій, які дозволяють існувати в середовищі, де неможливі точні прогнози і заздалегідь узгоджені та спрогнозовані зразки дії. Прийняття цієї системи пріоритетів можливе для музею будь-якого профілю і масштабу (Агапова – 18-20).

Усе нове – це добре забуте старе. Не можна сказати, що вищенаведені ідеї є чимось принципово новим. Звертаючись до історії музейно-педагогічної думки, можемо побачити чимало прикладів, коли музей сприяє пробудженню суспільної свідомості народних мас, виступає каталізатором змін та глобальних суспільних перетворень, формує не лише обмежені ідеологічні пріоритети, а у першу чергу, – цінності та ідеї громадянського суспільства.

1. Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов / Дарья Агапова // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия / Отв. ред. А. Щербакова, сост. Н. Копелянская. – М., 2012. – С. 8–20.

2.Світлична В. В. Освітній простір в умовах глобалізації: парадигмальний плюралізм і перспективи інтеграції [Електронний ресурс] / В. В. Світлична, Т. О. Чистіліна // Гуманітарний часопис. – 2013. – № 2. – С. 83-92. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gumc\\_2013\\_2\\_13.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gumc_2013_2_13.pdf)

3. Шейфер Бэйкон Б. Проекты 2.0 в музее: создавая карту / Барбара Шейфер Бэйкон // Культура участия: музей как пространство диалога и сотрудничества / Ред.-сост. Д. Агапова. СПб., 2015. – С. 12–24.