

матеріалами II Всеукраїнської наук.-практ. конф., Київ, 16 грудня 2016 р. / заг. ред. О. А. Буценка. – Київ : НАКККМ, 2016. – 2017. – № 37. – С. 5–9.

4. Гасиджак Л. Нематеріальна культурна спадщина: світова теорія та українська практика [Електронний ресурс] / Л. Гасиджак // Музейний простір. – 2013. – № 1. – Режим доступу : <http://prostir.museum/ua/post/30482>.

5. Горський С. В. Соціальні механізми збереження культурної спадщини / С. В. Горський // Імплементція Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини: підсумки та перспективи : зб. наук. праць за матеріалами II Всеукраїнської наук.-практ. конф., Київ, 16 грудня 2016 р. / заг. ред. О. А. Буценка. – Київ : НАКККМ, 2016. – № 37. – С. 35–37.

6. Етнокультурний ландшафт Північного Приазов'я : монографія / за заг. ред. Л. В. Афанасьєвої, М. В. Крилова. – Запоріжжя: Обласна державна адміністрація; Мелітополь, МДПУ; Сімферополь: Таврія, 2004. – 276 с.

7. Козловець М. А. Європейська інтеграція і національна ідентичність: український контекст: [Електронний ресурс] / М. А. Козловець // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2008. – Вип. 37. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_35_14.pdf.

8. Олексенко Р. И. Аксиодуховная составляющая в становлении и гармонизации социо-культурного бытия человека / Р. И. Олексенко, В. В. Молодыченко, Г. Г. Тараненко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2016. – № 65. – С. 27–40.

9. Олексенко Р. І. Особистість в освітньому середовищі, яке динамічно трансформується / Р. І. Олексенко, Ю. А. Васюк // Філософські обрії. – 2017. – № 37. – С. 124–135.

10. Пачев С. І. Приазовські болгари: проблема збереження культурної спадщини / С. І. Пачев // Державна етнонаціональна політика: правовий та культурологічний аспекти в умовах Півдня України: зб. наук. праць V Всеукр. наук.-практ. конф. 2-3 жовтня 2003 року. / ред. кол.: В. О. Котигоренко, М. В. Дедков, Н. В. Деркач та ін. – Запоріжжя: Облдержадміністрація, ЗНТУ ; Сімферополь : Доля, 2003. – С. 71–73.

11. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_d69.

Володимир Тернавчук

*екскурсовод Національного
музею-заповідника М. В. Гоголя
(с. Гоголеве Шишацького р-н,
Полтавської області)*

ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ СЕГМЕНТІВ ВІДВІДУВАЧІВ У НАЦІОНАЛЬНОМУ МУЗЕЇ-ЗАПОВІДНИКУ М.В. ГОГОЛЯ

Світ навколо нас постійно змінюється, суспільство трансформується і ставить до музеїв нові вимоги. Більшість відвідувачів Національного музею-заповідника М.В. Гоголя приходять з родиною чи друзями і сприймають похід до музею як нагоду поспілкуватися та відпочити, отримавши при цьому ще й нову та цікаву інформацію.

Музей – це місце, де відвідувач переживає неповторний естетичний досвід, отримує натхнення, пізнає нове... Цей заклад культури також працює як інтерактивний, розважальний чи споглядальний майданчик.

Пріоритетною місією, спільною для всіх видів музею, є здатність бути уважними. Успішний музей повинен уміти слухати. Дуже важливим є те, як ми слухаємо, які питання нам ставлять. Головне ж полягає в тому, що ми готові змінити у результаті почутого.

Враховуючи зазначене, науковці Національного музею-заповідника М.В. Гоголя, поряд із великою збирацькою, науковою та освітньою роботою, провели реекспозицію з виділенням експозиційних центрів і чільних експонатів, що реалізують сутнісне й образне навантаження. Вважаємо, що експозиція має стати тією константою, навколо якої будуть проводитися зміни в подачі музейного продукту. Та чи потрібні ці зусилля, якщо до музею не прийде відвідувач?

Головне сьогодні – прагнути такого розширення місії музею, у якому враховано роль споживача та його очікування щодо різноманітних відвідин музею, зокрема, забезпечення максимального поєднання пізнання та відпочинку. Ставлячи головним у музеї відвідувача, співробітники розробили стратегічний план, в основі якого лежать зміни у ставленні до музейного продукту, людського фактору та промоції з поєднанням внутрішньої та зовнішньої орієнтації на потенційного споживача. Одним із завдань цього плану є трансформація випадкового відвідувача у постійного.

Розробити зміст літературно-біографічної екскурсії, який би враховував потреби вікових, освітніх та інших категорій туристів було нескладно, але, прослухавши екскурсію один чи декілька разів, навряд чи у відвідувача виникне бажання побувати в гоголівських пенатах іще раз. Тому було визначено потребу розширити показ експозиції за допомогою нових форм екскурсійного обслуговування. Такими інноваційними формами стали денна театралізована екскурсія «В гостях у Гоголя» та нічне театралізоване дійство «Чи знаєте ви українську ніч?», у яких органічно поєднуються розповіді екскурсовода та гоголівських героїв.

Залученню постійних відвідувачів сприяє також проведення традиційних науково-освітніх та культурно-масових заходів: «Гоголівська гуморина», фольклорно-етнографічних свят «Купальські ігри на батьківщині Гоголя», «Гості Сорочинського ярмарку – гості Василівки» тощо.

Постійними гостями гоголівської садиби стали байкери – учасники молодіжного фестивалю «Гоголь-FEST», вело- та автотуристи, які подорожують Україною та світом. Одним із векторів культурно-дозвіллевої діяльності в музеї є запровадження суспільних резонансних презентацій, зустрічей з відомими людьми, нащадками гоголівського роду, учасниками міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, засідань «круглих столів» і т.п.

Залучення як постійних відвідувачів представників місцевої громади, проходить у декількох напрямках. Знову повертаємося до вікових категорій та людей, об'єднаних спільними інтересами. Залучення майбутнього відвідувача починається з дитячого садка (конкурси дитячого малюнку на асфальті, облаштування музейного куточка, прогулянки по гоголівському саду, ін.). Свято знань у школі доповнюється музейним святом для першокласників «Здрастуй, музей!». Співробітники музею організують

виїзні уроки для школярів «Музей розповідає про себе», численні вікторини, конкурси, пов'язані з пізнанням життя та літературної спадщини Миколи Гоголя.

Для залучення інших категорій відвідувачів у заповіднику традиційно проводяться науково-освітні та культурно-масові заходи:

«Обпалені вогнем» – для учасників Другої Світової та афганської воєн, учасників АТО; «Берегиня» – для представників жіночого населення; «Гоголівська ялинка» – для дітей дошкільного та шкільного віку.

Учасниками дійства «Гість із неба – Святий Миколай» є діти пільгових категорій (сироти, діти з неповних сімей та діти-інваліди).

У гоголівській садибі вже декілька років проводиться з'їзд клубу «Мрія» Полтавського обласного осередку інвалідів.

Отже, музей – це не та установа, куди люди ходять в обов'язковому порядку, як, наприклад, у школу чи на роботу. Для того, щоб у людини виникло бажання знову прийти в музей, вона має отримати там позитивні емоції та приємне враження.

Здобуття широкої музейної аудиторії у сучасному суспільстві неможливе без усвідомлення незамінності комунікації і промоції. Основними промоційними інструментами розглядаємо наступні: реклама, стимулювання продажу, прямий маркетинг. Використовуються також соціальні мережі, що мають значний вплив на формування стосунків між музеями та їхньої аудиторією; співпраця з телекомпаніями і участь у рейтингових телевізійних шоу, аудиторія яких охоплює навіть людей, котрих за звичайних обставин не змусиш переступити музейний поріг.

Тамара Троїцька

*доктор філософських наук, професор кафедри
психології Мелітопольського державного педагогічного
університету імені Богдана Хмельницького*

(м. Мелітополь)

Оксана Куліда

*асистент кафедри права Мелітопольського державного
педагогічного університету імені Богдана Хмельницького*

(м. Мелітополь)

МЕТОДОЛОГІЧНІ КОНТУРИ АКСІОЛОГІЗАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ: КОМУНІКАТИВНО-ДІАЛОГІЧНИЙ ВЕКТОР

Постановка проблеми. Ідея теоретичного обґрунтування процесу аксіологізації, діалогізації та демократизації сучасної вищої освіти як соціальної інституції та суб'єкт-суб'єктних відносин її учасників зумовлена спробою розв'язати низку суперечностей, що існують сьогодні у процесі становлення спільного європейського культурно-освітнього простору. Стан відкритості простору і проблема гармонійного входження в його системні параметри більш за все стосується студентської молоді, оскільки вона є найбільш соціально мобільною й активною частиною суспільства та має можливість у процесі навчання набувати теоретичний і практичний культурно-освітній досвід.