Зінченко В. А., Велієв Р.К. Популяризація музеїв народної творчості як прояв збереження нематеріальної культурної спадщини (на прикладі музею Івана Гончара) ІІІ Міжнародна науково-практична конференція – фестиваль "Нематеріально культурна спадщина як сучасний туристичий ресурс: досвід, практики, інновації". КНУКіМ 14-15 листопада 2019 р.

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ МУЗЕЇВ НАРОДНОЇ ТВОРЧОСТІ ЯК ПРОЯВ ЗБЕРЕЖЕННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ (на прикладі музею Івана Гончара)

« Глибока, ревнива любов до свого рідного
живить усе найшляхетніше, найгуманніше…»
Іван Гончар

Історично склалося так, що серед суб'єктів нематеріальної культурної спадщини особливе місце займають музеї, і зокрема народної творчості. Через їх діяльність втілюються в життя ідеї збереження національних традицій, духовності та пам'яток, пов'язаних з історичним минулим нації.

Проблема збереження і реалізації об'єктів культурної спадщини позначилася ще на ранньому етапі формування України як суверенної держави. Основні цілі державної політики останніх років спрямовані на поширення знань про традиційну українську культуру і на відродження національної ідентифікації [1].

Для більш конкретного прикладу розглянемо туристичний об'єкт міста Києва, Національний центр народної культури «Музей Івана Гончара» – спеціалізовану науково-дослідницьку культурну установу освітнього характеру.

Для зручності класифікуємо об'єкт досліджень, а саме нематеріальну культурну спадщину за трьома категоріями:

• етнічна культурна спадщина (традиції, свята, фестивалі тощо)

• пам’ятні місця – локації, що представляють відповідний інтерес (храми, поховання, фортеці та палаци)

• основні представники нематеріальної культурної спадщини (мистецтво танцю, музики, співу, живопису тощо)

Для ясності позначимо, що музей знаходиться в центрі міста Київ, в Печерському районі, поблизу центрального входу у Києво-Печерську Лавру. Розташування музею є безсумнівним бонусом і позитивним фактором розвитку цієї установи як популярного туристичного центру.

Музей Івана Гончара проводить висвітлення української традиційної культури з урахуванням її цілісності і самобутності. Сучасна мета музею: відродження національної свідомості, збереження і розвитку кращих традицій українського народного мистецтва та увічнення пам’яті Івана Макаровича Гончара.

З першого дня свого існування цей освітній заклад позиціонує себе як відображення народної творчості українського народу. Іван Гончар, а після і його послідовники дотримуються впевненого курсу уникнення ідеологічних і політичних конфліктів. Як результат музей придбав славу одного з найпопулярніших місць зустрічей інтелігенції української та зарубіжної, і зберігає цей авторитет до сих пір.

На даний момент музей Івана Гончара – це науково-дослідницький комплекс, що вважає своєю головною місією збір і показ культурних досягнень українського народу. З огляду на нинішній курс, на відновлення національної свідомості українського народу, музей має всі шанси стати центральним об’єктом туристичних маршрутів міста Києва. Розташований поруч з основними туристичними центрами столиці: Києво-Печерською Лаврою, Національним музеєм історії України у Другій світовій війні, Музеєм становлення української нації і багатьма іншими, музей може бути легко інтегрованим в сучасну систему маршрутизації туристичних потоків Києва [5]. Для подібної дії немає необхідності ні в вагомих витратах, ні в спеціалізованій

підготовці туристичних гідів. Причина: музей вже давно має якісно підготовлену персональну базу і якісно опрацьовані програми-екскурсії.

Крім зручного розташування музей може зацікавити своєю неймовірною колекцією (колекція музею налічує понад 15 000 етнографічних та мистецьких одиниць експонатів), серед яких 2700 зразків тканини (рушники, сорочки, верхній одяг, килими, зразки вишивок), близько 700 предметів кераміки (гончарний посуд, дитяча іграшка, кахель), колекція писанок, дерев'яні різьблені речі , вироби з металу і скла, колекція народних музичних інструментів (кобзи, бандури, цимбали, сопілки, колісна ліра, цитра, коза, трембіти, сопілка і інші), якісно проробленою екскурсійною програмою (більше чотирьох екскурсійних програм різнопланових як за характером, так і за змістом), доступною ціною, регулярними музичними виставами, художніми виставками, конкурсами талантів і багатьом іншим. Пріоритетною в колекції музею є добірка українських народних картин, зокрема, знаменитих «Козаків Мамаїв», а також ікон народного письма (близько 500 експонатів). Установа впевнено витримує випробування часом, постійно оновлює свої програми і має потенціал збільшити охоплення туристів. Для цього йому лише необхідна якісна підтримка з боку держави, приватних підприємців та масмедійних підприємств.

У XXI столітті еталоном успіху є популярність в Інтернет просторі: незліченна кількість соціальних мереж забезпечує безперервний контакт незнайомих один з одним людей з усієї земної кулі. Найпопулярніші представники Інтернет спільнот користуються неймовірним успіхом в комерційних цілях, рекламуючи послуги компаній. Самий звичайний блогер-мільйонник може у найкоротші терміни збільшити охоплення аудиторії, що чула про музей, а значить потенційно може відвідати його. Таким же чином можна вчинити і з українською культурою: масове впровадження елементів української культури в мас медіа і побут призведе до стрімкого зростання популярності нашої нематеріальної культури на світовій арені.

Ще одним новим засобом реклами і просування туристичного об’єкта може служити мистецтво, а саме та його частина, що відповідає за продукти масового споживання: повнометражні фільми, серіали, книги – все це джерела неймовірного впливу на свідомість мас. Для прикладу: серіал від популярного стрімінгового сервісу «Netflix» під назвою «Вікінги», чиєю головною особливістю є детальне слідування історичній дійсності тієї епохи, сколихнув мережу і повернув інтерес до забутої на той момент теми вікінгів і їх культурної спадщини зокрема. В цьому ж році в мережі вийшов ще один проект від «HBO» «Чорнобиль» – яскравий приклад, того як можна залучити людей, абсолютно незнайомих з темою Чорнобильської катастрофи, саме тому ми можемо спостерігати зростання інтересу до цієї події і України в цілому на світовій арені [2]. За останні вісім місяців Чорнобильську зону відчуження відвідало 74671 турист, це приблизно вдвічі більше, ніж показники за 2013-2018 роки [3].

Об’єкт нематеріальної культурної спадщини типу музею Івана Гончара може бути досить ефективною площадкою для підготовки кадрів туристичної сфери, особливо у зв’язку з новим освітянським курсом щодо забезпечення дуальної освіти. Важливо, що потенційне проведення позааудиторних занять на базі музею може слугувати для формування серед фахівців туризму нового покоління – таких необхідних зараз якостей, як патріотизм та почуття причетності до історичної спадщини свого народу.

Наукове осмислення даних процесів, а це одна із причин ідеї висвітлення заявленої системи в структурі конференції, надасть безумовно новий поштовх щодо покращення якості освіти майбутніх фахівців туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розділ НКС на сайті Міністерства культури України - http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/articleart_id=245154362&cat_id=245154164
2. Стаття “ Чорнобиль: радіоактивна перлина ” українського туризму - https://www.radiosvoboda.org/a/28864492.html
3. Статистичний звіт стосовно туристичних візитів у Чорнобильську зону -https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2715048-serial-cornobil-zbilsiv-potik-turistiv-do-zoni-vidcuzenna.html
4. Стаття “Классификация объектов культурного наследия” - http://rosculturexpertiza.ru/index.phpoption=com_content&view=article&id=79%3Aklassifikacia&catid=51%3Ametodiki&Itemid=78&lang=ru
5. Офіційний сайт Національного центру народної культури ім. Івана Гончара - https://honchar.org.ua/