

Культурологія

UDC 069.01:316

Karpov Victor
Doctor of Historical Sciences,
Head of the Post-Graduate and
Doctoral Programme Department of the
National Academy of Managerial Staff
of Culture and Arts
vkarpoff@ukr.net

UKRAINIAN HISTORIOGRAPHY OF MUSEUM SOCIOLOGY

Objective. Historiographical study is devoted to application of methods of sociology in museum activity. The published works on museum studies, museology and history of culture lack integrity of researches on museum sociology, while fundamental papers dedicated to its complex study are absent in Ukraine at all. Here we analyze the existing historiographic base of this scientific problem. The research **methodology** lies in the application of systematic, historically logical and chronological methods. The mentioned methodological approach allows to carry out a historiographic analysis of the available in Ukraine literature and sources of sociological dimension of the museological paradigm. **Scientific novelty** lies in bringing up of the topic and processing thereof, at that the topics have to be of such a kind that has never been comprehensively investigated in historiography. In result for the first time there was comprehensively investigated the process of sociology methods application in museum practice and we obtained new and integral knowledge about the main streams of this process development. The fact-based material of the research was the biggest ever in terms of chronology, and the method of investigation applied was cross-disciplinary. **Conclusions.** Comprehension of the complex of documentary securing of the museum sociology allows for the conclusion that gradual development of the sociology use in museum affairs is absent. However, practical sociology methods are used by leading museum institutions operating individually and not being elements that impact the overall system. Elaboration of the theoretical aspects will comprise a basis for development of museums' sociology.

Keywords: museum, sociology, museum studies, museum affairs.

Карпов Віктор Васильович, доктор історичних наук, завідувач відділу аспірантури та докторантури Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

Українська історіографія соціології музею

Мета роботи. Історіографічне дослідження присвячене актуальній проблемі застосування методів соціології у діяльності музеїв. В опублікованих працях із музеєзнавства, музеології, історії культури спостерігається фрагментарність досліджень із соціології музею, а фундаментальні праці з комплексного її вивчення в Україні відсутні. Подається аналіз існуючої історіографічної бази наукової проблеми. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні системного, історико-логічного та проблемно-хронологічного методів. Зазначений методологічний підхід дає змогу провести історіографічний аналіз існуючого в Україні комплексу літератури та джерел соціологічного виміру музеєзнавчої парадигми. **Наукова новизна** полягає у постановці та розробці актуальної теми, яка не одержала всебічного й об'єктивного висвітлення в історіографії. Вперше на великому історичному та фактологічному матеріалі та на основі міждисциплінарного підходу комплексно досліджено процес використання методів соціології у музейній практиці, одержано нове і цілісне знання про основні напрями розвитку цього процесу. **Висновки.** Осмислення комплексу документального забезпечення соціології музею дає можливість зробити висновок про відсутність послідовного розвитку процесу використання соціології у музейній справі. Проте на практиці спостерігається використання методів соціології провідними музейними інституціями, які функціонують окремо та не є системоутворюючими елементами. Опрацювання теоретичних основ стане базисом для становлення та розвитку соціології музею.

Ключові слова: музей, соціологія, музеєзнавство, музейна справа.

Карпов Виктор Васильевич, доктор исторических наук, заведующий отделом аспирантуры и докторантуры Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Украинская историография социологии музея

Цель работы. Историографическое исследование посвящено актуальной проблеме применения методов социологии в деятельности музеев. В опубликованных работах по музееведению, музеологии, истории культуры наблюдается фрагментарность исследований по социологии музея, а фундаментальные работы по комплексному ее изучению в Украине отсутствуют. Дается анализ существующей историографической базы научной проблемы. **Методология** исследования заключается в применении системного, историко-логического и проблемно-хронологического методов. Указанный методологический подход позволяет провести историографический анализ имеющегося в Украине комплекса литературы и источников социологического измерения музееведческого парадигмы. **Научная новизна** заключается в постановке и разработке актуальной темы, которая не получила всестороннего и объективного освещения в историографии. Впервые на большом историческом и фактологическом материале и на основе междисциплинарного подхода комплексно исследован процесс использо-

вания методов социологии в музейной практике, получено новое и целостное знание об основных направлениях развития этого процесса. **Выводы.** Осмысление комплекса документального обеспечения социологии музея позволяет сделать вывод об отсутствии последовательного развития процесса использования социологии в музейном деле. Однако на практике наблюдается использование методов социологии ведущими музейными учреждениями, которые функционируют изолированно и не являются системообразующими элементами. Разработка теоретических основ станет базисом для становления и развития социологии музея.

Ключевые слова: музей, социология, музееведение, музейное дело.

Let us define historiography of museum sociology as a combination of researches and scientific literature dedicated to a certain period, problem, event, tendencies etc. It is advisable to consider the overall scientific literature and sources used in sociology as an integral part of museum sociology historiography. This allows for understanding of key definitions, phenomena, instruments for sociological researches, procedures for processing of the cumulated material in museums etc.

Currently it is impossible to describe Ukrainian historiography of the problem of museum studies sociology neither from top down, nor as a dispute of separate scientific schools or museum institutions. Therefore, we do not define here any period or any event in scientific life that can be marked as a milestone. At the same time, we observe processes of accumulation of scientific results focused on museum audience study, as well as museum personnel reserve, the role of museums in society and eventually subbranch of museum sociology as a separate domain of scientific knowledge.

The first wave of sociological research of museum audience can be attributed to the first quarter of the 20th century. In 1920s F.I. Shmit, museologist and member of the All-Ukraine Academy of Sciences suggested a typology for museums that corresponds to the interests of visitors. He studied history of museum affairs and so-called "sociological study of art". It is fair to name the scientific heritage of F.I. Shmit who lived and worked in Kharkiv for quite a long time, to be one of the basics of Ukrainian museum sociology. However, in Ukraine, researches of F.I. Shmit have never been republished and his findings are insufficiently studied [1].

Explosion of sociological research of museum activity in the 20th century falls at the 70-80s years. The period of 1990s is characterized by a systematic crisis and conversion of museums to one the most underestimated ranks in Ukraine. For the 2000s, there was noticed revitalization of museum activity and growth of the number of academic publications. For example, as early as in 1994 Cornelia Bruninghaus-Knubel mentioned that an ideal museum employee is to be simultaneously a teacher, sociologist and marketing expert in order to develop programs that will correspond the peculiarities and demands of different social strata and separate groups [2].

However, in immediate context, the museum sociology problematic in Europe never was declared, yet there it is [3]. The first European conference on researches and estimation of museum audience took room no sooner than in February of 2014 in Berlin [4]. In January of 2015 in Ukraine, the National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts held a Research and Practice Seminar "Sociology of Museum Affairs", that became a platform for dialogue between higher education institutions and museums. Based on the proceedings of the seminar there was issued a joint monograph "Museum Sociology: Presentation on the Background of the Space and Time" [5].

While analyzing foreign historiography on the problem, we would like to note our local professionals consider as the most competent translations into Ukrainian of the papers by Austrian honorary professor of museology of Graz University Friedrich Waidacher and by marketing experts from the USA the Kotlers.

F. Waidacher showed the Ukrainian museologists the foreign approaches to interpreting of museum phenomenon, emphasizing the social mission of museums. Having shown how to attract an audience, how to apply multidisciplinary approaches and modern communications methods. As for the field of study of museum sociology – Mr. Waidacher points out the characteristics of people being the most likely visitors. He characterizes the main categories of visitors described by his colleagues in the second half of the 20th century and presents the experience of the conducted researches (reasons for the visits, motivational attributes, time spent for viewing of an exhibit item, statistics of visiting etc.). As for investigating of the audience, Mr. Waidacher suggests methods and formats of data collecting, thematic polls, planning, conducting and evaluation of the obtained empirical evidence [6].

The paper Philip Kotler and members of his family provide understanding that museum sociology starts from "marketing" and, in particular, discovered by Kotlers "museum marketing". [7] Defining museum as one of special segments of the entertainment market, market experts provide best practice advice related to distinguishing of target groups of visitors (targeting), identification of new segments of "museum product" consumers and search for priority groups that impact the museums' incomes. Characterizing the "consumer expectations" of their would-be visitors and identifying museums as a system that has to be commercially viable and independent, the Kotlers have found out that it is necessary to study the audience and to analyze the museum's staff.

It is also possible to look for information on museum sociology in the professional literature of museum studies in other languages. The review of the foreign historiography is available in publications of PhD G.B. Rudyk that include the analysis of works by Henry Hugh Higgins, Benjamin Ives Gilman, Stephen Edward Robinson, John Fock, Marilyn (Molly) Good, Linda Kelly, Nathan Richie [8], historian O.Yu. Gaidai

who analyses works by Jan Assmann and Janmaat Jan Germen) [9], Candidate of History R.V. Mankivska who analyses Zbynek Stransky's researches) etc. [10].

We would like also to draw special attention to the experience of the Educational Department of the British Museum in London presented by K.Mazda for over a hundred of Ukrainian museum experts at the National Art Museum of Ukraine in February 2013. He highlighted the main inducements for visiting the British museums (social, intellectual, emotional and spiritual), the willingness of people to learn more in exchange of the money paid for entrance tickets, to get the basic information about the displays and exhibitions etc. It is interesting to mention that speaking about dividing of the audience into the usual in Ukrainian tradition categories (children, adults etc.) this English professional used a rare for us notion "segmenting".

Among the Russian historiography, our researches value generalization of museologist M.Yu. Yukhnevich, who gave historical observation of the practice of sociological researches in the Russian Empire at the beginning of the 20th century, states the limitation of the directions of research of museum audience in Soviet times and reports the level of researches in Russia upon the breakup of the USSR [11].

It is worth mentioning that museologists (sociologists) of the Soviet period used in their papers definitions that became obsolete due to the changes of the social structure of the post-Soviet society. For example: "highly qualified consumers of culture" (that stood for exclusively higher education professionals), "workers of towns and villages", "working class", "visitors from socialist countries" (categories of visitors), "museum awareness campaign" etc. [12]. The definitions that were used in those times and are used now: "culture consumer", "cultural values consumer", at that the "sociological research" and the "sociological experiment" were used in ideological context [13].

As for the contemporary definitions used in museum sociology M.Yu. Yukhnevich analyses the evolving of a term "visitor's sociodemographic portrait" and discusses the difference between such terms as "a visitor", "a looker", "a client", "a learner", "an audience" of a museum.

Some notions of museum studies, key ones for museum sociology, were interpreted by theorist of museum affairs and historian V.Yu. Dukelskui. He distinguishes a "visitor" and the "museum audience" [14]. Yet still it should be emphasized, that the professional terms are diffused in different reference works of museum studies. He gives the meaning of the most frequent definitions: museum audience, museum communication, museum sociology, social-psychological researches etc.

Lviv professionals of standardization of scientific and technical terminology undertook more focused effort and issued a separate magazine "SlovoSvit" dedicated to museum studies and terminological issues, as well as the professionals of the National War-Historical Museum of Ukraine issued a dictionary of basic terms for museum studies [15]. These editions included more versatile terminology for museum sociology: visitor's questionnaire, polling, museum audience, expository communication, attention diversion, feedback, museum psychology, sociodemographic characteristics of the visitors, museological education, museum sociology etc. However, as the professional analysis by I.M. Fetsko shows Ukrainian terminology for museum affairs is still in its stage of developing. There is an interest of linguists and professional of museum affairs in building up of new complex terms with "museum" as an element that will be used in modern Ukrainian literary language [16].

The same is true for Ukrainian realia. Now it is wide practice for researchers to clarify the definitions in preamble or to give reference to other papers. For example, Ye.I. Kovalchuk Candidate of History from the Volhynian Museum of Local Lore, History and Economy explained the differences of such important terms as sociological research, questionnaire survey, interview, visual observation of overlook of the exhibit, questioning of locals and expert poll [17].

Among the last papers one should mention the wide explanation of definitions "Sociology Museum Affairs" (as well as its subject and object), "Sociological Concept of Museum Affairs" and "social dialogue in museum affairs" accomplished by Doctor of Historical Sciences V.V. Karpov [3]. Here we would like to emphasize that this researcher published one of the biggest historiographic papers on museum sociology and analyzed the study materials on museum studies. The conclusion is that in student's books "museum sociology" in both theoretical and in applied meaning is almost absent [18].

Continuing looking for the papers that bring up the concern of museum sociology terminology, we would like to add that Russian-language multi-authored monograph with under the general editorship of M.Ye. Kaulen, Candidate of History being a textbook for occupational retraining [19], includes such definitions as "project" and "unprecedented" visitor. Generally the edition of the Academy of Occupational Retraining of Staff of Art, Culture and Tourism of the Russian Institute of Culturology for the first time ever on the territory of the former USSR gave full description of planning and implementing of the sociological research namely in museum.

To the papers of Russian colleagues where within the museum studies one can segment the problems of sociology, it is possible to attribute the papers of Ye.O.Shulepova, Doctor of Culturology. In her textbook "The Basics of Museum Studies" [20] she defines that for each separate case museum is looked at a certain angle of view which is to be described using different notions and instruments. The researcher sees the sources of the contemporary museum communication in papers of Canadian philosopher Marshall McLuhan and museologist Duncan Cameron. They defined that the condition for a visitor to start communication with the "real things" is that the audience is able to understand the language of the things,

while the exposition is called to build the non-verbal atmosphere of “utterances”. Whereas the understanding of the audience can be the object and the subject of museum sociology.

The publication of G.L. Golubenko, the Head of the Educational Department of the memorial complex “National Museum of History of the Great Patriotic War in 1941 – 1945” in 1999 can be considered as one of the first studies, where analysis of the visits statistics and of the various elements of the museum communication created the framework for planning of sociological surveys and their carrying out [21]. The author describes the step aside from the tendency of the dominating excursions (organized visiting) much attributed to the Soviet times and uses a modern term “individuals”. With this term the guests who tour the museum without a museum guide were distinguished, therefore the “individual visitors” need a special system of information about the museum.

Yet another museum that learns its visitors very carefully is the National Museum of Arts named after Bohdan and Varvara Khanenko. The above-mentioned scientist G.B. Rudyk in 2013 prepared a number of publications that sum up the complex project of opinion survey that included opinions of the current and potential visitors of the museum “This Bleary Object of Desire” [8]. Analyzing the methodological basis of the nowadays insight about a visitor in Great Britain, the USA and Australia, the author draws a conclusion that it is important to study the audience not only from the view of external aspect (i.e. learning of the immediate demand and a new concept), but also the internal aspect is to be taken into consideration. The information received becomes a learning material for museum workers that allows for sensing of their work.

G.B. Rudyk’s research results perhaps for the first time pointed out that there exists a possibility of changeover from approach to a visitor as to “anonymous” to the recognizable one. The final report of polling presented a bright picture about an average would-be and real museum visitor of fine arts specialty, in particular: the age-related and gender-related disbalance of the structure of the audience; prevalence of university-educated intellectuals; streaks and motivations for independent visiting; visiting on different days of week; efficiency of marketing techniques for the audience involvement etc. Equally interesting is the discussion proposed by G.B. Rudyk concerning foreign museum studies’ definitions – “museum folk” or “people of museum type” [8].

Concerning definitions and terms of museum sociology it is fair to say: the National Museum of Arts named after Bohdan and Varvara Khanenko was one of the earliest users thereof, while in the professional historiography it was proclaimed that it is possible to apply exit-polls as one of the types of work with audience. Please note that exit-polls had been an instrument of the world sociological practice applied to electorate. Thus, it is possible to say that there are trends of adaptation of definitions from adjusted spheres of knowledge.

It should be noted that sociological practice of the National Museum of Arts named after Bohdan and Varvara Khanenko in 2013– 2014, as well as activity in this direction of the staff of the Dniprovsky (old name – Dnipropetrovsk) National Historical Museum named after D.I. Yavornitsky became quoted in historiography within the analysis of accumulated experience and history of museum studies in Ukraine. In particular, a researcher of the problems of Ukrainian museum R.V. Mankivska defined that the conclusions made within the project “This Bleary Object of Desire” support European tendencies of development for Ukrainian museums, while the activity of the Dniprovsky National Historical Museum named after D.I. Yavornitsky in the direction of museum communication, especially in the forms of work with children’s audience is systematic [22].

Dniprovsky National Historical Museum named after D.I. Yavornitsky implements its sociological practice under supervision of one of the leading professionals of museum affairs N.I. Kapustina since the mid 1990s and among the firsts the project “Museum and Children” started [23]. Analysis of the accumulated material helped to define the place of children, teenagers and the youth in the overall structure of the museum audience, to find the forms how to work with the new generation and to learn the point of view of the museum staff of Dnipropetrovsk oblast concerning the current stage and the development prospects for the children’s direction of museum activity.

On the whole, the publications of the scientists of Dniprovsky National Historical Museum named after D.I. Yavornitsky provide for the possibility to trace the evolution of this social institution in the direction of its functions implementing in the society of city of Dnipro and the Dnipropetrovsk oblast [24].

It is impossible to overlook the research work of postgraduate student of the Institute of History of Ukraine of the National Academy of Sciences of Ukraine O.Yu. Gaidai [9]. She analyzed the polling of historian students in 2013 aimed to estimate the attitude of the generation born after 1991. As a result of this research the knowledge of sociology of museum studies can be extended with the conclusions about a would-be museums’ audience, its “cultural requirements”, its knowledge of history formed under the impact of school program and state policy in the sphere of culture, and last but not the least – the potential labour pool in the branch.

One more essential research was undertaken in 2013 – 2014 by the non-governmental organization “Ukrainian Centre of Museum Affairs Development” under the title “Study of Museum Audience Call for Skills Upgrading” [25]. The actual material of polling as a source and given by V.Poro and S.Riabchuk analysis provided for a considerable amount of information. There were published insight into the level of staff in 55 museum institutions in almost all regions of Ukraine, namely: age, education, the length of service, incumbency thinking, additional load, further training and understanding of modern trends (volunteer services, marketing, fund rising and application of the advanced technologies). As the poll showed due to the difficult conditions and some acquired ways of conducting the utmost important questions – how to involve visitors, how to analyze the existing and the prospective audience of the museum, learning of the audience

demands – can be on the second place in the individual priorities of a museum worker, even more: some functions are recognized by the workers as additional load.

As for the opinion polls defining the place of the museum as a phenomenon in the values of a society we can actually name two in the modern history of Ukraine – in particular: "Museums of Ukraine" held in towns of Ukraine by the Institute of Gorshenin in May 2010 and the regional one with the title "Museum and the Society" held by the Volyn National University named after Lesia Ukrainka in winter 2011.

Analysis of Ukrainian historiography shows that there were accumulated a significant number of various scientific and popular publications on the mentioned topic in Ukraine. Study of its own audience carried out by a museum institution can be surely recognized as a precondition for efficient activity of a modern museum and understanding and updating of the museum's attitude towards its visitors. It is this very category, that the lion's share of historiography on the problem is related to. This is because studying of the visitors is thought as an element of modern museum communication and dialogue between the museum and its audience.

Whence, historiography indicate existence of a considerable number of scientific findings prepared by Ukrainian scientists and professionals of museum sphere that explored the specific character of cooperation of museums and sociology. Practically Ukrainian museums, sociological companies and academic institutions carry out solid sociological researches in the sphere of museum activity and the results obtained have been introduced into scientific use. It is acceptable to identify sociology of a museum as interdisciplinary scientific knowledge being the basic for overall museum process and that connects the museum and the society.

Література

1. Шмит Ф.И. Искусство как предмет обучения / Ф.И. Шмит // Библиотека журнала "Путь просвещения". – 1923. – № 7. – 63 с.; Шмит Ф.И. Исторические, этнографические, художественные музеи: Очерк истории и теории музейного дела / Ф.И. Шмит. – Харьков, 1919. – 103 с.; Шмит Ф.И. Музейное дело: Вопросы экспозиции / Ф.И. Шмит. – Ленинград, 1929. – 245 с.; Шмит Ф.И. Предмет и границы социологического искусствознания / Ф.И. Шмит. – Ленинград: Академия, 1928. – 146 с.
2. Брюнингсхаус-Кнубель К. Музейный педагог: защитник интересов посетителей / Корнелия Брюнингсхаус-Кнубель // MUSEUM (Museum International). – 1994. – № 2. – С. 14.
3. Карпов В. Соціологія музейної справи. Теоретико-методологічні засади // Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. – К.: Міленіум, 2015. – Вип. 1 (4). – С. 32–35.
4. Rottermund A. Problemy muzealnictwa w świecie współczesnym, "Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Opuscula Musealia", 5. – 1991. – S. 37.
5. Соціологія музею: презентація на тлі простору і часу / за заг. ред. д.і.н., Карпова В.В. – К.: Видавець Олег Філюк, 2016. – 216 с.
6. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: посібник / [перекл. з нім. В. Лозинський, О. Лянг, Х. Назаркевич] / Фрідріх Вайдахер. – Львів: Літопис, 2005. – 632 с.
7. Котлер Н. Музейний маркетинг і стратегія формування місії, залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів / Ніл Котлер, Філіп Котлер, Венді Котлер. – К.: СтилоС, 2010. – 528 с.
8. Рудик Г.Б. Відвідувачі музею як об'єкт дослідження / Г.Б. Рудик // Музейний простір. – 2013. – № 1. – С. 18-21; Рудик Г.Б. Музеологія людини: проблематика відвідування як контекст проекту дослідження аудиторії музею Ханенків / Г.Б. Рудик // Музейний простір. – 2012. – № 6. – С. 23-25; Рудик Г.Б. Наші відвідувачі / Г.Б. Рудик // Музейний простір. – 2013. – № 2. – С. 16-20; Рудик Ганна. "Музейна людина": колективний портрет українців, які відвідують музеї [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.istpravda.com.ua/articles.
9. Гайдай О.Ю. Радянське минуле в оцінках студентів-істориків (аналіз соціологічного опитування) / О.Ю. Гайдай // Український історичний журнал. – К.: Ін-т історії України, НАН України, 2014. – № 6. – 240 с. – С. 92-112.
10. Маньковська Р.В. Музейники в лещатах тоталітаризму / Р.В. Маньковська // Історія України: Маловідомі імена, події, факти: зб. статей / відп. ред. П.Т. Тронько [та ін.]; Нац. акад. наук України, Ін-т історії України. – К.: Рідний край, 2000. – Вип. 11. – 327 с. – С. 389–398; Маньковська Р.В. Музейництво в Україні / Р.В. Маньковська. – К.: Нац. акад. наук України, Ін-т історії України [б.в.], 2000. – 140 с.; Маньковська Р.В. Сучасні музейні комунікації та перспективи розвитку / Р.В. Маньковська // Краєзнавство. – 2013. – № 3. – С. 75-83.
11. Юхневич М.Ю. Человек в музее / М.Ю. Юхневич // Музей и личность / Отв. ред. А.В. Лебедев., сост. М.Ю. Юхневич. – М.: Российский институт культурологии, 2007. – 168 с. – С. 45-66.
12. Пронин В.А. Социологические исследования запросов посетителей – основа дальнейшего совершенствования / В.А. Пронин // Музейное дело в СССР / Ред. кол. И.А. Анощенко и др. – М.: Московский рабочий, 1976. – 143 с. – С. 85-89.
13. Анчев А. Социологическое исследование запросов посетителей – важное условие дальнейшего совершенствования экспозиционной и массовой работы музея / Анчо Анчев // Музейное дело в СССР / Ред. кол. И.А. Анощенко и др. – М.: Московский рабочий, 1976. – 143 с. – С. 90-95.
14. Дукельский В.Ю. Человек и музей / В.Ю. Дукельский // Музей и личность / Отв. ред. А.В. Лебедев, сост. М.Ю. Юхневич. – М.: Российский институт культурологии, 2007. – 168 с. – С. 6-14.
15. Галкина Т.В. Краткий словарь музейных терминов / Т.В. Галкина, О.О. Петрунина. – Томск: Изд. Томского гос. педагогического ун-та, 2004. – 16 с.; Микульчик Р. Словник-довідник термінології музейництва / Роман Микульчик, Петро Слободян, Єлизавета Діденко, Тарас Рак. – Львів: Вид. Львівської політехніки, 2012. – 128 с.; Музеєзнавство: словник базових термінів / [укл.-упорядник Л.М.Міненко; за заг. ред. Карпова В.В.]. – Фенікс; Національний військово-історичний музей України, 2013. – 152 с.
16. Фецко І.М. Структурні моделі складених термінів із компонентом "музей" (на матеріалі термінології музейництва) / І.М. Фецко // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". Серія "Проблеми української термінології". – 2014. – № 791. – С. 169-174.

17. Ковальчук Є.І. Культурно-освітня діяльність музейних закладів як складова музейної комунікації (за результатами соціологічних досліджень Волинського краєзнавчого музею) / Є.І. Ковальчук // Волинський музейний вісник : Музеї у дослідженні та збереженні пам'яток культурної спадщини західноукраїнських етнічних земель. Наук. зб. – Вип. 4. – Луцьк, 2012. – 282 с. – С. 73-76.
18. Карпов В. Дослідження місця соціології музейної справи у структурі музеєзнавства // Зарембівські читання: Матеріали П'ятих Всеукраїнських Зарембівських читань "Українське пам'яткознавство: сучасні проблеми та тенденції", присвячених 100-річчю від дня народження академіка П.Т. Тронька (м. Київ, 15 квітня 2015 р.): Зб. наук. пр.: Титова О.М. (гол. ред., кол.), Бєсов Л.М., Гріффен Л.О. [та ін.]: Центр пам'яткознавства НАН України і УТОПІК. – К.: Центр пам'яткознавства НАН України і УТОПІК, 2015. – С. 32–37.
19. Музейное дело России / [Под. ред. Каулен М.Э., Косовой И.М., Сундиевой А.А.]. – М. : ВК, 2010. – 676 с. – С. 487-488.
20. Шулепова Э.А. Основы музееведения / Э.А. Шулепова. – М. : ЛИБОКОМ, 2010. – 432 с.
21. Голубенко Г.Л. Музей і відвідувач. Узагальнення та аналіз форм і методів науково-просвітницької роботи / Г.Л. Голубенко // Музей війни народної : зб. наук. статей / ред. О.С. Артемов. – К., 1999. – 60 с. – С. 21-24.
22. Маньковська Р.В. Сучасні музейні комунікації та перспективи розвитку / Р.В. Маньковська // Краєзнавство. – 2013. – № 3. – С. 75-83.
23. Капустіна Н.І. Музей і відвідувач / Н.І. Капустіна // 3 минувшини Подніпров'я. Зб. – Дніпропетровськ : "Дніпро", 1995. – 177 с. – С. 22-25.
24. Гайда Л.О. Музей і відвідувач (соціально-психологічні дослідження в музеї) / Л.О. Гайда // Музей на межі тисячоліть : минуле, сьогодні, перспективи. Зб. тез доп. та повід. міжн. наук. конф., присвяченої 150-літтю від дня заснування Дніпропетровського історичного музею ім. Д.І. Яворницького. – Дніпропетровськ, 1999. – 177 с. – С. 163-165; Капустіна Н. І., Гайда Л.О. Психолого-соціологічні дослідження музейних програм і занять для школярів / Н.І. Капустіна, Л.О.Гайда // Музей і майбутнє: матеріали обл. наук. конф. – Дніпропетровськ, 1998. – С.28-36; Капустіна Н.І. Соціологічні дослідження в музеї / Н.І. Капустіна, Л.О. Гайда // Музей і місто : музеєзнавчі аспекти збереження і відтворення своєрідності міської культури. (Матеріали обласної наук. конф., присвяченої 225-річчю м. Дніпропетровська). – Дніпропетровськ, 2003. – 134 с. – С. 39-43.
25. Піоро В. Як себе бачить і чого прагне сучасний музей / Владислав Піоро, Софія Рябчук // Музейний простір. – 2013. – № 1. – С. 2-6.

References

1. Shmit, F. I. (1923). Art as a subject of study. Biblioteka zhurnala "Put prosveshcheniya", 7 [in Russian]. Shmit F. I. (1919). The historical, ethnographic, art museums: Essay on the history and theory of museology. Kharkov [in Russian]. Shmit F. I. (1929). Museology: Questions exposure. Leningrad [in Russian]. Shmit F. I. (1928). Scope and boundaries sociological art history. Leningrad: Akademiya [in Russian].
2. Bryuningskhaus-Knubel, K. (1994). Museum educator: defender of the interests of the visitors. MUSEUM (Museum International), 2, 14 [in Russian].
3. Karpov, V. (2015). Sociology of Museology. Theoretical and methodological principles. Mizhnarodniy visnik: kulturologiya, filologiya, muzikoznavstvo. Kyiv: Milenium, issue 1 (4), 32–35.
4. Rottermund, A. (1991). Problemy muzealnictwa w świecie współczesnym, "Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Opuscula Musealia", 5, 37 [in in Polish].
5. Karpov, V. V. (Eds.). (2016) Sociology of museum: presentation on the background of space and time. Kiïv: Vidavets Oleg Filyuk [in Ukrainian].
6. Vaydaker, F. (2005). General museology (V. Lozinskiy, O. Lyang, Kh. Nazarkevich trans.). Lviv : Litopis [in Ukrainian].
7. Kotler, N., Kotler, F., Kotler., V. (2010) Museum Marketing and Strategy formation mission, involving the public, increase income and resources. Kiïv: Stilos [in Ukrainian].
8. Rudik, G.B. (2013). Visitors to the museum as an object of study. Muzeyniy prostir, 1, 18-21 [in Ukrainian].; Rudik G.B. (2012). Numan museology: problems visiting a project context Khanenko museum audience research. Muzeyniy prostir, 6, 23-25 [in Ukrainian].; Rudik G.B. (2013). Our visitors. Muzeyniy prostir, 2, 16-20 [in Ukrainian].; Rudik G. B. "Museum person": a collective portrait of the Ukrainian who visit the museum. retrieved from www.istpravda.com.ua/articles [in Ukrainian].
9. Gayday, O.Yu.(2014) Soviet past in assessments of students and historians (analysis of the poll). Ukraïnskiy istorichniy zhurnal. Kiïv: Institut istoriï Ukraïni, NAN Ukraïni, 6, 92-112 [in Ukrainian].
10. Mankovska, R.V. (2000). Museum workers in the grip of totalitarianism. Istoriya Ukraïni: Malovidomi imena, podii, fakti. Kiïv: Ridniy kray, issue 11, pp.389–398 [in Ukrainian].; Mankovska R.V. (2000). Museology in Ukraine. Kiïv: Natsionalna akademiya nauk Ukraïni, Institut istoriï Ukraïni [in Ukrainian].; Mankovska R.V. (2013). Modern museum communication and development prospects. Kraeznavstvo, 3, pp.75-83 [in Ukrainian].
11. Yukhnevich, M.Yu. (2007)The man in the museum. Muzey i lichnost A.V. Lebedev (ed.), Moskva: Rossiyskiy institut kulturologi, pp. 45-66. [in Russian]
12. Pronin, V.A. (1976) Sociological research queries of visitors – the basis for further improvement. Muzeynoe delo v SSSR. (I.A. Anoshchenko ed. et al). Moskva: Moskovskiy rabochiy, pp. 85-89. [in Russian]
13. Anchev, A. Case Study visitors queries – an essential condition for the further improvement of the exposure and the mass of the museum. Muzeynoe delo v SSSR. (I.A. Anoshchenko ed. et al). Moskva: Moskovskiy rabochiy, pp. 90-95. [in Russian].
14. Dukelskiy, V. Yu. Man and Museum. Muzey i lichnost. A.V. Lebedev (ed). Moskva: Rossiyskiy institut kulturologi, pp. 6-14 [in Russian]
15. Galkina, T.V., Petrunina O.V. (2004). Concise dictionary of museum terms. Tomsk: Izdetelstvo Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [in Russian]. Mikulchik R. Slobodyan P., Didenko E., Rak T. (2012). Glossary-directory of museum terminology. Lviv : Vidavnitstvo Lvivskoi politehniky [in Ukrainian].; Minenko L.M. (2013) Museology: Dictionary of Basic Terms. V.V. Karpov (ed.). Feniks; Natsionalniy viyskovo-istorichniy muzey Ukraïni [in Ukrainian].

16. Fetsko, I.M. (2014). Structural models of composite component terms "museum" (based on the museum terminology). *Visnik Natsionalnogo universitetu "Lvivska politehnika"*. Ser. "Problemi ukraïnskoï terminologii". 791, pp. 169-174. [in Ukrainian].
17. Kovalchuk, E. I. (2012). Cultural and educational activities of museums as part of the museum's communication (based on sociological studies of Volyn Regional Museum). *Volynskiy muzeynyi visnik: Muzeï u doslidzhenni ta zberezheni pam'yatok kulturnoi spadshchini zakhidnoukraïnskikh etnichnikh zemel*. Issue. 4, Lutsk, pp.73-76 [in Ukrainian].
18. Karpov, V. (2015). The study sociology space museum in the structure of museology. *Zarembivski chitannya: Materiali P'yatikh Vseukraïnskikh Zarembivskikh chitan "Ukraïnske pam'yatkoznavstvo: suchasni problemi ta tendentsii"*, dedicated of 100 years of birthday of P.T. Tronka. Kïiv: Tsentri pam'yatkoznavstva NAN Ukraïni i UTOPIK, pp. 32-37 [in Ukrainian].
19. Kaulen, M.E., Kosova I.M., Sundieva A.A (Eds.) (2010). *Russian museology*. Moskva: VK, pp. 487-488 [in Russian].
20. Shulepova, E.A. (2010). *Fundamentals of museology*. Moskva: LIBOKOM [in Russian].
21. Golubenko, G. L. (1999). The museum and visitor. Synthesis and analysis of the forms and methods of scientific and educational work. *Muzey viyni narodnoi*. O.S. Artemov (ed.). Kïiv, pp. 21-24. [in Ukrainian].
22. Mankovska, R.V. (2013). Modern museum communication and development prospects. *Kraeznavstvo*, 3, pp. 75-83 [in Ukrainian].
23. Kapustina, N.I. (1995) The museum and visitor. *Z minuvshini Podniprov'ya*. Dnipropetrovsk: Dnipro, pp. 22-25. [in Ukrainian].
24. Gayda, L.O. (1999). The museum and visitor (Socio-psychological research in museums). *Muzey na mezhi tisyacholit : minule, sгодennya, perspektivi*. Dnipropetrovsk, pp.163-165 [in Ukrainian].; Kapustina N. I., Gayda L.O. (1998). Psychological and sociological studies of museum programs and activities for students. *Muzey i maybutne*. Dnipropetrovsk, pp. 28-36 [in Ukrainian].; Kapustina N. I., Gayda L.O. (2003). Sociological studies in the museum. *Muzey i misto: muzeeznavchi aspekti zberezheniya i vidtvorenniya svoeridnosti miskoi kulturi*. Dnipropetrovsk, pp. 39-43 [in Ukrainian].
25. Pioro, V. Ryabchuk S. (2013). How to see yourself and aspire to a modern museum. *Muzeynyi prostir*, 1, pp. 2-6 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 14.06.2016 р.

УДК 398 (477)+008

Денисюк Жанна Захарівна
кандидат культурології,
начальник відділу наукової
та редакційно-видавничої діяльності
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
ORCID: 0000-0003-0833-2993
jannet_d7@ukr.net

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ПОСТФОЛЬКЛОРУ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ: ДО ТИПОЛОГІЇ ЖАНРІВ

Метою роботи є дослідження жанрів постфольклору, репрезентованих комунікативними практиками в мережі інтернет. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні аналітичного, культурологічного та семантичного методів для дослідження жанрового різноманіття постфольклору, опосередкованого мережею інтернет. **Наукова новизна** роботи полягає в класифікації жанрів постфольклору, представленого в інтернет-просторі, на основі виявлення семиотичних особливостей знакових систем текстів. **Висновки**. В результаті дослідження встановлено, що основними характеристиками жанрів постфольклору, опосередкованих інтернет-комунікативними практиками, є нелінійність, гіпертекстуальність та мультикомпонентність. Окрім вербальних жанрів, відомих у традиційному фольклорі, особливого розвитку набули інші жанри, з переважною візуальною складовою, які утворюють семиотично ускладнені креолізовані тексти. Твори постфольклору, які формуються внаслідок комунікативних процесів спілкування та обміну інформацією, мають переважно розважально-ігрову спрямованість (меми, демомотиватори, фотожаби, карикатури, комікси, гіф-арт) та відображають актуальні події і явища суспільного життя, що представляють інтерес і зацікавленість для користувачів мережі.

Ключові слова: постфольклор, жанри постфольклору, креолізований текст, меми, демомотиватори, фотожаби, карикатури, комікси, гіф-арт.

Денисюк Жанна Захарівна, кандидат культурології, начальник отдела научной и редакционно-издательской деятельности Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Репрезентация постфольклора в интернет-пространстве: к типологии жанров

Целью работы является исследование жанров постфольклора, представленных коммуникативными практиками в сети интернет. **Методология исследования** заключается в применении аналитического, культурологического и семантического методов для исследования жанрового многообразия постфольклора, опосредованного сетью интернет. **Научная новизна** работы заключается в классификации жанров постфольклора, представленного в интернет-пространстве, на основе выявления семиотических особенностей знаковых систем текстов. **Выводы**. В результате исследования установлено, что основными характеристиками жанров постфольклора, опосредованных интернет-коммуникативными практиками, является нелинейность, гипертекстуальность и мультикомпонентность.