

УДК 069(477-25)+069.12

О. В. Дженкова

«Театралізація» у музеї як феномен сучасної культури та форма взаємодії з відвідувачем

(Десятирічний досвід проведення театралізованих екскурсій у філіалі Національного музею історії України — Музеї історичних коштовностей України)

Розглядаються проблеми інтеграції процесів «театралізації» у простір музейної експозиції. Пропонується досвід створення, впровадження та промоції сценарних театралізованих екскурсій та інтерактивних заходів з елементами театралізації у Музеї історичних коштовностей України. Робиться спроба зібрати, систематизувати та проаналізувати вітчизняні та світові тенденції у сфері музейної театралізації останнього десятиріччя.

Ключові слова: музей, освітня діяльність, відвідувачі, театралізація.

Десять років тому, 20 травня 2006 р., у Музеї історичних коштовностей України (МІКУ) дебютувала театралізована екскурсія, аналогів якої на той час, принаймні у Києві, не було. Цим заходом, проведеним після закриття музею, у вечірній час, ми підтримали міжнародну акцію «Ніч музеїв», ініціаторами якої виступила Міжнародна Рада музеїв та Міністерство культури та комунікацій Франції. Таким чином ми долучились до міжнародної музейної спільноти, запропонувавши нашим відвідувачам — як дорослим, так і дитячій аудиторії — унікальний формат екскурсії, до того ж у незвичний час.

Тенденція «театралізації» має серед музейників як палких прихильників, так і супротивників, які застерігають від вторгнення у музейну практику «видовищ». Маючи не лише теоретичний, але й десятирічний практичний досвід проведення театралізованих екскурсій та заходів з елементами театралізації, ми вважаємо слушним та корисним висловити свою точку зору з цього приводу, поділитися своїм досвідом «від ідеї — до втілення та промоції», а також зробити спробу аналізу співіснування у музейному просторі експозиції та вистави особливого типу, що, сподіваємося, допоможе прогнозувати можливі шляхи розвитку цього процесу.

З одного боку, музейно-театральна вистава — тобто вистава, поставлена у специфічному, музейному, сценічному просторі, — з точки зору музеєзнавства, є темою побічною, далекою від основної функції музеїв. З іншого

боку, і музейно-театральний спектакль, і процес «театралізації музею» вже багато років існує як феномен сучасної культури та форма взаємодії з відвідувачем. Спираючись на багаторічний досвід освітньої, екскурсійної роботи, ми дійшли інтуїтивного висновку, що наш музей здатний інтегрувати театралізацію, використовуючи її у якості смислового та емоційного впливу на відвідувачів.

Розмірковуючи «бути чи не бути» нашій театралізованій екскурсії, виходили з того, що у сучасному музею можна все або майже все. Ми не можемо не реагувати на запит у сфері дозвілля. Головне — не забувати мету, музейну місію, усвідомлювати свою позицію і не відступати від неї. Важко не погодитися з думкою Максвелла Андерсона, одного з найвпливовіших діячів музейної сфери в США, про те, що музеї — це, перш за все, освітні структури, і якщо вони ставлять розвагу вище освітніх цілей, то діють у власний збиток [11].

Поняття «освіта» на сучасному етапі трактується широко і передбачає розвиток інтелекту людини, її душевних якостей, системи цінностей особистості [24, с. 13]. Сьогодні перед музеєм стоїть завдання, демонструючи історичні артефакти, не лише передати інформацію про той чи інший період, подію або культурне явище. Ми маємо звертатися і до внутрішнього світу відвідувача, впливати на його чуттєво-емоційну сферу.

Видатний психолог Л. Виготський — засновник культурно-історичної школи в психології,

один з основоположників та розробників когнітивної психології, спеціаліст в галузі психології мовного мислення та його генези, теорії навчання — дійшов дуже важливого висновку: взаємодія різноманітних типів мислення («теоретичного», «художнього», «практичного»), широчінь і багатство духовних потреб — це надважлива умова для повноцінного вияву та розвитку спеціальних здібностей особистості. Мистецтво виступає у ньому як засіб, що виховує почуття людини, активізує її творчий потенціал, спрямовує на діяльнісне пізнання навколишнього світу [4, с. 45–66].

Сучасне музеєзнавство констатує зміну ціннісних орієнтирів у створенні музейних експозицій, в основу яких покладається «драматургічно осмислений візуально-просторовий текст» [22, с. 235], розширення так званих «поза музейних» програм (вечори, концерти, презентації). Цілком очевидно, що зараз музей розглядається як простір, відкритий для художньої практики, у тому числі й в галузі театральності мистецтва.

Процес розвитку «театралізації» музейного простору рухається у трьох основних напрямках: драматургічної подачі матеріалів в експозиції; розширення виразних засобів експозиції за рахунок привнесення нетипових для звичайної екскурсії елементів (музикальний супровід, світлові, шумові, сенсорні ефекти, ігрова (театральна) поведінка у просторі експозиції); створення на території музеїв повноцінних музейно-театральних спектаклів. Музейна вистава являє собою складну структуру, в якій співіснують культурно-освітня та художня театральні-постановочні складові [23]. Сприйняття віддалених у часі подій значно підсилюється емоційно під час театралізації, завдяки якій з'являється можливість подати інформацію від першої особи, в ліричній манері художнього стилю, підсиливши вплив музичним супроводом, асоціативними віршами. Відвідувачам різних вікових категорій експозиційний матеріал та історичні події, подані у такий спосіб, стають зрозумілишими та ближчими.

МІКУ зберігає безцінні ювелірні вироби, які відображають розвиток ювелірного мистецтва протягом майже п'яти тисяч років. Світову славу музею принесло унікальне зібрання скіфського золота. Дорогоцінний декор зброї та кінського спорядження, посуду та одягу, персні, сережки та скроневі підвіски, гривни, нагрудні прикраси, залишені в похованнях знаті, начебто відкривають вікно у скіфський світ. Саме цей світ, з зовсім іншими, не нашими, вимірами та

уявленнями, ми спробували відтворити у формі театралізованої екскурсії «Скіфія золота» [5, с. 180–199].

За задумом, у віртуальну мандрівку в загадковий та таємничий скіфський світ мав вести представник цього стародавнього племені. Надзвичайно важливим для нас було, демонструючи скарби скіфської знаті, донести думку про те, що це не просто майстерно оброблений тисячоліття тому дорогоцінний метал, мова йде про унікальні сакральні речі, наповнені особливою енергією; це золото, в якому навіки відображені особливі священні ритуали; це золото дарувало родючість, наділяло силою, мужністю, непереможністю; це художньо досконалі речі, з якими пов'язані долі, віра і сподівання людей, що жили майже три тисячі років тому.

Програма мала успіх. Ми бачили, що сприйняття історичного і експозиційного матеріалу відвідувачами було значно ефективнішим, емоційнішим, ніж під час звичайної тематичної екскурсії. Як наслідок, виник неабиякий попит на екскурсію саме у такому форматі, і саме тому було вирішено впровадити театралізовану екскурсію на постійній основі як альтернативу тематичній.

Композиційно програма поділяється на дві частини. Перша, умовно екскурсійна, проходить у просторі експозиції перших трьох залів музею. В екскурсії 2006 р. цей світ представляла одна головна героїня — скіфська цариця. У наступному році ми працювали над удосконаленням сценарію та підготовкою ще двох виконавців. Відтоді зі скіфськими віруваннями, обрядами та традиціями стали знайомити відвідувачів три представники скіфської еліти (Цариця, Амазонка, Воїн) та сучасник-екскурсовод, який допомагав не загубитися у минулому та давав необхідні пояснення з позиції сьогодення.

З проханням створити історично правдиве скіфське вбрання ми звернулися до Державного інституту декоративно-прикладного мистецтва та дизайну. Студенти під керівництвом викладача кандидата історичних наук Л. С. Ключко створили керамічні прикраси і скіфські костюми, повністю реконструювавши фасон, використавши тканину максимально відповідної фактури і кольору.

Ми використовували також відеоматеріали. За допомогою відділу впровадження технічних засобів НМІУ змонтували два фільми. Один з них демонструється під час вступної частини, ще до появи наших героїв. Фільм дає уявлення про те, хто такі скіфи, коли вони прийшли на землю сучасної України, яку територію зайняли.

Тут же, у фойє, представляємо виставку «Скіфія очима сучасників». Увазі публіки пропонуються роботи члена Спілки художників України З. А. Васиної — відомої дослідниці історії костюма, автора фундаментальної праці «Український літопис вбрання». Другий фільм базується на документальному матеріалі — розкопках Товстої Могили. За задумом, перш ніж показати унікальну археологічну знахідку XX століття, відвідувачам надається унікальний шанс стати свідками того самого моменту знахідки, коли пектораль знову побачила сонячне світло після більш ніж двохтисячолітнього забуття.

Протягом усієї програми звучить спеціально підібрана музика. Ліричний настрій допомагають створити і чудові поетичні рядки Л. Костенко, С. Тельнюка, Б. Мозолевського. Також написала вірші для наших «скіфських мандрів» одна з співробітниць — Л. П. Олефіренко. Поезія асоціативна і допомагає образно, більш емоційно сприймати побачене і почуте.

Плануючи другу, розважальну, частину програми, ми враховували, що однією з найбільш ефективних форм культурно-освітньої діяльності, що сприяє розвитку історичної свідомості, вважається рольова гра, заснована на активній поведінці музейної аудиторії. Помилувавшись скарбами скіфської еліти, відвідувачі спускаються у фойє. Скіфи, чиє ім'я стало символом доблесті, відданості дружбі і батьківським звичаям, пропонують публіці взяти участь в обряді братання: давши клятву вірності один одному, з одного ритону випити «вино, змішане з власною кров'ю». Спеціальний реквізит — стрілу, амфору і ритон, виконаний з матеріалу, що імітує срібло, прикрашений копіями скіфських золотих пластин, — виготовили реставратори МІКУ.

Бажаючи можуть відчути себе археологами і спробувати відшукати скіфський тайник. Ми використовуємо прийом евристичного діалогу: для того щоб стати щасливим володарем скарбу (це може бути тематична музейна сувенірна продукція), відвідувачі повинні взяти участь у вікторині. Запропоновані питання, що розраховані на різні соціальні та вікові групи відвідувачів, стимулюють прагнення до отримання знань та вміння самостійно мислити. Сувенірну продукцію ми використовуємо не тільки для захоплення переможця, але і як непряму рекламу, яка буде впливати на наших потенційних відвідувачів.

На закінчення програми ми пропонуємо певний реквізит для фотографування в інтер'єрі музею разом з героями дійства. Фото на згадку дозволяє нашим відвідувачам надовго залишити

в пам'яті «скіфську мандрівку» і має довготривалий ефект, який закріплює як особисті враження, так і позитивний імідж музею.

По завершенні завжди виникають питання, жваве обговорення, спілкування зі «скіфами». Відвідувачі ще довго не розходяться, діляться враженнями. І хоча ми завжди отримували схвальні відгуки і бачили щире захоплення в очах, але кожного разу відзначали хоч і непомітні сторонньому оку, але важливі для нас недоліки, що неминуче з'являються під час реалізації будь-якого проекту і які необхідно враховувати в подальшому. Перш за все, це стосується питання загальної музейної культури відвідувача. Далеко не всі приходять підготовленими до сприйняття театралізованої екскурсії. Ми побачили, що необхідно налаштувати публіку на ліричний лад ще до початку дії, при цьому тактовно нагадавши про основні правила поведінки в музеї і в театрі. На практиці ми відчули також певний надлишок поетичних відступів. Слід було врахувати, що в музеї пріоритетним є зорове сприйняття, аудиторія налаштована не на літературний вечір, а на експозиційний матеріал. Довелося додатково попрацювати також над музичною фонограмою. Ми зробили її більш різноманітною, більш співзвучною окремим моментам дії. Відрегулювали й силу звуку: іноді музика є лише фоном, іноді стає «головним героєм».

Друга частина програми давала можливість у повній мірі застосувати інтерактивні методи комунікації. Однак досвід проведення вікторини показав, що іноді відвідувачі не можуть знайти правильну відповідь на поставлене запитання і через це відчувають певне збентеження. До речі, це ніяк не стосувалось дитячої аудиторії, лише дорослої. Безумовно, слід було уникнути напруженості, і ми стали пропонувати варіанти відповідей, гумористичні або серйозні — в залежності від ситуації.

Здобувши певний досвід у той час ще новій для нас формі презентації музейної колекції, а також усвідомлюючи, що «Скіфія золота» не дає можливості ознайомитися з усією експозицією, ми вирішили «театралізувати» й іншу частину зібрання музею — ту, яка представляє культові предмети та декоративно-літургійні витвори ювелірного мистецтва.

Прем'єра нової театралізованої екскурсії «Священні скарби» відбулася у травні 2010 р. [13, с. 244–260]. Одним з головних завдань для нас було не лише представити певні ювелірні вироби, але й через них розкрити основні постулати світових релігій, смисл релігійних

символів і сутність обрядів. На меті було емоційно, цікаво і, найголовніше, толерантно розкрити складне і часом конфліктне питання віросповідання, сконцентрувавшись на тому, що об'єднує людей, а не розділяє їх. Сприйняття подібної теми, хай навіть і в ігровій формі, вимагає і певної зрілості духовної, і певної підготовки, так й інтелектуальної напруги. Тому цільовою аудиторією були обрані старшокласники, студенти та дорослі.

Герої вистави «Священні скарби» — Майстер-ювелір, цариця Естер, київська княжна Янка, настоятельниця жіночого православного монастиря та її сестри (вдова козацького сотника пані Марія і дружина хана Гірея) — є представниками різних релігійних переконань. Розповідаючи про свої вірування та традиції, вступаючи іноді в дискусію, милуючись ювелірними витворами, саме вони представляють культові предмети та предмети з релігійною символікою та розкривають основну ідею нашої екскурсії: непересічними цінностями для людей різних релігійних поглядів є краса, любов і милосердя [12, с. 33].

Під час екскурсії звучить спеціально підібрана та записана фонограма — композиції групи «Даха Браха», церковні розпіви та світська музика XVII—XVIII ст., музика євреїв ашкеназі та сефардів, мусульманський азан.

Історичні костюми були створені завдяки нашим волонтерам — студентам Інституту декоративно-ужиткового мистецтва та дизайну ім. Бойчука.

Принципово важливим є те, що всі ролі під час театралізованих екскурсій виконують екскурсоводи та наукові співробітники музею, переодягнені в реконструйовані історичні костюми, а не професійні актори. Звісно, необхідні як певні акторські здібності, так і репетиції, аби досягти позитивного результату. Можливо, актори — студенти або навіть аматори — впоралися б краще, але треба враховувати, що кожна екскурсія, в якій би формі вона не проходила, вимагає певної рефлексії, завжди виникають питання, на які учасники дійства мають дати кваліфіковану відповідь. До того ж спілкування з виконавцями після вистави — це теж одна з родзинок, яка не доступна глядачам у театрі.

Саме незалежність від професійних виконавців дозволила нам проводити вечірні театралізовані екскурсії на постійній основі. Крім того, завдяки набутому досвіду згодом запровадили денні вистави, а також ввели елемент театралізації в інтерактивну екскурсію для дітей «Прадавні таємниці великої скарбниці», під час якої екскур-

совод перетворюється на Хранителя Часу, який веде школярів у подорож у минуле [20, с. 90–92].

Окремим і завжди складним питанням є промоція заходу. Для того щоб залучити відвідувачів, мало створити хороший музейний продукт. Не менш важливим завданням є ефективно організувати просування запропонованої послуги на споживчому ринку. Спілкування з пресою та телебаченням, зйомки та публікації, випуск афіш та буклетів, рекламного ролику, зовнішня реклама на світлодіодних екранах, просування в інтернет-мережі — це той перелік взаємопов'язаних заходів, які ми розподіляли у часі таким чином, щоб один доповнював інший. Музейна спільнота високо оцінила наші зусилля в цьому напрямку, віддавши пальму першості в номінації «Впровадження музейних програм» на 2-му Всеукраїнському фестивалі «Музеї у сучасному поліетнічному світі», який проходив у 2009 р. у Дніпропетровську.

Одним з інструментів промоції є висвітлення подій засобами масової інформації. Ще до прем'єри в інформаційному бюлетені «Український музей» і в журналі «Відлуння віків» були опубліковані наші прес-релізи. На генеральну репетицію програми ми запросили журналістів провідних телеканалів — «1 + 1» та «Інтер». Сюжети про нашу «музейну ніч» вийшли в програмах новин напередодні прем'єри. Надалі з метою популяризації «Скіфії золотої» ми неодноразово запрошували на екскурсії представників преси та телебачення, адже, щоб підтримувати зацікавленість публіки, треба постійно «миготіти» на сторінках газет і журналів, на радіо і телебаченні. Очевидним був той факт, що відразу після публікації або ефіру кількість бажаючих потрапити на програму різко зростала, з часом інтерес згасав — необхідно було знову звертатися до ЗМІ.

Величезні можливості для інформування та залучення відвідувачів дає Інтернет. Він дозволяє організувати інтерактивне спілкування будь-яких професійних груп і аудиторій, відкриває безмежні можливості для подання музейного продукту, перш за все, за рахунок різних видів сучасних «електронних» публікацій. Важлива промоція через сайт та соціальні мережі. Протягом останніх чотирьох років активно використовуємо можливості «Facebook»: анонсуємо заходи, звітуємо про проведення, публікуємо фото з екскурсій, що вже відбулися, — намагаємося збудити «апетит» у потенційних відвідувачів. Звісно, можна використовувати і інші соціальні мережі. Це вже питання кадрове: якщо у штаті є людина, яка зможе професійно

займатися лише промоцією музею, робота ця може стати більш ефективною.

Традиційним, але найбільш дієвим засобом промоції залишається реклама. Сьогодні рекламні агентства пропонують величезний спектр послуг, які, на жаль, не в змозі оплатити музеї, постійно обмежені у фінансуванні. Виходів два — або шукати спонсорів, або обходитися власними силами. Для нас більш реальним виявився другий шлях. Своїми силами і за допомогою відділу впровадження аудіовізуальної техніки НМІУ зробили рекламний ролик. Протягом 2009 р. він демонструвався на трьох світлодіодних екранах в центрі міста. Ми домовилися про безкоштовну демонстрацію музейного ролика, як соціальної реклами, з агентством, яке тільки починало свою діяльність в цій сфері. Це було ефективно, але, на жаль, сьогодні такої можливості не маємо, і ролик можна побачити лише на сайті МІКУ. Але важливо, що рекламний продукт вже створений і у будь-який час, коли з'явиться така можливість, може працювати більш ефективно.

Для того щоб розширити коло відвідувачів, зробити «скіфську ніч» доступною і іноземним гостям, зараз працюємо над англійською театралізованою екскурсією. У попередні роки, хоч і не часто, але попит на неї виникав.

За перших три роки нашу вечірню театралізовану програму побачили близько 2000 відвідувачів. У наступні роки динаміка була нерівномірною, але досить стабільною: в середньому щорічно ми приймали близько 300 осіб, 12–16 груп. Рекордним став 2011 р., коли кількість груп та відвідувачів, що взяли участь у вечірній театралізованій програмі, збільшилась удвічі. Це був ювілейний рік знахідки пекторалі. З нагоди 40-річчя знахідки було дуже багато публікацій у наукових, популярних виданнях, у пресі, виходили телепрограми, часто лунали згадки події у різних контекстах. Вірогідніше за все, це й пробудило додатковий інтерес до скіфської колекції і, зокрема, до своєїрідної форми її презентації — театралізованої екскурсії.

Все змінили жакливі події, що відбувалися у Києві та в країні наприкінці 2013 та у 2014 р. Якщо у 2013 р. ми показали театралізовану екскурсію для 19 груп, то у 2014 р. — лише для трьох. У 2015 р. попит знову з'являється — протягом року не рівномірно, але у загальній кількості 15 екскурсій за рік.

Слід зазначити, що останнім часом майже всі українські музеї поряд з традиційними формами організації культурно-освітньої діяльності у музеї — екскурсіями, творчими заняттями,

лекціями — пропонують інтерактивні заходи з елементами театралізації, серед яких найбільш популярними є квести та костюмовані музейні свята, значно менше сценарних театралізованих екскурсій. На жаль, музеї, заявляючи про ці заходи на сайтах та у соціальних мережах, побіжно згадуючи про їх існування на профільних конференціях та у публікаціях, не поспішають ділитися своїм практичним досвідом. Рідким виключенням є Дніпропетровський історичний музей ім. Д. І. Яворницького, який не лише першим приєднався до міжнародної музейної акції «Ніч у музеї» з театралізованою програмою «Людина і степ», але й опублікував свою розробку в друкованому, а трохи згодом і у електронному виданні [14, с. 135–148]. Так само і Музей історичних коштовностей України, ставши одним з піонерів «музейної театралізації» в Україні, неодноразово поширював свій досвід, у тому числі і в закордонних виданнях [5, с. 180–199; 6, с. 99–103; 7, с. 27–31; 12, с. 32–35; 13, с. 244–260].

Чудову можливість обмінятися досвідом, напрацюваннями, ідеями та інноваціями в освітній роботі надає Національний Києво-Печерський історико-культурного заповідник, який вже протягом трьох років проводить надзвичайно цікаві науково-практичні конференції «Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи». Слід зазначити, що як у виступах, так і в публікаціях не останньою темою є питання музейної театралізації у різних формах її виявлення.

Приємно, що учасниками конференції є не лише музейники, але й власне наші «споживачі» та партнери — викладачі, вихователі, психологи, вчителі, які зазначають позитивний вплив моментів театралізації на якість сприйняття експозиційного матеріалу. Приміром, Київська дитяча академія мистецтв проводила спільно з літературно-меморіальним музеєм М. Булгакова тематичні програми «Тайни муз», під час яких театралізований персонаж Муза доповнювала розповідь екскурсовода. Цю роль виконував викладач академії. Співробітники зазначають, що такий несподіваний ракурс створював додаткове емоційне забарвлення, інтригував дітей та дозволяв доповнити інформаційний фактаж [8, с. 31–32].

Художній музей Краматорської міської ради спільно з дошкільними закладами та учнями молодших класів міста проводить костюмовані свята: «Свято осені», під час якого відбувається зустріч з казковими персонажами, які проводять музичні, інтелектуальні, пізнавальні ігри з дітьми; «Свято Івана Купала»,

під час якого екскурсовод виступає в образі Літа [21, с. 13].

З 2009 р. НМІУ впровадив театралізовані екскурсії для дітей різних вікових груп [2, с. 13], а також кожного року співробітники освітнього відділу розробляють нові інтерактивні програми, у тому числі і з елементами театралізації [9, с. 49].

Вважають своєрідною «родзинкою» театралізовані елементи колеги з Харківського історичного музею, які проводять екскурсію по експозиції «Слобожанські мотиви» за участі героїв у національному українському вбранні XVII–XVIII ст. У ролях дівчини-селянки, пасічника діда Панаса, молодого парубка Гриця, сватів-старост — співробітники ХІМ [16, с. 76–78].

Багатий досвід постановочних дійств, інсценізацій та лекцій-вистав мають колеги з Києво-Печерського заповідника. Щоправда, майже всі театралізації було здійснено за участі запрошених колективів, тому були лише прем'єрними і не пропонувалися на постійній основі. Першою спробою створити лекцію-виставу виключно силами співробітників Заповідника став культурно-освітній театралізований проект «Куди прямуєш, о Русь свята» до 900-ї річниці «Повісті врем'яних літ». Як зазначають автори вистави, саме цей чинник дає можливість мобільніше працювати над подальшою реалізацією створеного музейно-театрального продукту [19, с. 81–87].

Серед українських музеїв, співробітники яких з року в рік на постійній основі проводять сценарні театралізовані екскурсії, що мають незмінний успіх, у чому у нас була можливість переконатися особисто, — львівський Музей релігії [15].

Музей мистецтв Богдана і Варвари Ханенків пропонує наймолодшим відвідувачам прогулянку-бесіду з елементами лялькового театру та іграми експозицією мистецтва країн Азії.

Національний музей медицини проводить для дітей 6–12 років театралізовану екскурсію «Подорож у минуле медицини».

У грудні 2014 р. переяславський Музей «Заповіту» презентував театралізовану екскурсію за участі артистів молодіжного театру «Кредо».

Цього року ексклюзивно (лише два дні) пропонував театралізовані екскурсії для дітей «Повість врем'яних літ: нова версія» Музей історії міста Києва.

Львівська туристична агенція «Мандриподорожі» залучає акторів театру «Воскресіння» до проведення театралізованих екскурсій

підвалами та двориком Ратуші, а також на вежу Ратуші.

Досить поширені театралізовані форми роботи у музеях Російської Федерації. У 1999 р. у Музеї Ф. М. Достоєвського у Санкт-Петербурзі проходив науково-практичний семінар «Музей плюс театр». В ньому взяли участь музейні співробітники та режисери, що мали досвід постановок у музейному просторі. Коло розглянутих на семінарі питань свідчило про зростаючий інтерес дослідників — музеєзнавців, театрознавців, культурологів — до взаємодії музею та театру як соціокультурних інститутів.

Державний історичний музей (м. Москва, Росія) на постійній основі у денний час пропонує вісім (!) театралізованих екскурсій [18].

У процес «театралізації» активно залучені не лише столичні, але й периферійні російські музеї. Тольяттінський краєзнавчий музей з нагоди свого 45-річчя презентував виставку «Бенефіс музейних колекцій» та виставу «Кафе», під час якої про минулі події, свідками яких були і лишаться музейні колекції, розповідають речі-актори: старий рояль, дубовий буфет, в'язана скатертина [10, с. 40–42]. Виставковий комплекс «Клинское подворье» регулярно, щосуботи, проводить театралізовані екскурсії для дітей від 5 років та дорослих [17]. У 2006 р. започаткували театралізовані екскурсії музеї Далекосхідного регіону РФ. Співробітники краєзнавчого музею імені Миколи Гродекова зазначають, що театралізовані екскурсії приваблюють все більше відвідувачів: «Все ожило, сухие факты и экспонаты словно задышали, наполнившись новым смыслом» [1].

Хоча слід визнати, що іноді музеї стають лише площадкою для театральних постановок, фактично орендодавцями. Ці заходи, звісно, приносять прибуток, є професійними та цікавими, але вони не орієнтовані на музейну колекцію. Професійні спектаклі для підготовленої, зацікавленої публіки пропонує Будинок-музей М. М. Єрмолової у Москві, який позиціонує себе як дуже камерний — той, якому протипоказаний масовий потік відвідувачів [3, с. 50–54].

За даними Інтернет-моніторингу, процес театралізації характерний і для західноєвропейських музеїв. *Visite guidée costumée*, тобто костюмовані екскурсії, у Франції пропонують, як правило, для відвідин численних шато, якими особливо відома долина Луари. Наприклад, Шатодю Кльо-Люсе, що в Амбуазі департаменту Ендр-і-Луара, знаний як одна з осель французьких монархів. У 1516–1519 рр.

за запрошенням Франсуа I тут жив «перший маляр, інженер та архітектор короля» Леонардо да Вінчі. Амбуазький Офіс де Туризм пропонує годинну костюмовану екскурсію у замок. Екскурсовод у ролі Леонардової кухарки Матуріни або ж у ролі його слуги Батісти де Вілланіс знайомить із самою спорудою шато та розповідає про геніального митця [28]. Окрім цієї екскурсії, туристичний офіс Амбуаза пропонує зробити ще два візити, власне до самого міста, у супроводі костюмованого гіда. Протягом 1 години 15 хвилин та всього за 5.80€ /3.60€ можна познайомитися з середмістям та відкрити його історію за допомогою «Шарля VIII» або «королеви Ганни Бретонської». Альтернативна пропозиція — протягом двох годин (та лише за 8.40€ /7.30€) разом з костюмованим персонажем пройти від епохи Ренесансу до наших часів через історичний центр міста й унікальну печерну «Комору Цезаря».

Туристичні офіси в інших містах Франції пропонують театралізовані дійства для знайомства не лише з давньою, але й новітньою історією своїх міст. Наприклад, у місті Бурж у червні щопонеділка та щочетверга о 8-й годині вечора проводять костюмовану (30! персонажів) інсценізацію інавгурації мера Анрі Льодьє, що відбулася 30 червня 1930 р. [25].

Краєзнавчий Музей Ганау, що в Ельзасі, пропонує костюмовану екскурсію «Таємниці Вальпургієвої ночі» [27].

Німецький Музей парфумів, розташований у кельнському будинку Фаріни, запрошує відкри-

ти чарівний світ ароматів у супроводі парфумера Йоганна Марії Фаріни. Його роль виконує актор у костюмі епохи рококо. Він з'являється як дух Фаріни, веде екскурсантів через свій дім та відкриває таємниці видобування ароматичних есенцій та створення парфумів [26]. Тариф для однієї особи 9€ (7€ для школяра та студента, та 4,50€ — для дитини). Для групи (максимум 20 осіб) — 160€. Зазначимо, що вартість особливої екскурсії для європейця дуже доступна і не перевищує ціну звичайної музейної послуги, що, вірогідно, є не останнім фактором, який робить можливим проводити екскурсію регулярно, тричі на тиждень о 15 або 17 годині. Можливий також варіант за замовленням — французькою та польською мовами.

Отже, музейна театралізація, безумовно, є явищем, що вкоренилося у сучасній культурі, має низку специфічних рис, генетично пов'язане і з театральною, і з музейною сферою, але зберігає домінуючу музейну складову. Можемо констатувати, що музейники активніше застосовують у своїй освітній діяльності не історичну виставу — повноцінний сценарний музейно-театральний спектакль, — а костюмовані екскурсії та елементи театралізації. Як і музейники, так і відвідувачі зазначають, що театралізація у всіх її проявах сприяє вивченню та популяризації духовно-культурного спадку нашого народу, накопиченого поколіннями, стимулює інтерес до експонатів, а також полегшує процес сприйняття і запам'ятовування інформації за рахунок яскравого емоційного забарвлення.

Джерела та література

1. Анохин А., Васильева О., Журман О. и др. Сюжет для музея [Электронный ресурс] // Российская газета — Дальний Восток. — 2006. — 12 мая. — Режим доступа: <http://rg.ru/2006/05/12/muzey.html>.
2. Вітрик І. С. Форми роботи з музейної педагогіки в Національному музеї історії України (з досвіду роботи) // Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали Третьої науково-практичної конференції (29 вересня 2015 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. — К., 2015. — С. 13.
3. «Все новое — хорошо забытое старое...» [Интервью с директором московского Мемориального дома-музея М. Н. Ермоловой] // Музей. — 2011. — № 5. — С. 50–54.
4. Выготский Л. С. Игра и ее роль в психологическом развитии ребенка // Вопросы психологии. — 1996. — № 6. — С. 45–66.
5. Дженкова О. В. Лірична театралізована програма «Скифія золота» // Музейні читання: матеріали наукової конференції «Ювелірне мистецтво — погляд крізь віки» (11–13 грудня 2006 р.). — К., 2006. — С. 180–199.
6. Дженкова О. В. Опыт создания, проведения и промоушена ночной театраллизованной программы «Скифия золотая» в Музее исторических драгоценностей Украины // Современный музей: Наука. Традиции. Инновации: материалы международной научно-практической конференции. — Астана, 2009. — С. 99–103.
7. Дженкова О. В. Тематическая программа «Скифия золотая» в Музее исторических драгоценностей Украины // Музейний простір (додаток). — 2012. — № 1(3). — С. 27–31.
8. Запольська І. Ю. Театралізовані форми екскурсій як метод позашкільної навчально-виховної роботи // Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали Другої науково-практичної конференції (25–26 вересня 2014 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. — К., 2014. — С. 31–32.
9. Коцар Л. О. Програми інтелектуального дозвілля у Національному музеї історії України // Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали Другої науково-практичної конференції (25–26

- вересня 2014 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. — К., 2014. — С. 49.
10. Любославова Л., Котов В. Музей — театр, а вещи в нем — актеры // Мир музея. — 2008. — № 8 (252). — С. 40–42.
 11. Андерсон М. Показатели успешной работы музеев изобразительного искусства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://artguide.com/posts/988>.
 12. Малюк Н. І. Ночь музеев — 2010: на пути к священным сокровищам // Музейний простір (додаток). — 2012. — № 1 (3). — С. 33.
 13. Малюк Н. І. Театралізована програма «Священні скарби» // Музейні читання: матеріали наукової конференції «Ювелірне мистецтво — погляд крізь віки» (15–17 листопада 2010 р.). — К., 2010. — С. 244–260.
 14. Москалец А. А. Нічна тематична екскурсія «Людина і степ» // Музей і відвідувач: методичні розробки, сценарії, концепції. — Дніпропетровськ: АРТ-ПРЕС, 2005. — С. 135–148.
 15. Науково-освітня робота // Львівський музей історії релігії [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.museum.lviv.ua/naukovo-osvitnia-robota/> (8.04.2016).
 16. Співак О. П., Люлько Ю. О. З досвіду проведення інтерактивних заходів у Харківському історичному музеї // Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали Другої науково-практичної конференції (25–26 вересня 2014 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. — К., 2014. — С. 76–78.
 17. Театрализованные экскурсии [Электронный ресурс] // Выставочный комплекс «Клинское подворье». — Режим доступа: <http://www.klinvk.ru/poster/theatrical-tours.htm> (8.04.2016).
 18. Театрализованные экскурсии [Электронный ресурс] // Государственный исторический музей. — Режим доступа: <https://www.shm.ru/visit/excursions/847/> (08.04.2016).
 19. Топилко О. В. Театралізація у музеї як своєрідна форма в освітньо-виховному процесі (на прикладі культурологічних заходів у Києво-Печерському заповіднику) // Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали Другої науково-практичної конференції (25–26 вересня 2014 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. — К., 2014. — С. 81–87.
 20. Удовиченко І. В. Дитяча екскурсія «Прадавні таємниці великої скарбниці» // Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали Другої науково-практичної конференції (25–26 вересня 2014 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. — К., 2014. — С. 90–92.
 21. Фідря О. Є. Про спільну роботу Художнього музею і дошкільних закладів та учнів молодших класів Краматорська. Проект «Музей — дітям» // Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи: матеріали Третьої науково-практичної конференції (29 вересня 2015 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. — К., 2015. — С. 13.
 22. Шляхтина Л. М. Музей в современном мире: новые подходы к музейной работе // Музей в современной культуре: сб. научных трудов. — СПб., 1997. — Т. 147. — С. 235.
 23. Щепеткова И. А. Театрализация музейного пространства как форма взаимодействия с посетителями [Электронный ресурс]: автореф. дис... канд. ист. наук: 24.00.03 «Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов». — СПб., 2006. — Режим доступа: <http://www.referun.com/n/teatralizatsiya-muzeynogo-prostranstva-kak-forma-vzaimodeystviya-s-posetiteliyami>.
 24. Юхневич М. Ю. Я поведу тебя в музей: Учебное пособие по музейной педагогике. — М., 2001. — С. 13.
 25. С'était hier la répétition générale en costume pour les visites théâtrales de l'office de tourisme [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.leberry.fr/cher/actualite/pays/bourges-et-environ/2014/05/27/cetaithier-la-repetition-generale-en-costume-pour-les-visites-theatrales-de-loffice-de-tourisme_11019060.html.
 26. Duft museum Im Farina-Hausa usgezeichnet [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://farina.org/duftmuseum-besuchen/#regdl=kategorien>.
 27. Visite guidée costumée du musée [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.dna.fr/edition-de-saverne/2014/04/30/visite-guidee-costumee-du-musee>.
 28. Visites Guidées Groupes [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.amboise-valde Loire.com/nos-offres/visites-guidees/visites-guidees-groupes>.

Museum «theatricalization» as a phenomenon of modern culture and a form of interaction with visitors. (based on 10-years experience of holding a theatrical guided tours at the Museum of Historical Treasures of Ukraine)

O. Dzhenkova

The article presents analysis of the issues related to the integration of the «theatricalization» process into the museum exhibition space. The author shares her experience in creating, implementing and promoting scenario-based theatrical tours and interactive activities with elements of theatricalization at the Museum of Historical Treasures of Ukraine. The article is an attempt to collect, organize and analyze local and international trends in museum theatricalization of the last decade.

Keywords: museum, educational activities, visitors, theatricalization.