

УДК 316.74:311.21]:069(477.83)

О. О. Козаченко
кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології
Львівського національного університету імені Івана Франка

МУЗЕЇ У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ЛЬВІВЩИНИ: ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі культурна та економічна сфери суспільства тісно пов'язані, саме тому важливо розвивати культурну інфраструктуру, до якої також належать музеї. По-перше, музейні інституції можуть становити важливу частину іміджу регіону як для його мешканців, так і для туристів. По-друге, музей як соціальний інститут є важливим фактором соціалізації, що може впливати на формування особистості. Проблемним моментом залишається нерозкритість теми відповідності функціонування українських музеїв (на прикладі Львівщини) сучасним тенденціям у цій сфері та оцінці діяльності музеїв мешканцями регіону. Дослідження даної тематики дозволить виявити найбільш проблемні аспекти у функціонуванні музеїв Львівщини та розглянути шляхи їх вирішення.

Серед дослідників, які цікавилися проблематикою музеїв варто виділити наступних: Н. Цимбалюк, Н. Бабенко, С. Грінченко, Л. Чупрій, І. Склокіна, Г. Фесенко, А. Дьячкова, С. Акулич, В. Карпов, К. Хадсон, Дж. Баталли, Ф. Кефи, Т. Беннет, С. Хис, Дж. Корфф тощо. У 2015 році в Україні була видана колективна монографія «Соціологія музею: презентація на тлі простору і часу», яка презентує як теоретичні засади соціології музею, так і найновіші емпіричні дослідження у цій галузі. У соціології найчастіше музей розглядається як соціальний інститут, аналізуються його функції, проводяться емпіричні дослідження аудиторії та працівників. Сучасні напрямки дослідження музею проводяться у контексті визначення його впливу на формування соціальної пам'яті, ролі ІКТ у функціонуванні музею, а також ролі музеїв у позиціонуванні певної місцевості. Натомість малодослідженою залишається проблема особливостей функціонування музеїв у певному локальному просторі. Наскільки новітні чи традиційні регіональні музеї у своїй діяльності; як відбувається їхній розвиток і з якими проблемами вони зіштовхуються? У цьому контексті Львівщина є важливим кейсом, адже в області зосереджена велика кількість музеїв, існує значний потік туристів (потенційних відвідувачів) і традиційно саме Львів вважається культурною столицею України, яка запозичує європейський досвід (що є важливо з погляду менеджменту музеїв).

Отже, метою статті є виявлення основних соціокультурних характеристик, тенденцій та проблем у функціонуванні сучасних музеїв Львівської області у їх кількісному та якісному вимірах.

За даними Головного управління статистики у Львівській області у 2016 році працювало 26 самостійних музеїв, які включали 6 філій і 102 відділів та підрозділів. З них 10 – історичні музеї, 4 – комплексні, 3 – літературні, 2 – мистецькі, а також один природничий та художній. За кількістю музеїв область посіла дев'яте місце серед регіонів України, а за рівнем відвідування – четверте. У 2016 році музеї Львівщини відвідали 1,9 млн. осіб, що на 6% більше, ніж у 2015 році, та у 1,8 раза у порівнянні з 2005 роком. Найбільш популярними були Львівська національна галерея мистецтв ім. Б. Г. Возницького, Львівський історичний музей та «Личаківський цвинтар» [6]. Варто зазначити, що Львівська національна галерея мистецтв ім. Б. Г. Возницького включає такі філії як Олеський, Підгорецький та Золочівський замок та інші. Отже, популярність вказаних музеїв, які зазвичай репрезентують минуле (історичний музей, меморіальний комплекс, замки) демонструє, що історія і надалі залишається однією з найважливіших ознак творення як соціокультурного середовища Львівщини, так і її іміджу. Можемо зазначити, що такі тенденції залишаються незмінними, адже за інформацією департаменту з питань

культури, національностей та релігій Львівської ОДА до п'ятірки найбільш відвідуваних музеїв області у 2013 році також входили Львівська національна галерея мистецтв ім. Б. Г. Возницького, Львівський історичний музей, Львівський музей історії релігії, Музей народної архітектури та побуту у Львові та Національний музей у Львові імені Андрія Шептицького [9].

Зазначимо, що попередні дані щодо зростання кількості відвідувачів музеїв на Львівщині дещо розходяться з результатами дослідження «Якість життя у Львові. У березні 2016 року був проведений соціальний моніторинг спільно соціологічною агенцією «Фама» та Інститутом міста методом квартирного опитування «обличчя-до-обличчя» (вибірка – 1200 мешканців). Згідно з результатами дослідження, у 2016 році раз на два тижні музеї відвідувало лише 1% опитаних, раз на місяць – 4%, раз на три місяці – 7%, раз на пів року – 17% і взагалі не відвідало – 71%. Такі показники є значно менші у порівнянні з 2013 роком, коли взагалі не відвідувало музеї та галереї лише 52% респондентів [3, с. 77]. Такі дані, з одного боку, можуть бути тривожним сигналом для музеїв, але, з іншого боку, у дослідженні брали участь повнолітні львів'яни, які є лише однією з соціальних груп, які відвідують ці культурні інституції.

У цьому контексті варто відповісти на питання щодо особливих цільових груп, що є важливі для музеїв у сучасному суспільстві. Сьогодні все більше стає зрозумілим, що культура мала б сприяти економічному розвитку міст. Тому, окрім традиційних функцій, які виконує музей, ця інституція може бути важливою складовою розвитку «креативного міста». Обираючи місце для проживання, «креативний клас» (який відповідає за творення нових ідей, технологій і є важливою умовою розвитку міста) робить вибір на користь міста з багатоманітністю творчої активності у сфері культури і мистецтва, адже для життя йому потрібні комфорт і творче середовище [2, с. 49]. Наприклад, у липні 2017 року у Львівській міській раді підписали Меморандум щодо розробки нової стратегії розвитку, що базуватиметься на концепції «креативного міста». У містах, які претендують на статус такого міста зазвичай збільшується кількість нових громадських просторів (урбан-бібліотек, медіатеок тощо). На наш погляд, осучаснені музеї з найновішими формами взаємодії з аудиторією можуть бути одними з таких місць, що приваблюють творчі спільноти.

Окрім того, музеям важливо бути цікавими і для іншої соціальної групи, а саме для *учнів та студентів*, які власне і становлять більшу частину відвідувачів музеїв. Яскравим підтвердженням цієї тези є дані Головного управління статистики у Львівській області, згідно з якими у 2016 році у музеях Львівщини було проведено 32 тис. екскурсій, які відвідали 616 тис. екскурсантів, з них 57% – учні та студенти [6]. Саме нові інтерактивні принципи проведення дозвілля та навчання у музеях можуть зацікавити юних відвідувачів та сприяти їхньому самовдосконаленню. Крім того, адаптуючись до соціокультурних змін, музей може допомогти в адаптації власній аудиторії (наприклад, музеї сучасного мистецтва можуть допомогти сприйняти та зрозуміти новітні мистецькі твори).

Іншою важливою групою, з якою варто працювати у сфері розвитку музеїв є *туристи*, адже саме вони прагнуть покинути повсякденність та отримати нові враження. Наприклад, згідно з даними опитування Інституту міста на замовлення Управління туризму Департаменту розвитку Львівської міської ради (вибірка 400 респондентів) методом особистого інтерв'ю, 60% туристів, які були у Львові

у жовтні 2014 р. відвідували музеї, галереї, виставки [4]. Не даремно сучасні музейні комплекси на зразок «Міста мистецтв та наук» у Валенсії (Іспанія) чи Центру наук «Копернік» у Варшаві (Польща) є важливими туристичними об'єктами. Водночас з залученням у локальні музеї туристів пов'язані як достатньо практичні проблеми інформаційної та мовної доступності, так і концептуальні проблеми соціокультурного конструювання образу регіону у свідомості туристів.

Не варто стверджувати, що музеям варто обмежуватися залученням відвідувачів лише із вказаних трьох соціальних груп, навпаки, музеям доцільно виокремити власні специфічні характеристики, які можуть привабити різноманітні аудиторії. Наприклад, музей як соціокультурний інститут міг би відіграти важливу роль у послабленні геронтологічних проблем за допомогою включення людей похилого віку у різноманітні музейні заходи. Таким чином, виконуючи свою інтегративну, комунікативну та дозвілєву функцію.

Проаналізуємо наскільки музеї Львова відповідають найновішим тенденціям розвитку цієї сфери. У вересні-листопаді 2014 року було здійснено оцінювання музейного сервісу м. Львова за методом «таємного клієнта», дослідження проводила «Social Innovation Lab», яка є ініціативою Інституту міста. Оцінювання здійснювалось у рамках проекту «Нове життя музеїв» та охоплювало 30 музейних установ міста. Зосередимося на таких характеристиках як *інтерактивність*, *відкритість* та *врахування диференціації аудиторії*. Згідно з результатами цього дослідження, лише у 44% львівських музеїв існує можливість інтерактивної взаємодії з експонатами. У 37% музеях проводяться заходи, що безпосередньо не пов'язані з експозицією, зокрема у 35% таких закладів відвідувач має змогу взяти участь у тематичних лекціях, курсах екскурсоводів, семінарах чи переглядах фільмів. У більшості музеїв Львова (68%) не передбачено жодних окремих програм для дітей [8]. Такі результати дослідження демонструють, що найкраще «таємні відвідувачі» оцінили інтерактивність музеїв Львова, адже трохи менше половини цих закладів можна вважати такими, що відповідають цій характеристиці. Хоча одразу виникає питання щодо інтерпретації цього поняття та визначення ступеню інтерактивності. Водночас наведені результати свідчать, що лише близько третини досліджуваних музеїв можна оцінити як «відкриті», тобто такі, що залучаються до проведення тематичних заходів різнопланового спрямування, а не зосереджуються лише на представленні власних колекцій. Аналогічно невисокі показники щодо характеристики музеїв Львова як «дружнього середовища до дітей». Відзначимо, що такі результати дисонують з тим, що саме школярі є однією з найбільш численних груп відвідувачів музеїв, а тому працівникам варто враховувати специфіку дитячого віку. Можливо саме такі спеціальні дитячі екскурсії більшою мірою приваблювали б неповнолітніх і, таким чином, сприяли реалізації соціалізаційної функції музеїв. Про недостатню увагу музеїв до диференціації аудиторії свідчать дані цього ж дослідження, адже лише 38% музеїв Львова проводять спеціальні екскурсії – шкільні, університетські, а також екскурсії за віковим розподілом (дитячі, юнацькі, для людей похилого віку) [8].

Ще однією характеристикою розвитку музеїв можна вважати їхню *віртуалізацію*, що пов'язана з розвитком новітніх інформаційно-комунікативних технологій. Варто зазначити, що музеї активно залучаються в Інтернет-простір, використовуючи можливості представлення себе на власному сайті, у соціальних мережах, на блогівих платформах. В Інтернет-просторі музей може пропонувати потенційним відвідувачам віртуальні екскурсії та експозиції. Зауважимо, що є дві форми віртуального музею: такий, що існує лише в Інтернет-просторі та такий, що відображає інформацію про реальний музей. Серед характерних рис віртуальних експозицій реальних музеїв можна виділити наступні: можливість ознайомитися з колекціями реального музею перед відвідинами і визначитися, що саме варто переглянути; можливість ознайомитися з колекціями, які недоступ-

ні у реальному музеї; можливість відвідати музей, який територіально недоступний. Якісна презентація музею в Інтернет-просторі може стимулювати потенційних відвідувачів зайти у реальний музей, адже у ринкових умовах споживач хоче знати – за що саме платить гроші. Перевагою віртуального музею, що не має оф-лайн аналогу, є можливість креативно структурувати колекцію чи представити експозиції, адже авторів не обмежує наявна експозиція [1]. Відповідно, у 2014 році 74% музеїв Львова мали власний веб-сайт, а 42% – сторінки у соціальних мережах. Детальну інформацію щодо більшості музеїв (83%) можна було знайти на різноманітних туристичних сайтах міста. 50% музеїв надавали можливість залишити відгук чи побажання в електронному форматі (на офіційному сайті музею та/або на офіційних сторінках у соціальних мережах). Варто також зауважити, що лише 18% музеїв надавали можливість замовити екскурсію через Інтернет та 3% – змогу придбати квиток в Інтернеті [8]. Дані дослідження свідчать, що львівські музеї достатньо залучені в Інтернет-середовище, адже мають власний сайт, групи у соціальних мережах, а також представлені на туристичних веб-сторінках міста. Можна припустити, що найближчим часом зростатиме включеність музеїв у соціальні мережі, адже це достатньо недорогий та дієвий спосіб (особливо для молодіжної аудиторії) інформувати про свою діяльність.

Достатньо поширеною тенденцією у сучасній науці стає популяризація концепції *партисипативного музею* як нової моделі комплексного музею, що концентрується на власній аудиторії, використовує теорію інтерактивного навчання та залучає громадськість до проектування та реалізації публічних проектів [11]. Творення такої інституції вимагає врахування наступних чинників. По-перше, важливо зрозуміти місію музею, адже інтерактивність має інструментальний характер та необхідна для виконання конкретних цілей та завдань. По-друге, важливо зрозуміти, хто може бути зацікавленими учасниками творення музею (від спонсорів до громадських організацій та владних структур), адже зазвичай це значно ширша аудиторія, ніж ми припускаємо. По-третє, необхідно розширювати можливості партисипативних дій з боку громадськості, наприклад, залучати зацікавлену частину аудиторії до активного співтворення змісту музею, його проектів та способу їхньої презентації. Музей може ставати активним учасником творення позаінституційних подій, надаючи власні приміщення та засоби для реалізації громадських ініціатив. По-четверте, партисипативному музею необхідне систематичне управління та творення нової організаційної культури, що включало б навчання працівників, діалог з учасниками та оцінювання діяльності музею [10, с. 167-169.]. Яскравим прикладом часткової підтримки такої партисипативної стратегії у Львові було залучення громадськості у рамках Міжнародного дня музею у травні 2017 року до розробки концепції Музею Міста, який знаходиться на стадії планування. Зокрема, очі могли спробувати себе у ролі одного з членів проектної команди, що працює над створенням першої виставки такого музею. Окрім того, достатньо чітко розвивав партисипативність як власну характеристику Державний природознавчий музей у Львові у рамках проекту «Динамічний музей». Зауважимо, що така нова модель музею вимагає не лише фінансових та часових витрат, але й зміну свідомості як працівників музею, так і аудиторії.

Відповідно до уже згаданого дослідження, що стосувалося оцінювання музейного сервісу м. Львова у 2014 році, опитаних попросили оцінити за п'ятибальною шкалою роботу працівників та стан музейних приміщень. Середня оцінка цих показників становить 4,1 з 5 максимальних. Втім, попри таку високу оцінку, музейні приміщення мають низку недоліків. Відповідно до спостережень відвідувачів, лише 6% із них пристосовані до відвідин людьми з особливими потребами. У 37% музеїв відсутні вбиральні для відвідувачів, а у решті музеїв їхній стан зазвичай незадовільний. У 71% львівських музеїв взагалі відсутнє ознакування (маршрутні вказівники). Лише у 43% приміщень є місця для відпочин-

ку (стілці, лавки, дивани). Попри чисельні інфраструктурні недоліки, більшість відвідувачів львівських музеїв схильна позитивно оцінювати наявний стан музейної сфери. Цей парадокс автори дослідження схильні пояснювати низьким рівнем очікувань львів'ян щодо послуг, які надаються місцевими музеями. Це, у свою чергу, може бути обумовлено обмеженою пропозицією у цій сфері [8].

На схожі проблеми у роботі львівських музеїв вказують також іноземні туристи. У серпні 2014 року у Львові відбулась відкрита презентація результатів робочої групи щодо підвищення привабливості львівських музеїв. Студенти європейських вишів проводили оцінку якості музейного сервісу та генерували ідеї щодо його покращення. Захід було організовано у рамках ініціативи «Центр соціальних інновацій». Свої висновки учасники робочої групи формували на базі відвідин трьох львівських музеїв (Історичного музею, Меморіального музею Соломії Крушельницької та Літературно-меморіального музею Івана Франка). У результаті було виділено наступні проблеми львівських музеїв: відсутність дороговказів та маркування (внутрішніх маршрутних вказівників); непристосованість приміщення для відвідувачів з особливими потребами; проблема мовного бар'єра (з боку працівників та інформаційних матеріалів); недостатня поширеність дистанційного бронювання квитків та екскурсій; відсутність сувенірних крамничок та їх невеликий асортимент. Серед запропонованих рішень щодо підвищення популярності львівських музеїв учасники робочої групи виділили наступні: покращення музейних приміщень та інфраструктури (вбиральні, кондиціонери, кав'ярні), їх поза експозиційне використання (воркшопи, концерти, дискусійні клуби, літературні вечори) та збільшення інтерактивності у діяльності музеїв [5].

Дослідниця Ірина Склокіна описує можливі кроки до зміни у сучасних українських музеях. Зокрема, наголошується на потребі у розширенні фінансування на основі грантів від закордонних музеїв, громадських організацій, приватного фінансування тощо. Музей мав би стати більш орієнтованим на спільноту з усвідомленням того, для яких саме аудиторій працює цей музей, які потреби має спільнота, чий інтерес він має представляти. Виділяють кілька можливих форм участі спільноти: від традиційних громадських рад при музеях та допомоги у поповненні фондів до створення відвідувачами власного відео (наприклад, із представленням особистого досвіду переживання певних подій), малюнку чи колажу, коментування та голосування з приводу експонатів. Таким чином, відвідування музеїв має бути не передачею готового знання, а актуалізацією здатності до співучасті та здобуття досвіду. І. Склокіна вказує, що музей не повинні сприйматися як місце демонстрації лише позитивних здобутків та надбань, а бути інструментом критичної саморефлексії та показувати історичне коріння суспільних проблем. Окрім того, сучасний музей мав би вдосконалюватися у напрямку розширення власного простору і проводити більше заходів поза власним приміщенням, у міському просторі. Дослідниця вважає, що ми повинні змінити власну історичну та еко-свідомість, адже навіть цифровий, інтерактивний і відкритий музей не буде ефективний, якщо у ньому будуть присутні старі підходи до історії, або зверхні та екологічно нечутливі підходи до природи [7].

Варто зазначити, що офіційні статистичні дані свідчать про зростання кількості відвідувачів музеїв у Львівській області, проте згідно результатів соціологічних досліджень у самому Львові їх кількість зменшується, а частота відвідувань дуже низька. Наприклад, хоча б раз на рік відвідує музей менше ніж половина мешканців міста (дорослого населення). Саме тому музеям варто активізувати роботу з різними цільовими групами, серед яких звернути особливу увагу на учнів/студентів, туристів та представників «креативного класу». Зауважимо, що відвідувачі високо оцінюють діяльність львівських музеїв, проте стверджувати, що вони розвиваються відповідно до сучасних тенденцій не варто. Зокрема, більшу частину львівських музеїв можна вважати достатньо традиційними, адже відвідувачі не

оцінюють їх як інтерактивні, «відкриті» та «уважні» до диференціації аудиторії. Фінансові труднощі музеїв зумовлюють інфраструктурні недоліки (відсутність вбиральень та маркування, непристосованість для людей з особливими потребами тощо). Натомість, позитивно можна оцінити інформаційну доступність львівських музеїв у контексті їх представленості на різноманітних Інтернет-платформах та ресурсах. Для покращення діяльності музеїв Львівщини їх працівникам варто усвідомити, що у сучасному суспільстві межі музею стають дедалі ширшими. Тому варто розширювати музейний простір за межі будівлі, реалізовувати проекти та заходи, що можуть безпосередньо не бути пов'язані з експозицією, а також покращувати методи інтерактивної роботи з аудиторією та активніше залучати локальну спільноту до творення музею.

Література

1. Вяткина Ю. Д. Виртуальный музей как PR-средство / Ю. Д. Вяткина // Человек в мире культуры. – №4. – 2012. – С. 54-58.
2. Галкин Д. В. Стратегии культурного развития городов: современные подходы / Д. В. Галкин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2005. – Т. 8. – Вып. 4. – С. 41-57.
3. Звіт соціологічного дослідження «Якість життя у Львові. Соціальний моніторинг 2016», проведеного Інститутом міста спільно з Соціологічною агенцією «Фама». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zaxid.net/news/showNews.do?pravilni_lvivyani&objectId=1401158
4. Львів туристичний – 2014. Інфографіка Інституту міста // Офіційний сайт Інституту міста. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.city-institute.org/Socio/tourism_2014.jpg
5. Музеї Львова очима туристів // Офіційний сайт Інституту міста. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.city-institute.org/index.php?option=com_content&view=article&id=522:2014-08-08-13-23-09&catid=1:latest
6. Прес-реліз №51 «До дня Музеїв» Головного управління статистики у Львівській області від 18.05.2017 // Офіційний сайт Головного управління статистики у Львівській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/report/media.php?ind_page=media&vid=8&id_news=9638&show=1&pr=1
7. Склокіна І. Локальні музеї у динамічному світі: (пост)радянська спадщина і майбутнє / І. Склокіна // Портал Open Place. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://openplace.com.ua/ukr/texts/localmuseum/>
8. Щепанська М. У Львові дослідили рівень послуг у музеях / Мар'яна Щепанська // Львівська міська рада. Офіційний портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/portal-news/culture/223146-u-lvovidoslidyly-riven-posluh-u-muzeiakh>
9. Які музеї Львівщини є найбільш популярними // Львівський портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.lviv.ua/news/2014/03/17/183034>
10. Kwiatkowski P. Wykorzystanie konsultacji społecznych w procesie tworzenia modelu muzeum partysypacyjnego / P. Kwiatkowski, B. Nesei-Lukasik, A. Pokrzywa // Kultura i Społecznostwo. – Tom LIX. – №3. – 2015. – S.165-189.
11. Simon N. Participatory museum / Nina Simon. [Electronic resource] – Available from: <http://www.participatorymuseum.org/>

Анотація

Козаченко О. О. Музеї у соціокультурному просторі Львівщини: основні характеристики, тенденції та проблеми. – Стаття.

У статті розглядаються кількісні та якісні характеристики функціонування сучасних музеїв Львівської області, виділені на основі соціологічних досліджень та статистичних даних. Зокрема, наводяться дані щодо кількості відвідувачів музеїв Львівщини у 2016 році та динаміку цих показників. Акцентовано увагу на розгляді трьох цільових груп, на які музейним працівникам варто звертати більшу увагу: учні/студенти, туристи та представники «креативного класу». На-

ведені основні напрямки розвитку музеїв Львівщини у контексті сучасних тенденцій. У статті розглядається наскільки музеї Львівщини відповідають наступним характеристикам: інтерактивність, «відкритість», врахування диференціації аудиторії, віртуалізація та партисипативність. Автор розглядає ключові проблеми функціонування львівських музеїв та потенційні шляхи їх вирішення. Зокрема, музеям як соціальним інституціям варто звернути увагу на подолання традиційного підходу в організації експозицій та взаємодії з аудиторією, розширення традиційних функцій музею, включеність в Інтернет-простір та подолання інфраструктурних недоліків.

Ключові слова: музей, музейна аудиторія, партисипативний музей, соціологічні дослідження.

Анотація

Козаченко О. А. Музеи в социокультурном пространстве Львовской области: основные характеристики, тенденции и проблемы. – Статья.

В статье рассматриваются количественные и качественные характеристики функционирования современных музеев Львовской области, выделенные с помощью социологических исследований и статистических данных. В частности, приводятся данные по количеству посетителей музеев Львовской области в 2016 году, а также динамика этих показателей. Акцентировано внимание на рассмотрении трех целевых групп, на которые музейным работникам следует обращать больше внимания: ученики/студенты, туристы и представители «креативного класса». Приведены основные направления развития музеев Львовской области в контексте современных тенденций. В статье рассматривается насколько музеи Львовской области соответствуют следующим характеристикам: интерактивность, «открытость», учет дифференциации аудитории, виртуализация и партисипативность. Автор рассматривает ключевые проблемы функционирования львов-

ских музеев и потенциальные пути их решения. В частности, музеям как учреждениям следует обратить внимание на преодоление традиционного подхода в организации экспозиций и взаимодействия с аудиторией, расширение традиционных функций музея, включенность в Интернет-пространство и преодоления инфраструктурных недостатков.

Ключевые слова: музей, музейная аудитория, партисипативный музей, социологические исследования.

Summary

Kozachenko O. O. Museums in the socio-cultural space of Lviv region: main characteristics, trends and problems. – Article.

The article deals with the quantitative and qualitative characteristics of the functioning of modern museums of the Lviv region, which are based on sociological studies and statistical data. In particular, the author notes the number of visitors to the museums of Lviv region in 2016 and their dynamics. The focus is on considering the three target groups to which museum workers should pay more attention: pupils/students, tourists and representatives of the «creative class». Author presents the main directions of development of museums of Lviv region in the context of modern tendencies. The article considers how Lviv's museums meet the following characteristics: interactivity, «openness», taking into account the differentiation of the audience, virtualization and participation. The author considers the key problems of the functioning of Lviv museums and the potential solutions. In particular, museums as social institutions should pay attention to overcoming the traditional approach in the organization of exhibitions and interaction with the audience, expansion of traditional functions of the museum, inclusion in the Internet and overcoming infrastructure defects.

Key words: museum, museum audience, participatory museum, sociological research.