

Таким образом, из приведенных примеров, видно, что, несмотря на различные условия формирования мифов (географическое расположение и климатические условия, расселение народов и формы ведения хозяйства и т.д.) мифологические представления Ирландии и Беларуси имеют много общих черт и помогают объяснить те или иные явления.

-
1. Васілевіч, У.А. Беларуская міфалогія : Дапам. / Уклад. У.А. Васілевіч.– 2-е выд. - Мн. : Універсітэцкае, 2002. – 208 с.
 2. Лайсафт, П. «Банши: Фольклор и мифология Ирландии» / Патриция Лайсафт. Пер. с англ. Нины Чехонадской; Приложение Анны Мурадовой. – М. : ОГИ, 2007. – 184 с.

Казанина В.Ю. аспирант

Научный руководитель – Шауро Г.Ф.

ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛАРУСИ В КОНТЕКСТЕ СТАНОВЛЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА АНТИКВАРИАТА И ЭТНОТОВАРОВ

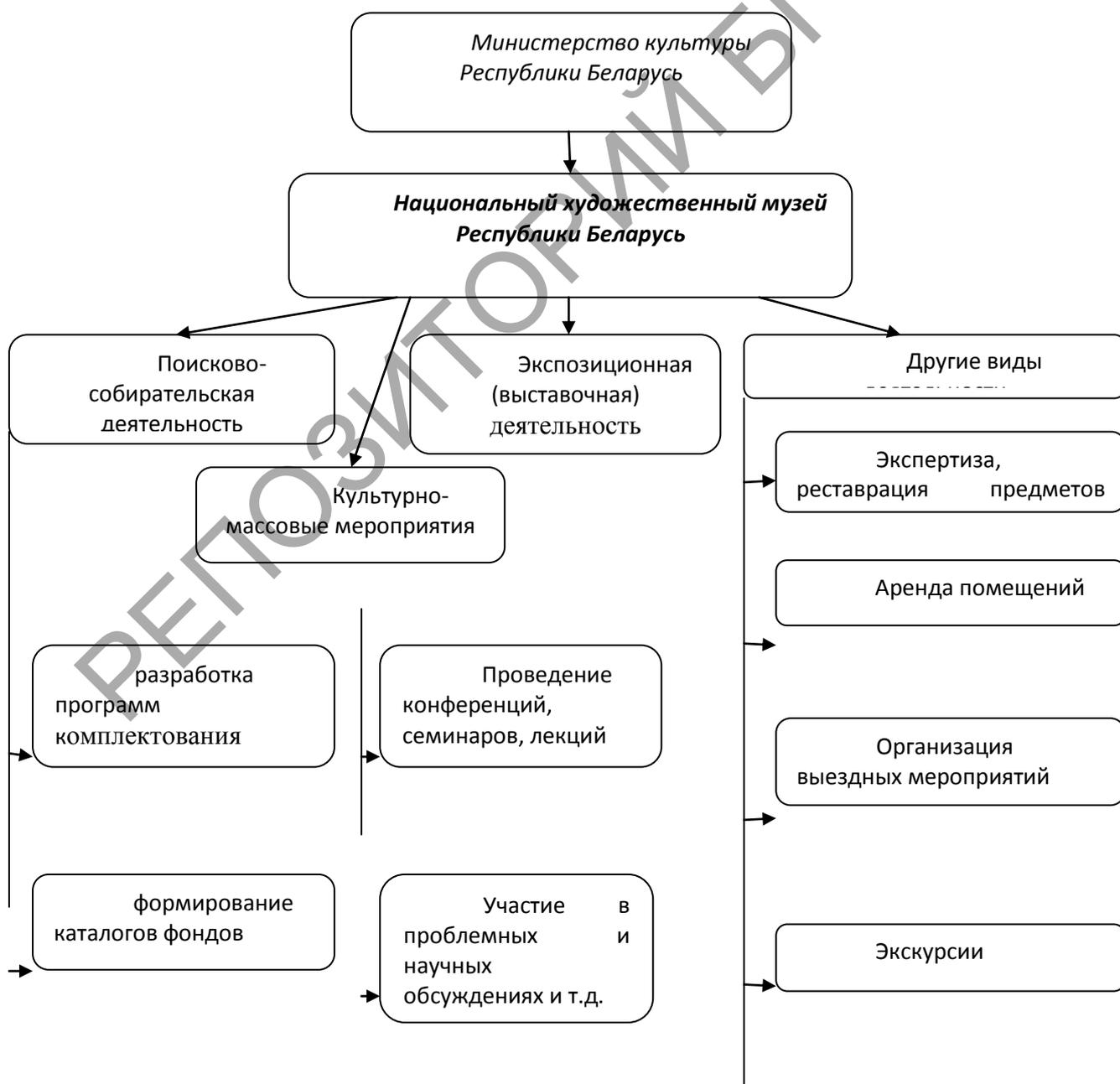
Проблематика развития музейной деятельности в Республике Беларусь сегодня обусловлена необходимостью повышения эффективности деятельности музеев, их конкурентноспособностью на современном арт-рынке товаров и услуг. Ценность предметов, представленных на отечественном арт-рынке, сегодня во многом стала определяться коммерческими факторами. В результате арт-рынок наводнен всякого рода реди-мейдами, коллажами, объектами в стиле поп-арт и прочими имитациями изобразительного искусства. На лицо – кризис искусствознания, оказавшегося не в состоянии предложить объективные критерии определения ценности творчества [5, с. 167]. С появлением состоятельных коллекционеров (приобретающих артефакты как для частных,

так и для корпоративных собраний – например, коллекции Белгазпромбанка с «ядром» из картин художников Парижской школы-выходцев из Беларуси) идет становление отечественного антикварного рынка, где «в обороте» дорогие артефакты: картины К. Малевича, М. Шагала, Х. Сутина. По мере появления частной инициативы в сфере развития музеев-скансенов, агро- и экопарков, развивается и рынок этно-товаров и услуг. И аналитическую науку «теснит» из сферы искусства маркетинг и современные модели торговли ценностями. Эти процессы активно влияют на организацию музейной деятельности в Беларуси.

Тяготение сферы искусства к коммерциализации определяет необходимость использования бизнес-инструментов для продвижения произведений искусства как «ликвидного продукта». Этими принципами руководствуются агенты (посредники), организующие выставки в музеях. Выставка, как указывает галерист Ф.А. Ястреб, является базовой формой репрезентации живописи и стимулом развития данной сферы [6, с.183]. Исследованием рынка живописи (в том числе и антикварного рынка живописи) в Беларуси уже занимались. Так, М. А. Бойченко свое исследование посвятил различным явлениям в социально-культурной жизни общества, влиявшим на развитие арт-рынка [1, с.181]. В.И. Жук анализировал современную живопись Беларуси и её рынок. Он выявил общие проблемы развития художественного и антикварного рынка [2, 3] и соотнесение их с музеефикацией изоискусства.

В Беларуси актуальны проблемы, затрагивающие функционирование музейных учреждений страны. Решением многих проблем (в частности, устранение административных барьеров, развитие международных социально-культурных связей) должно заниматься Правительство по согласованию с Министерством культуры. Проблемы, связанные с внутренней организацией (управлением, администрированием), необходимо разрешать путем разработки локальных инструкций и программ, совершенствующих управление. Проблемы маркетинговой деятельности, включая функции PR, следует возлагать на отдельного специалиста, так как эффективность его работы определяет результат работы музея в целом. Не лишним будут и консультации эксперта по

антиквариату, связанные с формированием стиля экспозиции и закупочной деятельностью. Поскольку сегодня меняются приоритетные направления деятельности музеев, центр внимания перемещается с предметных экспозиций и коллекций к активизации взаимодействия музеев и целевой аудитории, что не означает отказа от традиционных функций музея, примером чему может быть Национальный художественный музей. Сегодня этот музей – крупнейшее в стране собрание искусства. В его экспозиции, филиалах и фондохранилищах – более 30 000 произведений, которые формируют 20 разнообразных коллекций и составляют 2 главных музейных собрания: собрание национального искусства и собрание памятников искусства стран и народов мира [7].



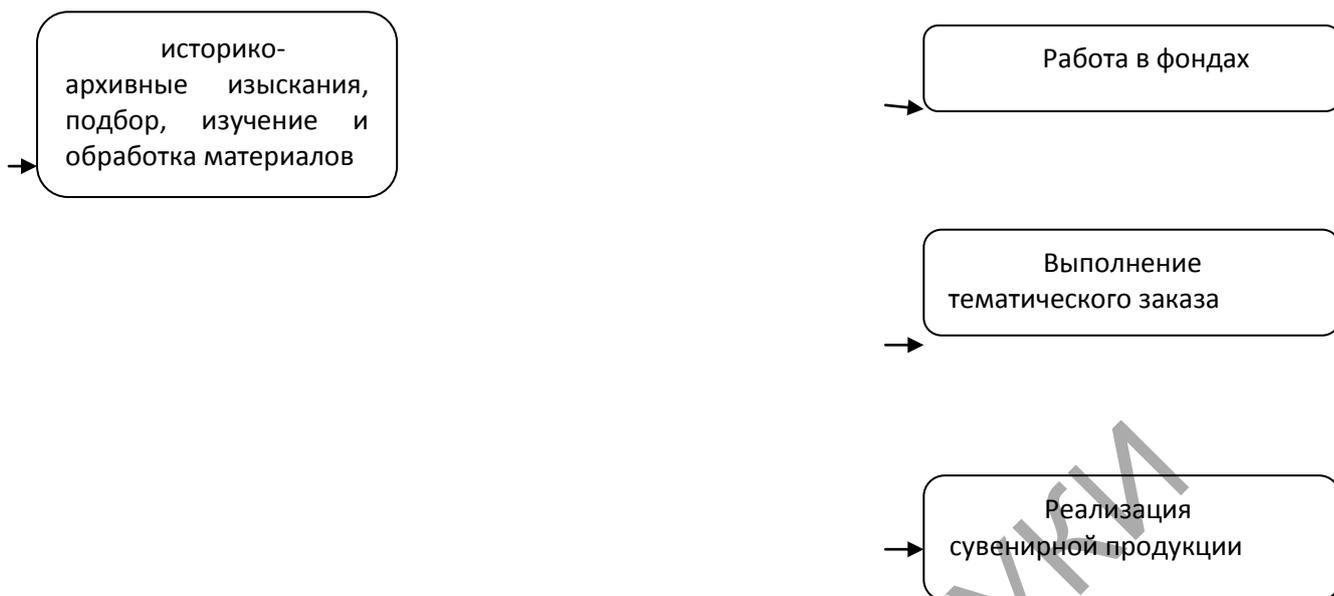


Рисунок 1 – Механизм работы Национального художественного музея Республики Беларусь (авторская разработка)

Ключевыми направлениями работы Национального художественного музея Республики Беларусь (далее – Музей) являются: 1) *проведение экскурсий* (в сформированном экспозиционном пространстве Музея представлено несколько разделов коллекции); *выставочная деятельность* (в Музее проводится подготовка и проведение выставок различного уровня и разноплановой тематики); 2) *хранение художественных произведений* (в Музее функционирует фондохранилище, где осуществляется депозитарно-реставрационные процедуры разнообразных коллекций); 3) *научно-просветительская деятельность* (реализация программ, ориентированных на формирование новой модели ценностей и интересов населения, которые соответствуют тенденциям развития современного общества; сейчас в музее реализуется более 20 культурно-образовательных и досуговых программ).

Цели совершенствования работы Музея: а) рост числа посетителей; б) открытие новых направлений социально-культурной деятельности; в) развитие инфраструктуры; г) коммерциализация услуг и т.д. Любое преобразование в

данной области следует проводить с опытом зарубежья в контексте разработки Концепции развития музейной деятельности (далее – Концепция). Эту Концепцию необходимо реализовать с учетом сроков выполнения положений, связанных с численностью и квалификацией специалистов, разработанной системой взаимодействия с другими хозяйствующими субъектами отрасли.

Планирование этапов реализации Концепции позволяет установить ответственных лиц и координацию исследовательской работы Музея со своими структурами и внешними организациями, которые также разрабатывают планы исследовательской работы по определенным темам, проблемам.

Целесообразно для каждого музея Беларуси разработать концепцию развития, включающую в себя перечень указанных проблем и направлений их решения с периодом реализации. Она должна иметь среднесрочный характер (3 года) с последующим контролем итогов Министерством Культуры. Она должна делиться на этапы, и, по завершению каждого, следует формировать отчет с отражением процента выполнения рекомендаций. В среднесрочной динамике такой механизм позволит видеть перспективу развития отрасли.

Таким образом, сегодня проблематика музейной деятельности Беларуси в контексте становления отечественного арт-рынка антиквариата и этнотоваров предполагает следующие общие перспективные направления развития:

- поиск новых форм и методов репрезентации произведений искусства;
 - создание антикварно- и этноориентированных концепций интерьеров и экспозиций музеев с ориентиром на местную арт-экзотику, например, на творчество тех же художников Парижской школы-местных уроженцев;
 - усиление культурных контактов с музеями, иными выставочными площадками других государств в рамках формирования новой концепции развития белорусского музейного и выставочного арт-рынка;
 - совершенствование нормативной правовой базы, регулирующей данную сферу, в направлении либерализации принципов осуществления выставочной деятельности и устранения административных барьеров.
-

1. Бойченко, М. Художественный рынок сегодня: две стороны одной медали / М. Бойченко // Науч. мнение. – 2015. – № 4-1. – С. 174–182.
2. Жук, В. Живопись Беларуси на рубеже веков: потери и обретения = Belarus pictorial art between two ages: gains and losses / В. Жук. – Минск : Беларус. навука, 2013. – 159 с.
3. Жук, В. Сучаснае выяўленчае мастацтва Беларусі / В. Жук // Беларус. гіст. часоп. – 2011. – № 8. – С. 37–44.
4. Корбут, В. Уменне гандляваць шэдэўрамі: арт-рынак працуе на сябе і на экспарт / В. Корбут // Беларусь. Belarus: палітыка, эканоміка, культура. – 2010. – № 7. – С. 46–47.
5. Соколов, К. Художественный рынок и границы искусства / К. Соколов, Ю. Осокин // Обществ. науки и современность. – 2015. – № 4. – С. 165–176.
6. Ястраб, Ф.А. Мастацтва і рынак / Ф. Ястраб // Мастацтва ў сацыяльнай прасторы : зборнік / Ф.А. Ястраб. – Мінск, 2011. – Раздз. 3. – С. 156–191.
7. Официальный сайт Национального художественного музея [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.artmuseum.by/ru/main>. – Дата доступа: 15.02.2018.

Капитонова, Ю.С., студент

Научный руководитель – Леончиков В.Е.

ИНТЕРНЕТ СЕРВИСЫ И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В РАБОТЕ БИБЛИОТЕКИ

В интернет-пространстве удобно размещать оперативную информацию, использовать широкий спектр рекламных решений для продвижения своих