

тивним і ефективним інструментом управління життям музею в ситуації, коли виживання та розвиток музею найбольшою мірою залежить від споживача, що має вибір «музейних продуктів» на ринку музейних товарів і послуг. У музеях як закладах культури в якості основної продукції виступають різні продукти та послуги, що виробляються і надаються відповідно до їх культурної, освітньої та розважальної місії.

Ключові слова: маркетинг, музеї, брендинг, ребрендинг, музеєзнавство.

Arpentieva M. Problems of museum marketing

A competent marketing and branding policy can serve not only and not so much commercial, as much as the cultural goals themselves. Marketing and branding have proved to be a very productive and effective tool for managing the life of the museum in a situation where the survival and development of the museum is most dependent on the consumer who has a choice of «museum products» in the market of museum goods and services. In museums as cultural institutions, the main products are various products and services produced and provided in accordance with their cultural, educational and entertaining mission.

Key words: museum, branding, marketing, culture formation.

[надійшло до редакції: 15.06.2018 р.]

УДК 069.8:[73/76.075:339.375.2]

Вієла КАЗАНІНА
(Мінск)

Метадалогія атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва як актуальны кампанент музеалогіі і антыкварнага арт-рынка Беларусі

Уводзіны. Актуалізацыя увагі музейных спецыялістаў і мастацтвазнаўцаў у сферы атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва абумоўлена неабходнасцю дбайнага вывучэння арт-аб'екта, увагі да ўсіх дэталей з мэтай вызначэння яго аўтарства, гістарычнага і культурнага значэння.

У «Вялікай савецкай энцыклапедыі» даецца наступнае азначэнне атрыбуцыі (ад лац. *attributio* – прыпісанне) – «устаўленне аўтараў ананімных і псеўдаананімных навуковых і мастацкіх твораў ці месца і часу іх стварэння (мастацкія школы, краіны і т.п.). У мастацтвазнаўстве засноўваецца галоўным чынам на аналізе статыстычных і тэхналагічных асаблівасцяў твораў (матэрыяла, кампазіцыі, індывідуальнай манеры мастака і т. п.)» [1, с. 407].

Мэтай даследвання з'яўляецца выяўленне адрозненняў у прыярытэтах правядзення атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва Беларусі музейнымі супрацоўнікамі і дылерамі антыкварнага арт-рынка, а таксама распрацоўка напраўленняў іх знішчэння шляхам упарадкавання гэтага працэсу.

Праблематыка вызначэння карэляцыі прыярытэтаў пры атрыбуцыі мастацкіх аб'ектаў у рамках дзейнасці музеяў і дылераў антыкварнага арт-рынка цесна пераплятае пытанні эканамічнай выгады і справядлівай мастацтвазнаўчай ацэнкі. У сувязі з гэтым

у большасці даследаванняў робіцца акцэнт на праблематыцы скажэння інфармацыі і суб'ектыўных адносін спецыяліста да аб'екта атрыбуцыі пад уздзеяннем шэрагу эканамічных і сацыяльных матываў [2, 3, 4].

Асноўная частка. За апошні час пытанні атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва ў Рэспубліцы Беларусь усё больш абмяркоўваюцца не толькі сярод мастацтвазнаўцаў, арт-дылераў і калекцыянераў, але эканамістаў і фінансістаў. Гэта тлумачыцца павелічэннем увагі да гэтых аб'ектаў мастацтва і развіццём антыкварнага рынку краіны. На рынку антыкварыята Рэспублікі Беларусь ужо сфарміраваліся свае нефармальныя правілы продажу і набыцця твораў мастацтва, ацаніць якія можна толькі з дапамогай прафесіяналаў. Такім чынам, пытанні, звязаныя з атрыбуцыяй твораў антыкварнага арт-рынку, вырашаліся са сваімі адмысловымі правіламі, вядомымі толькі дылерам у галіне арт-бізнесу. Пры правядзенні атрыбуцыі твораў мастацтва вялікую ролю адыгрывае суб'ектыўны фактар, кан'юнктура рынку і шэраг іншых эфемерных абставінаў. З развіццём рынку антыкварыяту і ўзмацненнем працэсу глабалізацыі эканомікі найбольш вострым стала пытанне распрацоўкі арганізацыйна-адміністрацыйнай базы для стварэння больш выразных правілаў правядзення атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва ў музейнай дзейнасці [5, с. 11].

Атрыбуцыя – гэта асобая сфера мастацтвазнаўства і гісторыі матэрыяльнай культуры. Для яе правядзення патрабуюцца высокапрафесійныя веды, якія аб'ядноўваюць досвед працы і спецыяльную адукацыю [3, с. 312].

У мастацтвазнаўчай літаратуры існуе мноства даследаванняў, прысвечаных у асноўным метадам і вынікам правядзення атрыбуцыі. У прыватнасці, А.У. Кібоўскі вызначыў два метады атрыбуцыі: стылістычны і тэхніка-тэхналагічны. На яго думку, стылістычнае даследаванне твораў жывапісу з'яўляецца найбольш старажытным спосабам, які заключаецца ў комплексным вывучэнні крыніц, якія раскрываюць асаблівасці мастацкага светапогляду гістарычнай эпохі. Прыкметамі стылістычнай атрыбуцыі з'яўляецца аналіз каларыту, кампазіцыі і індывідуальных жывапісных прыёмаў. У сваю чаргу тэхніка-тэхналагічная атрыбуцыя ўключае ў сябе выяўленне спецыфікі маляўнічага пласта, фактуры мазка, стану жывапіснага палатна, арыгінальнасці подпісу і г.д. [2, с. 6].

Ацэнка значнасці візуальнага твора грунтуецца на параўнальным аналізе яго стылістычных прыкмет з аналагічнымі агульнымі дадзенымі, атрыманымі ў выніку вывучэння спецыялістамі твораў іншых майстроў. Супастаўляючы ацэначныя звесткі, спецыяліст фарміруе заключэнне аб сапраўднасці твора, яго аўтарстве, датыроўцы і іншых асаблівасцях.

В.Н. Лазараў, прызнаны майстар мастацтвазнаўчых атрыбуцый, адзін з найбуйнейшых прадстаўнікоў знатоцтва ў расійскай навуцы, абгрунтаваў неабходнасць сінтэза фармальна-стылістычнага аналізу з выкарыстаннем гісторыка-культурнага і іканаграфічнага падыходаў у ходзе правядзення атрыбуцыі. Яго праца аб знатоцтве і метадыцы атрыбуцыі зрабіла магчымым найбольш усебакова ахарактарызаваць ідэйны змест і фармальную тэхніку твораў мастацтва, іх сувязі з гістарычным кантэкстам [3, с. 43]. У сваёй працы В.Н. Лазараў апісвае шырокі спектр метадаў і інструментаў атрыбуцыі, якія да гэтага часу не былі дэталёва прааналізаваны.

Яшчэ адзін расійскі даследчык Л.Р. Залатарова вывучала эстэтыка-мастацтвазнаўчы інструментарый, які выкарыстоўваецца пры апісанні і аналізе твораў мастацтва. Яна

аналізувала наступны механізм атрыбуцыйнай працы: вызначэнне «месца твора ў сістэме візуальнага мастацтва; прынцыпу радавога дзялення жывапісу на манументальны, станкавы, дэкаратыўны, дэкаратыўна-тэатральны, мініяцюрны; «мовы» жывапісу; асаблівасцяў выяўленча-выразных сродкаў жывапісу; жанравага падзялення твораў; спецыфікі кожнага з жанраў, гісторыі іх з’яўлення, развіцця, змены; разнастайнасці матэрыялаў жывапісу, тэхнікі пісьма» [9, с. 159].

Даследаваннем атрыбуцыі музейных прадметаў таксама займаўся вядомы расійскі вучоны В.А. Шастакоў. На яго думку, атрыбуцыя музейных прадметаў з’яўляецца асновай музейнай дзейнасці, а галоўная праблема заключаецца ў неўпарадкаванасці гэтага працэсу. Толькі некаторыя палажэнні адлюстраваны ў службовых абавязках музейных работнікаў. Вучоны тлумачыць гэта тым, што атрыбуцыя ўяўляе сабой фармальны працэс [6, с. 58]. Такім чынам, у навуковым асяроддзі ўжо былі закрануты праблемы рэгламентавання атрыбуцыі і вылучаны прапановы па ўпарадкаванні ўсіх этапаў гэтага працэсу.

У ходзе даследавання сутнасці і значэння атрыбуцыі многія вучоныя вылучалі і яе правыя асновы, у прыватнасці, згодна тэорыі Л.У. Ноймана:

1. Атрыбуцыя ўяўляе пэўнае вылучэнне прыкмет прадмета з прычынна-выніковага ланцуга. Адсюль і вынікае разуменне атрыбуцыі як працэсу каўзальнага характару.

2. Прадметам атрыбуцыі з’яўляецца прысваенне аб’екту розных уласцівасцяў і прыкмет на аснове знешніх (візуальных) дадзеных. У ходзе гэтага працэсу ажыццяўляецца цеснае ўзаемадзеянне суб’екта, які мае права на атрыбуцыю, і апісваемага аб’екта. Характар гэтых узаемаадносін вызначае тое, што атрыбуцыя – складаны тып сацыяльнага ўзаемадзеяння [7].

Апіраючыся на вынікі сэнсавага аналізу тэрміна «атрыбуцыя» і яго выкарыстання ў мастацтвазнаўстве, гісторыі, культуралогіі і ў іншых дысцыплінах сферы мастацтва, можна заўважыць, што змест разгледжаных вышэй паняццяў «атрыбуцыі» не ў поўнай ступені раскрывае працэдуру навуковага пазнання культурнай каштоўнасці. В.А. Шастакоў справядліва выказаў здагадку, што відавочны дагматызм вызначэння «атрыбуцыі» мае патрэбу ў новым поглядзе даследчыкаў на працэс атрыбуцыі і на саму мастацтвазнаўчую каштоўнасць [6, с. 61].

Асаблівую цікаўнасць выклікае праца расійскага культуролога А.Я. Фліера, які сцвярджаў, што «культурную атрыбуцыю нельга прыраўноўваць да мастацкай атрыбуцыі, якая стварае комплекснае веданне пра больш ці менш аб’ектыўныя параметры аб’екта, якія ўстанаўліваюць яго назву, аўтарства, дату стварэння і т. п.» [4, с. 144]. Такое размежаванне паняццяў адпавядае сучасным рэаліям, таму што пытанні суб’ектыўнага апісання мастацкага твора (прадстаўленне імпліцытнай інфармацыі аб аб’екце, пераважна ў аспекце яго функцыянальных магчымасцяў) варта адносіць да культурнай атрыбуцыі.

У Рэспубліцы Беларусь вывучэннем метадыкі атрыбуцыі пластыкі (керамічных іканастансаў, фератронаў, алтарных карцін і інш.) займалася Н.Ф. Высоцкая. Яна даследавала праблему ацэнкі і рэстаўрацыі пластычных твораў. На яе думку, даследаванне музейных калекцый дае ўнікальную магчымасць даследавання арыгінальнай паціны, якая з’яўляецца атрыбутам аўтэнтычнасці твораў мастацтва. Такія прадметы даўніны прадстаўляюць вялікую антыкварную цікавасць, тым самым ствараючы ўмовы для ўзнікнення падробак, якія трапляюць і ў музейныя калекцыі [8, с. 134].

Даследванне адзначанай вышэй навуковай літаратуры дазволіла вылучыць агульныя напрамкі ў працы кожнага спецыяліста пры ажыццяўленні працы ў атрыбуцыйнай вобласці:

- выяўленне візуальных характарыстык твора, якія вызначаюцца пры дапамозе аптычных, каларыстычных і аб'ёмна-прасторавых прынцыпаў;
- даследаванне прыёмаў пабудовы візуальнай выявы, распрацаванай майстрам;
- збор і сістэматызацыя звестак тэхніка-тэхналагічных характарыстык візуальнага твора;
- вывучэнне стратыграфічнай структуры, якая паказвае паслядоўнасць вядзення працы над творам;
- вывучэнне мастацкіх матэрыялаў, якія ўжываюцца пры стварэнні мастацкага твора;
- выяўленне сувязей паміж стылістыкай і тэхналогіяй майстра.

Асноватворнымі візуальнымі характарыстыкамі твора візуальнага мастацтва з'яўляюцца: агульнае ўжыванне тонаў, якія выконваюць вядучую ролю ў стварэнні адзінства кампазіцыі; кантрасты колераў, якія фармуюць мастацкія тоны і забяспечваюць вастрыню ўспрымання твора; танальнае нюансаванне асобных лакальных каляровых плям, якое ўзнікае дзякуючы эффекту каляровага развіцця [9, с. 158].

Пры гэтым здзяйснення працэс атрыбуцыі не саміх мастацкіх твораў у тых ці іншых уласцівасцях або характарыстыках, а іх фундаментальных якасцей, асноўных параметраў і варыянтаў таго, як яны прадстаўлены ў іншых творчых працах.

Аналіз навуковых прац у дадзенай сферы паказаў, што яшчэ не было праведзена грунтоўных даследванняў карэляцый прыярытэтаў музейнай атрыбуцыі і атрыбуцыі ў кантэксце функцыянавання антыкварнага арт-рынку. Сучасны этап развіцця мастацтва як рыначнага інструмента вызначае неабходнасць даследвання гэтай праблемы ў кантэксце параўнальна-прававога метаду аналізу карэляцый прыярытэтаў ажыццяўлення атрыбуцыі, паколькі музейная адзнака мастацкага твора можа істотна адрознівацца ад атрыбуцыі спецыяліста, які ажыццяўляе сваю дзейнасць на антыкварным арт-рынку. Гэта абумоўлена наступнымі прычынамі:

1) атрыбуцыя – від аналізу аб'екта мастацтва, які патрабуе працяглага працэсу ў стацыянарных умовах і ўжывання сучасных тэхнічных сродкаў, што ў цэлым можна здзейсніць толькі ў музейных установах. Прыватныя эксперты (мастацтвазнаўцы, арт-дылеры) у большасці выпадкаў не валодаюць усімі інструментамі ацэнкі мастацкага твора і абмежаваны ў часе;

2) любы эксперт не застрахаваны ад памылкі, але, несумненна, музейны супрацоўнік мае больш досведу, таму што ў сваёй дзейнасці ён сутыкаецца з шэрагам мастацкіх твораў на выставах, сустрэчах мастакоў і ацэнках працах. Многія музейныя установы маюць спецыяльны аддзел з некалькімі супрацоўнікамі, якія займаюцца ацэнкай прадметаў жыванісу. Гэта дазваляе спецыялістам здзейсніць працэс атрыбуцыі індывідуальна і непасрэдна па сваім напрамку. На антыкварным арт-рынку дылер вымушаны сутыкацца з рознымі па форме і напрамку твораў, якія належаць розным аутарам і эпохам. Калегіяльна вырашыць пытанне атрыбуцыі твора ён не мае магчымасці, паколькі загад у большасці сваёй носіць прыватны характар;

3) музейны супрацоўнік не мае камерцыйнай цікавасці, а яго дзейнасць строга рэгламентуецца сучаснымі законамі Рэспублікі Беларусь. Усе выдадзеныя музеям

экспертызы і атрыбуцыйныя лісты ўносяцца ў кнігу ўліку. Такім чынам, музейны эксперт непасрэдна адказны за сваю працу. Дылер на антыкварным арт-рынку выконвае сваю дзейнасць незалежна і таксама ў рамках закона, аднак шэраг яго заключэнняў (высноў) можа насіць агульны і часцей за ўсё проста кансультатыўны характар. Параўнальны аналіз карэляцыі прыярытэтаў атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва прадстаўлены ў Табл. 1.

Табліца 1 – Параўнальны аналіз карэляцыі прыярытэтаў атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва Беларусі музейнымі экспертамі і спецыялістамі антыкварнага арт-рынка

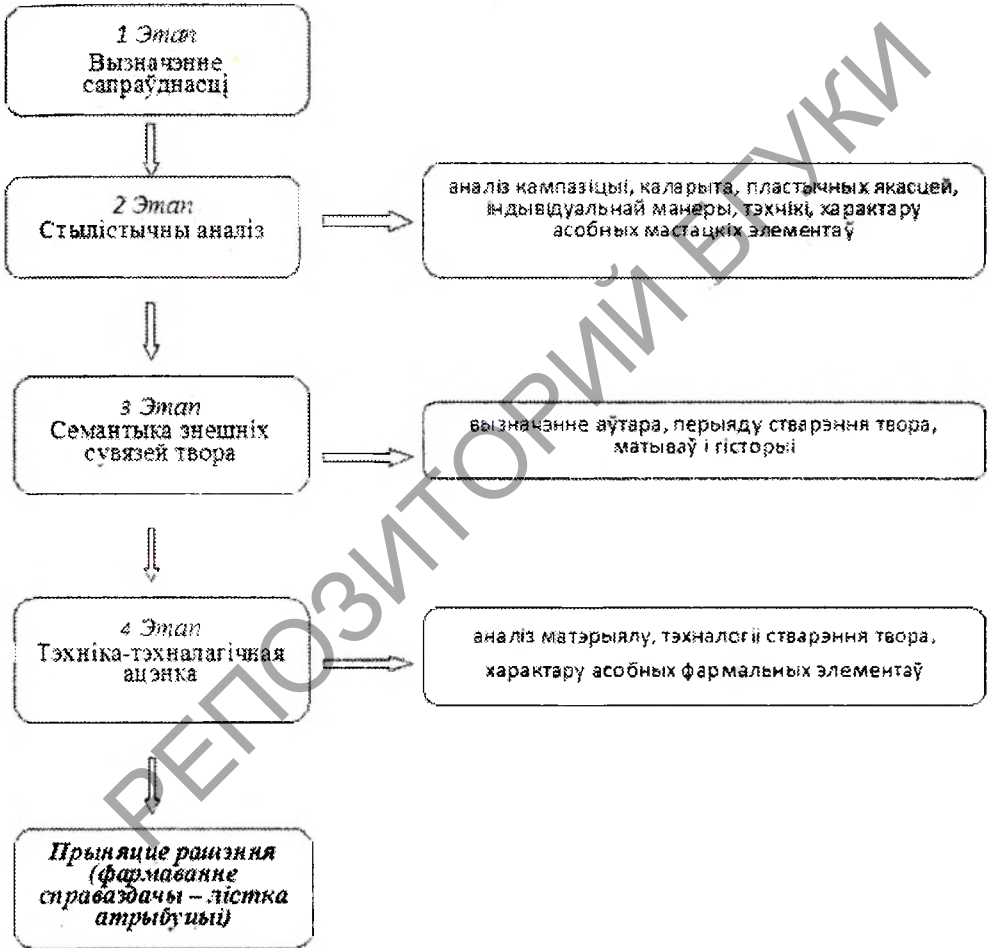
Крытэрыі	Музейны эксперт	Незалежны спецыяліст (дылер)
Мэта атрыбуцыі	апісанне мастацкага аб'екта, усталяванне аўтарства, культурнай каштоўнасці	
Метады даследавання	стылістычныя, тэхніка-тэхналагічныя	стылістычныя, у асобных выпадках тэхніка-тэхналагічныя
Метадалагічныя прынцыпы аналізу	эстэтычны, мастацтвазнаўчы, культуралагічны, структурна-семіятычны, псіхааналітычны і іншыя	
Досвед працы	прафесіянал, гісторык-мастацтвазнаўца	эксперт-дылер
Магчымасць кансультавання	магчыма калегіяльнае рашэнне з удзелам некалькіх экспертаў	аднаасобна, кансультацыі па ўгадненні з заўнікам
Адказнасць	ўзмоўленая, строгае справаздача і справаздачнасць	агульная, у межах устаноўленых законаў Рэспублікі Беларусь

Музейны супрацоўнікі часцей не імкнуцца супрацоўнічаць з антыкварнымі дылерамі з атрыбуцыйнай дзейнасці, або іх праца можа насіць нефармальны характар. Для таго, каб пазбегнуць падозранняў у карупцыі, музейны супрацоўнік не мусіць рэкамендаваць набываць ці праводзіць ацэнку мастацкага твора для прыватных ліц (дылераў, аўкцыяністаў) без афіцыйнага запыта.

Вышэйапісаныя карэляцыі прыярытэтаў атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва Беларусі музейнымі экспертамі і арт-дылерамі абумоўлены з'яўленнем падробак не толькі на антыкварным арт-рынку, але і ў буйных музейных калекцыях. На сённяшні дзень праблема ўкаранення падробак з'яўляецца маральнай адказнасцю саміх антыквараў і дылераў, якія выбудоўваюць складаныя ланцугі іх рэалізацыі. Складанасць праблемы абумоўлена тым, што творы візуальнага мастацтва з'яўляюцца вельмі спецыфічнымі

відами ўласнасці. Яны маюць характэрныя ўласцівасці, што абцяжарвае стварэнне выразнага механізму правядзення атрыбуцыі і прававой базы рэгулявання іх кошту. Агульнапрынятыя мастацтвазнаўчыя падыходы ў дадзеным выпадку малаэфектыўныя, паколькі творы мастацтва з прававога пункту гледжання з'яўляюцца аб'ектам уласнасці, і іх ацэнка ў першую чаргу будзеца на гэтым. Атрыбуцыя – з'ява комплексная і будзеца на мастацтвазнаўчай, гістарычнай і навукова-даследчай працы.

На сучасным этапе ў мастацтвазнаўстве ўзнікла вострая неабходнасць у рацыянальнай трансфармацыі метадаў атрыбуцыі і стварэнні яе адэкватнага арганізацыйна-метадалагічнага механізму (мал. 1).



Малюнак 1 – Арганізацыйна-метадалагічны механізм атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва

Прапанаваны арганізацыйна-метадычны механізм атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва дапаможа ўсталяваць межы даследчага працэсу, выявіць памылкі эксперта (калі

такія былі дагушчаны) і ўнесці адпаведныя карэктывы ў вынікі даследавання. Немалаважную ролю ў ім мае і эканамічны аспект: многія калекцыянеры ўспрымаюць арт-аб'екты як прыбытковы ўлажэнне. У сувязі з гэтым мы можам гаварыць аб асноўным пытанні вызначэння рэальнага кошту ў сапраўдных зносінах з сапраўднасцю твора. Для вызначэння сапраўднасці спецыялістамі павінна ўлічвацца мноства параметраў, пачынаючы ад асаблівасцей тэхнікі аўтара і заканчваючы матэрыяламі, якія ён выкарыстоўваў. Дадатковым спосабам праверкі магчымасці сапраўднасці можа служыць практыка калегіяльнай ацэнкі вынікаў экспертызы, выкананай асобнымі экспертамі [5, с. 32].

Пры гэтым звязаная з атрыбуцыяй праца ў музейнай дзейнасці патрабуе канкрэтызацыі тэрміналогіі апісання музейнага прадмета. Музейны супрацоўнік выкарыстоўвае агульныя прыёмы атрыбуцыі мастацкіх твораў, такія, як ідэнтыфікацыя фірменных марак і клейм майстроў, гісторыка-архіўныя пошукі, тэхніка-тэхналагічныя даследаванні матэрыялу, аналіз кампазіцыі і асобных элементаў дэкаратыўнага аздаблення прадмета [10, с. 326].

Значны ўплыў на вынікі атрыбуцыі таксама аказваюць асабістыя якасці экспертаў як знаўцаў даследуемага прадмета. Звесткі, якія змяшчаюцца ў атрыбуцыйных меркаваннях, у большасці выпадкаў маюць суб'ектыўны характар. Пры гэтым сапраўднасць вынікаў істотна павышаецца, калі праводзіцца праверка атрыманых звестак на аснове дадзеных ад незалежных крыніц (спецыялістаў іншых музеяў, мастацтвазнаўцаў, гісторыкаў, культуролагаў). Усё гэта набліжае вынікі атрыбуцыі арт-аб'ектаў да аб'ектыўных, што дазваляе ажыццявіць пераход ад знатоцтва да навукі ў галіне гуманітарных ведаў [3, с. 315].

Рэзюміруючы даследаванне механізма атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва, можна зрабіць выснову, што атрыбуцыя — гэта правядзенне даследавання па надзяленні прадмета іменем і якаснымі характарыстыкамі, якія адлюстроўваюць яго каштоўнасць для мастацтва на аснове асабістых ведаў і прафесіяналізму спецыяліста.

Заклучэнне. Ацэнка твораў візуальнага мастацтва з пункту гледжання іх мастацкай значнасці і аўтарскай прыналежнасці з'яўляецца адной з актуальных задач сучаснага мастацтвазнаўства. Аднім з крокаў у гэтым напрамку з'яўляецца выпрацоўка новых падыходаў да вызначэння карэляцый прывяртэтаў атрыбуцыі мастацкіх аб'ектаў у рамках музейнай дзейнасці і антыкварнага арт-рынку.

Дзяржава павінна дапамагаць музеям сфарміраваць эфектыўную тэхналагічную базу для правядзення неабходных даследаванняў. Метады, якія ўжываюцца на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь, невымерна адсталі ад заходніх праз недасканаласць або немагчымасць прымянення сучасных тэхнічных сродкаў. Сам антыкварны арт-рынак мае вострую патрэбу ў высокакваліфікаваных незалежных экспертаў. Неабходна забяспечыць сучасную падрыхтоўку спецыялістаў са стажыроўкай у найбуйнейшых музеях свету. Гэта дазволіць знізіць патак падробак на рынку і будзе стымуляваць развіццё ўсёй антыкварнай супольнасці.

Удасканаленне атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва напрамую ўзаемязвязана з дзейнасцю па іх кансервацыі і рэстаўрацыі. Большасць спецыялістаў у сферы атрыбуцыі ўжываюць стылістычны і тэхніка-тэхналагічны метады вывучэння твораў візуальнага мастацтва. Такія даследаванні маюць свае спецыфічныя правілы, групу крыніц, тэарэтычную і практычную базу. Пospех развіцця дадзенага кірунку будзе

залежущь ад назапашвання практычнага вопыту, наяўнасці адпаведнага абсталявання спецыялістаў, а таксама ад паляпшэння якасці іх прафесіяналізму і працы.

Крыніцы і літаратура

1. Большая Советская Энциклопедия : в 30-ти т. / гл. ред. А.М. Прохоров ; 3-е изд. – М. : Сов. энцикл., 1969 – Т. 2 : АНГОЛА - БАРЗАС. – 1970. – 631 с. ; ил., карты.
2. Кибовский А.В. Историко-предметный метод атрибуции произведений портретной живописи России XVIII – 1-ой половины XIX вв. : дисс. ... канд. истор. наук / А.В. Кибовский. – М., 2000. – 217 с. ; ил.
3. Лазарев В.Н. О знаточестве и методике атрибуций / В.Н. Лазарев // Искусствознание. – М., 1998. – № 1. – С. 311–316.
4. Флиер А.Я. Культурная атрибуция как метод исследования / А.Я. Флиер // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – № 4. – С. 139–144.
5. Киселев А.В. Атрибуция и экспертиза музейных предметов : метод. указания / А.В. Киселев. – Ярославль, 2009. – 39 с.
6. Шестаков В.А. Формально-логическая структура атрибуции культурных ценностей / В.А. Шестаков // Вопросы культурологии. – 2009. – № 9. – С. 57–64.
7. Neuman L.W. Social research methods: qualitative and quantitative approaches / L.W. Neuman ; 2nd ed. – Boston, etc. : Allyn and Bacon, 1994. – 538 p.
8. Высоцкая Н.Ф. Особенности методики атрибуции пластики Беларуси XII–XVIII вв. / Н.Ф. Высоцкая // «Дом Бурганова». Пространство культуры. – 2011. – № 2. – С. 131–140.
9. Золотарева Л.Р. Описание и анализ произведения искусства – эстетико-искусствоведческий и педагогический инструментарий / Л.Р. Золотарева // Известия Алтайского гос. унив. – 2012. – № 2. – С. 157–162.
10. Яхонт О.В. Проблемы консервации, реставрации и атрибуции произведений искусства / О.В. Яхонт. – М., 2010. – 463 с. ; ил.

Казаніна В. Метадалогія атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва як актуальны кампанент музеалогіі і антыкварнага арт-рынка Беларусі

Разглядаецца атрыбуцыя візуальнага мастацтва як адна з асноў дзейнасці музейнага супрацоўніка. Аналізуюцца праблемы карэляцыі прыярытэтаў правядзення атрыбуцыі мастацкіх твораў у межах функцыяніравання музеяў і дылераў антыкварнага арт-рынка. Выяўлены мэты і асаблівасці правядзення атрыбуцыі твораў у музейнай дзейнасці. Падаецца арганізацыйна-метадалагічны механізм атрыбуцыі твораў візуальнага мастацтва.

Ключавыя словы: музеязнаўства, антыкварны арт-рынак, візуальнае мастацтва, атрыбуцыйная праца, метады атрыбуцыі, арт-дылеры.

Казаніна В. Методологія атрыбуцыі витворів візуальнага мистецтва як актуальний компонент музеалогіі і антыкварнага арт-рынку Білорусі

Разглядаецца атрыбуцыя візуальнага мистецтва як адна з асноў дзейнасці музейнага співабітніка. Паднята праблема карэляцыі прыярытэтів правядзення атрыбуцыі художніх виробів в рамках функцыянування музеяў і дилераў антыкварнага арт-рынку. Виявлено задачі і асаблівасці правядзення атрыбуцыі витворів в музейній дзейнасці. Представлено арганізацыйна-метадологічний механізм атрыбуцыі виробів візуальнага мистецтва.

Ключові слова: музезнавство, антыкварний арт-рынок, візуальне мистецтво, атрыбуцыйна робота, методи атрыбуцыі, арт-дилер.

Казаніна В. Методологія атрыбуцыі произведений візуальнага искусства, как актуальный компонент музеалогіі і антыкварнага арт-рынка Беларусі

Рассматривается атрибуция визуального искусства как одна из основ деятельности музейного сотрудника. Затрагиваются проблемы корреляции приоритетов проведения атрибуции худо-

жественных произведений в рамках функционирования музеев и дилеров антикварного арт-рынка. Выявлены задачи и особенности проведения атрибуции произведений в музейной деятельности. Представлен организационно-методологический механизм атрибуции произведений визуального искусства.

Ключевые слова: музееведение, антикварный арт-рынок, визуальное искусство, атрибуционная работа, методы атрибуции, арт-дилеры.

Kazanina V. Methodology of attribution of works of visual arts as relevant component of museum and in antique art-market of Belarus

The attribution of visual arts is viewed as one of the basis of museum worker's activities. Problems of priority attribution correlation of pieces of art in the context of museum functioning and work of antiquarian art-market dealers are touched. Goals and features of attribution of works in a museum functioning are discovered. The attribution organization-methodical mechanism of works of visual art is given.

Key words: museology, antique art-market, visual arts, attribution work, methods of attribution, art-dealers.

[надійшло до редакції: 15.06.2018 р.]

УДК 908(477.46):745

Світлана ШМИГОЛЬ
(Чигирин)

Інноваційні методи роботи з відвідувачами Національного історико-культурного заповідника «Чигирин»: майстер-клас із виготовлення ляльки-мотанки

Діяльність музеїв у сучасних реаліях поступово змінює вектор із суто екскурсійної діяльності до впровадження нових інноваційних методів сприймання запропонованого матеріалу. Так, екскурсійна діяльність є невід'ємною складовою туристичної сфери. Проведення оглядових і тематичних екскурсій – основний вид діяльності музейних установ. Але для сучасного відвідувача суто експозиційно-виставкова й екскурсійна діяльність не задовольняє. Переважна більшість музейних гостей бажає отримувати нові емоції та враження.

На сьогоднішній день майже всі музеї у своїй діяльності широко запроваджують нетрадиційні та інноваційні методи роботи, зокрема, інтерактивні, які практично не впливають на екскурсійну та експозиційну діяльність, а є окремими формами роботи із відвідувачами.

Варто зазначити, що застосування деяких інноваційних форм роботи з відвідувачами тісно пов'язані з гендерним становищем. Так, восени 2012 р. за підтримки Благодійного фонду Р. Ахметова «Розвиток України» було здійснено вивчення демографічних, психологічних й інших аспектів відвідування музеїв в Україні. Музейну аудиторію дослідили, зокрема, у Національному музеї мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків. Моніторинг здійснив Київський міжнародний інститут соціології. Результати дослідження виявили гендерний дисбаланс відвідувачів: жінки складають 77 % відвідувачів, чоловіки – 23 % [2].