



*М. М. Красиков*

### **Етнографічний предмет у музейному та парамузейному просторі**

У статті аналізується специфіка використання етнографічних артефактів у музейному просторі (історичних, краєзнавчих, етнографічних, художніх,

літературних музеях) та у парамузейному (музеєподібному) просторі (вітринах магазинів, кав'ярень, ресторанів, ярмаркових яток, художніх виставках тощо). Звертається увага на полісемантичність етнографічних предметів та використання їх в якості культурних (етнічних) маркерів, метафор, символів, брендів або атрактивних принад.

**Ключові слова:** етнографічний предмет, етнографічний музей, парамузейний простір.

Предмети народного побуту, навіть ті, які ще не зовсім вийшли з ужитку, сьогодні в Україні все частіше потрапляють не тільки у зали етнографічних чи краєзнавчих музеїв, але й (часом несподівано) з'являються в «непрофільних» музейних закладах — літературних, художніх, меморіальних (присвячених тій чи іншій особі), а також у парамузейному просторі — на виставках у художніх галереях, у вітринах магазинів, ресторанів, кав'ярень, біля ярмаркових яток, у бібліотеках, офісах турфірм тощо.

Про те, який сенс мають етнографічні артефакти в етнографічному музеї, ми вже писали [4, 6, 7, 9-11]. У цій статті зупинимося на функціонуванні речей із селянського вжитку в іншому міському середовищі.

Прядка, гребінь, веретено, підкова, глечик, горщик, рубель, качалка, ціп, коса, мантачка, серп, ключка, кочерга, рогач, ярмо, дерев'яне колесо, ослінчик, скриня, самовар, глиняний чайник, солом'яник, ночви, жлукто, макітра, дерев'яні ложки, ткацький верстат, макогін, ступа, старі кахлі, хлібна лопата, домоткане полотно, рушник, сорочка, пояс, бриль, саморобні черевички, личаки, плетені кошики та інші атрибути сільського світу в сучасному урбаністичному просторі виглядають як цілковита екзотика, мимоволі звертають на себе увагу, пробуджують спогади про сільське дитинство або бодай про перебування на канікулах у бабусі («О, і у нас був такий!»), безумовно приваблюють іноземних туристів — отже, прекрасно виконують **атрактивну** та **рекламну** функції.

Однак варто зауважити, що нині, у час значної концентрації населення в містах, далеко не у кожній дитини є сільські родичі, канікулярні місяці діти з заможних сімей зазвичай проводять із батьками на зарубіжних курортах чи в мандрах іншими країнами, а ті, хто буває в українських

селах, бачать навколо не так багато незвичних речей, принаймні тих, яким 100 і більше років. До історичних же чи краєзнавчих й етнографічних музеїв потрапляє дуже незначний відсоток містян (у когось нема потреби, у когось нема часу; соопитування в Україні не раз показували, що більшість людей у кращому випадку була в музеї лише у шкільному віці разом із класом, багато хто в жодному музеї не був і, вочевидь, ніколи не буде) — для них вулична вітрина чи ярмаркова локація (а ятки часто прикрашають гронами винограду, калини, голівками соняшників, величезними гарбузами — деякі з них за допомогою ножа перетворюються на кумедні фізіономії, цілком за народною традицією) це єдина можливість побачити предмети, якими користувалися наші предки 50-100-150 років тому. Отже, паралельно ці речі виконують **інформативну функцію**.

Залучення старих предметів народного побуту до позамузейного публічного простору практикується в усьому світі, і скрізь вони виконують ще одну важливу функцію — виступають як **етнічний чи регіональний маркер**, адже навіть найпростіші знаряддя праці мають свої особливості в різних куточках планети, та й навіть у різних регіонах однієї держави. А скільки рідкісних і просто унікальних етнографічних артефактів можна побачити на ринках! Наприклад, у м. Путивль на імпрізованому базарі ми придбали у місцевого майстра мишоловку, конструкцію якої не знайдеш у жодному науковому виданні та на спеціальних Інтернет-сайтах, а у Києві просто у переході метро купили фігурну свічку — теж авторську роботу майстра (тепер це експонати Етнографічного музею «Слобожанські скарби» ім. Г. Хоткевича НТУ «ХП»).

Марші (ходи) вишиванок, День вишиванки, не кажучи вже про мітинги правих чи правочентристських сил — політизовані акції, нагадування «нетитульним», хто тут «титульні», але, з точки зору культурології, — це ще дві функції етнографічних предметів (чи речей в етностилі): **консолідації та етнічної ідентифікації**. Утім, значно важливіша **культурна самоідентифікація** за допомогою етнографічних артефактів: коли люди різного етнічного походження не за командою, не на вседержавне свято, а на локальний чи всеукраїнський івент з етнографічним забарвленням (наприклад, регіональний фестиваль чи славнозвісний Сорочинський ярмарок), чи йдучи до церкви (як заведено на Західній Україні), у гості

або **просто так** надівають сорочку чи сукню з вишитим національним орнаментом.

Предмети сільського побуту у меморіальних музеях зазвичай мають одне призначення — **передати дух часу**. Етнографічна експозиція у Національному літературно-меморіальному музеї Г. С. Сковороди у с. Сковородинівка поруч із стендами, де йдеться про перебування філософа на Харківщині, має занурити відвідувача у XVIII століття. І це звичайне рішення для багатьох неетнографічних музеїв: експонуються будь-які речі (ті, які потрапили до колекції), і будь-яка з них може бути замінена іншою. Тим не менше, просто вітрина випадкових старих речей — не найцікавіший і не єдиний варіант апеляції до народної культури. **Атмосферність** — це чудово, однак, зокрема у випадку зі Сковородою, у музеї, який частково побудований на **метафориці** (дякуючи небіжчику проф. Л. В. Ушкалову [див.: 8]), етнографічні артефакти здатні говорити більше, ніж демонструвати те, чим користувалися селяни 250 років тому.

У творах Сковороди згадується чимало речей, але всі вони переважно набувають символічного чи метафоричного значення. Мудрець зауважував у трактаті «Кольцо»: «Слово Божіє являється одинакое, но слышится двойное» [12, с. 598]. І цей подвійний сенс так само треба чути у кожному рядку Сковороди. У тому ж трактаті «Кольцо» читаємо про світильник, 7 гілочок якого походять із одного стовбура, а чашечки наповнені «елеем и просвѣщающим и насыщающим» [12, с. 599], з купою відсилок до Біблії і тонкими трактуваннями цього образу «свѣщника» — так хіба не доречніша в експозиції була б менора, ніж засоби освітлення української селянської чи панської хати тих часів (каганець, підсвічник)?

Українським сільським інструментам, звісно, теж мало б бути відведено в музеї чільне місце. Наприклад, у хрестоматійному творі «Всякому городу нрав и права...» читаємо: «Смерте страшна! замашная косо!» [12, с. 60]. У жодному виданні творів Сковороди, навіть у зробленому Леонідом Ушкаловим, ми не знайдемо примітки до цього рядка. А хіба всі знають, що таке «замашная косо»? Сільські — так, та й то не скрізь використовується цей термін. А містяни, в більшості своїй, і не скажуть, бо слово «замашний» звучить зовсім не повсюдно. Утім, «Гугл у поміч», і словники дають кілька тлумачень слова «замашний». Словник української мови в 11 томах подає

такі значення: 1. «Яким добре замахуватися, зручний для виконання якої-небудь дії» (напр.: *замашні праники*); «важкий, великий» (*замашна звірюга*); 2. «Зроблений з великим розмахом; сильний» (*замашний удар ціпа*; *замашне слово*); 3. «Жвавий, меткий» (*замашні хлопці*) [14, с. 203]. А Борис Грінченко у своєму словнику, наводячи тлумачення «тяжелый, увесистый, чем удобно замахнуться», подає приклад зі збірника фольклорно-етнографічних матеріалів, зібраних П. Чубинським: «А там смерть страшна і коса замашна» [13, с. 63], що майже співпадає з рядком Г. Сковороди. Варто навести заради розуміння контексту все «пахолкування» (один із жартівливих віршів, з якими ходили хлопчики зранку на Різдво), звідки узята цитата:

«Я малий пахолок,  
 Родився в вівторок,  
 А в середу рано  
 Мене в школу дано.  
 Послав мене дяк  
 Цибуль купувати,  
 А я не купив,  
 А так ухватив.  
 Чоловік мене догнав,  
 Цибульку одняв  
 И чуприну намъяв.  
 Пошов я до неба  
 Чого мені треба;  
 А там смерть страшна  
 И коса замашна.  
 А я їй в зуби ковбасою.  
 Будьте здорові з праздником» [15, с. 434-435].

Безстрашність юного героя і його перемога над Смертю характерна для українських народних жартівливих наративів про подібні контакти (див., напр., оповідки на тему «Солдат і Смерть» [1]). Однак зараз нас цікавить традиційний атрибут Смерті. Яке ж значення вкладав Сковорода у слово «замашний»? Може, й всі три, які подає словник, бо коса Смерті й зручна, і важка, і швидка... А може, тут є акцент на тому, що це знаряддя праці важкеньке? Трохи важчою стає коса, коли до неї чіпляють *грабки*

(або *лучки*), щоб «стебла при скошуванні лягали рівними валками» [1, с. 15]. Грабки «являли собою дерев'яний валок, у який перпендикулярно забивали до п'яти дерев'яних зубків, нижній з яких був найдовший, а верхні робилися поступово коротшими. Посередині зубки скріплювали тонкою планкою та притягували до держака шнурками (*струнами, сторожами*). Валок грабків кріпився так, щоб зубці розташовувалися вертикально в одній площині з полотном коси. Використання коси з грабками давало змогу робити рівний покіс, при якому колосся лягало в один бік, а стебла в інший, але працювати такою косою було важче» [2, с. 39-40]. І хоча стереотипізованим є візуальний образ Смерті з косою без грабків, але, можливо, Сковорода «замашну косу» уявляв саме з грабками, адже Смерть — велика трудівниця, і косить вона не по одному колоску (і навіть не тільки в час епідемій чи воні)... У будь-якому разі в музеї Г. Сковороди поруч із наведеною вище цитатою нам здавалось би доречним демонструвати в якості символічного знаряддя праці Смерті саме косу з цим нехитрим, але вдалим пристроєм, яким, до того ж, сьогодні користуються вже далеко не всі селяни. Наочно «замашну косу» з грабками можна побачити, наприклад, у Лебединському краєзнавчому музеї.

Ще один етнографічний предмет обов'язково мав би бути у Сковородинівському музеї — вулик зразка XVIII століття (він суттєво відрізняється від сучасного), адже у байці «Пчела и Шершень» розмовляє не дика бджола, а та, що живе у вулику. У цьому музейному куточку можна було б розповісти і про розвиток бджільництва на теренах України ще з часів Київської Русі (відомо, що в XVII столітті татари, здійснивши вдалий напад на слобожанські поселення, вивозили до себе вулики з бджолами), і про те, що найулюбленішим місцем перебування для Сковороди була пасіка (де й написана частина «Басен харьковских»), а ще можна згадати улюблену перекладну книгу давньоруських книжників (та й Григорія Савича) «Пчела» — збірник афоризмів античних філософів (Сковороду не дарма ж називали «українським Сократом» чи «слобожанським Епікуром»), образи бджоли і вулика у давньоруській та бароковій літературі тощо.

І звичайний брус для загострення ножів теж повинен бути в експозиції музею, присвяченого Г. Сковороді, адже він — герой байки 12-ї «Оселка

и Нож», з абсолютно нестандартним уявленням про свою місію у житті [12, с. 63]. Ніж, зроблений у сільській кузні, з саморобним дерев'яним держакком, звісно, також має бути представлений у тій же вітрині.

Та й фразу «Федька купец при аршинѣ все лжет» у вірші «Всякому городу нрав и права...» [12, с. 60] варто було б проілюструвати реальним аршином і продемонструвати, як купець міг на очах покупця відміряти менше тканини, ніж треба (і цікаво, чи помітили б це екскурсанти в ролі покупців!). До того ж, можна активізувати пасивний паремійний фонд відвідувачів і попросити пригадати фразеологізми зі словом «аршин», адже молодь, напевно, і не знає такі вислови як «міряти на свій аршин» (і тут одразу з'ясовується походження, первісний сенс і переносне значення цього виразу), «сидит, как аршин проглотил» тощо.

У Художньо-меморіальному музеї І. Ю. Рєпіна в Чугуєві є теж етнографічна кімнатка, де зібрано чимало типових предметів селянсько-міщанського побуту слобожан XIX століття. Відвідувачі залюбки роздивляються ці артефакти, але такі ж речі могли б спокійно демонструватися у місцевому краєзнавчому музеї (де, між іншим, теж є прекрасна етнографічна експозиція; до того ж, краєзнавчий музей є філією музею І. Рєпіна, і гості міста зазвичай відвідують і його). Можливо, цікавіше було б на території меморіального комплексу, у реконструйованій майстерні художника піти *шляхом концептуалізації* і представити в залі аналоги предметів побуту, які ми бачимо на картинах живописця (а поруч — репродукції картин майстра). Як цікаво в м. Дніпр у Меморіальному будинку-музеї академіка Д. І. Яворницького бачити деякі речі з колекції Дмитра Івановича, які потрапили на всесвітньо відоме полотно І. Рєпіна «Запорожці пишуть листа турецькому султану»! Так само вражала виставка живопису О. М. Бекетова 2012 р. у Харкові у «Вітальні на Дворянській», де поруч із картинами метра, на яких були зображені фрагменти інтер'єрів власного помешкання академіка, можна було побачити глечики, куманці та інші предмети побуту, що збереглися в родині і тепер ніби зійшли з полотен. На щастя, був виданий альбом, де репродуковані роботи художника, а поруч містяться фото речей, увічнених нашим славетним земляком [3].

Отже, як бачимо, етнографічні предмети у музейному та парамузейному просторі можуть виконувати найрізноманітніші функції — **як естетичні, так і прагматичні**. Потенціал їх величезний і просто невичерпний, однак **майбутнє, мабуть, за концептуальним підходом**. Утім, і тут, як і скрізь, все вирішує СМАК.

### Примітки

1. *Веремійчик І.* Традиційні знаряддя праці, промисли і ремесла на Волині : навч. посібн. з народознавства для студ., учнів та вчителів. Луцьк, 1995. 256 с.

2. *Горленко В.* Види господарської діяльності // Українська минувшина : ілюстрований етнографічний довідник. 2-е вид. / А. Пономарьов та ін. Київ, 1994. С. 34-54 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://etno.uaweb.org/mynuvshyna/index.html>.

3. *Зодчий* — художник: живопись и графика в творчестве академика архитектуры А.Н. Бекетова / Корпорация «Консалтинговая группа «Рубаненко и партнеры»; предисл. Н. Вольпе. Харьков: Дизайн-группа «Майстерня Ск!п!в», 2012. 12 с.

4. *Красиков М. М.* Від етнографічного до культурно-антропологічного музейництва // Традиційна культура в умовах глобалізації : культурна ідентифікація та інформаційне суспільство : матеріали наук.-практ. конф. 18-19 трав. 2012 р. Харків., 2012. С. 90-96.

5. *Красиков М. М.* Воля к бессмертию : [вступ. ст. и публ. сказки «Солдат и Смерть» из архива П. В. Иванова] // В кругу времен. 1997. № 1. С. 35-36.

6. *Красиков М. М.* Культурний сенс навчального етнографічного музею // Інформаційна та культурологічна освіта на зламі тисячоліть : матеріали міжнар. конф. до 70-річчя ХДАК. Харків, 1999. Ч. 1. С. 94-98.

7. [Красиков М. М.] Музей «Слобожанські скарби» ім. Г. Хоткевича // Факультет соціально-гуманітарних технологій НТУ «ХП». Історія. Досягнення. Перспективи / А. А. Бадан, О. І. Bloшенко, В. В. Бурегга та ін.; під заг. ред. А. В. Кіпенського. Харків, 2017. С. 69-76.

8. *Красиков М. М.* Неуловленный (памяти Леонида Ушкалова) // Культурна спадщина Слобожанщини: зб. наук. ст. Число 42. Харків, 2019. С. 192-196.

9. *Красиков М. М.* 15 років Етнографічному музею «Слобожанські скарби» ім. Г. Хоткевича НТУ «ХП» // Вісник Національного технічного університету «ХП» Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. 2013. № 6 (980). С. 10-15.

10. *Красиков М. М.* Семіотика побуту — шлях до розуміння культури (можливості етнографічного музею у вищій школі) // Могилянські читання 2010 року: зб. наук. праць. Київ, 2011. С. 615-618.

11. *Красиков М. М.* Этнографический музей: от музеефикации быта до сакрализации бытия // Методичні рекомендації Всеукраїнської наради директорів обласних центрів народної творчості 16-18 вересня 2009 р. «Сучасні тенденції культури та державна і регіональна культурна політика». Харків, 2009. С. 113-116.

12. *Сковорода Г.* Повна академічна збірка творів / за ред. проф. Л. Ушкалова. Харків: Майдан, 2010. 1400 с.

13. *Словарь* української мови / упорядкував з додатком власного матеріалу Борис Грінченко : в 4-х тт. Т. 2. З-Н / НАН України. Ін-т української мови. Додаток О. О. Тараненка. Київ: Наук. думка, 1996. 588 с.

14. *Словник* української мови : [в 11 тт.] / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; [ред. кол.: І. К. Білодід (гол.), А. А. Бурячок, В. О. Винник та ін.]. Т. 3: З / [ред. тому : Г. М. Гнатюк, Т. К. Черторизька]. Київ: Наук. думка, 1972. 744 с.

15. *Труды* этнографическо-статистической экспедиции в Западно-русский край, снаряженной Императорским русским географическим обществом. Юго-западный отдел. Материалы и исследования, собранные д. чл. П. П. Чубинским. Т. 3. Народный дневник, изданный под наблюдением дейст. чл. Н. И. Костомарова. СПб: [Тип. В. Безобразова и Комп.], 1872. VIII, 486, II с. : ноты.

***Krasikov M. M. Ethnographic Objects inside Museum and within Para-museum Space.***

The specific nature of ethnographic artifact collection use inside a museum space of (historic, regional, ethnographic, art and literary museums) and within

para-museum (museum-related) open spaces (such as shop windows, cafes, restaurants, fairs, art exhibitions, etc.) has been analyzed in the article. The attention is focused on the poly-semantic nature of ethnographic objects and their use as cultural (ethnic) markers, metaphors, symbols, brands or attractive attributes.

**Keywords:** ethnographic object, ethnographic museum, paramuseum space.

*М. Т. Мельник*

### **Реклама і просування музейної виставки (на прикладі виставки «Леся Українка — лицарівна belle epoque» у Victoria Museum)**

Аналізуються завдання і специфіка просування музеїв, що функціонують в сучасних ринкових умовах. Наводяться принципи визначення і класифікації цільових аудиторій, окреслюються завдання і специфіка рекламно-промоційних зусиль, спрямованих на різні групи цільових аудиторій. Описуються рекламно-промоційні заходи, які супроводжували проведення виставки «Леся Українка — лицарівна Belle Epoque», що пройшла 25.02.2021 – 20.03.2021 в київському музеї стилю й костюма Victoria Museum. На прикладі заходів з просування цієї виставки, оцінюється ефект і ефективність рекламно-промоційної кампанії, розробляються практичні рекомендації для привертання уваги і залучення широких аудиторій, підвищення відвідуваності музеїв і виставок, а також наступного поширення відвідувачами схвальних відгуків і рекомендацій.

**Ключові слова:** музей Victoria Museum, експонат, колекція, музейна виставка, реклама.

Актуальність дослідження реклами та просування музейних виставок визначається багатьма чинниками як соціокультурного, так і економічного характеру. З одного боку, виставка дає можливість залучити до музею відвідувачів з метою підняття їхнього освітнього та культурного рівня, донесення їм певних знань, ідей та інформації про експонати. З іншого — це засіб підвищення престижу музею й отримання додаткової уваги