

УДК 069. 6 (477)

Белікова М.В.
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму
Запорізького національного технічного університету

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МУЗЕЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

THE MODERN TRENDS OF UKRAINE MUSEUM MANAGEMENT

АНОТАЦІЯ

Нині система сучасного менеджменту в музеях орієнтована на збільшення прибутку, просування постійних і тимчасових виставок у соціальних мережах і віртуальному ландшафті, а також розроблення спеціальних пропозицій залежно від профілю музеїв. У статті аналізуються проблеми, з якими стикаються українські музеї, а також показано шляхи вдосконалення послуг, що надаються цими установами.

Ключові слова: музейний менеджмент, маркетинг, музейна аудиторія, відвідуваність.

АННОТАЦИЯ

В настоящее время система современного менеджмента в музеях ориентирована на увеличение прибыли, продвижение постоянных и временных выставок в социальных сетях и виртуальном ландшафте, а также разработку специальных предложений в зависимости от профиля музеев. В статье анализируются проблемы, с которыми сталкиваются украинские музеи, а также показаны пути совершенствования услуг, предоставляемых этими учреждениями.

Ключевые слова: музейный менеджмент, маркетинг, музейная аудитория, посещаемость.

ANNOTATION

Nowadays, the system of contemporary management in museums is focused on the increase of the profits, promotion of the constant and temporary exhibitions in social media and in the virtual landscape as well as development of special offers that are relevant for the museums' type. The article analyzes the problems that Ukrainian museums face as well as shows ways and exemplifies the ways of improvement in the services provided by these institutions.

Keywords: museum management, marketing, museum viewership, attendance.

Постановка проблеми. На відміну від інших закладів гостинності – готелів та ресторанів музеї не є комерційними підприємствами і пропонують не лише послуги, але й виконують науково-дослідницьку діяльність. Аналіз музейного менеджменту пов'язаний із дослідженням специфіки надання музейних послуг, особливостей та якості музейного сервісу, визначенням організаційної структури, інструментів та тенденцій музейного менеджменту. Отже, аналіз сучасного музейного менеджменту в Україні є актуальною проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми музейного менеджменту в останні роки розглядалися в теоретичних та прикладних дослідженнях. О. Кузьмук аналізував державну політику щодо музейного менеджменту [1]. Проводилися дослідження фандрайзингових програм у музеях України [2]. В. Рожко аналізував інформаційне забезпечення музейної сфери для ухвалення управлінських рішень Міністерством культури, у впорядкуванні якого

знаходяться державні музеї [3; 4]. Доводиться констатувати, що сучасні дослідження музейного менеджменту України продовжують бути актуальними.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Із кожним роком музейна аудиторія все більше зацікавлена в отриманні якісного сервісу, а музеям складніше відповідати викликам суспільства. Об'єктом нашого дослідження є аналіз поточного стану управління музеїв України, оскільки від їх менеджменту залежить успішна діяльність музейних закладів.

Мега статті полягає в аналізі менеджменту музеїв України за 2013–2016 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Станом на квітень 2016 р. в Україні за актуалізованим переліком нараховувалося 2 675 музейних закладів усіх форм власності [4]. За даними Державної служби статистики України, у 2015 р. на обліку знаходилося 564 державні музеї. Централізоване управління державними музеями здійснює Управління музейної справи та культурних цінностей Міністерства культури України. Серед державних музеїв за кількістю в Україні перше місце займають комплексні музеї (38%), друге – історичні (33%), третє – літературні (8,64%), четверте – художні (6,9%), п'яте – мистецькі (5,59%), шосте – інші разом – природничі, галузеві та інші (7,56%) [5, с. 59].

До комплексних музеїв відносять музей-садиби, музеї-заповідники, музеї-палаці, музеї просто неба, музеї з історичним інтер'єром, серед найбільш поширених комплексних музеїв – краєзнавчі. Краєзнавчі музеї збирають колекції з природи, економіки, історії, культури певного адміністративного регіону або населеного пункту.

Як правило, обласні краєзнавчі музеї мають функціональну організаційну структуру (рис. 1).

Структура музею складається з адміністрації: директора, його заступників, вченого секретаря, головного зберігача фондів.

Науково-дослідницька діяльність нині є пріоритетною сферою діяльності більшості музеїв України. Науково-дослідні відділи очолюють завідувачі, які керують науковими співробітниками, діяльність завідуючих наукових відділів координує заступник із наукової роботи.

Науково-дослідницька робота музеїв включає наукове комплектування музейних фондів, наукову організацію обліку, збереження, консервації і реставрації колекцій, наукову побудову експозицій та виставок, проведення культурно-масової роботи.

Планування та організація науково-дослідницької роботи музею координується вченою радою музею, до якої входять директор, вчений секретар, заступник директора з наукової роботи та провідні спеціалісти музею. Наукові працівники систематично розробляють теми, пов'язані з експозицією, фондowymi матеріалами за допомогою вивчення матеріалів у бібліотеках, архівах, археологічних та етнографічних експедицій та ін.

Результати науково-дослідницької роботи полягають в наукових публікаціях, пов'язаних із музейною проблематикою, реекспозиціях, які проходять нині в багатьох музеях у зв'язку з декомунізацією, тимчасових виставках, розробленні путівників та буклетів, у нових методичних розробках екскурсій.

Показником конкурентоспроможності музеїв є їх відвідуваність, яку в 2013 – 2016 рр. відзначали коливання, пов'язані із загостренням політичної ситуації в країні. За 2013–2014 рр. відвідуваність державних музеїв зменшилась від 22,3 млн. до 14,2 млн. (на 36,33%), а в 2015 р. зросла на 6,34% [6]. Частина музеїв, які орієнтуються на туристів, унаслідок розвитку внутрішнього туризму в 2015 р. збільшила відвідуваність порівняно з 2013–2014 рр., інша, основний сегмент ринку якої – школярі, студенти, дорослі відвідувачі, – значно зменшила. Наприклад, відвідуваність Запорізького обласного краєзнавчого музею щорічно становила 94 тис. осіб, а потім зменшилась в складних соціальних та політичних умовах до 92,8 тис. за 2013 р. та 92,9 тис. за 2014 р. За 2015 р. кількість відвідувачів різко знизилась – на 15% (79 тис.),

а в 2016 р. – до 76 тис. осіб (на 4%). Більшій частині музейної аудиторії через психологічний чинник у зв'язку з проведенням АТО на сході країни сьогодні не до відвідування музеїв.

Зменшення відвідуваності музеїв є проблемою сучасного музейного менеджменту України. Просування музеїв у соціальних мережах та музейних сайтів в Інтернеті є сучасним інструментом менеджменту, який стимулює відвідуваність частини музеїв України. Зацікавити відвідувачів можна спецпропозиціями розважального характеру. На нашу думку, необхідно розробляти костюмовані та театралізовані екскурсії, проводити музейні свята і фестивалі. Для дітей молодшого шкільного віку (8–12 років), найменше задіяних у відвідуванні музеїв, розробляти екскурсії з можливістю стріляти з лука, вправлятися мечем та щитом, списом, грати на сопілці, прясти, гладити рубелем та ін., а для цього необхідно розрахувати час екскурсії та підготувати достатню кількість приладдя для кожного екскурсанта. Для старшокласників можна пропонувати театралізовані вистави, реконструкції з можливістю участі в битвах, ритуалах, побутових заняттях. На вихідні дні можна розробити сімейний квиток (батьки та дві-три дитини) із пропозицією побутових занять, щоб родина згуртувалася під час спільної діяльності.

Музейний персонал зводить цілі відвідання музею до самостійного огляду музейної експозиції та екскурсії. Музейна аудиторія, крім виконання попередніх завдань, приходить до музею з таких причин:

- зробити селфі, мотивуючись модою на даний вид активності в соцмережах;
- провести цікаво час на недільно-суботніх заходах (зазвичай ці пропозиції є актуальними для сімей, які мають дітей віком до 12 років);
- відпрацювати позакласну шкільну програму;

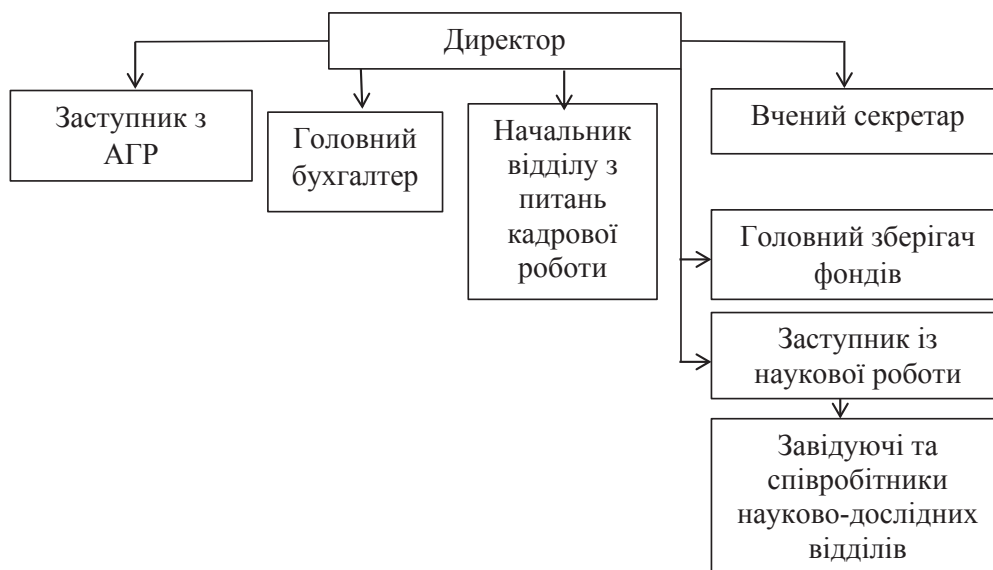


Рис. 1. Організаційна структура краєзнавчих музеїв України

- відвідати модну виставку;
- побачити в музеї те, що він більше ніде й ніколи не побачить;
- відчути музейну атмосферу [7].

Самостійний огляд експозиції та екскурсійні послуги належать до основних музейних послуг. Додатковими послугами музеїв є фото- та відеозйомка, продаж сувенірної продукції. На жаль, у більшості музеїв України додаткові послуги не є пріоритетним напрямом стратегічного менеджменту.

Відвідування музею стає більш приємним для відвідувачів, якщо на ресепшені/крамниці музеїв пропонуються подарункові та сувенірні вироби, які відображають профіль музею. Музей ретротехніки «Фаєтон» (м. Запоріжжя) та Технічний музей «Машина часу» (м. Дніпро) мають широкий вибір подібної продукції з музейними логотипами для власної реклами.

Незначна частина музеїв серед додаткових послуг надає послуги харчування, влаштовуючи торгівлю на прилеглий території безалкогольними напоями та сендвічами, випічкою та ін. Приємним прикладом служить практика Музею ретротехніки автомотоклубу «Фаєтон» (м. Запоріжжя), в якому встановлено кавамашину для відвідувачів, а за попереднього замовлення надаються послуги кейтерингу – польової кухні. На території Історико-культурного комплексу «Запорізька Січ» Національного заповідника «Хортиця» в «Корчмі» (м. Запоріжжя) можна пообідати стравами національної кухні. У Технічному музеї «Машина часу» (м. Дніпро) та в Національному музеї історії України у Другій світовій війні (м. Київ) працюють стилізовані кафе відповідної тематики.

Для зручності відвідувачів у музейній практиці стали надавати серед додаткових послуг аудіогід, корисність якого в тому, що відвідувач може не залежати від екскурсовода, а рухатися у власному темпі. Аудіогіди надаються Національним науково-природничим музеєм НАН України (українською, англійською, російською мовами, прокат в один зал – 30 грн.) та Національним музеєм мистецтв ім. Богдана та

Варвари Ханенко (для огляду азіатської колекції – 35 грн.).

Самостійний огляд експозиції та екскурсійні послуги є платними в більшості музеїв України. Із табл. 1 можна зробити висновки про співвідношення платних і безоплатних послуг у музеях України.

Отже, платні послуги у шести музеях становлять від 34% до 48% від усіх музейних послуг, в одному – 25%, у двох – 7–10%, ще в одному музеї повністю відсутні [8]. Таким чином, більше половини музейних послуг (від 52% до 100%) надаються на безоплатній основі.

Нині одне із завдань музеїв – вирішити, які послуги можна зробити платними, щоб не постраждали дослідники музейної колекції. Друге завдання – визначити адекватну ціну.

Під час визначення розмірів вартості вхідного квитка необхідно враховувати, що ціна вхідного квитка музею, який орієнтується на туристів, буде вище, ніж музею, який орієнтується на школярів і студентів. Висока ціна може призвести до втрати відвідувачів, а занадто низька – до втрати доходів та знецінити роботу музейного персоналу. Так, наприклад, у Національного музею історії України у Другій світовій війні (м. Київ), значним сегментом якого є вітчизняні та іноземні туристи, існує необхідність в підвищенні вхідної платні, яка через інфляцію на квітень 2017 р. становить 20 грн., тоді як вхідна плата в музеях України, орієнтованих на туристів, – 40–50 грн. на особу, а в музеях Європи – від 6 до 25 євро.

Додатковим фактором, який впливає на формування вартості музейних послуг, є сезонність. Наприклад, у Національному історико-архітектурному музеї-заповіднику «Садиба Попова» (м. Василівка) двогодинна екскурсія «Підземелля палацу» коштує 50 грн. з відвідувача, у нетуристський сезон – взимку до березня – на екскурсію діє знижка – 30 грн.

Більш дорогими послугами будуть послуги, розраховані на групу, чим більше група, тим нижчими будуть витрати на одну особу. Наприклад, екскурсія «Військове судно XVIII ст.»

Таблиця 1

Співвідношення платних і безоплатних послуг у музеях України, %.

Назва музею	Платні послуги	Безоплатні послуги
Національний музей історії України у Другій світовій війні. Меморіальний комплекс	48%	52%
Національний музей народної архітектури та побуту України	47%	53%
Національний музей літератури України	45%	55%
Національний меморіальний комплекс «Висота маршала І.С. Конєва»	42%	58%
Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному	39%	61%
Національний музей у Львові імені Андрія Шептицького	37%	63%
Національний художній музей України	34%	66%
Національний музей історії України	25%	75%
Національний музей «Меморіал пам'яті жертв голодоморів в Україні»	10%	90%
Національний музей Тараса Шевченка	7%	93%
Національний музей-меморіал «Тюрма на Лонцького»	–	100%

Національного заповідника «Хортиця» – для групи до семи осіб коштує 198 грн. (29 грн. на особу), а до 20 осіб – 300 грн. (15 грн. на особу).

Необхідність у сімейному квитку може бути обґрунтована шляхом вивчення складу музейної аудиторії. У музеях Західної Європи та окремих провідних музеях України є сімейний квиток, розрахований на двох дорослих та кількох дітей, що є економічно вигіднішим для відвідувачів, аніж придбати квитки окремо для дорослих та дітей (табл. 2).

Для багатьох батьків відвідання музеїв із дітьми є те саме, що нести ложку з оливковим маслом та одночасно отримувати задоволення від огляду шедеврів, тому що дітям складніше утримати увагу й вони швидше втомлюються. В окремих музеях Німеччини та США створені комфортні умови для відвідування музеїв із маленькими дітьми – туалети зі столиками для сповивання дітей, пандуси та ліфти, кнопки виклику персоналу для допомоги особам із дитячими колясками. Отже, сімейний квиток є спецпропозицією в музеях, де батьки з дітьми становлять половину та більше музейної аудиторії.

Музеї в режимі своєї роботи часом не враховують дні та періоди масових екскурсій, інди-

видуальних відвідувань (табл. 3). Багато музеїв України, серед яких – Національний музей-заповідник українського гончарства, Національний музей літератури України, Запорізький обласний художній і краєзнавчий музеї та ін. – мають недостатню кількість персоналу за штатним розкладом, тому не працюють у неділю, коли більшість родин має реальну можливість разом відвідати музей.

Музеї відкрито для відвідувачів від 40 до 57 годин на тиждень. Наприклад, з 10 до 18 години – 48 годин на тиждень із вихідним найчастіше у понеділок. Але насправді люди мають можливість відвідати музеї у зручний для них час – після робочого дня, наприклад після 18 години, коли відкриті не всі музеї. І потім, є категорія людей, які тільки в понеділок можуть вибратися туди. Доступність музеїв для відвідувачів пов'язана з такими чинниками:

- можливість відвідувати музеї з 10 до 18 години є у непрацюючих осіб пенсійного віку та іноземних і вітчизняних туристів;
- можливість відвідування музею з 13 до 18 години є у студентів, школярів;
- музеї не доступні особам, які працюють з 8 до 18 години вечора;

Таблиця 2

Сімейний квиток: кількість осіб та ціна

Назва музею	Сімейний квиток розрахований	Ціна сімейного квитка	Ціна вхідного квитка для дорослих	Ціна вхідного квитка для дітей
Національний музей історії України у Другій світовій війні	5 осіб	50 грн.	20 грн.	3 грн.
Національний музей історії України	5 осіб	100 грн.	50 грн.	30 грн.
Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник	2 дорослих та 1-2 дітей до 14 років	160 грн.	40 грн.	20 грн.
Національний природничий музей України	2 дорослих та 2 дитини або 1 дорослий та 3 дитини шкільного віку	150 грн.	60 грн.	35 грн.

Таблиця 3

Музеї України: кількість відвідувачів, робочих годин та вихідні дні

Назва музею	Кількість відвідувачів	Кількість робочих годин на тиждень	Вихідні дні
Національний музей історії України у Другій світовій війні. Меморіальний комплекс	600 348	51	Понеділок
Львівська національна галерея мистецтв імені Б.Г. Возницького	386 693	40	Понеділок
Національний музей народної архітектури та побуту України	128 502	54	Без вихідних
Національний музей літератури України	69 688	52	Неділя
Національний музей у Львові імені Андрія Шептицького	69 662	56	Понеділок
Національний музей історії України	53 139	48	Понеділок
Національний музей «Меморіал жертв Голодомору»	40 520	49	Без вихідних
Національний музей-заповідник українського гончарства	38 100	54	Субота, неділя
Національний художній музей України	34 835	40	Понеділок, вівторок
Національний музей ім. Тараса Шевченка	20 217	57	Понеділок

– частина музеїв не працює у вихідні дні, що негативно впливає на відвідування музеїв категорією людей, яка працює в буденні дні;

– частина музеїв не приваблива для населення через їхній жахливий стан, нестачу коштів на утримання;

– більшість музеїв України недоступна через відсутність умов для відвідувачів з інвалідністю.

Нині можна констатувати, що лише у небагатьох керівників музеїв України присутнє бачення змін у наданні музейних послуг згідно з потребами музейної аудиторії, що зумовлено недостатньою мотивацією. Передусім це стосується питання доступності музею для відвідувачів, яке не виражається у кількості годин, які музей відкритий для відвідувачів, а в графіку, зручному для відвідувачів – музеї мають працювати у вихідні та святкові дні, після 18 години у п'ятницю. Прикладом наслідування може бути Національний художній музей України, який працює у середу, четвер, неділю з 10 до 17 години, п'ятницю – із 12 до 19, суботу – з 11 до 18 годин. Є в країні музеї, які працюють без вихідних, але для цього необхідно додатково мотивувати персонал наданням відгулів, премій та ін.

Нині проблемою музейного менеджменту є те, що різниця між державним фінансуванням музеїв та власними надходженнями є різко непропорційною [9]. Найкращі показники за власними надходженнями 11 музеїв України за 2015 р. у Львівській національній галереї мистецтв ім. Б.Г. Возницького – 5,11% від загальної суми надходжень (1-е місце), Національного музею історії України у Другій світовій війні – 4,45% (2-е місце), Національного музею народної архітектури та побуту України – 3,92% (3-є місце), Національного музею історії України – 1,5% (4-е місце), Національного художнього музею України – 1,22% (5-е місце). Схожа ситуація існує в музеях за кордоном, де власні музейні надходження від продажу квитків нижчі, ніж державне фінансування, кошти грантів та спонсорів. Відсоток власних надходжень п'ятірки українських музеїв коливається від 1,22% до 5,11%. Отже, відсоток державного фінансування в структурі коштів музеїв нині становить 94–99%.

За 2014–2015 рр. власні надходження більшості музеїв зросли: Національного художнього музею України – на 88,28%, Національного музею історії України – на 54,29%, Національного музею історії України у Другій світовій війні – на 45,18%, Львівської національної галереї мистецтв імені Б.Г. Возницького – на 28,12%. Отже, менеджмент музеїв України демонструє позитивну тенденцію до збільшення коштів, які музеї заробляють самі.

За 2014–2015 рр. музейні доходи Національного музею історії України зменшилися на 82%. Музей переглянув цілі стратегічного менеджменту і прийняв нову музейну концепцію: «Музей працює заради відвідувачів», яка

робить пріоритетними потреби та запити спільноти. Це призвело до росту доходу за 2016 р. на 165% порівняно з даними 2014 р. і відповідно 1337,68% 2015 р. У 2016 р. загальний дохід зріс до 2 370 498 грн., із них власні надходження становили 9,33% за рахунок квитків – 61 806 грн. (2,6%), платних екскурсій – 7 208 грн. (0,3%). Державне фінансування становило 90,67%. За 2014–2016 рр. кількість співробітників із науковим ступенем зросла в музеї від 5 до 20, щорічних наукових публікацій – від 110 до 203, кількість щорічних виставок – від 19 до 28.

Низький відсоток прибутку від екскурсій змусив персонал Національного музею історії України розробити спеціальні пропозиції – тематичні дитячі дні, квести, інтерактивні ігри та майстер-класи. Відкрито кінозал і розширено асортимент крамнички. Створено низку нових виставок, що розкрили сторінки історії, які або не були представлені, або потребували актуалізації. За останні два роки музей перетворився на простір для сімейного відпочинку вихідного дня та вечірнього часу [10].

Висновки. Таким чином, сучасними тенденціями музейного менеджменту України є збільшення власних надходжень, просування музеїв в соцмережах та музейних сайтів в Інтернеті, розроблення спецпропозицій залежно від музейного сегменту. Водночас наявні проблемні сторони музейного менеджменту. По-перше, більшість музеїв пріоритетно вважають наукову діяльність, тоді як музейні послуги потребують змін згідно зі смаками музейної аудиторії – необхідно надавати послуги розважального характеру.

По-друге, додаткові послуги продовжують бути непріоритетними у більшості музеїв. Практика показує, що чим більше асортимент додаткових послуг, тим ефективнішою та прибутковішою є музейна діяльність завдяки синергетичному ефекту. Необхідно налагодити торгівлю сувенірною та подарунковою продукцією, буклетами та путівниками, надавати послуги харчування.

По-третє, створені недостатньо комфортні умови для прийому відвідувачів, зокрема необхідно забезпечити достатній ступінь освітленості експозицій, створити умови для комфортного огляду експозицій і фотографування та не нашкодити експонатам у перспективі, створити зони відпочинку, поставити на контроль чистоту санітарно-гігієнічних приміщень та їх забезпеченість витратними матеріалами.

По-четверте, контент музейних сайтів потребує покращання – додаткового наповнення та регулярного оновлення. Було б доцільним розмитити віртуальні тури, налагодити продаж квитків on-line та надати можливість робити пожертвування на рахунок музею на сайті, розмістити книгу скарг, тоді адміністрація зможе оперативно виправляти зауваження.

По-п'яте, у багатьох музеях існує проблема якості екскурсійного обслуговування, контроль якого можна проводити за програмою «Таємний гість», коли анонімний агент зможе оцінити роботу екскурсовода та зробити висновок про професійний рівень екскурсії і чи вкладається екскурсовод у час проведення екскурсії.

По-шосте, музеї потребують брендінгу, широкого використання логотипу у рекламі на телебаченні та в Інтернеті (особливу увагу заслуговує соціальна реклама), розміщення музейних логотипів на буклетах, путівниках, на сувенірах та використання його під час проведення масових заходів.

По-сьоме, у перспективі з переходом до європейських стандартів обслуговування необхідно розглянути можливість прийому відвідувачів з інвалідністю та розробити технологію надання послуг. Пропонуємо організувати на першому поверсі музеїв виставки для відвідувачів з особливими потребами та використовувати дублікати предметів.

Перспективи наших подальших розробок – це прикладні дослідження музейного сервісу та музейного брендінгу, щоб підвищити конкурентоспроможність музеїв на ринку дозвілля.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Кузьмук О. Стан та шляхи модернізації музейного менеджменту в Україні / О. Кузьмук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/monitor/oktober08/2.htm>.
- Модернізація музейної справи України та розширення традиційних форм роботи музеїв в умовах глобалізації та інформаційного суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2013/modern_muz_spravi.Pdf.
- Рожко В. Музеї України в інфографіці: 2014-й рік / В. Рожко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prostir.museum.ua/post/35756>.
- Зроблено у 2015: Звіт Управління музейної справи та культурних цінностей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prostir.museum.ua/post/37790>.
- Белікова М.В. Основи музеєзнавства : [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів] / М.В. Белікова, В.М. Зайцева ; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : ЛІПС ЛТД, 2015. – 180 с.
- Статистична інформація. Культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- Савченко А. Конспект музейної зустрічі № 7. Сервіс у музеях / А. Савченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prostir.museum.ua/post/36561>.
- Рожко В. Музеї України в інфографіці: 2014-й рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prostir.museum.ua/post/35756>.
- Зроблено у 2015: Звіт Управління музейної справи та культурних цінностей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prostir.museum.ua/post/37790>.
- Яким має бути сучасний український музей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prostir.museum.ua/post/38977>.