

Оноприенко О.В. Интерактивность как один из элементов музейной педагогики в деятельности коммунального учреждения «Глуховской городской краеведческий музей»

В статье раскрывается культурно-образовательная работа музея с разновозрастной детской категорией посетителей на основе музейной педагогики, где наряду с традиционными автор описывает и анализирует новые инновационные формы коммуникации заведения со своими посетителями.

Ключевые слова: коммунальное учреждение «Глуховской городской краеведческий музей», музейная педагогика, интерактивность, культурно-просветительная работа, детская аудитория.

Onopriienko O.V. Interactivity, as one of the elements of museum pedagogy in the activity of the municipal institution «Hlukhiv Municipal Museum of Local History»

The article reveals the cultural and educational work of the museum with the age-old children's category of visitors on the basis of museum pedagogy, where along with the traditional the author describes and analyzes new innovative forms of communication of the institution with its visitors.

Key words: public institution «Hlukhiv Municipal Museum of Local History», museum pedagogy, interactivity, cultural and educational work, children's audience.

01.04.2018 р.



УДК 069.1(477): 008.21«2016/2026»

О.С. Новікова-Вигран

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ НІАМ «КИЇВСЬКА ФОРТЕЦЯ» НА ПЕРІОД 2016–2026 РР.

Стаття присвячена стратегії розвитку Національного історико-архітектурного музею «Київська фортеця» до 2026 р. У статті йдеться про основні напрями діяльності музею, досягнення останніх років, окреслюються стратегічні цілі музею, його стратегічна мета і місія. Автор наголошує на необхідності в найближчому майбутньому створити на базі музею Національний історико-архітектурний заповідник, який стане всевітньо відомим брендом.

Ключові слова: НІАМ «Київська фортеця», музей, стратегічні цілі, напрями діяльності, Національний заповідник.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю всебічного розвитку музейної справи в Україні, популяризації унікальних пам'яток архітектури й історії, якими багата наша земля, перетворення їх на широкі туристичні об'єкти. Одним із таких об'єктів є Київська фортеця – унікальна пам'ятка фортифікаційного мистецтва XVIII–XIX ст. На превеликий жаль, не всі її споруди є музеєфікованими і придатними для туристичного відвідування.

Питання стратегії розвитку музеїв висвітлювалися в роботах О. Коцарева, М. Скиби, П. Солодька, Ю. Чернобая, В. Бриндзи. Ці роботи мають передусім узагаль-

нюючий характер, водночас питання стратегії розвитку саме фортифікаційного музею недостатньо висвітлене в літературі. Метою статті є висвітлення стратегічних цілей розвитку Національного історико-архітектурного музею «Київська фортеця», підкресливши необхідність створення на його базі національного заповідника. Завданнями дослідження є окреслення стратегічних цілей музею, визначення місії і візії, висвітлення напрямків діяльності музею для досягнення стратегічних цілей.

«Функція музею – не тільки зберегти пам'ять, але й пояснювати наш спадок наступним поколінням. І кожному новому поколінню пояснювати інакше. Бо на теорії Дарвіна все не закінчується. Епоха великих наукових відкриттів триває!» (Михайл Гнедовський) [3, с. 1].

Національний історико-архітектурний музей «Київська фортеця» – це унікальний музейний комплекс, створений на базі укріплень Київської фортеці, який включає в себе наступні об'єкти: «Музей історії вітчизняної фортифікації», «Музей історії використання споруд Київської фортеці», експозицію під відкритим небом з оборонними валами, ровами, ескарповою стіною та капонірами, найбільший в Європі кам'яно-земляний Лисогірський форт, площа якого складає близько 120 га. Оборонні споруди, що входять до складу Київської фортеці, будувались протягом майже 200 років з XVII по XIX ст. На сьогодні Київська фортеця є однією з найбільших фортифікаційних споруд в Європі, що збереглися.

Музей створений на базі пам'яток Госпітального укріплення Київської фортеці і є правонаступником музею «Косий капонір», що був заснований в 1930 р. як філіал музею революції. Це перша музеєфікована оборонна споруда Київської фортеці. В 1991 р. рішенням Київської міської ради народних депутатів музей «Косий капонір» був перейменований на Історико-архітектурну пам'ятку-музей «Київська фортеця», а вже в 2007 р. указом Президента України історико-архітектурній пам'ятці-музею «Київська фортеця» надано статус національного.

Національний історико-архітектурний музей «Київська фортеця» – науково-дослідний, культурно-освітній заклад, призначений для вивчення, зберігання, ефективного використання і популяризації історико-архітектурної пам'ятки фортифікаційного мистецтва Київської фортеці, залучення громадян до української історико-культурної спадщини, формування національної свідомості українського народу. Музей заснований на комунальній власності територіальної громади м. Києва і підпорядкований Департаменту культури – виконавчому органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Організаційно-методичне керівництво здійснюється Міністерством культури України – центральним органом державної виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері культури та мистецтва.

У своїй діяльності Музей керується Конституцією України, законами України «Про культуру», «Про му-

зей та музейну справу», «Про охорону культурної спадщини», актами Президента України, Кабінету Міністрів України, рішеннями Київської міської ради, розпорядженнями Київського міського голови, розпорядженнями виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), наказами директора Департаменту культури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), положенням «Про Національний історико-архітектурний музей «Київська фортеця», іншими нормативно-правовими актами України.

На сьогодні під охороною держави перебувають 37 об'єктів Київської фортеці: 28 з них – пам'ятки національного значення, 9 – пам'ятки місцевого значення. На балансі НІАМ «Київська фортеця» знаходяться 6 пам'яток архітектури та містобудування: «Капонір першого полігону», «Капонір другого полігону», «Косий капонір», «Вали і рови Госпітального укріплення», «Башта № 4», «Лисогірський форт». Також Національному історико-архітектурному музею «Київська фортеця» надані в постійне користування земельні ділянки за адресами: вул. Госпітальна, 16, 18, 24-А загальною площею 10,15 га та вул. Саперно-Слобідська, 78 загальною площею 118,75 га для експлуатації та обслуговування пам'яток архітектури (фортифікації), що відносяться до земель історико-культурного призначення.

У 2004 р. постановою Верховної Ради України від 04.03.2004 № 1585-IV «По інформацію Кабінету Міністрів України про стан збереження об'єктів соціально-культурного призначення в процесі приватизації та цільового їх використання у післяприватизаційний період» передбачалась передача земляних та кам'яних пам'яток Київської фортеці на баланс музею. Проте наразі це питання не вирішено, відтак і проблеми музею щодо створення єдиного музейного комплексу залишаються актуальними.

Співробітниками Національного історико-архітектурного музею «Київська фортеця» (далі – НІАМ «Київська фортеця») спільно із залученими спеціалістами було проведено аналіз слабких сторін та загроз у роботі музею. Їх наявність, а також зміни погляду на культуру як на стратегічний ресурс нової економіки, висувають вимогу більш активних дій, необхідність переходу до стратегічного управління, утвердження нових пріоритетів у розвитку НІАМ «Київська фортеця».

Вихід Київської фортеці на нові стратегічні напрями розвитку в руслі соціально-економічної та культурної політики ставлять завдання формування місії музею, яку ми вбачаємо, перш за все, у збереженні та популяризації культурної спадщини українського народу, надбань та досягнень українських науковців та митців, сприянні формування громадської культурної свідомості населення, висвітленні найважливіших віх української історії та, безумовно, у патріотичному вихованні.

Ми максимально спрямовуємо свої зусилля на те,

щоб зробити наш музей потужним, розвинутим науково-дослідним, культурно-просвітницьким та мультикультурним центром музейної індустрії міжнародного значення. Саме музейної індустрії, оскільки поєднання всіх цих складових дає повне право говорити не про музейну справу, яка, безумовно, займає перше місце в нашій роботі, а саме про музейну індустрію, яка поєднує в собі всі вищенаведені складові.

Стратегічні цілі НІАМ

«Київська фортеця» до 2026 року

1. Перше і головне завдання полягає у створенні Національного історико-архітектурного заповідника «Київська фортеця» та внесення його до списку Світової спадщини ЮНЕСКО.

2. Створення зразкової системи охорони унікальних пам'яток та інтегрування їх до сучасних потреб міста і суспільства.

3. Розробка стратегічного маркетингового плану.

4. Надання заповіднику статусу центру з наукових досліджень та інформації з історії фортифікації, історії українських повстань і революцій.

5. Залучення до співпраці недержавних фінансових структур в рамках програми державно-приватного партнерства.

6. Докладання всіх зусиль за для того, щоб Київська фортеця увійшла до десятки знаних музейних установ України та мала представництво у Міжнародних радах (ICOM, ICOMOS, COFORT).

7. Активне представлення діяльності НІАМ «Київська фортеця» в інформаційному вітчизняному та міжнародному просторі.

8. Створення електронних архівів з можливістю швидкого пошуку потрібних документів.

9. Створення електронного реєстру музейних колекцій з належними стандартами зберігання.

10. Стратегічне партнерство з провідними вітчизняними та зарубіжними музеями.

11. Дієва співпраця з провідними науковими установами, міжнародними профільними організаціями та музеями, вишами та громадськими організаціями з академічними та міжнародними інституціями.

12. Проведення всеукраїнських та міжнародних конференцій на базі музею.

13. Поглиблення співпраці з іноземними посольствами, співпраця з міжнародними фондами, діаспорами та земляцтвами.

14. Участь у конкурсах на отримання грантів.

15. Пошук донорів, меценатів, спонсорів, інвесторів. Фандрайзинг.

16. Подальший розвиток інфраструктури.

17. Музеєфікація Лисогірського форту (створення екоосвітнього центру).

18. Суттєве збільшення штату працівників музею.

19. Створення міжнародного благодійного фонду «Друзі фортеці».

20. Створення госпрозрахункового відділу.

Стратегічна мета музею полягає у суспільному визнанні, виведенні музею на міжнародний рівень. Досягти цієї мети реально можливо завдяки посиленню науково-дослідної, освітньо-просвітницької і соціальної функцій музею, а також за рахунок ефективного використання синергії від здійснення всіх напрямів діяльності на всіх об'єктах Київської фортеці [4, с. 5].

Місія музею – це популяризація пам'яток фортифікаційного мистецтва Київської фортеці, надбань і досягнень українських науковців та митців, сприяння формуванню громадської, культурної свідомості населення шляхом критичного осмислення минулого, висвітлення найважливіших віх української історії та патріотичне виховання особистості.

Візія музею – потужний розвинутий музейний, науково-дослідний, культурно-просвітницький та мультикультурний центр музейної індустрії міжнародного значення.

Напрями діяльності

для досягнення стратегічних цілей

Одними з головних напрямів роботи музею були і залишаються пам'яткоохоронна, науково-дослідна, науково-просвітницька, експозиційно-виставкова, господарська та фінансова робота; швидкими темпами необхідно розвивати аналітичну, промоційну, маркетингову діяльність та впроваджувати в життя музею нові спеціальні проекти.

Основні завдання в напрямках діяльності музею

У **пам'яткоохоронній** роботі це, безумовно, створення НІАЗ, що дасть змогу забезпечити належну охорону та збереження унікальних пам'яток фортифікації національного значення. Активно займаємося землевпорядною документацією, оформленням охоронних договорів, реєстрацією об'єктів тощо.

У **науково-дослідній роботі** – посилення наукового потенціалу завдяки тісній співпраці з науковими установами, залучення до музейної роботи кращих науковців академічної науки, а також співпраця з вищими з метою залучення до наукових досліджень студентів.

Основним завданням **науково-просвітницької діяльності** є популяризація української історії серед широких верств населення, національно-патріотичне виховання підрастаючого покоління, суттєве збільшення участі в різноманітних наукових конференціях, читаннях, круглих столах, семінарах тощо з виходом на міжнародний рівень. У 2017 р. музей вперше провів міжнародну наукову конференцію; на 2018 р. планується проведення ще однієї. Співробітники музею активно беруть участь у всеукраїнських та міжнародних конференціях. За 2017 р. маємо 27 друкованих видань. Підготовлена до друку колективна монографія [2, с. 5].

Для поліпшення **науково-фондової роботи** необхідно, в першу чергу, впровадити ІЕ-технології з обліку музейних фондів, створити електронні архіви з можливістю швидкого пошуку необхідних документів. Спеціально для фондів придбана система керування електронними

колекціями «DigitizedContentVisualizator» (DC-Visu)

Музейна колекція

На сьогодні в фондах музею маємо колекції картин художника-примітивіста Якова Ющенка, акварелі Юрія Кисличенка, живопису Сергія Пустовойтова, ліногравюри Анатолія Домнича, дореволюційної поштівки «Наполеоніана» та багато ін. Для розширення цих колекцій та створення нових необхідно: по-перше, оцифрувати та перевести їх у редаговані форми і цим забезпечити онлайн доступ до інформації; по-друге, збільшити аудиторії впливу. Також необхідно встановити стратегічне партнерство з провідними вітчизняними та зарубіжними музеями для обміну досвідом, музейними предметами та виставками.

Експозиційно-виставкова робота

Перед музеєм гостро постає питання виставкового простору, але вирішити його можливо шляхом переобладнання даху Косого капоніру, що дасть змогу додатково отримати близько 700 м².

Необхідно оновлювати експозицію просто неба та експозиції капоніру другого полігону і Косого капоніру. Оскільки ці експозиції готувалися поспіхом до відкриття музею, то, власне, їх правильно назвати тимчасовою виставкою. Тому зараз іде напружена робота по розробці ТЕП. У 2017 р. завдяки співпраці з Посольством Республіки Польща в Україні, Міжнародною асоціацією польських підприємців в Україні в Косому капонірі було зроблено освітлення вітрин, замінений етикетаж, частково оновлена та доповнена предметами, фоторепродукціями та великим плазмовим екраном експозиція.

Господарська робота

Оскільки територія музейної площі лише на Госпітальному укріпленні становить понад 10 га, а ще є Лисогірський форт (118,75 га), Башта № 4, для того, щоб людям було не лише цікаво, а й зручно, комфортно у фортеці, необхідно якнайшвидше налагоджувати інфраструктуру: облаштовувати зони відпочинку, робити освітлення території, встановлювати сміттєві урни, лавки, відкрити кафе та ін. На сьогодні ми вже встановили 27 лавок, 30 сміттєвих урн, замовили та виготовили таблички з QR кодами, вказівники, провели мережу WI-FI до старого адмінкорпусу та капоніру другого полігону. Відвідувачі музею мають можливість безкоштовного доступу до цієї мережі. Але одним з пріоритетних завдань є впровадження в роботу музею міжнародних стандартів в галузі обслуговування людей з особливими потребами. Так з'явилися пандуси в Косому капонірі, капонірі другого полігону, в адміністративній будівлі. Для розвитку інфраструктури плануємо, залучаючи інвестиції, облаштувати на території музею сучасну конференц-залу, зробити цікаві вхідні групи, кафетерії, кіоски з продажу сувенірної продукції тощо.

Як показує життя, на сьогоднішній день музею вкрай необхідно мати свою сучасну матеріально-технічну базу (світло та звук, пересувні сцени, потужне проекційне обладнання, мікрофони, колонки, мікшери та ін.). Для її створення ми розробляємо нові послуги, які нададуть змогу от-

римувати більше коштів і витратити їх за призначенням.

Фінансова складова

Джерело фінансування – науково-освітні послуги, нові інклюзивні маршрути та інтерактивні екскурсії, створення МБФ «Друзі фортеці». Проте на сьогодні ми, як і інші музеї, є дотаційним закладом, але маємо величезний потенціал, щоб заробляти кошти власними силами. Так, за 2017 рік, не дивлячись на всі проблеми, що мав музей, ми заробили понад запланованого 324481 грн.

Отримання додаткових коштів бачимо через участь у конкурсах на отримання міжнародних грантів, пошук та залучення до співпраці меценатів, спонсорів, інвесторів, фандрайзинг та краудфандинг. Яскравим прикладом є підписання угоди з БФ «Українська благодійна біржа» та отримання на баланс музею будиночку охорони з сонячними батареями і твердопаливним котлом, шлагбаума, інформаційних щитів загальною вартістю 73 тис. грн. Введення комерційної складової до усіх напрямків музейної діяльності дозволить отримати нові ресурси для утримання музею.

Міжнародна діяльність

Вже багато років НІАМ «Київська фортеця» співпрацює з Посольством Республіки Польща в Україні. Це не випадково, оскільки саме в Київській фортеці були розстріляні ватажки повстанських загонів Січневого повстання 1863 року, а через її каземати пройшло понад 3100 чоловік. Імена 815 з них увіковічені на меморіальних дошках, що були відкриті в Косому капонірі у 2015 р. завдяки плідній співпраці музею з фондом «Свобода та Демократія». За період 2015–2017 рр. зав'язалися добрі стосунки з Посольством Литовської Республіки, Болгарії, Нідерландів, Куби, Палестини.

Аналітична: SWOP-АНАЛІЗ

Київська фортеця має площу більше 130 га, яка, безумовно, потребує належного утримання. У зв'язку з цим виникає нагальна потреба у збільшенні штатів. За проведеним аналізом слабкими сторонами музею є і перебування пам'яток Київської фортеці на балансі сторонніх організацій, і відсутність сучасно оснащеного фондосховища. Невиконання доручення Президента, постанови Верховної Ради України «Про передачу на баланс музею всіх земляних та кам'яних пам'яток Київської фортеці» може призвести до їх незворотної втрати.

Нашими сильними сторонами є фортифікаційна унікальність та масштабність Київської фортеці, визнана європейськими фахівцями, її привабливість як туристичного об'єкту, перспективи музеєфікації Башти № 4, Лисогірського форту, капоніру першого полігону.

Робота з персоналом

На сьогоднішній день НІАМ «Київська фортеця» успішно співпрацює з багатьма провідними науковими установами, вишами, громадськими об'єднаннями. Музей – це місце для безперервного навчання, і музейні працівники мають постійно підвищувати свою кваліфікацію. Музей ХХІ століття – це науково-дослідний центр,

який сприяє підвищенню рівня освіченості населення, гуманізації суспільства, використовує широкий спектр інноваційних методів подання інформації.

Брендінг: створення загально позитивного образу

На гербі музею відображені віхи розвитку Київської фортеці від старослов'янської доби до bastionів Лисогірського форту: Золоті ворота – символ давньо-київської фортеці ХІ ст., арбалет – періоду часів литовсько-польського князівства, полігональна система та bastioni Лисогірського форту, архангел Михаїл – покровитель Києва, снаряди – розвиток артилерії, тризуб та клейнод – прапор козацької слави. Але необхідно створити свій неповторний стиль. І, безумовно, докласти всіх зусиль, щоб будь-який продукт, створений музеєм, відповідав заявленим параметрам, а герб музею слугував своєрідним знаком якості.

Промоційно-рекламна робота та PR

Задля того, щоб музей впізнавали і він став улюбленим місцем для киян та гостей столиці, необхідно провести велику промоційно-рекламну компанію, залучивши відповідних спеціалістів, красиву, історично достовірну, вхідну групу, влаштувати в'їзний інформаційно-рекламний портал між будинками № 12 та № 14 по бульвару Лесі Українки, щоб кожна людина, яка їде (йде), окрім оголошеної зупинки «Музей «Київська фортеця», бачила відповідну інформацію. Вже на сьогодні між будинками встановлений інформаційний стовп з вказівниками, а вхідна група оформлена банером [4, с. 19].

Маркетинг

Для того, щоб рухатися далі, нам вкрай необхідно розробити стратегічний маркетинговий план (із залученням відповідних спеціалістів), впровадити в діяльність музею вимоги міжнародних стандартів, а саму діяльність музею побудувати за циклом PDCA – ПЛАНУЙ, ВИКОНУЙ, ПЕРЕВІРЯЙ, ДІЙ! [1, с. 8].

Культурно-освітня та патріотично-виховна робота

Культурно-освітня та патріотично-виховна робота в музеї суттєво набрала обертів. І оскільки це одне з головних завдань музею, її надалі необхідно вдосконалювати, займатися з цільовими аудиторіями.

Залучення людей з особливими потребами

Музей вже п'ять років співпрацює з МБФ «Інше життя», здобуваючи досвід спілкування з дітьми з особливими потребами. У 2015 р. ми долучилися до міської програми «Київ. Культура без обмежень» і добре усвідомлюємо, що залучення до музею людей з особливими потребами вимагає термінового впровадження в роботу музею міжнародних стандартів в галузі обслуговування цієї категорії відвідувачів [3, с. 8].

Учасники бойових дій, миротворці, волонтери, вимушені переселенці, діти-сироти

Музей понад 4 роки допомагає фронту: плете сітки, збирає речі, проводить благодійні виставки тощо. Разом з Громадськими організаціями та волонтерами раз у квартал проводяться зустрічі з учасниками АТО, митцями, ак-

торами, співаками. Вже тричі був організований Міжнародний фестиваль авторської пісні учасників бойових дій та учасників АТО. Музеєм підписана Угода про співпрацю з Психологічною кризовою службою, співробітники якої надають професійну допомогу бійцям, їх сім'ям та координують роботу музею в цьому напрямку. Проте необхідне проведення верифікації волонтерів для ефективнішого застосування їх досвіду.

Освітні ресурси

Взаємодія із школами. Головна мета – залучення до музею молодого покоління, використовуючи сучасні технології. Необхідно переоцінити модель взаємодії із відвідувачами та привнести в роботу елементи гри.

Залучення до співпраці студентів вищих навчальних закладів

Наша молодь розумна, креативна, сповнена цікавими ідеями, амбіційна. Поки що музей співпрацює з чотирма вузами, але це поки що! Так, зі студентами КНУ-БА розпочато проект по створенню 3D моделі Київської фортеці. Зі студентами МНУ «Україна» розпочато роботу зі створення нових інклюзивних маршрутів для людей з особливими потребами.

Підтримка зв'язків з пошуковими товариствами, студіями, організаціями аматорів, клубами військово-історичної реконструкції

Для музею важливою є співпраця з пошуковими товариствами. Вже понад 6 років він співпрацює з Київським міським військово-історичним клубом «Пошук». Спільно проведено кілька виставок, а передані клубом експонати знайшли гідне місце в експозиції. Розпочато роботу з Всеукраїнською громадською організацією «Союз «Народна пам'ять». Підтримуємо тісні зв'язки з клубами військово-історичної реконструкції. У минулому році вперше за 9 років на території Київської фортеці було проведено лицарський турнір. За підтримки ГО «Департамент воєно-культурної антропології» та спільно з Юнацьким корпусом, київським міським дитячо-юнацьким центром туризму, краєзнавства та військово-патріотичного виховання проводимо уроки мужності. Нашими партнерами є Всеукраїнська асоціація гідів, ВО ГО «Союз учасників миротворчих операцій», ГО «Миротворець», Київська спілка ветеранів Афганістану, Спілка ветеранів Анголи та Мозамбіку, Національна спілка фотохудожників України,

Спілка нечуючих художників, студія старовинного танцю «Джойссанс», МБФ «Інше життя» та ін.

Очікувані результати

Виконання заходів, передбачених стратегією розвитку на десятиліття, значно підвищить рівень збереження та дослідження пам'яток Київської фортеці, врятує від забудови центр столиці європейської держави, дасть можливість реставрувати та музеєфікувати Башту № 4, капонір першого полігону та Лисогірського форту (філіялу НІАЗ «Київська фортеця»). Національний історико-архітектурний заповідник «Київська фортеця» стане всесвітньовідомим брендом.

ПОСИЛАННЯ

1. Національний стандарт. ДСТУ ISO 9001:2015. (ISO 9001:2015, IDT). Системи управління якістю. ВИМОГИ. Видання офіційне. – Київ. ДП «УкрНДНЦ», 2016. – С. VIII.
2. Коцарев О. Стратегія музею – що це таке і навіщо. Інтерв'ю з експертом. 29.08.2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.istpravda.com.ua/articles/2013/08/29/135353/>.
3. Скиба М. Якою має бути стратегія музею. На прикладі Львівського природничого. 25.04.2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.istpravda.com.ua/articles/2014/04/25/142579/>.
4. Солодько П. Сучасні тенденції в європейських музеях. Лекція Михайла Гнедовського. 25.12.2012. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.istpravda.com.ua/articles/2012/12/25/105482/>; Ю.М. Чернобай, В.О. Бриндза. Проект стратегії збалансованого розвитку музею. Наукові записки Державного природознавчого музею НАНУ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/index.php/2224-025X/article/view/59184>.

Новикова-Выгран О.С. Стратегия развития НИАМ «Киевская крепость» на период 2016–2026 гг.

Статья посвящена стратегии развития Национального историко-архитектурного музея «Киевская крепость» до 2026 г. В статье говорится об основных направлениях деятельности музея, достижениях последних лет, очерчиваются стратегические цели и миссия музея. Автор делает особое ударение на необходимости в ближайшем будущем создать на базе музея Национальный историко-архитектурный заповедник, который станет всемирно известным брендом.

Ключевые слова: НИАМ «Киевская крепость», музей, стратегические цели, направления деятельности, Национальный заповедник.

Novikova-Vyhran O.S. The development strategy of the NIAM «The Kyiv Fortress» for 2016–2026 years

The article is about the development strategy of the National Historical and Architectural Museum «The Kyiv Fortress» to 2026 year. In the article the author says about the main activities of the Museum, the achievements of recent years, describes the strategic objectives of the Museum and the mission of the Museum. The author exclaims that it is necessary to create the National Historical and Architectural Reserve, which should be based on the Museum and will become the world famous brand.

Key words: NIAM «The Kyiv Fortress», the Museum, strategic objectives, activities, National Reserve.

27.02.2018 p.

