

Чередниченко Анастасія Миколаївна

Освіта

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, історичний факультет.

У 2009 р. захистила дисертацію на звання кандидата історичних наук на тему «Візантологічні студії Української академії наук у 20–30 рр. XX ст.» (Київський національний університет імені Тараса Шевченка).

Професійна діяльність

З 2015 – координатор навчально-тренінгової програми «ProMuseum» Українського центру розвитку музеїв.

З 2011 – головний редактор журналу «Музейний простір» Українського центру розвитку музейної справи.

З 2010 – керівник відділу інформації та аналізу Українського центру розвитку музейної справи.

З 2008 – член ГО «Український центр розвитку музейної справи».

З 2004 – Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник, провідний науковий співробітник.

Автор понад 30 наукових публікацій, приймала участь у підготовці музейних видань.

Підвищення кваліфікації:

Квітень–червень 2019 р. – стипендіатка Фонду дослідження комуністичної диктатури у Східній Німеччині (НДР), музейне стажування в якості учасниці міжнародної програми обміну «Робота з пам'яттю».

Листопад 2018 р., навчальна поїздка музею для ознайомлення з досвідом роботи музеїв м. Берліна, на запрошення Міністерства закордонних справ Німеччини.

2014–2015 – учасниця Культурно-освітньої академії, Гете-Інститут в Україні.

Листопад 2016 р., стажування у відділі культури м. Мюнхен.

2000–2004 – навчання в університеті м. Янина, Греція, новогрецька мова та культура.

2000 – наукова програма ОБТА, стажування у Варшавському університеті, історія Візантії.

Останні конференції:

29 вересня – 5 жовтня 2018, Іракліон, Крит, участь у міжнародній конференції CIDOC «Провенанс знань».

12 – 13 травня 2019, участь у міжнародній конференції «Körber History Forum. Пов'язуючи політику та історію», Берлін.

Професійні зацікавлення:

- розвиток професійних мереж, професіоналізації музейного середовища;

- дігіталізація музейних колекцій;

- дослідження музейної галузі та середовища в Україні (1920–1930 ті рр.) на основі матеріалів архівів та музейних колекцій, їх публікація на основі Linked data.

Знання мов:

українська (рідна), грецька (excellent), англійська (upper intermediate).

**Програма кандидата на посаду віце-президента
Національного комітету ІКОМ України
Чередниченко Анастасії
від ГО «Український центр розвитку музейної справи» (інституційний член).**

Почнемо з кінця. Яким бачимо результат?

Завдяки діяльності Національного комітету ІКОМ, як єдиної галузевої організації, що може виступати від імені усіх музеїв країни:

- 1) Голос музейної спільноти є помітним і враховується на всіх рівнях під час прийняття рішень, які зачіпають інтереси музеїв.
- 2) Музейна спільнота швидко формулює власну позицію по актуальним питанням, ефективно її доносить і захищає.
- 3) Музейна спільнота має широке коло союзників і користується їхньою підтримкою.
- 4) Музеї отримують максимум допомоги (технічної, організаційної, експертної, міжнародного досвіду) для відбудови стосунків зі своїми громадами, союзниками, донорами тощо.

Ситуація:

Концентруватися на внутрішніх процесах і поточних проблемах музеїв не будемо, адже кожному музейнику відомо, в яких умовах він працює. Хочемо зробити акцент на іншому. Українські музеї опинилися у досить ризикованому становищі.

Зовнішні обставини змінюються на очах. Але музеї 1) на ці обставини не впливають, 2) не встигають до них адаптуватися і 3) не готові протистояти загрозам.

Що нас очікує у найближчі 2-3 роки? *Катастрофічний сценарій (повномасштабна війна) поки залишимо за дужками.*

Перше. Завершення процесу децентралізації, зміна адміністративно-територіальної устрою держави.

Вертикально побудовані мережі «область-місто/район-громада» у нинішньому вигляді зникнуть, виникне горизонтальне конкурентне середовище у межах збільшених районів (вірогідно – змінених областей), де музеї повинні будуть знайти своє місце (якщо зараз існує модель «один район – один краєзнавчий музей», то в нових районах буде 4-5 однотипних заклади).

Ймовірним є зникнення офіційного пріоритету «збереження музейної мережі» будь-якою ціною, коли закриття музею сприймається як надзвичайна ситуація.

Зміниться головний суб'єкт, з яким музею доведеться вибудовувати стосунки – ним стануть територіальні громади: живі люди, які зараз до музеїв ходять нечасто і серед яких музеї мають не дуже позитивний імідж. *У разі атаки на музей, хто вийде його захищати?*

Для багатьох музеїв це означитиме зміну усталеного процесу прийняття рішень, для деяких – зникнення теперішніх засновників і новий формальний статус. Для когось – «оптимізацію» у вигляді розформування.

Зміниться формат фінансування музеїв з бюджету: у загальному обсязі збільшиться частка ресурсів, які будуть розподілятися через конкурсні процедури. Загалом підвищиться значення конкурсних, конкурентних форматів у кадровій та інших сферах.

Друге. Цифровізація і нові формати комунікації з публікою. Рівень впливу нових технологій комунікації (нових медіа) наочно продемонстрований на виборах президента.

Музеї здебільшого не готові використовувати нові інструменти ані в робочих процесах, ані в процесі зовнішніх комунікацій. Бракує техніки, знань, практики.

Третє. Країна перебуватиме у стані турбулентності. Відбувається зміна еліт на тлі професійної деформації.

В очах деяких кіл музеї вже зараз є **майном**, яке неефективно управляється і може бути розподілене. І це «майно» є досить привабливим і вразливим для зовнішніх атак через різні схеми – захоплення менеджменту, тиск під час бюджетного процесу, нав'язування грабіжницьких форматів «спільної діяльності» (замасковане заволодіння музейними активами) тощо.

У цей період музеї як фахова корпорація входять фактично без союзників. *Умовно: у бібліотек є союзники – книговидавці, які зацікавлені у збереженні і розвитку мережі бібліотек як споживачів. Якщо на державному рівні (у програмі Кабміну до 2025 р.) декларується принцип підтримки мультифункціональних комплексів у громадах для надання культурних послуг, бібліотечну складову є кому відстоювати. Хто є союзниками музеїв, зацікавленими у їхньому збереженні і розвитку?*

Влада? До влади приходять нові люди, які часто зростали без музеїв. Або вони травмовані музеями у шкільному віці.

Традиційні ЗМІ? Є певна кількість журналістів, які співчують музеям та/або професійно висвітлюють їхню діяльність. Але їхнього впливу недостатньо.

Бізнес (туристичний, арт-ринок...)? Церква? Пересічні громадяни?...

Відтак першочерговими завданнями, до реалізації яких я готова долучитися у складі команди ICOM, вважаю такі:

- **Формування нових стратегічних наративів.** Якщо зараз музей часто сприймається як нецікаве, занедбане, відстале утворення, замість цього має прийти розуміння важливості музею для конкретного середовища (території, громади, держави), його спроможності впливати на якість життя людей через кристалізацію ідентичності, нові враження і досвід.
- **Активізація програм професіоналізації музейного середовища.** Для того аби забезпечити належний рівень роботи з місцевими громадами музейники мають володіти та ефективно використовувати нові знання, досвід, компетенції. Допомога в цьому є невід'ємною складовою місії ICOM. Відтак переконана, що організація тренінгових програм, студійних подорожей, семінарів з обміну досвідом, підтримка комунікації з зарубіжними колегами тощо має стати частиною постійної роботи національного комітету.
- **Зміцнення професійної мережі,** створення умов для гуртування фахівців навколо вирішення конкретних проблем галузі. Одним з головних форматів (інструментів) роботи ICOM, як фахової міжнародної мережі, є робота в комітетах. Переконана, що спільними зусиллями ми маємо забезпечити ефективну, регулярну діяльність профільних комітетів в Україні, їх повноцінну інтеграцію в міжнародні робочі процеси.
- **Формування мережі «друзів музеїв» у владі** (від міжфракційної групи у парламенті до відповідних груп на локальному рівні).
- **Розвиток мережі союзників музеїв**
 - Мережа клубів «друзів» конкретних музеїв, візуалізована на національному рівні;
 - Мережа правової допомоги (юристи, адвокати), які сприйматимуть участь у підтримці музеїв як статусний чинник і конкурентну перевагу;
 - Мережа селебретіз (публічних осіб) готових спрямувати свою впізнаваність і вплив на допомогу музеям;
 - Мережа журналістів та нових медіа;

- Мережа активістів, волонтерів, готових до дій в оффлайн, а також креативних індустрій (рекламістів, піарників, мистців, соціологів, маркетологів тощо), які генерують контент чи допомагають в окремих практичних моментах;
- Мережа донорів.

Реалізація спільними зусиллями поставлених завдань має забезпечити музейній спільноті України спроможність для захисту своїх інтересів та розвитку потенціалу галузі. Разом з тим вважаю за необхідне наголосити, що цю програму буде неможливо втілити у життя без побудови ефективної командної роботи в Президії ICOM України та серед членів організації загалом.