

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 1

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: з елементами бесіди.

Тема: Вступ.

Мета заняття: навчальна: визначити предмет і завдання курсу музейної справи;

виховна: виховувати студентів у дусі патріотизму, взаємоповаги;

розвивальна: сприяти формуванню у студентів навиків логічного мислення.

Методи: лекція, бесіда.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Метою вивчення дисципліни «Основи музейної справи» є формування у студентів теоретичних і практичних знань про музеєзнавство як сферу знань, необхідну в професійній діяльності, а саме – ознайомлення з характером збірок найбільших музеїв світу та України. А також набуття практичних навичок зі створення музею в певній установі, веденні фондової документації музею, побудові експозиції.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. Як ви, розумієте поняття «предмет» і «об'єкт» науки? Що, на вашу думку, є предметом і об'єктом музеєзнавства?
2. Сформулюйте завдання, які перед собою ставить музеєзнавство.
3. Як ви вважаєте, що послужило причиною створення музеїв?

V. План заняття.

1. Предмет і завдання курсу музейної справи. (20 хв.)

Метою вивчення дисципліни «Музеєзнавство» є формування у студентів теоретичних і практичних знань про музеєзнавство як сферу знань, необхідну в професійній діяльності, а саме – ознайомлення з характером збірок найбільших музеїв світу та України, а також набуття практичних навичок із створення музею в певній установі, веденні фондової документації музею, побудові експозиції тощо.

Об'єкт музеєзнавства – музеї та музейна справа. Ознакою самостійної наукової дисципліни є наявність предмета дослідження.

Концепції музеєзнавства: 1) інституціональна (предмет, закономірності розвитку музеїв); 2) предметна (предмет науки – музейний предмет як феномен); 3) комплексна (поєднує дві попередні, є найбільш точною).

Предмет музеєзнавства становить коло об'єктивних закономірностей, що відносяться до процесів накопичення і збереження соціальної інформації

– пізнання і передачі згаслих традицій, уявлень за допомогою музейних предметів, вивчає питання виникнення та розвитку суспільного функціонування музеїв.

Ключові поняття музеєзнавства: «Музейний предмет», «Музей». Ознаки музейного предмета: реальний, істинний, зберігається довгий час, раритетний (рідкісний). У XIX ст. предмет набуває нових характеристик: джерело наук, твір мистецтва, природничий препарат. Тоді ж з'являється поняття «колекційний предмет». В музейному предметі відображаються ставлення людини до дійсності, яка виявляється в музейній потребі (зберігання і суспільного використання речей, що мають властивість відображення дійсності, є джерелом інформації, являють собою естетичну чи етичну цінність). Музейний предмет – пам'ятка історії культури, видобута із середовища побутування і включена в музейне зібрання завдяки властивості характеризувати історичну культуру певного суспільства, виступає в музеї як джерело знань та емоційного впливу, а також освіти.

Відповідно до основних напрямків музейної діяльності є культурно-освітня, науково-дослідна робота, комплектування музейних зібрань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, пам'яткоохоронна робота. Музеї є юридичними особами, крім тих, що створюються і діють при підприємствах, установах, організаціях, навчальних закладах.

Музейна справа – особлива сфера суспільної діяльності, яка включає: 1) музейну практику (науково-фондова, науково-ексгюзиційна та науково-освітня робота); 2) спеціальна наукова дисципліна – музеєзнавство; 3) музейну політику (законодавство); 4) спеціалізовану періодику – особлива сфера культури, яка охоплює усі сторони комплектування, обліку, зберігання, вивчення та використання музеями культурних цінностей країни.

2. Проблематика й структура курсу. Історіографія дисципліни. (20 хв.)

Музеєзнавство як вчення про музеї виникло у XVIII ст. вслід за появою професійних державних музеїв. В II пол. XIX ст. – музеєзнавство формується як наука, тоді ж з'являється і сам термін (у зарубіжній літературі музеологія).

Музеєзнавство – наукова дисципліна, що вивчає закономірності виникнення та розвитку музеїв, їх соціальні функції, форми та способи реалізації цих функцій на різних етапах суспільного розвитку. Включає теорію та історію музейної справи, музейне джерелознавство, музеографію та методику музейної справи.

Музеєзнавство належить до інтердисциплінарних наук. Воно інтегрувало елементи різних профільних історичних дисциплін, а також спеціальні та допоміжні дисципліни: історіографію, джерелознавство, археологію, етнографію, нумізматику, сфрагістику, палеографію. Сучасний розвиток музеєзнавства неможливий без взаємодії з теорією інформації, документалістикою, архівознавством, бібліотекознавством, педагогікою, психологією, соціологією. В останні десятиліття сформувалася така наукова дисципліна, як музейна педагогіка.

Майбутнє музеєзнавства теоретики пов'язують із певною інформаційно-управлінською наукою, що охоплює лише проблеми культурної спадщини. Вона має координувати можливості бібліотек, музеїв, виставкових центрів, реставраційних служб, органів охорони пам'яток, архівів та інших установ і засобів масової інформації.

Музеографія – галузь музеєзнавства, завдання якої – опис музеїв, експозицій, колекцій. Мета музеографії – вивчення історії колекцій, нагромадження та розповсюдження інформації про музейні збірки, популяризація та реклама музеїв. Перші музеографічні твори з'являються у XVIII ст. До музеографічних видань належать: путівники, каталоги, довідники, проспекти.

Питаннями дослідження музейної справи, та розробки навчальних предметів з даної теми займалися: Д.І. Яворницький, який є корифеєм українського музейництва, Горішевський П.А. («Основи музеєзнавства»), Мезенцева Г.Г. («Музеєзнавство»), Гелевич А.К. («Основи екскурсознавства»), С.П. Дерев'янка («Архівно-музейна практика») та інші.

3. Вплив природно-географічних факторів на розвиток музейної справи в Україні. (25 хв.)

Перші музеї в Україні виникли на початку XIX століття завдяки археологічним розкопкам скіфських могильників та причорноморських міст античності. Зацікавлення спадщиною Київської Русі, відкриття стародавніх фресок і мозаїк сприяло колекціонуванню іконопису, літописної спадщини, обрядових предметів. Потужний музей з унікальними ранньохристиянськими іконами VI – VII століть, вивезеними з Палестини, створюється при Київській духовній академії. Наприкінці XIX століття археологічні з'їзди у Харкові, Чернігові, Катеринославі, Києві, Одесі сприяли систематичному проведенню виставок викопних археологічних матеріалів, пам'яток культури та церковного мистецтва. При єпархіальних управліннях створювалися так звані древлехранилища для зберігання історично-мистецьких реліквій, частина з яких згодом увійшла до музейного фонду. Справою загальнонаціонального значення стало відкриття 1899 року Міського музею в Києві (тепер Національний художній музей України). Під час Першої світової війни до його збірок потрапили рідкісні ікони XVI – XVII століть із території сучасної Івано-Франківщини.

Схожі тенденції музейного руху на галицьких теренах простежуються із середини XIX століття. Збірки стародруків та ікон виникають при Ставропігійському інституті і Богословській академії у Львові. У 1905 році митрополит Андрей Шептицький створює фундацію Церковного музею, що згодом стане Національним – найбільшою скарбницею українського образотворчого й народного мистецтва, осередком глибокого наукового вивчення давньоукраїнського іконопису, книгодрукування, сакральної дерев'яної архітектури. Фондові збірки Національного музею у Львові містять велику кількість пам'яток матеріальної і духовної культури Покуття, Гуцульщини, Бойківщини, Опілля.

Музейні традиції нашого краю беруть початок від етнографічних та господарськопромислових виставок, які наприкінці XIX століття

проводилися в Коломиї і Станиславові (тепер Івано-Франківськ). Вироби народних майстрів широко представлялися на крайових виставках у Львові, Тернополі, Стрию, Кракові і стали надбанням багатьох музеїв у Відні, Празі, Будапешті, Санкт-Петербурзі.

У період 20 – 30-х років ХХ ст. виникають регіональні музеї у Станиславові, Рахові, Жаб'ї (Верховина), а в Коломиї з ініціативи культурно-громадського діяча Володимира Кобринського організовується музей «Гуцульщина». Формуються приватні колекції народного мистецтва, природознавства, мінералогії. Цікаво, що перша виставка Покутського музею у Станиславові (1928 р.), яка включала королівські привілеї, історичні документи магістрату, мапи й плани міста, рукописи XV – XVIII століть, портрети, релігійне малярство, барокову скульптуру і церковний одяг, за браком приміщення експонувалася в розрахунковій залі ощадної каси.

У повоєнні роки відбувалися методичні акції щодо знищення «ідеологічно шкідливих» творів. Загинули або були вивезені колекції європейського малярства, графіки, старовинної зброї, гуцульської ікони на склі та кераміки з християнською символікою. Музеям України випало пережити дуже складний період ідеологічного насильства та примусового вилучення експонатів. Націоналізація приватних колекцій, збочене представлення вітчизняної й світової історії у музейних експозиціях, систематичні чистки фондів, примусова підміна понять, як, скажімо, «музеефікація» закритих храмів – усе це обернулося для музеїв публічною недовірою, усуненням їх на периферію соціального буття, крахом економічного забезпечення.

У наскрізь комп'ютеризованому просторі новітньої культури ХХІ століття втрачають сенс колишні табуйовані й ритуалізовані музейницькі комплекси. З'явилися такі поняття як «музей-середовище», «музей без стін», «віртуальний музей», «інтернет-музей», «музей-особистість», «музей-пам'ять», «музей-спогад», «музей-ілюзія». Публічність, максимальна доступність, толерантність і відкритість музейних колекцій є тепер

головною передумовою успішного функціонування таких закладів.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

- узагальнення матеріалу (10 хв.)

Музеям України випало пережити дуже складний період ідеологічного насильства та примусового вилучення експонатів. Публічність, максимальна доступність, толерантність і відкритість музейних колекцій є тепер головною передумовою успішного функціонування таких закладів.

- видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

Конспект лекції.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 2

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: інформаційна.

Тема: Поняття музеєзнавства.

Мета заняття: навчальна: дати визначення поняттю «музей», дослідити історію виникнення;

виховна: виховувати у студентів естетичні почуття та любов до рідної землі;

розвивальна: сприяти формуванню у студентів вміння конкретизувати та узагальнювати.

Методи: лекція, бесіда, проблемний виклад матеріалу.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Щодня в цілому світі мільйони людей відвідують музеї, прагнучи збагатити свої знання, зустрітися з прекрасним. Музейні експозиції розповідають про безліч важливих і цікавих речей мовою, яка не потребує перекладу. Наука вже не одне століття намагається визначитися з самим поняттям «музей». Що це: сховище раритетів, університет знань чи ідеологічна установа?

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. Як ви розумієте поняття «музей»?
2. Назвіть види історичних джерел.
3. В яких музеях вашого міста ви були?

V. План заняття.

1. Історія розвитку музеїв. (20 хв.)

Перші музейні зібрання, як правило, ведуть свій початок від приватних колекцій. Колекціонування оригінальних предметів існувало вже у первісному суспільстві. Перші приватні музеї з'являються в Стародавніх Греції та Римі. Особливої популярності колекціонування предметів мистецтва та старожитностей набуває в Європі в епоху Ренесансу.

Поняття «колекціонування» впровадив в обіг римський оратор Марк Тулій Цицерон. У стародавньому світі колекціонування було популярним: досить згадати бібліотеку Ніневійського палацу (Ассирійська держава, VII ст. до н. е.), яка містила сотні тисяч глиняних табличок із клинописними текстами. Першими музейниками були раби. Знаменитий філософ Арістотель, наприклад, збирав гербарні. З III ст. до н. е. популярними мистецькими предметами колекціонування стають камеї (геми з випуклими зображеннями), батьківщиною яких вважають Александрію. Великі колекції камеї (дактиліотеки) були у Помпея і Цезара.

Найбільшою колекцією стародавніх рукописів (близько 700 тис.) володів Александрійський музейон, який виник при перших Птолемеях. Книги зберігались у футлярах. Полиці виготовлялись з кедрового дерева (щоб не було жуків). Тут працювали тисячі копіювальників текстів. Збірка існувала до VII ст., поки не була спалена халіфом Омаром.

У Візантії колекції мистецьких пам'яток та старожитностей накопичувались в монастирях та церквах. В епоху Відродження склались найвідоміші сучасні музейні збірки Італії: Лоренцо Медічі у Флоренції, Ватиканський музей у Римі (XVI ст.); у Німеччині збірки Августа Саксонського в Дрездені (XVI ст.), формуються приватні колекції різного характеру.

2. Методика музейної роботи. (15 хв.)

Музеєзнавство – наукова дисципліна, що вивчає закономірності виникнення та розвитку музеїв, їх соціальні функції, форми та способи реалізації цих функцій на різних етапах суспільного розвитку. Включає теорію та історію музейної справи, музейне джерелознавство, музеографію та методику музейної справи.

Майбутнє музеєзнавства теоретики пов'язують із певною інформаційно-управлінською наукою, що охоплює лише проблеми культурної спадщини. Вона має координувати можливості бібліотек, музеїв, виставкових центрів, реставраційних служб, органів охорони пам'яток, архівів та інших установ і засобів масової інформації.

Музеографія – галузь музеєзнавства, завданням якої є опис музеїв, експозицій, колекцій.

Мета музеографії – вивчення історії колекцій, нагромадження та розповсюдження інформації про музейні збірки, популяризація та реклама музеїв.

Концепції музеєзнавства: 1) інституціональна (предмет, закономірності розвитку музеїв); 2) предметна (предмет науки – музейний предмет як феномен); 3) комплексна (поєднує дві попередні, є найбільш точною).

3. Особливості музеїв.

(15 хв.)

Музеї мають багато особливостей і специфічних рис, зумовлених їхніми науковими, культурно-освітніми, ідеологічними функціями.

Найголовніша особливість музеїв полягає у тому, що вони збирають, систематизують, вивчають, зберігають і експонують першоджерела, або оригінали, тобто ті пам'ятки, які безпосередньо пов'язані з розвитком природи, життям людського суспільства. За цією особливістю музеї близькі до науково-дослідних установ, котрі також вивчають (у своїх аспектах) першоджерела.

Друга особливість музеїв у тому, що вони працюють над дуже різноманітними першоджерелами – використовують геологічні, ботанічні, палеонтологічні, зоологічні, антропологічні та інші природничі колекції, пам'ятки матеріальної культури (знаряддя праці, інструменти, ремісничі вироби, зброю, побутові речі тощо), пам'ятки духовної культури, а також рукописні й друковані документи.

Третьою особливістю музеїв є те, що вони використовують свої фонди для популяризації першоджерел – показують їх в експозиційних залах, на спеціальних виставках, під час екскурсій.

Специфіка музеїв виявляється також у тому, що в їхній діяльності науково-дослідні й освітні функції тісно поєднуються. Збираючи першоджерела, створюючи таким чином базу для наукових досліджень і проводячи власні дослідження, музеї водночас займаються широкою популяризаторською діяльністю. У своїх стінах вони об'єднують спеціалістів-дослідників і пристратних колекціонерів-збирачів. Свою багатогранну, корисну для суспільства роботу музеї будують на основі Конституції України, законів та підзаконних актів, постанов Кабінету Міністрів. У світі є більш як 12 тисяч музеїв. Для обміну досвідом музейної роботи при ЮНЕСКО ще в 1947 р. створено Міжнародну раду музеїв (ІКОМ).

4. Музеєзнавство та його специфіка.

(15 хв.)

Музеєзнавство вивчає історію та закономірності розвитку музеїв, їх внутрішню організацію, систему наукового комплектування музейних фондів, документування й зберігання колекцій, а також опрацювання методики побудови музейних експозицій, виставок, різних видів і форм науков-освітньої діяльності музеїв.

Музеєзнавство не лише вивчає роботу музеїв, ай спрямовує її. Воно тісно пов'язане з такими суспільними науками, як філософія, історія, археологія, етнографія, філологія, психологія, мистецтвознавство, педагогіка, а також із рядом природничих наук – ботанікою, зоологією, антропологією, геологією, ґрунтознавством тощо. Музеєзнавство широко використовує характерні для цих наук прийоми й методи дослідження – польові розвідки та розкопки, систематичні спостереження, добір, взаємну документацію, рентгенографію, спектральний і хімічний аналіз.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

• узагальнення матеріалу (10 хв.)

На сьогоднішньому занятті ми з'ясували, що зараз відкриваються нові обнадійливі перспективи відродження традицій українського музейництва. Публічність і відкритість музейних колекцій є головною умовою успішного функціонування.

• видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Музейна справа. – М., 2003. – ст. 107 – 127;

2. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005. – ст. 80 – 97.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 3

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: інформаційна.

Тема: Передісторія музеїв.

Мета заняття: навчальна: визначити основні профілі музеїв;

виховна: виховувати у студентів почуття прекрасного на кращих здобутках культури;

розвивальна: продовжувати формувати у студентів вміння узагальнювати та аналізувати.

Методи: лекція, бесіда, пояснення.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Мережа музеїв будується на основі усталеної в музеєзнавстві їх класифікації. Сучасна наукова класифікація остаточно склалася в повоєнні роки ХХ ст. Відповідно до цієї класифікації всі музеї розподіляють за типами і профілями. Тип музею визначається його суспільним призначенням, метою діяльності.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. Які види музеїв ви знаєте?
2. Що, на вашу думку, визначає профіль музею?
3. Як ви вважаєте, що дає право музею носити статус національного?
Обґрунтуйте.

V. План заняття.

1. Музеї історичного профілю. (10 хв.)

Існують три типи музеїв: 1) науково-освітні масові, або публічні. Ці музеї призначені для широкого кола громадян та гостей України, їх у нашій країні більшість. Це, наприклад, Дніпропетровський історичний музей, Державний історичний музей України в Києві, Львівська картинна галерея; 2) науково дослідні, або академічні, які призначені для спеціалістів. Створюються вони при академіях, науково-дослідних інститутах, мають вузькоспеціальний характер. Це своєрідні наукові лабораторії (наприклад, Центральний науково-природознавчий музей НАН України, Львівський природознавчий музей НАН України); 3) навчальні, які призначені для учнів і студентів. Створюються при школах, середніх спеціальних і вищих навчальних закладах з освітньою метою. Наприклад, Мінералогічний музей і геологічний музей Львівського університету імені І. Франка, Музей археології при Інституті українознавства імені І. Крип'якевича НАН України).

Профіль музеїв визначається основним змістом його фондів і зв'язком з

тією чи іншою галуззю науки, мистецтва або виробництва. Нині в Україні є музеї таких профілів: історичні, краєзнавчі, мистецтвознавчі (художні), меморіальні, літературні, природничо-наукові, галузеві. Музеї кожного з цих профілів можуть мати ще вужчу спеціалізацію, поділятися на види і підвиди. Наприклад, до музеїв художнього профілю належать музеї образотворчого мистецтва, народної творчості, театральні, музичні тощо; до музеїв природничо-наукового профілю – геологічні, палеонтологічні, ботанічні, зоологічні тощо; до історичного профілю – загальноісторичні, військово-історичні, археологічні, етнографічні, історико-архітектурні та історико-культурні (музеї або заповідники); до галузевих – технічні, сільськогосподарські, педагогічні, медичні тощо.

У Законі України «Про музеї та музейну справу» від 29.06.95 р. № 249/95-ВР, ст. 5 подається така класифікація музеїв за видами: "За своїм профілем музеї поділяються на такі види: історичні, археологічні, краєзнавчі, природничі, літературні, мистецькі, етнографічні, технічні, галузеві тощо. На основі ансамблю, комплексів пам'яток та окремих пам'яток природи, історії, культур та територій, що становлять особливу історичну, наукову і культурну цінність, можуть створюватись історико-культурні заповідники, музеї-заповідники, музеї просто неба, меморіальні музеї-садиби. Музеї можуть бути: загальнодержавні, засновниками яких є центральні органи виконавчої державної влади; республіканські (Автономної Республіки Крим), засновниками яких є органи державної виконавчої влади АР Крим; місцеві, засновниками яких є відповідні місцеві органи державної виконавчої влади або органи місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації, громадяни. Державному музею, який має музейне зібрання пам'яток загальнодержавного значення, набув міжнародного визнання і є провідним культурно-освітнім та науково-дослідним закладом у відповідних профільних групах музейної мережі України, у встановленому законодавством України порядку може бути надано статус національного музею України". Розглянемо коротко основні профілі музеїв України.

До музеїв історичного профілю належать установи, які збирають, зберігають, вивчають і популяризують пам'ятки матеріальної та духовної культури українського народу. Зберігаючи величезні цінності, музеї історичного профілю ведуть широку науково-дослідну та освітньо-виховну роботу. В Україні до загальноісторичних належать Державний історичний музей України в Києві, а також Харківський, Дніпропетровський, Львівський, Чернігівський історичні музеї.

2. Меморіальні музеї. (10 хв.)

Меморіальні музеї є окремим видом музеїв історичного профілю. Меморіальні музеї присвячені пам'яті видатних політичних, державних і військових діячів, учених, письменників, композиторів, художників та ін. Вони створюються на базі пам'ятних комплексів, які охороняються державою: садиб, будинків, квартир, пов'язаних з життям і діяльністю видатних осіб. Окремим видом музеїв історичного профілю є археологічні музеї. Основу їхніх збірок становлять пам'ятки матеріальної культури від найдавніших часів до епохи середньовіччя, виявлені під час археологічних досліджень. До найдавніших таких музеїв в Україні належать: Одеський археологічний музей НАН України (150 тис. експонатів), Національний історико-археологічний заповідник у Севастополі «Херсонес». Великі історико-археологічні музеї України є ще в Керчі та Дніпропетровську. Окрему групу становлять музеї-заповідники (архітектурно-історичні та історико-культурні), до складу яких, крім експозиції, входять архітектурні, історичні, літературні та інші пам'ятки, що знаходяться на території заповідника. Їх створюють у будівлях, які становлять велику історичну чи художню цінність чи є визначними історико-культурними пам'ятками. Найбільші з них: національний архітектурно-історичний заповідник «Софійський собор», відкритий в 1934 р. в центрі Києва; історико-культурний заповідник на о. Хортиця (Запорізька область), Переяслав-Хмельницький історико-культурний заповідник, Кам'янець-Подільський історичний музей-заповідник, Чернігівський архітектурно-історичний

заповідник тощо.

Великим і цікавим заповідником України є Києво-Печерський національний заповідник. На площі 28 га міститься понад 80 стародавніх споруд, які мають історичну і художню цінність. Серед них такі визначні пам'ятки, як Успенський собор XI ст., церкви – Троїцька Надбрамна і Спаса на Берестові, дзвіниці на Дальніх і Близніх печерах XVIII ст., кріпосні мури і вежі XVIII ст., печери, підземні церкви та ін. У заповіднику зібрано унікальні колекції образотворчого та декоративно-ужиткового мистецтва, малярства, гравюри, зразків українського золотарства, гаптування коштовних тканин тощо. На території заповідника міститься 4 музеї загальнодержавного значення: Музей історичних коштовностей України, Державний музей українського народного декоративного мистецтва України, Державний музей театрального, музичного та кіномистецтва України, Державний музей книги та друкарства України.

3. Краєзнавчі музеї. (10 хв.)

Музеї цього профілю збирають, зберігають, вивчають і експонують матеріали, що розповідають про природу, економіку, історію і культуру певного краю. У них зібрані геологічні, ботанічні, зоологічні, палеонтологічні, археологічні, етнографічні та інші колекції, знаряддя праці, вироби місцевих промислів різних історичних періодів, твори мистецтва, літератури, народної творчості тощо. Специфіка краєзнавчих музеїв полягає в тому, що вони мають широкий діапазон експозицій, поєднують риси музеїв історичного і природничо-наукового профілю, а іноді мають ще художні, літературні чи меморіальні відділи. Через це їх називають ще музеями комплексного профілю. Попередниками сучасних краєзнавчих музеїв були місцеві музеї, які виникли в Україні в кінці XIX – на початку XX ст.: Миколаївський (1898 р.), Волинський (у Житомирі, 1902 р.) та ін. Перший міський музей старожитностей був заснований у 1825 р. в Одесі. Більшу частину його експонатів становили визначні твори мистецтва, які подарували музею міські колекціонери. Нині практично в кожній області

функціонують обласні краєзнавчі музеї. Багато пам'яток матеріальної і духовної культури свого краю зосереджено у Тернопільському краєзнавчому музеї, Кіровоградському краєзнавчому музеї, Івано-Франківському краєзнавчому музеї. Краєзнавчі музеї – це найчисельніша група серед музеїв нашої країни. До провідних музеїв цього профілю належать: Полтавський краєзнавчий музей, Закарпатський краєзнавчий музей, розташований у стародавньому замку Ужгорода; Білгород-Дністровський краєзнавчий музей, Кримський краєзнавчий музей у Сімферополі; Чернівецький, Житомирський та Одеський краєзнавчі музеї. Крім того, понад 7 тис. музейних закладів краєзнавчого типу працюють на громадських засадах.

4. Музеї художнього профілю. (10 хв.)

Музеї цього профілю зберігають, вивчають і пропагують визначні твори живопису, графіки, скульптури, ужиткового мистецтва, а також народної творчості, ведуть велику дослідницьку і науково-освітню роботу. Першим художнім музеєм на території України був Музей художньої промисловості, відкритий у 1873 р. у Львові. Пізніше, у 1886 р. було засновано Міський художній музей у Харкові, у 1889 р. – Міський музей красних мистецтв в Одесі.

Провідне місце серед сучасних художніх музеїв України займають: Національний музей українського образотворчого мистецтва України в Києві, Львівська картинна галерея, Національний музей українського народного декоративного мистецтва України у Києві, Національний музей театрального, музичного та кіномистецтва України у Києві, Харківський художній музей, Одеський художній музей, Український музей етнографії та художнього промислу у Львові, Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини. Художні музеї є також у Дніпропетровську, Севастополі, Алупці, Бердянську та інших містах України. Художні музеї не лише зберігають і популяризують твори образотворчого мистецтва, а й організовують виставки, підготовлені спільно з іншими музеями чи влаштовані у порядку культурного обміну між країнами. Одеський художній

музей.

Пам'ятки музичної культури збирають, зберігають, експонують музичні музеї України. В Україні працюють: Будинок-музей М.В. Лисенка, Кабінет-музей В.С. Косенка (у Києві), Музично-меморіальний музей С. Людкевича у Львові, Музей П.І. Чайковського (Кам'янка Черкаської області), Меморіальна кімната-музей М.Д. Леонтовича (Турчин Вінницької області), Музей при Київському театрі опери і балету імені Т. Шевченка та ін.

5. Музеї природничо-історичного профілю. (10 хв.)

До цієї групи належать музеї, які збирають, зберігають, вивчають і експонують різноманітні природничі матеріали та відображають у своїх експозиціях найновіші досягнення природничих наук. Такі музеї тісно пов'язані з академічними, науково-дослідними інститутами і вищими навчальними закладами, діяльність їх має як наукові, так і навчальні цілі. Одним з найбільших природничо-історичних музеїв України є Центральний науково-природознавчий музей НАН України, відкритий у 1973 р. в Києві. Він складається з кількох музеїв: Геологічного, Ботанічного, Палеонтологічного, Зоологічного й Археологічного. Фонди музею величезні - кілька мільйонів експонатів. Музей проводить велику дослідницьку роботу, організовує багато наукових експедицій. Він дуже популярний серед численних відвідувачів.

Львівський природознавчий музей – одна з найдавніших природничих установ України. Експонати для музею збирав з 1832 р. відомий орнітолог В. Дзедушицький, відкрито музей для відвідування з 1860 р. Фонди налічують понад 500 тисяч одиниць. Основні напрями наукової роботи – вивчення видової різноманітності й екології окремих груп флори і фауни західних областей України; пропаганда природничих знань. У музеї зберігаються об'єкти природи світового значення, зокрема, колекції метеоритів, бурштину, тропічних жуків, метеликів. Серед палеонтологічних експонатів – повний скелет і фрагменти органів мамонта, волохатий носоріг, колекції періодів силуру, девону, юри, крейди тощо. Зберігаються близько

250 примірників го-лотипів, за якими вперше описано нові виявлені види тварин і рослин. Гербарій музею налічує до 100 тис. аркушів з квітковими рослинами. Музей опублікував 20 випусків "Наукових записок", періодично видає «Каталог музейних фондів» тощо.

Особливими природничо-науковими музеями України є зоологічні музеї Київського і Харківського університетів, а також палеонтологічний музей Одеського університету (в ньому зібрані цінні викопні матеріали з Одеських катакомб – рештки кісток ссавців пізньопліоценового часу – понад 40 видів тварин: верблюдів, страусів, гієн, лисиць, шаблезубих тигрів, гризунів). У 1960 р. при Одеському палеонтологічному музеї було відкрито єдиний у колишньому СРСР підземний палеонтологічний заповідник. Для навчальних цілей у музеї створено прекрасну діораму «Розвиток життя на Землі», в 15 секціях якої за допомогою художніх картин показано еволюцію органічного світу нашої планети. Музей проводить велику науково-дослідну, навчальну й освітню роботу. Своєрідним природничим музеєм є Севастопольський акваріум Інституту біології південних морів, відкритий у 1897 р. У будь-яку пору року тут можна побачити 40 видів чорноморських тварин й екзотичну тропічну фауну: акул, скатів, крабів, губок, моллюсків. Музеї інших профілів. Це здебільшого галузеві (техніко-економічні, сільськогосподарські, медичні, педагогічні тощо), або музеї, які створюються при відповідних відомствах і організаціях. Робота в них має свою специфіку і потребує спеціальної підготовки.

6. Музеї нових профілів. (15 хв.)

До музеїв нових профілів належать: музей слідопитів надр у Черкасах, музеї військових округів, прикордонних застав, санаторіїв, аптек, інших установ, музеї просто неба (скансени) тощо.

Одним з найбільших серед музеїв просто неба є Національний музей народної архітектури та побуту України у Пирогово, розташований у мальовничій околиці Києва. На території 120 га, де самою природою вдало поєднано характерні ландшафтні зони України – гори, долини, степи і ліси –

створено експозицію про різні райони України: Середню Наддніпрянщину, Полтавщину, Слобожанщину, Полісся, Поділля, про Карпати та південь України. Архітектурно-етнографічна експозиція цього музею включає близько 400 будівель і понад 30 тис. експонатів – народний одяг, тканини, меблі, знаряддя праці, вироби гончарів, бондарів, теслярів тощо. Музеї просто неба є в Україні ще у Переяславі-Хмельницькому, Ужгороді, Львові.

У 1971 р. у Львові в Шевченківському гаї створено Музей народної архітектури та побуту. Сьогодні в експозиції цього музею на площі 150 га можна оглянути 124 архітектурні об'єкти. Експозиція організована за етнографічним принципом. На території Західної України в кінці XIX – початку XX ст. виділялось 8 історико-етнографічних областей: Бойківщина, Гуцульщина, Лемківщина, Поділля, Полісся, Волинь, Рівнинне Закарпаття і Покуття, які в музеї представлені окремими секторами. Створюються також експозиційні сектори «Буковина», «Львівщина». У музеї організуються мікросела з 15 – 20 архітектурних об'єктів. У житлових і господарських будівлях експонуються предмети домашнього вжитку, одяг, інструменти народних ремесел, знаряддя сільського господарства, транспортні засоби, у церквах, дзвіницях і каплицях відтворенні відповідні інтер'єри. Музей «Шевченківський гай», крім свого основного завдання, – збереження пам'яток архітектури, предметів побуту і зразків народного мистецтва, їх дослідження і пропаганди, – є чудовим місцем для відпочинку, використовується для зйомок художніх і музичних фільмів тощо. На території музею організуються виступи самодіяльності, фольклорно-етнографічних ансамблів. Популярним серед відвідувачів музею є щорічне фольклорно-етнографічне свято «З народної криниці». Попередниками музеїв під відкритим небом в Україні були виставки, на яких експонувалися окремі будівлі. Однією з найцікавіших стала краєва виставка 1894 р. в Стрийському парку Львова, де було відтворено шість типових садиб з різних районів Галичини, Гуцульську церкву, шість придорожніх хрестів і вітряк. У

1902 р. в Харкові до XII археологічного з'їзду було збудовано хату з Лівобережної України. У 1910 р. у Катеринославі (сучасний Дніпропетровськ) учасники Південноросійської промислової виставки оглядали садибу з с. Мишурин Ріг, збудовану за проектом академіка Д. Яворницького.

У Сімферополі відкрито Музей пахоців, експозиція якого знайомить з рослинами-ефіроносами, які культивуються в Криму і дають цінні пахучі речовини для парфюмерної промисловості. У 1975 р. у Львівському зооветеринарному інституті відкритий Музей підков. У його експозиції зібрано понад 300 експонатів з багатьох країн світу. Крім повсякденних, тут можна побачити підкови для коней, що транспортують ліс крутими гірськими схилами, безшумні підкови з повстяними підкладками для коней, яких впрягали в міські карети. Є в Україні і Музей бджільництва. Розташовано його на Полтавщині, в Гадячі, в Українській дослідній станції бджільництва імені П.І. Прокоповича. В експозиції цього музею відображено розвиток пасічництва й торгівлі медом з давньоруських часів до ХХ ст. Розповідає музей і про П.І. Прокоповича – винахідника рамкового вулика.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

• узагальнення матеріалу (10 хв.)

Існують три типи музеїв: науково-освітні масові, науково-дослідні, навчальні. Нині в світі є музеї таких профілів: історичні, краєзнавчі, мистецтвознавчі, меморіальні, літературні, природничо-наукові, галузеві. Музеї можуть бути: загальнодержавні, республіканські та національні.

• видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Музейна справа. – М., 2003. – ст. 128 – 138;

2. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005. – ст. 100 – 108.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 4

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: інформаційна.

Тема: Законодавча база музейних фондів України.

Мета заняття: навчальна: дослідити яким чином проходить облік музейних колекцій;

виховна: виховувати у студентів естетичні почуття та любов до рідної землі;

розвивальна: сприяти розвитку у студентів навиків логічного мислення.

Методи: лекція, бесіда, пояснення, проблемний виклад матеріалу.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулєпова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Облік в музеях потрібний для систематизації колекцій, підготовки пам'яток до експонування, для використання їх в науковій і освітній роботі. Як база пошуку інформації про музейні предмети він включає акти і книги надходжень, протоколи фондово-закупівельної комісії, пояснюючі записки про предмет, картотеки, каталоги, інвентарні книги, путівники.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

4. Що, на вашу думку, має включати в себе облік музейних колекцій?

5. Що таке інвентаризація?

6. Для чого необхідна каталогізація?

V. План заняття.

1. Облік музейних колекцій. (15 хв.)

Основний зміст музейної науково-фондової діяльності становлять: 1) збиральницька робота і комплектування фондів; 2) первинний облік (реєстрація) та наукова інвентаризація; 3) каталогізація фондів та створення науково-фондового паспорта; 4) створення належних умов збереження музейних фондів. Відповідальність за організацію фондової роботи покладена на головного хранителя (зберігача).

2. Первинний облік. (15 хв.)

Реєстрація: фондово-закупівельна комісія музею колегіально вирішує, що брати, що ні, що в основний фонд, що в допоміжний. За підсумками засідання складається протокол. Рішення про прийняття предметів у музей приймається колегіально на засіданні фондово-закупівельної комісії із складанням протоколу. На основі цього протоколу складається акт прийому експонатів. Протягом місяця після засідання фондово-закупівельної комісії всі куплені предмети повинні бути вписані у книгу надходжень.

Акти та книги вступу – юридичні документи вічного зберігання. Перед заповненням книги вступу прошнуровуються, пронумеровуються і на останній сторінці скріплюються печатками вищепоставлених організацій для того, щоб з книги не виривали листів. До актів долучаються всі супровідні документи.

Кожному предмету надається шифр – порядковий номер вступу із абрєвіатурою музею. В книзі вступу обов'язково вказується шифр, номер, назва речі, опис, розміри, матеріал, стан збереження, джерело надходження і дата, якщо закуплений – вартість.

3. Інвентаризація. (15 хв.)

Після первинної реєстрації у книзі вступу музейні предмети проходять наукову інвентаризацію. Завідувач сектору обліку має передати предмети музейним хранителям, що заповнюють інвентарні книги окремих фондів груп, які також є документами вічного зберігання і перед заповненням прошнуровуються, на останній сторінці скріплюються печатками вищепоставлених організацій для того, щоб з книги не виривали листів.

Запис до наукового інвентаря відбувається на підставі попередньо складеного інвентарного паспорта (інвентарної картки). Уніфікований паспорт експоната містить 47 ознак (№ паспорта, відомство, музей, відділ, №№ за книгами надходжень та інвентарній, дата, спосіб і джерело надходження, документи, класифікація, типологія, датування, назва, матеріал, техніка, розміри, короткий опис, стан збереження).

На цьому етапі відбувається атрибуція музейного предмета, тобто виявлення основних ознак, що визначають його назву, призначення, матеріал, розміри, техніку виконання, авторство, датування, географію створення і побутування. У процесі атрибуції розшифровуються написи, клейма, марки, відбувається пошук аналогів.

Всі музейні предмети, які містять коштовні метали і камені, записуються у спеціальних книгах, зберігаються в сейфах під сигналізацією. Підставою для занесення цих предметів у спецкниги є Акт ювелірної

експертизи (здійснюють спеціалісти Інспекції пробірного нагляду), який включає дані про вагу, пробу, лігатуру, чистоту, назву каменя (вага у каратах), що записується в інвентарну книгу. Отже, коштовні речі мають три №: по Книзі надходжень, по групі, по спецкнизі.

4. Каталогізація, її порядок і нормативи. (20 хв.)

Науково-довідковий апарат потрібний в музеях для систематизації колекцій, підготовки пам'яток до експонування, для використання їх в науковій і освітній роботі. Як база пошуку інформації про музейні предмети він включає акти і книги надходжень, протоколи фондово-закупівельної комісії, пояснюючі записки про предмет, картотеки, каталоги, інвентарні книги, путівники.

Для наукової роботи з колекціями самих лише даних інвентаризаційного обліку недостатньо, тому передбачено створення системи різноманітних картотек: зведені (відображають фонд у цілому); локальні (відображають частину колекції).

Найпоширеніші серед картотек:

1) топографічна (назва пам'ятки, її розташування (в експозиції чи у фондах), будь-яке переміщення, картки розташовують в алфавітному порядку) (різновид – описи предметів, що знаходяться в кожній одиниці музейних меблів):

2) інвентарна (містить повні відомості про предмети, записані в Інвентарній книзі, їх фотографію або рисунок);

3) систематична (опис музейних предметів і їх систематизація за певним принципом);

4) предметно-тематична (відомості про музейні експонати з різних джерел, які доповнюються);

5) хронологічна (систематизує предмети за датами подій в хронологічному порядку),

6) іменна (складають на видатних діячів науки, культури, мистецтва, полководців, героїв та інших уславлених або визначних людей);

7) географічна та деякі інші.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

• узагальнення матеріалу (10 хв.)

Основний зміст музейної науково-фондової діяльності становлять: збиральницька робота, первинний облік та наукова інвентаризація, каталогізація фондів та створення науково-фондового паспорта, створення належних умов збереження музейних фондів.

• видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005. – 490 – 514;

2. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004. – 218 – 246;

3. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000. – 255 – 316.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 5

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: інформаційна.

Тема: Великі музеї світу.

Мета заняття: навчальна: розглянути музей як елемент туристичної інфраструктури;

виховна: виховувати студентів у дусі патріотизму;

розвивальна: продовжувати розвивати у студентів навички логічного мислення.

Методи: лекція, бесіда, пояснення, проблемний виклад матеріалу.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Сьогодні туризм є однією з найдинамічніших галузей світової економіки. Невід'ємною складовою туристичного бізнесу є не лише організація перевезення, розміщення, харчування туристів, але й включення в програму туру знайомства з природою та історією, архітектурними пам'ятками, національними особливостями регіону, міста чи села.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. Назвіть, виходячи з власного досвіду, основні види послуг, що надають сучасні музеї.
2. Як ви вважаєте, чи можна віднести музеї до туристичної індустрії?
3. Які види маркетингової діяльності музеїв ви знаєте?

V. План заняття.

1. Музей – елемент туристичної інфраструктури. (15 хв.)

Сьогодні туризм є однією з найдинамічніших галузей світової економіки. Невід'ємною складовою туристичного бізнесу є не лише організація перевезення, розміщення, харчування туристів, але й включення в програму туру знайомства з природою та історією, архітектурними пам'ятками, національними особливостями регіону, міста чи села.

Туристична інфраструктура кожного регіону представлена сукупністю закладів, діяльність та роль яких спрямована на задоволення потреб туристів та населення. Як складова соціальної індустрії, інфраструктура туристичного характеру (куди включені і музеї) має свою специфіку. Зупинимося на питанні про роль і місце музеїв в інфраструктурі туризму.

Відомо, що музеї, опрацьовують, зберігають, експонують і пропагують пам'ятки та речі матеріальної культури того чи іншого народу, певного регіону, населеного пункту. І тому, незалежно від

профілю чи правового статусу, кожен музей може і повинен стати одним з ключових елементів у формуванні культурного середовища. Зміни економічних умов та життєвих орієнтирів значно вплинули на основи музейної діяльності. Тож сьогодні ми вже можемо говорити про такі поняття як менеджмент та маркетинг у музейництві.

Ще донедавна така постановка питання викликала скепсис, адже відомо, що маркетинг існує там, де є комерційна діяльність організації та наявність інших операторів ринку, які утворюють конкуренцію. Тому необхідно чітко визначити, що є об'єктом маркетингової діяльності музеїв, тобто, що у даному випадку є «продуктом», за який відвідувач платить гроші.

2. Поняття музейного продукту. (15 хв.)

Отже, музейний продукт – це комплекс основних та музейних послуг, тобто все те, що можна запропонувати відвідувачам музею.

Музейний продукт повинен відрізнятися своєю унікальністю та індивідуальністю, формуватися стандартними та атракційними експозиціями. До останніх можна віднести, скажімо, такі: експозиція рухома, анімована, інтерактивна.

Маркетинг для звичайної людини – це перш за все реклама і продаж, для менеджера будь-якого підприємства чи організації це цілий комплекс маркетингових зусиль, т. зв. «маркетинг мікс». До складових «маркетингу мікс» ми відносимо всі дії, які починаються із створенням продукту, цінової політики, уміння донести інформацію про нього, зацікавити споживачів своїм продуктом та вдало його продати.

Схематично це виглядатиме так:

- Продукт (послуга);
- Ціноутворення та цінова політика;
- Дистрибуція та розповсюдження;
- Просування.

Продукт (послуга)	Ціноутворення
Якість Дизайн Особливості обслуговування Гарантія	Прейскурантна ціна, знижки Бартер Термін оплати Умови кредиту

3. Основні види музейних послуг.

(20 хв.)

До основних музейних послуг належать: збір, вивчення, збереження та експонування пам'яток та включення їх в систему «експозиція – екскурсовод – екскурсія – відвідувач».

Ефективна реалізація вищеназваних послуг неможлива без дотримання певних, загальноприйнятих правил сучасного життя, а саме: сьогодні характерною рисою цивілізованого суспільства є прагнення до комфорту (у побуті, на роботі, у транспорті, на вулиці, в місцях відпочинку). Ця теза стосується і діяльності музеїв.

Відвідувач, потрапивши до музею, хоче отримувати запропоновані послуги у відповідних комфортних умовах, які повинні забезпечувати ефективну реалізацію основної мети музейної діяльності – домогтися за активної участі музейного працівника якнайповнішого сприйняття музейної експозиції.

Наприклад, якщо експозиція має історичний характер, то моделювання минулого здійснюється за допомогою музейних предметів – експонатів, які є своєрідними трансформаторами суспільних та політичних відносин.

І тут важлива роль належить саме музейному працівнику, який, розміщуючи речі в експозиції, повинен чітко визначити і спрогнозувати енергетичні, просторово-часові, смислові властивості кожного музейного предмету. Відвідувач, купивши вхідний квиток, не отримує матеріального продукту, але у нього залишаються враження, якими він може поділитися з іншими людьми — потенційними споживачами. Вони у свою чергу, відвідавши музей, теж отримають

естетичне, емоційне враження та духовне збагачення.

Включена безпосередньо в музейне середовище річ, яка стала музейним предметом, отримує функції «носія історії», перетворюється в процесі музейної комунікації в «предмет-слово», «предмет-символ», «предмет-знак». Згодом починає працювати механізм впливу музейного предмету на свідомість відвідувача.

Механізм впливу експонату на відвідувача неможливий без посередника – музейного працівника, який проводить екскурсію. Проведення екскурсії не зводиться лише до передачі певних знань і донесення їх до відвідувачів. Мистецтво екскурсовода полягає у поєднанні нових знань з тими, які людина вже має.

Перевага і сила методики проведення екскурсійного впливу полягає в тому, що отримана інформація в процесі екскурсії засвоюється, коректується, порівнюється і стає власністю одержувача цієї інформації. Найбільш ефективно цей процес відбувається у випадку, коли розповідь підкріплена володінням ораторського мистецтва, мімікою, жестами, зовнішнім виглядом, костюмом тої чи іншої епохи, про яку говорить екскурсовод. Все це значно підсилює змістове навантаження інформації.

Вивчення мотивів відвідування музеїв дозволяє використати потенційні можливості експозиції, скласти нові, нереалізовані проекти та плани. Тому, поряд з питанням про специфіку впливу музею, постає проблема ефективності музейної комунікації, тобто сприйняття чи несприйняття музейної експозиції. В цьому напрямі може проводитися постійна робота з відвідувачами шляхом експрес-опитування чи анкетування.

4. Додаткові музейні послуги. (15 хв.)

Поряд з основним продуктом продажу музеї можуть розвивати цілий комплекс додаткових послуг.

Додаткові музейні послуги – інші послуги які надаються для задоволення попиту відвідувачів та потребують додаткових зусиль.

Сьогодні це:

- право на друкування творів з власної колекції;
- право на фото та відео зйомку;
- платний доступ у фондосховища, бібліотеку;
- здача в оренду приміщень для виставок, конференцій;
- продаж рекламної та сувенірної продукції;
- організація концертів;
- відкриття сувенірних крамничок;
- відкриття кафе.

Загалом, серед платних послуг, які може надавати музей, можна навести наступні:

- надання послуг видавцям краєзнавчої, мистецької літератури, каталогів та забезпечення ілюстрованим матеріалом видань, творів, виставок тощо;
- організація виставок, пересувних концертів, масових заходів, творчих та літературно-мистецьких зустрічей та вечорів, форумів, конференцій, пленерів, розважальних заходів, масових акцій, відкритих уроків, Днів Знань, мистецьких акцій, презентацій (зокрема, книг), фольклорно-етнографічних свят, конкурсів та творчих вечорів;
- проведення лекцій та літературних уроків;
- проведення реставраційних робіт;
- інформаційно-консультаційна, методично-практична допомога у написанні наукових творів, праць, рефератів та доповідей;
- платні послуги із надання доступу до історичних джерел, архівів, фондів та бібліотек музеїв;
- видача довідок та висновків, зокрема, при відведенні земельних

ділянок та будівництва на території міста, на реконструкцію на території заповідника;

- науково-природнича експертиза та експертна оцінка пам'яток культури та матеріальних творів;
- археологічні розкопки;
- надання послуг туристичним організаціям з організації екскурсій, навчання екскурсоводів для місцевих туристичних організацій;
- розробка туристичних маршрутів історичними містами;
- виконання індивідуальних замовлень, зокрема, виготовлення сувенірів, чучел та експонатів;
- послуги оренди приміщень, конференц-залу, експонатів для проведення кінозйомок;
- формування колекцій та підбір творів для інтер'єрів;
- організація готельного обслуговування (зокрема, для тих комплексів, які розташовані на території замкових, фортечних споруд);
- створення Інтернет-сторінки, на якій можна розміщувати анонси про проведення виставок, організацію аукціонів, та продаж мистецьких, художніх виробів, книг, предметів антикваріату тощо;
- перекладацькі послуги;
- організаційні заходи прийому делегацій;
- рамування картин, оформлення творів мистецтва тощо.

Звичайно, процеси розвитку музеїв, залучення додаткових коштів, так само як і ініціатива працівників музеїв, гальмуються недосконалим законодавством та недостатнім фінансуванням. Але, попри негаразди, менеджмент та маркетинг роблять впевнені кроки у музейній справі. Теоретичний та практичний досвід накопичується не швидко, такі поняття як «концепція музейного маркетингу», «поведінка споживача», «фактори задоволення чи незадоволення

клієнта» є досі новими у музейному словнику. Однак, для кожного музею основне – вирішити, чи хоче він працювати по-новому, жити в ногу з сучасними тенденціями світового суспільства.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

- узагальнення матеріалу (10 хв.)

Теоретичний та практичний досвід накопичується не швидко, такі поняття як «концепція музейного продукту», «поведінка споживача», «фактори задоволення клієнта» є досі новими у музейному словнику. Однак, для кожного музею основне – вирішити, чи хоче він жити в ногу з сучасними тенденціями.

- видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005. – 178 – 203;

2. Письмово скласти план можливих заохочень клієнтів до відвідування краєзнавчого музею міста.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 6

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: інформаційна.

Тема: Всесвітня мережа музеїв світу.

Мета заняття: навчальна: розглянути можливі перспективи співпраці туристичних фірм та музеїв;

виховна: виховувати у студентів доброзичливість, повагу до власної історії;

розвивальна: сприяти формуванню у студентів логічного мислення.

Методи: лекція, бесіда, пояснення, проблемний виклад матеріалу.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулєпова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Одним з найбільш ефективних шляхів поширення інформації про екскурсійні послуги в музеях, музейні послуги загалом та залучення більшої кількості відвідувачів у музей, є співпраця з туристичними фірмами, які зацікавлені у створенні та просуванні українського туристичного продукту.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. В чому суть, основи та принципи диференційного підходу в екскурсійному обслуговуванні?
2. Яким чином відбувається формування різних груп екскурсантів?
3. Що передбачає диференційований підхід при викладі екскурсійного матеріалу?

V. План заняття.

1. Перспективи співпраці туристичних фірм та музейних установ. (20 хв.)

Одним з найбільш ефективних шляхів поширення інформації про екскурсійні послуги в музеях, музейні послуги загалом, та залучення більшої кількості відвідувачів у музей, є співпраця з туристичними фірмами, які зацікавлені у створенні та просуванні українського туристичного продукту. Однією з складових такого продукту є екскурсійно-пізнавальні програми за участю музеїв. З огляду на досвід практичної роботи, значно більшим попитом у туристів користуються саме комплексні програми екскурсійного обслуговування, ніж відвідування окремих об'єктів. Серед варіантів співпраці оптимальним є розробка науково-пізнавальних та культурно-пізнавальних маршрутів, яка б відбувалася за спільної участі працівників музеїв та представників туристичних фірм. Такі програми можуть розроблятися на конкурсній основі із залученням спеціальних друкованих засобів масової інформації, місцевих органів

влади та всіх зацікавлених осіб. Подібні заходи можуть дати змогу по-перше, залучити до участі широке коло спеціалістів та просто зацікавлених осіб, по-друге, допомогти у створенні більш змістовних та цікавих програм перебування туристів, по-третє, створити необхідну інформаційну базу для туристичних підприємств, які працюють на ринку внутрішнього та в'їзного туризму в Україні.

2. Сучасний стан надання туристичних послуг турфірмами. (25 хв.)

Порядок співробітництва музеїв та турфірм повинен бути визначений договорами про співпрацю, де необхідно визначити її умови, однією з яких є чітке встановлення вартості та системи знижок з огляду на якісний склад туристичних груп (як-то: індивідуальні, групові (іноземні та корпоративні, тематичні), і т.п.). Співпраця між музеями та туристичними підприємствами вимагатиме від партнерів значної гнучкості. Не виключені у практичній діяльності і такі моменти, які вимагатимуть оперативної розробки та проведення нових тематичних екскурсій для клієнтів однієї з фірм-партнерів, проведення екскурсій на іноземній мові чи у поза робочий час. Як правило, питання фінансової винагороди для фахівців, які задіяні у створенні та проведенні таких екскурсій на замовлення чи підготовки інформаційних матеріалів у стислі терміни значно простіше вирішити туристичним підприємствам, які є комерційними структурами, шляхом укладання індивідуальних трудових угод з безпосередніми виконавцями.

Організація та проведення екскурсій повинні базуватися на двох взаємопов'язаних чинниках: побажаннях споживача-клієнта туристичної фірми та можливостях самої туристичної фірми з організації тієї чи іншої екскурсії: наявність розробленого маршруту, екскурсовода, гіда-перекладача, транспортного засобу. Зайве нагадувати, що бажання клієнта – закон. Тому сучасна туристична фірма для задоволення запитів своїх клієнтів, не може зупинитися на

одному – двох екскурсійних маршрутах чи стандартному наборі туристсько-екскурсійних об'єктів. Пропозиція повинна максимально враховувати можливі запити клієнтів: повний перелік усіх визначних місць даного регіону, вибір та послідовність їхнього огляду.

Наприклад, якщо туристична фірма приймає групу туристів, або ж водночас декілька, з якими на оглядовій екскурсії по місту працюють декілька екскурсоводів, доцільно попередньо визначити культурні потреби та смаки учасників екскурсій з допомогою невеликого експресан-кетування. Одних більше цікавитиме культова архітектура та інтер'єри храмів, інших – стандартна оглядова екскурсія старою частиною міста з обов'язковим відвідуванням виставки сучасного мистецтва, третім до вподоби детальна природознавча екскурсія міським парком та озером. Тому необхідно сформуванати три групи за інтересами таким чином, щоб кожний турист отримав ті враження, які він хоче отримати.

У світовій практиці туризму широко застосовуються індивідуальні екскурсії. Професійні гіді пропонують короткотермінові, але надзвичайно насичені інформацією піші прогулянки найбільш цікавими історичними місцями. Це дає можливість врахувати практично будь-які побажання екскурсантів. Індивідуальні екскурсії проводяться і у вигляді піших прогулянок, в основному історичними і, як правило, закритими для руху транспорту центрами міст. Головна їх мета – ознайомити гостей з видатними пам'ятниками історії, культури, музеями тощо.

3. Пропозиції активізації туристичної індустрії України. (20 хв.)

Нині переважна більшість туристичних фірм реально не в стані забезпечити туристів якісними екскурсійними послугами, тому, як правило, екскурсійна пропозиція від цих підприємств є дуже обмеженою, або ж подекуди і взагалі зникає з програм обслуговування туристів. На зміну повноцінним екскурсіям

приходять різноманітні «ерзац-огляди» та «відвідування». Головні причини такого стану сучасної екскурсійної діяльності криються як у розвалі після 1991 року системи підготовки екскурсійних кадрів та екскурсійно-методичної роботи, так і у небажанні створювати новий екскурсійний продукт на базі одного туристичного підприємства та відсутності фінансових можливостей і економічної доцільності для цього. Зрештою, більшість туристичних підприємств нині просто не мають у своєму штаті достатньо кваліфікованих кадрів, які здатні створити такий екскурсійний продукт, який відповідатиме запитам сучасного туриста.

Також є справедливим і таке твердження, що екскурсія сама по собі не становить інтересу для керівників туристичних підприємств, оскільки у загальній складовій туродня її вартість коливається як правило у межах від 1 до 5 %. Тому і вкладати кошти у не зовсім дешевий інтелектуальний продукт та розширювати його асортимент нібито, на перший погляд, не доцільно. Разом з тим, саме асортимент різнопланових екскурсійних пропозицій дуже впливає на формування кінцевого рішення потенційного споживача про подорож.

На наш погляд, взаємовигідним вирішенням цієї проблеми як для туристичного бізнесу, так і для музеїв та їхніх працівників, є співпраця у екскурсійній діяльності.

Доцільним бачиться створення у музеї на першому етапі неформальної групи працівників, які мають достатню мотивацію для створення та надання туристичним фірмам пропозицій щодо розширення тематики екскурсійного обслуговування у тому чи іншому населеному пункті. Як правило, затративши декілька днів часу, кваліфіковані учасники таких груп можуть на базі однієї оглядової екскурсії по населеному пункті створити 5 – 6 тематичних екскурсій, які можна запропонувати туристичним підприємствам. Така

діяльність може бути надзвичайно ефективною для аквізиції відвідувачів музею.

По-перше, туристичні фірми, отримавши абсолютно безкоштовно пропозицію щодо можливостей розширення екскурсійної тематики та її кадрового забезпечення кваліфікованими виконавцями, матимуть змогу включити пропоновані екскурсії до своїх турпакетів в якості як основного, так і варіативного компоненту.

По-друге, інформація про музей (звичайно ж включений до переліку об'єктів відвідування) буде розповсюджуватися цілком безкоштовно. І клієнти, які отримали цю інформацію, але з тієї чи іншої причини не стали клієнтами фірми, яка її запропонувала, можуть під час індивідуальної подорожі у той чи інший населений пункт стати відвідувачами музею.

По-третє, навіть якщо туристичне підприємство одразу ж не зацікавилось пропозицією, то у будь-якому випадку, маючи інформацію про музей та екскурсії, які проводять працівники музею, рано чи пізно воно відправить туди хоча б декілька груп туристів чи індивідуалів.

На другому етапі (при умові досягнення вагомих успіхів на першому етапі) доцільно створити юридично оформлену екскурсійну структуру, можливо, екскурсійне бюро при музеї. Зрозуміло, нині оплата за проведені екскурсії для більшості музейних працівників просто відсутня, або ж далеко не відповідає затраченим зусиллям на підготовку та проведення екскурсії. Тому і особливого бажання створювати нові ексклюзивні екскурсії, як правило, не виникає. У значній мірі внаслідок цього варіативність екскурсійної тематики у більшій частині наших музеїв як для вимог сучасного туристського ринку недостатня. Створення такої структури надасть можливість пропонувати туристичним фірмам як готовий екскурсійний продукт,

так і розробку екскурсій на замовлення, і проводитимуть їх висококваліфіковані працівники.

Нерідко туристичні підприємства не пропонують музейні екскурсії іноземним туристам з тієї причини, що гіді-перекладачі чи перекладачі не володіють у повному обсязі специфічною термінологією. Особливо це стосується вузькоспеціалізованих та тематичних екскурсій: архітектурних, культурно-мистецьких тощо. Якщо є попит на такі екскурсії у іноземних туристів, то така структура матиме більше можливостей щодо залучення до ефективної співпраці професійних та висококваліфікованих перекладачів.

Для підвищення ефективності музейних екскурсій, збільшення кількості відвідувачів доцільно дати можливість турфірмі вибрати «свого» екскурсовода. Тобто, якщо колективний замовник (туристична фірма) висловив побажання, щоб з групою чи з туристами-індивідуалами екскурсії проводив екскурсовод від музею, то, безумовно, потрібно підтримати такі побажання клієнтів. Не варто відмовляти представникам туристичних фірм, якщо вони запрошують когось з екскурсоводів музею провести екскурсію населеним пунктом чи, можливо, навіть і заміську екскурсію. Адже зрозуміло, що цих туристів він обов'язково приведе на екскурсію до свого музею.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

- узагальнення матеріалу (10 хв.)

Організація та проведення екскурсій повинні базуватися на двох взаємопов'язаних чинниках: побажаннях споживача-клієнта туристичної фірми та можливостях самого тур. підприємства з організації тієї чи іншої екскурсії. Тому сучасна тур. фірма не може зупинитися на стандартному наборі туристично-екскурсійних об'єктів.

- видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005. – 456 – 465;
2. Музейна справа. – М., 2003. – 249 – 266.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 7

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: інформаційна.

Тема: Початки музейної справи в Україні.

Мета заняття: навчальна: розглянути та проаналізувати наукове комплектування музеїв;

виховна: виховувати у студентів естетичні почуття та любов до рідної землі;

розвивальна: сприяти формуванню у студентів навиків логічного мислення.

Методи: лекція, бесіда, пояснення, проблемний виклад матеріалу.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Якщо постійна експозиція є обличчям кожного музею, то його фондові збірки відіграють роль основи, своєрідного стрижня, на якому тримається вся музейна структура. Кількість, якість, раритетність колекції визначають стратегічні напрями музейної діяльності, ранг музею та є постійним джерелом оновлення експозиційної діяльності.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. Що таке раритет?

2. Які, на вашу думку, джерела поповнення музейних фондів?

3. Яким чином відбувається обробка пам'яток, що надійшли до музею?

V. План заняття.

1. Кількість, якість, раритетність колекції – ранг музею. (30 хв.)

Якщо постійна експозиція є обличчям кожного музею, то його фондові збірки відіграють роль основи, своєрідного стрижня, на якому тримається вся музейна структура. Кількість, якість, раритетність колекції визначають стратегічні напрями музейної діяльності, ранг музею та є постійним джерелом оновлення експозиційної діяльності.

Постійні експозиції (від лат. «виставляти») або тимчасові виставки формуються за певною системою і з певною метою. В історії музейної справи перші експозиції були безсистемними та становили здебільшого виставки раритетів і курйозів для любителів. Згодом з'явилися систематичні експозиції, де предмети або твори мистецтва розміщувалися за класифікацією наукових дисциплін чи за художніми школами.

2. Наукове комплектування фондів – найважливіша ланка музейної справи. (35 хв.)

Основний зміст музейної науково-фондової діяльності становлять:

1) збиральницька робота і комплектування фондів;

- 2) первинний облік (реєстрація) та наукова інвентаризація;
- 3) каталогізація фондів та створення науково-фондового паспорта;
- 4) створення належних умов збереження музейних фондів.

Відповідальність за організацію фондової роботи покладена на головного хранителя (зберігача)

Наукове комплектування фондів – найважливіша ділянка музейної справи. Це планомірний і систематичний процес. Він охоплює декілька етапів, серед яких:

1. Підготовча робота (аналіз стану музейних фондів, визначення потреби в матеріалах, налагодження контактів, вивчення бібліографічних та історичних джерел).

2. Наукове планування (визначення тематики комплектування на найближчу й віддалену перспективу, вивчення кон'юнктури, організація експедиційної роботи).

3. Збирання матеріалів (археологічні розкопки, обстеження історичних місць, етнографічні експедиції, співпраця з колекціонерами, авторами, краєзнавцями).

4. Попередня атрибуція та визначення категорії пам'яток. Це найскладніший етап наукового комплектування фондів, оскільки він передбачає диференційовану оцінку (атрибуцію) історичної або художньої вартості предметів, визначення категорії пам'яток. Ними можуть бути визначні споруди, пам'ятні місця й предмети, пов'язані з історичними подіями, розвитком суспільства й держави, видатними особистостями, твори матеріальної й духовної творчості, які становлять історичну, наукову, художню чи іншу культурну цінність.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

- узагальнення матеріалу (10 хв.)

На сьогоднішньому занятті ми з'ясували основний зміст музейної науково-фондової діяльності: збиральницька робота; первинний облік та

наукова інвентаризація; каталогізація фондів; створення належних умов збереження музейних фондів.

• видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004. – ст. 165 – 177;

2. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000. – 11 – 111.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 8

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: з елементами бесіди.

Тема: Географічно-туристична характеристика музеїв України.

Мета заняття: навчальна: розглянути та схарактеризувати етапи становлення українського музейництва;

виховна: виховувати у студентів почуття патріотизму на основі кращих здобутків вітчизняної культури;

розвивальна: продовжувати формувати у студентів навички аналізувати та систематизувати раніше набуті знання.

Методи: лекція, бесіда, пояснення, проблемний виклад матеріалу.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулєпова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Актуальність даної теми полягає у тому, що з розвитком музейної справи на Україні, виникає необхідність детального вивчення обліку музейних фондів та предметів, а також у зв'язку з поповненням фонду виникає необхідність вивчення таких питань, як інвентаризація та реєстрація нових надходжень.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. Пригадайте визначення поняття «музей»?
2. Що, на вашу думку, стало першим праобразом музею?
3. Спробуйте сформулювати роль музейництва в сучасних умовах?

V. План заняття.

1. Етимологія терміну «музей». Функції сучасного музею. (20 хв.)

Термін «музей» в перекладі з грецької мови означає місце, присвячене музам, дочкам богині пам'яті Мнемозіти. Вважаючи їх покровительками науки і мистецтва, греки будували на їхню честь храми, які називали музейонами. Саме звідси й походить термін «музей».

Музей – науково-дослідна і культурно-освітня установа, яка відповідно до своїх суспільних функцій здійснює комплектування, облік, збереження, вивчення пам'яток історії, культури та об'єктів природи. Функції музеїв (суспільні): науково-документаційна (наукове документування явищ природи та суспільства), охоронна (збереження пам'яток), дослідницька, освітньо-виховна.

2. Історія українського музеєзнавства. Перші музеї в Україні. Тенденції музейного руху на українських землях. (20 хв.)

Історію музейництва в Україні починають з Підгорецького замку, де приватне зібрання пам'яток старовини та демонстрація їх відвідувачам були започатковані в 1730-х роках. Першим міським музеєм Львова став

Промисловий, створений з ініціативи професора Львівської політехніки архітектора Юліана Захарієвича (1872 р.). Завдяки заходам старійшини Ставропігії, відомого історика професора університету Ісидора Шараневича у 1889 р. відкрито Музей Львівського Ставропігійського братства (інституту), який починав свою діяльність 1887 р., як виставка. 1863 року створено музей в Чернівцях, а 1912 року – Подільський музей у Тернополі.

В 30-х роках ХХ ст. у Львові відкриваються музеї: вірменського мистецтва при Вірменському соборі, іудаїки – єврейського мистецтва, а також гігієни. Всього у 1939 році радянська влада ліквідувала у Львові 26 музеїв і на базі їх збірок створила 4 великих музеї.

На підросійській Україні перші музеї виникли на початку ХІХ ст. Завдяки діяльності І. Бларамберга, П. Дюбрюкса, І. Стемпковського та інших учених у Північному Причорномор'ї створено ряд археологічних музеїв (найбільший в Одесі), які зосередили пам'ятки античних міст – Ольвії, Херсонеса, Пантікапея та інших. У першій половині ХІХ ст. в Україні виникають музеї: при Харківському університеті (1807 р.) – Археологічний, Зоологічний, Мінералогічний, Образотворчих мистецтв (збірки його стали основою для міського художнього музею); при Київському університеті (1834-1837 рр.) – старожитностей, нумізматики, образотворчих мистецтв, Зоологічний музей.

В другій половині ХІХ ст. відкриваються історичні музеї: Міський музей у Києві (1899 р.); у Чернігові (1909); Херсонський археологічний музей (1892 р., тепер Національний заповідник «Херсонес Таврійський»); Історичний музей у Катеринославі (1849 р., тепер Дніпропетровський історичний музей ім. Д.І. Яворницького).

Наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. відкривається багато художніх і природничих музеїв. Феодосійська картинна галерея (1880), створена художником І.К. Айвазовським, Катеринославський художній музей (1906 – 1914). Тоді ж виникають музеї при земствах, губернських архівних комісіях, наукових товариствах і окремих установах: Етнографічний музей

Харківського Історико-філологічного товариства (1900), Музей Товариства дослідників Волині в Житомирі (1902) та ін.; у повітових містах і навіть селах: Остерський (1911), Острозький (1913), Вовчанський (1915), Хорольський (1917); природничі музеї: Зоологічний (1865) та Палеонтологічний (1872) музеї Одеського університету, Таврійський природничо-історичний музей у Сімферополі (1899), Акваріум в Севастополі (1896).

3. Сучасна роль музеєзнавства. (25 хв.)

Протягом ХХ ст. музейна справа в Україні розвивалась, шукала нові методи та підходи в роботі, завдяки чому стали змінюватись і самі музеї. Із сховищ приватних колекцій вони поступово перетворювалися на центри наукових досліджень, а з часом – і просвітницької роботи. Не втрачаючи при цьому своїх попередніх функцій, музеї були визнані як заклади культури та дозвілля. В той же час складається концепція музею як багатофункціонального закладу, який спроможний різними шляхами слугувати суспільству з урахуванням інтелектуального рівня його членів.

Таким чином, у другій половині ХХ ст. активні пошуки шляхів оновлення традиційної музейної справи сприяли його якісні шляхи трансформації. З'явилися нові, доступніші способи подачі музейного матеріалу, розроблялися інноваційні матеріали, вносилися новіші технології до освітньо-культурної діяльності, стала приділяти увагу особливим категоріям відвідувачів. Виникли і нові типи музейних установ, водночас здійснювалася і конкретна діяльність, що була спрямована на глибоку інтеграцію музею в сучасному суспільстві.

Музеєзнавство в Україні має багато проблем у всіх сферах діяльності: науково-дослідній, фондovій, науково-просвітницькій, видавничій. Існуючі музеї України накопичили великий досвід роботи, але поряд з тим, у них чимало недоліків та проблем: в ряді музеїв немає музейної ради, не розроблено єдиного списку та каталогу музеїв України, погано налагоджені зв'язки з музеями інших профілів, науково-дослідними інститутами, майже

відсутній обмін спеціалістами, не проводяться спільні наукові дослідження, працівники музеїв майже не беруть участі в міжнародних конференціях, конгресах, симпозіумах, виставках. В багатьох музеях України працівники мають великий практичний досвід наукової роботи, і це дозволяє їм працювати на високому професійному рівні. Кожна «нова ідея» проходить всі етапи свого народження, перш ніж буде втілена в життя. Саме завдяки таким методам роботи музеям України приділяється важливе місце в системі музейної справи, бо вони не лише врахували світовий досвід, а багато в чому піднесли рівень музейної справи на вищий щабель.

Для подальшого якісного розвитку музейної справи в Україні треба затвердити програму розвитку музейної справи. Її мета – зміцнення матеріально-технічної бази музеїв та забезпечення збереження історико-культурної спадщини. Серед основних завдань даної програми – забезпечення соціально-економічних та правових умов для ефективної діяльності музеїв, історичних пам'яток та інших цінних культурних об'єктів; підтримка і розвиток мережі музеїв; забезпечення підготовки та підтвердження кваліфікації музейних кадрів, їх правовий та соціальний захист; сприяння формуванню сучасної інфраструктури музейної справи; впровадження у діяльність музеїв сучасних інформаційних технологій; створення новітньої реставраційної бази, оснащення музеїв сучасними науково-дослідними та реставраційними матеріалами тощо. Треба передбачити проведення ремонту та реставраційних робіт у всіх музеях столиці.

Від реалізації вищенаведених пропозицій очікується насамперед покращення стану музеїв України, створення умов для зміцнення та розвитку матеріально-технічної бази цих культурних закладів. Щодо соціального ефекту, то тут сподіваються на покращення умов зберігання пам'яток музейного фонду України, на збільшення відвідувачів, і тим самим залучення їх до національних та світових культурних надбань. Крім того, з її виконанням також підвищиться роль музеїв в освітянській сфері, вихованні

молоді тощо. Також вона сприятиме поживленню міждержавного співробітництва, входженню музеїв України до міжнародних організацій.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

- узагальнення матеріалу (10 хв.)

На сьогоднішній день музеєзнавство є порівняно молодю науковою дисципліною, тому що припадає на кінець XIX ст., але користування музеєзнавства як науки відбулося пізніше. Подальшому розвитку музеєзнавчих знань значною мірою сприяли спеціалізовані центри музейної роботи. І наприкінці XX ст. формується музеєзнавство як самостійна наука.

- видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004. – ст. 185 – 198;

2. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000. – 115 – 131.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 9

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: інформаційна.

Тема: Історія музейництва міста.

Мета заняття: навчальна: визначити технологічні етапи організації музейної експозиції;

виховна: виховувати у студентів почуття прекрасного на кращих здобутках культури;

розвивальна: продовжувати формувати у студентів навички логічного мислення.

Методи: лекція, бесіда, пояснення, проблемний виклад матеріалу.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Музейні збірки накопичуються й систематизуються не лише з метою вивчення та централізованого зберігання. Найважливіші функції сучасних музеїв: пізнавально-інформаційна, популяризаційна, навчально-просвітницька. Всі ці функції реалізуються завдяки експозиційній діяльності музеїв.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. Спробуйте дати визначення поняттю «експозиція».
2. З яких етапів, на вашу думку, складається музейна експозиція?
3. Що входить в музейну експозицію?

V. План заняття.

1. Поняття експозиційної діяльності. (10 хв.)

Музейні збірки накопичуються й систематизуються не лише з метою вивчення та централізованого зберігання. Найважливіші функції сучасних музеїв: пізнавально-інформаційна, популяризаційна, навчально-просвітницька. Всі ці функції реалізуються завдяки експозиційній діяльності музеїв.

Експозиційна діяльність – це ознайомлення відвідувачів з найцікавішими експонатами музею, розміщеними у певному логічному порядку, побудованому за хронологічним (еволюційним), географічним, етнокультурним чи предметно-тематичним критеріями. Це основна складова музейної комунікації і підвалина для реалізації культурно-освітньої діяльності музею.

Термін «експозиція» (від лат. – виклад, опис) нині вживається щодо предметів, котрі виставлені на огляд за вітринами (музеїв, книжкових крамниць тощо). Першими прото-музейними експозиціями у світовій історії необхідно вважати виставки військових трофеїв, вивішені для всезагального

огляду в залах палаців і замків, виставки пишних приношень жертводавців у прадавніх храмах (цей звичай зберігся й у низці сучасних християнських храмів), колекції скульптури та живопису у віллах римських патриціїв і палацах імператорів тощо.

У добу зародження класичних музеїв (початок XIX ст.) їхні експозиції створювалися довільно. Метою було вразити пишнотою та екзотикою й розважити відвідувача. Згодом, із поступовим накопиченням музейних фондів та налагодженням їхнього предметного наукового вивчення, для експонування музейними працівниками стали відбиратися лише найвартісніші пам'ятки, уніфікувалися й принципи їхнього розміщення у виставкових залах музеїв. Таким чином, аморфні набори музейних скарбів для публічної демонстрації у другій половині XIX ст. поступилися місцем побудованим за чіткими науковими канонами тематичним експозиціям пам'яток, між котрими відвідувачі могли б простежити певний логічний (еволюційний) зв'язок.

Канони та методики організації експозиційної діяльності музеїв залишалися незмінними впродовж XX ст. Сучасність вносить у практику музейної справи низку інноваційних технологій, метою яких є посилення емоційного й пізнавального ефекту від відвідування музею, поширення новітніх засобів експозиційної анімації.

Принципи організації експозиційної діяльності музею. Усі сучасні експозиції будуються за комплексно-тематичним принципом з урахуванням хронологічного (еволюційного) та предметно-типологічного критеріїв. Тобто експозиція окремого виставкового залу репрезентує певну історичну епоху та надає відвідувачам типологічно подібну групу пам'яток, експозиція всього музею – послідовну сукупність історичних епох та предметно-типологічних рядів пам'яток. Для прикладу, в історичному музеї пам'ятки матеріальної культури розподілені між залами «епохами» та залами «культурами»; в художньому музеї за мистецькими епохами та географічними школами й напрямками мистецтва; в етнографічному музеї за етногеографічними

регіонами та типологічними групами предметів (писанки, кераміка, традиційне вбрання тощо).

У меморіальних, музеях-палацах, музеях-садибах, музеях-заповідниках дотримуються принципу побудови цілісних ансамблевих експозицій. Він передбачає збереження чи відтворення автентичної (реальної) обстановки життя й діяльності конкретної людини чи етносоціальної групи. При експонуванні природно-наукових предметів побудована за ансамблевим принципом експозиція називається «ландшафтна експозиція».

2. Технологічні етапи організації музейної експозиції. (10 хв.)

Організація експозиції – це процес добору та логічної наукової композиції експонатів, що складається з кількох технологічних етапів. Перший етап формування музейної експозиції має науково-технологічні етапи організації експозиції музею: розробка наукової концепції, складання тематично-експозиційних планів, підбір експонатів, складання пояснювальних текстів, монтаж експозиції.

Дирекція та відповідальні експерти музею на цьому етапі генерують ідеї щодо вигляду та змісту майбутньої експозиції, особливостей її компоновання і розміщення. Ідеї формуються в цілісну концепцію, і вже у руслі цієї концепції триває науковий пошук та здійснюються додаткові експертні дослідження, аналізується власний музейний фонд та ведуться переговори із спорідненими музейними інституціями.

Проектування експозиції відбувається за трьома напрямками: науковим, художнім та технічним.

У науковій концепції експозиції формулюється тема і провідна ідея експозиції, мета і методи досягнення її; вимоги до архітектурно-художнього вирішення й експозиційного устаткування; визначається місце задуманої експозиції в системі експозицій музею. Після схвалення наукової концепції чи одночасно з нею розробляється художня концепція.

В архітектурно-художній концепції експозиції кристалізується провідна художня ідея, палітра художніх образів, в яких повинна втілитися

наукова концепція; визначається модель просторової побудови експозиції, задаються тонально-кольорні й дизайнерські рішення. Обов'язковим є аналіз приміщення майбутньої експозиції, особливо якщо це пам'ятка архітектури.

Технічне оформлення експозиції передбачає розробку проектів сучасного експозиційного устаткування та технічних засобів (підсвітка, світлоілюмінація, звукові ефекти тощо). Сучасний рівень розвитку технічних засобів є важливим чинником сприйняття експозиції, дає змогу впливати на емоційну сферу відвідувачів.

3. Складання планів експозиції, добір і виготовлення експонатів.
(15 хв.)

Наступний етап діяльності музейних працівників – це розробка тематично-експозиційних планів, найскладніший та найтриваліший у часі етап формування експозиції.

У практиці української музейної справи історично склалися уніфіковані вимоги щодо побудови тематично-експозиційних планів. Такий план оформлюється, як таблиця й повинен мати такі обов'язкові розділи:

1) зміст експозиції (подається вступне обґрунтування та перелік назв розділів, тем і підтем спроектованої експозиції);

2) перелік експонатів (входять назви експонатів й інвентарні відомості про них);

3) місцезнаходження експонатів в експозиції (подається «прив'язка» індивідуальних шифрів експонатів до загальної нумерації експозиційних залів і стендів);

4) примітки (додаткові відомості та пояснення). Загалом тематико-експозиційний план містить вичерпний опис майбутньої експозиції із зазначенням її мети, завдань, послідовним переліком тем, підтем, комплексів і груп пам'яток, каталожним переліком затверджених експонатів.

Етап підбору експонатів важливий у плані дотримання принципів атракційності й репрезентативності предметів, що обираються з фондосховища для експонування. Якщо предмети (скажімо, монети) є в

кількох екземплярах, для експозиції обирається той з них, який зберігся краще чи яскравіший і привабливіший на вигляд.

4. Підготовка пояснювальних текстів. (15 хв.)

Доволі відповідальним етапом підготовки музейної експозиції є складання пояснювальних текстів. Адже для пересічного відвідувача більшість експонатів, позбавлених відповідних супровідних пояснень, – «німі», а отже, привертатимуть до себе набагато менше уваги.

При складанні текстового супроводу експозиції важливо здивувати читача, зацікавити його маловідомими фактами, пробудити в ньому інтерес першовідкривача.

Пояснювальні тексти експозиції прийнято поділяти на дві складові:

- провідні тексти, або експлікації (від лат. – «пояснюю»). Ці тексти містять основні характеристики та пояснення палітри пам'яток, представлених у тому чи іншому залі музею, їхня мета – ввести відвідувача у відповідну епоху, роз'яснити її особливості, пояснити, що об'єднує зібрані в одному залі експонати. Тексти-експлікації зазвичай обсягом не перевищують одного аркуша друкованого тексту, вони вкладаються у рамки і вивішуються на початку кожного експозиційного залу чи тематичної групи пам'яток;

- етикетаж – це короткі підписи під кожним експонатом та над кожним стендом. Виділяють етикетаж анотаційний (підписи до експонатів із зазначенням їх назви, часу створення чи появи, автора, матеріалу, походження тощо), номенклатурний (заголовки стендів, назви розділів і тем) та орієнтувальний (покажчики порядку огляду експонатів, таблиці й маршрути залів).

5. Монтаж експозиції. (15 хв.)

Завершальним етапом формування експозиції є її монтаж. Іноді на цьому етапі необхідно робити оперативні, зміни у попередні плани та ескізи, бо лише під час безпосереднього розміщення у виставкових залах нової експозиції та компонування її окремих стендів і тематичних розділів є змога зауважити певні огріхи проектування й вносити відповідні корективи.

Монтажне (технічне) проектування експозиції полягає в розробці групою музейних працівників (науковцями, дизайнерами, інженерами, мистецтвознавцями) комплексу документації, необхідної для виготовлення і збирання експозиційного устаткування, науково-допоміжних матеріалів, освітлювальної апаратури і технічних засобів.

Монтажний проект включає цілу низку документів: світлотехнічний проект; креслення, за яким виготовляються окремі деталі устаткування; складальні креслення, за якими здійснюється монтаж устаткування; монтажні «аркуші – креслення» ділянок експозиційної поверхні з точною вказівкою розташування експозиційних матеріалів; шаблони – монтажні аркуші, виконані в масштабі 1:1; документи з облаштування систем опалення, вентиляції, охоронної і пожежної сигналізації; ескізи макетів, діорам, монументально-декоративних елементів оформлення й інших допоміжних матеріалів. Спеціальна технічна документація розробляється на всі системи технічних засобів, що застосовуються в експозиції: звуковідтворюючі засоби, голографію, поліекрани, діапроектори. У сучасних музеях ці засоби поєднуються єдиною автоматичною системою управління (для аудіовізуального супроводу показу експозиції відвідувачам).

На основі монтажних аркушів та шаблонів виготовляється необхідне устаткування, кріплення, планшети для анотацій тощо і здійснюється монтаж експозиції. Для уточнення і корекції можливих помилок перед остаточним монтажем багато музеїв проводять розкладку – «прикидочне» розміщення експонатів відповідно до монтажних аркушів, у процесі якої перевіряється візуальна сумісність експонатів і загальне враження від експозиції, уточнюється тематико-експозиційний план.

Насправді монтаж експозиції – процес доволі складний і дискусійний, адже важливо так взаєморозташувати групи пам'яток, щоб підкреслити головні акценти експозиції, передбачити, в яких саме залах очікуватимуться максимальні скупчення зацікавлених екскурсантів, а в яких плинність екскурсійного потоку буде стандартною. Не менш важливо дотриматися

принципів гармонійності при монтажі експозиційних стендів та залів, враховувати їх масштабні співвідношення, фактурні особливості й кольорову гаму. І, безумовно, у процесі монтажу експозиції враховується міра уразливості експонатів до дії прямого сонячного світла, фотоспалахів, найменших температурних коливань у періоди скупчень туристів. Для захисту таких уразливих предметів (скажімо, папірусних згорток чи манускриптів) використовують спеціальні технічні засоби захисту, а в окремих випадках узагалі замінюють оригінал пам'ятки на її точну копію.

Побудова експозицій сучасних музеїв ведеться за двома основними проектними схемами:

- лінійна схема – передбачає послідовне позовжне представлення горизонтальними рядами пам'яток і стендів у залах, що переходять одна в одну;

- комплексна схема – передбачає повне відтворення первісного середовища, де експозиційну цінність становить буквально все, що оточує відвідувача. За такою проектною схемою відтворюються інтер'єри гробниць-мавзолеїв, прадавніх храмів, жител, меморіальних кабінетів, природного ландшафту тощо).

Для оптимального компонування експозиційних матеріалів у тематичних чи ансамблевих комплексах науковий співробітник разом з художником вибирає експозиційні прийоми, тобто способи групування експозиційних матеріалів.

Існують такі найпоширеніші експозиційні прийоми:

- виділення експозиційних центрів і чільних експонатів, що мають максимальне сутнісне й образне навантаження;
- розрядка шляхом створення ділянок порожнього простору навколо найважливіших експонатів з метою акцентування на них уваги;
- виявлення логічних, образно-естетичних та сприйняттєво-візуальних зв'язків між предметами;
- зіставлення або протиставлення (прийом контрастного показу);

- «масований» показ однотипних предметів, сконцентрованих на невеликій площі;
- розташування експонатів, котрі вимагають розгляду з близької відстані, у межах найзручнішого для огляду експозиційного поясу – вздовж смуги вертикальної поверхні експозиційного приміщення на рівні від 70 – 80 см (нижня межа) до 200 – 220 см (верхня межа) від підлоги;
- виділення першого і другого планів, а також створення схованого плану експозиції в турнікетах, касетних стендах;
- застосування дзеркал, луп, обертових подіумів та інших технічних засобів.

В добу інформаційного «буму» актуальною проблемою експозиційної діяльності сучасних музеїв є прагнення утримати «планку» суспільної зацікавленості, актуальності й популярності установи серед відвідувачів. У таких реаліях трансформується сама ідея експозиції як чогось непорушного й сталого в часі.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

- узагальнення матеріалу (10 хв.)

Уміння побудувати цікаву експозицію, органічно «вписану» у простір виставкової зали, – це складне поєднання науки й естетично-мистецьких канонів. Аджде від того, яким буде дизайн майбутньої експозиції, нерідко залежить її популярність серед екскурсантів.

- видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980. – ст. 69 – 83;

2. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005. – 96 – 109.

ПЛАН ЗАНЯТТЯ № 10

Вид заняття: лекція.

Тип заняття: інформаційна.

Тема: Художні музеї міста.

Мета заняття: навчальна: визначити мету і завдання музейної екскурсії;
виховна: виховувати у студентів естетичні почуття та любов до рідної землі;

розвивальна: сприяти формуванню у студентів вміння узагальнювати і систематизувати.

Методи: лекція, бесіда, пояснення.

Матеріально-технічне забезпечення: зошити, підручники, дошка.

Література: основна:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія. – Львів, 2005;
2. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. – К., 1980;
3. Музейна справа. – М., 2003;
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв / Під ред. Н. Гасюк. – Івано-Франківськ, 2005;
5. Основи музеєзнавства: Навчальний посібник / Е. Шулепова. – М., 2005;
6. Сотникова С. Музеологія. – М., 2004;
7. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000.

Додаткова:

1. Відомі столиці та міста світу: Довідник / Гарін В., Лисюченко В. – Р/нД: Фенікс, 2001;
2. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси та статистика, 2001;
3. Іванова Л.В. Відомі міста світу. – Смоленськ: Русич, 2003;
4. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора та туриста. – М.: Рад. Спорт, 2000.

Структура заняття

I. Організаційна частина.

II. Актуалізація опорних знань. (3 хв.)

Екскурсійна робота – основний вид освітньо-виховної діяльності музеїв. Екскурсія – це специфічна форма освітньої роботи з організованою групою відвідувачів, яка ґрунтується на зоровому сприйнятті експозиції, поєднаному з розповіддю про неї, і пояснює, доповнює експозицію.

III. Повідомлення теми, формування мети та основних завдань. (2 хв.)

IV. Мотивація навчальної діяльності. (7 хв.)

1. Що, на вашу думку, включає в себе сучасна музейна екскурсія?

2. З яких етапівмає складатися екскурсія?

3. Що становить джерельну базу в процесі підготовки екскурсії?

V. План заняття.

1. Історія появи поняття «етапи екскурсії». (20 хв.)

У процесі підготовки нової екскурсії можна виділити ряд основних етапів, що розташовуються у визначеному порядку. Вперше поняття «етапи екскурсії» було введено в ужиток у 1976 р. Тоді ж було названо п'ятнадцять основних етапів.

Розглянемо їх у тій послідовності, що склалася в практиці роботи екскурсійних установ та організацій:

- 1) визначення мети і завдань екскурсії;
- 2) вибір теми;
- 3) добір літератури й упорядкування бібліографії;
- 4) визначення джерел екскурсійного матеріалу. Знайомство з експозиціями і фондами музеїв по темі;
- 5) добір і вивчення екскурсійних об'єктів;
- 6) упорядкування маршруту екскурсії;
- 7) об'їзд або обхід маршруту;
- 8) підготовка контрольного тексту екскурсії;
- 9) комплектування «портфеля екскурсовода»;
- 10) визначення методичних прийомів проведення екскурсії;

- 11) визначення техніки ведення екскурсії;
- 12) упорядкування методичної розробки;
- 13) упорядкування індивідуальних текстів;
- 14) прийом (захист) екскурсії;
- 15) затвердження екскурсії.

Екскурсії розрізняють:

- 1) за змістом (тематичні, оглядові);
- 2) за складом відвідувачів (для школярів, військових, селян, вчених тощо);
- 3) за цільовим призначенням (навчальні, загальноосвітні, вузькоспеціалізовані);
- 4) за місцем проведення (пам'ятки природи, історичні місця тощо);
- 5) за способом пересування (пішохідна, автобусна, комбінована);
- 6) за методом роботи (за наперед поставленими завданнями або з аналізом окремих експонатів).

Кожний вид екскурсій має свої особливості й методику.

Найбільш поширеними є оглядові екскурсії. Це загальний, або, як його ще називають, наскрізний показ музею. Такі екскурсії охоплюють великий хронологічний період, ознайомлюють з пам'ятками різних епох, розкривають тривалі етапи розвитку техніки, військової справи, історії, економіки, мистецтва. Отже, оглядові екскурсії ознайомлюють лише з основними колекціями. У зв'язку з розвитком масового туризму їх значення зростає.

Тематичні екскурсії являють собою цілеспрямовану розповідь на певну музейну тему. Вони бувають: історичні, історико-краєзнавчі, літературні, мистецтвознавчі, природничо-наукові. Теми таких екскурсій можуть бути широкими (охоплювати увесь розділ експозиції) і вузькими (стосуватися окремого експозиційного комплексу). Вони спрямовані на поглиблене й різнобічне ознайомлення з музейними матеріалами.

2. Визначення мети і завдань екскурсії, джерел екскурсійного матеріалу.

(25 хв.)

Екскурсійна робота – основний вид освітньо-виховної діяльності музеїв. Екскурсія – це специфічна форма освітньої роботи з організованою групою відвідувачів, яка ґрунтується на зоровому сприйнятті експозиції, поєднаному з розповіддю про неї, і пояснює, доповнює експозицію. Екскурсовод зосереджує увагу на всіх важливих пам'ятках, розкриває внутрішній зміст їх, розповідає не лише про виставлені матеріали, а й про те, що їх об'єднує, – про причини тих чи інших подій, їхній початок, розвиток і завершення, учить бачити й розуміти твори мистецтва, розкриває суть і значення історичних джерел тощо. Екскурсії прилучають відвідувачів до пізнання природи, матеріальної й духовної культури народу, збагачують наукові знання людини, сприяють естетичному вихованню.

У музеї будь-якого профілю екскурсія, як правило, складається з трьох частин:

1) вступної, у якій екскурсовод готує відвідувачів до сприйняття експозиції, ознайомлює їх з історією музею, активізує увагу, встановлює контакт зі своїми слухачами;

2) основної, де екскурсовод розповідає про об'єкти експозиції, дає науково обґрунтоване висвітлення подій, відбитих у пам'ятках історії і культури, мистецтва тощо;

3) заключної, де екскурсовод підбиває підсумки та робить узагальнення, у яких закріплюється провідна ідея екскурсії.

Будуючи екскурсію, потрібно:

1) точно визначити назву;
2) встановити хронологічні рамки;
3) продумати провідну тезу;
4) відібрати провідні експонати (оскільки розповісти про всі неможливо);

5) обміркувати логічні «містки» між експонатами, намітити маршрут майбутньої екскурсії;

6) визначити зміст вступної й заключної частини екскурсії.

У вступі слід навести короткі відомості з історії музею, дати характеристику епохи, в заключній частині підсумок екскурсії та висновки про значення музею.

Далі складають методичний план і пишуть текст екскурсії (методичну розробку). Методичний план – це короткий послідовний перелік назв основних частин екскурсії: розділів, експозиційних тем, підтем, про які йтиметься під час екскурсії. Він близький до тематичної структури експозиції. Його загальна схема:

- 1) назва екскурсії;
- 2) коротка історія музею (його колекцій, будівлі, відкриттів, наукової роботи тощо);
- 3) характеристика епохи, що її охоплюють хронологічні рамки екскурсії;
- 4) виклад експозиції;
- 5) закінчення (висновки про значення музею і його пам'яток);
- 6) бібліографія, використана для підготовки екскурсії.

3. Добір і вивчення екскурсійних об'єктів. (20 хв.)

У найпростішому вигляді схема всіх екскурсій, незалежно від теми, виду і форми проведення, однакова: вступ, основна частина, висновок.

- 1) вступ, як правило, складається з двох частин:
 - організаційної (знайомство з екскурсійною групою та інструктаж екскурсантів про правила безпеки і поведінки на маршруті);
 - інформаційної (коротке повідомлення про тему, протяжності і тривалості маршруту, час закінчення екскурсії).

2) основна частина екскурсії:

основна частина базується на конкретних екскурсійних об'єктах, сполученні показу і розповіді. Її зміст складається з декількох підтем, що повинні бути розкриті на об'єктах і поєднані темою. Кількість підтем екскурсії звичайно складає від 5 до 12. Важливим для створення екскурсії є добір об'єктів таким чином, щоб розглядалися тільки ті об'єкти, які

допомагали б розкрити тему екскурсії, причому з певним дозуванням часу в залежності від значимості тієї або іншої підтеми в даній екскурсії.

В основній частині висвітлюється саме текст екскурсії. Його необхідно komponувати таким чином, щоб розповідь про той чи інший об'єкт була співвідносною з його показом. Тобто, опис характеристика того чи іншого експоната проводиться під час його показу екскурсантам або ж вона пов'язана з темою логічними переходами.

3) висновок:

висновок, як і вступ, не пов'язаний з екскурсійними об'єктами. Він повинен займати за часом не більше 5 – 7 хвилин і складатися з двох частин:

Перша – підсумок основного змісту екскурсії, висновок по темі, що реалізує ціль екскурсії. Доцільно рекомендувати літературу, яку можна прочитати по темі екскурсії додатково. І особливо ті видання, які можна придбати безпосередньо в музеї або ж у найближчій книгарні. Формуванню позитивного враження про музей та проведену екскурсію сприятиме й те, що автор чи співавтор рекомендованої літератури буде запрошений для позаекскурсійного спілкування з туристами і на придбаних примірниках власноруч поставить автограф чи короткий привітальний напис на згадку про відвідування. Як правило, такий підхід сприяє значному збільшенню продажу літератури.

Друга – інформація про інші екскурсії, які можуть розширити і поглибити дану тему. А також і ті, які пропонує туристичне підприємство – партнер музею. Висновок так само важливий, як і вступ, і основна частина, адже від вдалого завершення розповіді та реклами інших екскурсій, багато в чому залежить, чи захочуть ці екскурсанти стати постійними клієнтами фірми – партнера, чи підшукають собі іншу.

VI. Підведення підсумків. (13 хв.)

- узагальнення матеріалу (10 хв.)

У процесі підготовки екскурсії можна виділити ряд основних етапів, що розташовуються у визначеному порядку. Вперше поняття «етапи

екскурсії» було введено в ужиток у 1976 р. Тоді ж було названо п'ятнадцять основних етапів.

- видача завдання для самостійної роботи студентів (3 хв.)

1. Музейна справа. – М., 2003. – ст. 134 – 165;
2. Шляхтіна Л. Основи музейної справи. – Спб., 2000. – 526 – 545;
3. Підготувати текст екскурсії на тему: «Мистецтво рідного краю в роки Великої Вітчизняної війни».