

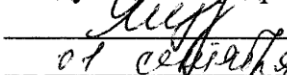
Учреждение образования
«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»

Исторический факультет

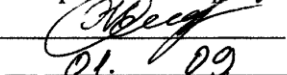
Кафедра истории Беларуси

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой истории Беларуси

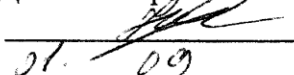

О.Г. Яценко
01 сентября 2015 г.

Председатель методического совета
исторического факультета


С.Б. Жихарев
01. 09 2015 г.

СОГЛАСОВАНО

Декан исторического факультета


Н.Н. Мезга
21. 09 2015 г.

Учебно-методический комплекс
по учебной дисциплине
«ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА МУЗЕЙНОГО ДЕЛА»
для специальности 1-23 01 12-01
«Музейное дело и охрана историко-культурного наследия»

Составитель: кандидат исторических наук, доцент кафедры истории Беларуси
О.В. Марченко

Рассмотрено и утверждено
на заседании кафедры истории Беларуси

01 сентября 2015 г.,
протокол № 1

Рассмотрено и утверждено
на заседании научно-методического
совета университета

18 11 2015 г.,
протокол № 2

Содержание

1 Пояснительная записка	3
2 Теоретический раздел	4
2.1 Конспект лекций по дисциплине «Теория и методика музейного дела»	4
3 Практический раздел	107
3.1 Планы семинарских занятий по дисциплине	107
3.2 Задания по управляемой самостоятельной работе студентов	118
4 Раздел контроля знаний	123
4.1 Вопросы к зачету по дисциплине	123
4.2 Вопросы к экзамену по дисциплине	124
4.3 Тестовые задания	125
5 Вспомогательный раздел	131
5.1 Учебная программа по дисциплине	131
6 Информационно-методическая часть	154
6.1 Литература	154

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ

1 Пояснительная записка

Дисциплина «Теория и методика музейного дела» является одной из основных в профессиональной подготовке будущих музейных специалистов. В ее рамках рассматриваются основные направления деятельности музеев на территории бывшего постсоветского пространства и за рубежом. К ним, в частности, относятся научное комплектование, исследовательская, научно-фондовая, экспозиционно-выставочная, культурно-образовательная работа. Большое внимание уделяется рассмотрению форм комплектования музейных фондов, теоретических и методических аспектов проектирования экспозиции, организации и реализации таких форм культурно-образовательной деятельности музеев, как экскурсия, лекция, викторина и др.

Целью данной дисциплины является знакомство студентов со сферой их деятельности, формирование фундамента музеологических знаний на основе изучения достижений мировой и отечественной музеологической мысли.

Начинается УМК с теоретического раздела, который включает конспект лекций в соответствии с учебной программой. В них раскрыты важнейшие теоретические положения и приведен основной фактологический материал. Практический раздел представляет собой методическое руководство к подготовке к семинарским занятиям. Он содержит список необходимой учебной литературы по темам. Тематика семинарских занятий составлена в соответствии с учебной программой по дисциплине. Помимо этого, представлены задания по управляемой самостоятельной работе студентов и тематика рефератов.

В разделе контроля знаний размещены вопросы к зачету и экзамену, а также тестовые задания по учебному материалу. Тесты позволяют не только проверить уровень знаний студентов, но и закрепить изученный материал. Они также могут быть использованы для проверки текущей успеваемости студентов на протяжении учебного года.

Вспомогательный раздел включает в себя рабочую программу с учебно-методической картой. Она позволяет студенту ознакомиться с объемом знаний, которые необходимо усвоить в рамках дисциплины. Информационно-методическая часть представлена списком научной литературы и учебных пособий, необходимых для освоения программы дисциплины.

Дисциплина «Теория и методика музейного дела» изучается студентами 3 курса специальности 1-23 01 12-01 «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия».

2 Теоретический раздел

2.1 Конспект лекций по дисциплине

Тема 1. Музей как социально-культурный институт.

План:

1. Понятие «музей».
2. Музейный предмет и его свойства.
3. Социальные функции музея.
4. Музейная коммуникация.

1. Понятие «музей».

Понятие «музей» появилось в культурном обиходе человечества более двух с половиной тысяч лет назад, но в современную эпоху его содержание кардинально изменилось. Древние греки изначально понимали под мусейоном святилище муз, а со временем с этим словом стало связываться и представление о месте для занятия литературой, наукой и научного общения. В эпоху Средневековья, когда канули в небытие многие традиции и институты античного мира, понятие «мусейон» вышло из употребления вместе с относящимся к нему культурным контекстом. Вторую жизнь подарила ему эпоха Возрождения, но при этом наполнила его новым смыслом. Музеем стали называть сначала коллекции памятников античности и произведений искусства, затем образцов мира природы и всего, что воспринималось в качестве «редкости» и «дикины». Но уже во второй половине XVI в. термин «музей» все чаще начинают употреблять не только по отношению к собранию предметов, но и к помещению, в котором оно хранится и экспонируется.

Появлению нового аспекта в своей трактовке музей обязан эпохе Просвещения с ее акцентами на равенство образовательных возможностей людей, культом разума и пропаганды знаний. Из собрания, доступного лишь немногим желающим, музей вырастает в учреждение, открытое для широкой публики, и его определяющим признаком становится уже не только наличие коллекции, ее хранение и изучение, но и показ. В XIX в. завершается процесс формирования музея как социокультурного института. В начале XX в. его еще нередко определяли как собрание предметов, представляющих интерес для ученых, систематизированное и экспонируемое в соответствии с научными методами. Однако дальнейшая демократизация музея привела к тому, что в его дефиниции стала подчеркиваться ориентированность на все слои населения.

В наши дни существует целый ряд определений музея, что в значительной степени объясняется сложностью и многоликостью самого

феномена. XX век подарил человечеству новые типы музеев. Пришло осознание того, что сохранять и экспонировать можно и нужно не только предметы, но и характерное для них окружение, различные фрагменты историко-культурной среды, виды человеческой деятельности. Появились музеи под открытым небом, в основе которых — не традиционная коллекция предметов, а памятники архитектуры и народного быта, представленные в своем естественном природном окружении. Возникли и музеи, экспонирующие главным образом не подлинники, а их воспроизведения.

Еще одна причина многообразия существующих определений музея — развитие теоретического музееведения и различные исследовательские подходы специалистов, а также разнообразие целей и задач, ради которых создается дефиниция. В изданиях справочного характера музеи обычно трактуются как научно-исследовательские и культурно-просветительные учреждения, которые в соответствии со своими социальными функциями осуществляют комплектование, учет, хранение, изучение и популяризацию памятников истории, культуры, а также природных объектов. В Федеральном законе «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» (1996) музей определен как «некоммерческое учреждение культуры, созданное собственником для хранения, изучения и публичного представления музейных предметов и коллекций».

В международной практике обычно используется определение, выработанное Международным советом музеев (ИКОМ) и включенное в его Устав в 1974 г. С учетом поправок, внесенных в последний вариант Устава в 1995 г., эта дефиниция звучит следующим образом: *музей* — это «постоянное некоммерческое учреждение, находящееся на службе общества и его развития и открытое для людей, оно приобретает, сохраняет, изучает, популяризирует и экспонирует в образовательных, просветительных и развлекательных целях материальные свидетельства человека и окружающей его среды».

2. Музейный предмет и его свойства.

Термин «музейный предмет» еще в начале 1930-х годов ввел в отечественный научный оборот Н.М. Дружинин.

В природе и обществе существует немало объектов и предметов, которые обладают научной, художественной, исторической или мемориальной ценностью и в силу этого имеют значимость для использования в музее. Их принято называть *предметами музейного значения*. Для того чтобы приобрести статус музейного предмета, они должны пройти ряд последовательных операций, в ходе которых их подготавливают к длительному хранению и многоплановому использованию.

Сначала предмет музейного значения выявляют в так называемой среде бытования, то есть в той части природной или социальной среды, где он находится, используется или хранится, взаимодействуя с другими предметами или с человеком. Изъятый из среды бытования предмет

музейного значения поступает в музей, принимается на учет и хранение, проходит полную или первичную научную обработку, и только после этого он приобретает статус *музейного предмета*.

После включения предмета в музейное собрание его связи и отношения со средой бытования разрываются, и он лишается того функционального значения, которое имел прежде, будучи, например, орудием труда или предметом быта. В музее становится главным не функциональное значение предмета, а его общественное значение как памятника истории и культуры. В музейном собрании он превращается в документальное свидетельство, знак, символ конкретного факта, события, явления или процесса. В ходе изучения музейного предмета специалисты реконструируют его отношения со средой бытования, выявляют присущие ему признаки и характеристики; в фондовых коллекциях и экспозиции он приобретает новые связи с другими предметами, подобными ему или отличными от него. Тем самым он включается в определенный исторический контекст.

Например, помещенное в музейное собрание Евангелие утрачивает функциональное значение богослужебной книги, которое оно имело в среде бытования - в храме. В музейном собрании Евангелие приобретает новое, общественное значение и воспринимается теперь как произведение книжного искусства и свидетельство важнейших черт культуры своего времени. Найденные во время археологических раскопок домашняя утварь или орудия труда, давно утратили свое утилитарное назначение, но они представляют несомненную социальную ценность, поскольку в этих предметах присутствуют определенные черты и характеристики породившей их деятельности.

Наиболее широкое распространение и признание получили три свойства музейного предмета, характеризующие его различные стороны, - информативность, аттрактивность, экспрессивность.

Информативность характеризует содержательную сторону музейного предмета, его способность выступать в качестве источника сведений об исторических событиях, культурных, общественных и природных явлениях и процессах. Совокупность сведений о предмете, зафиксированная в документах научного описания, составляет информационный потенциал предмета. Эти сведения разделяют на две условные группы – внутреннее информационное поле и внешнее информационное поле. Внутреннее информационное поле содержит информацию, отраженную непосредственно предметом или закодированную в нем самом. Это, как правило, те сведения о признаках предмета, которые в музееведении принято называть атрибутивными – название предмета, его назначение, размер, форма, материал, техника изготовления, надписи, подписи, клейма и т.п. Внешнее информационное поле включает сведения об истории предмета, месте его происхождения и бытования, о событиях и лицах, связанных с ним, т.е. информацию «вокруг предмета», косвенно связанную с ним, почерпнутую из других источников. Внутреннее и внешнее информационные поля составляют информационный потенциал, который является необходимым

условием функционирования музейного предмета.

Аттрактивность характеризует внешнюю сторону предмета, его способность привлекать внимание своими внешними признаками, в частности формой, размером, цветом.

Экспрессивность связана с ценностным восприятием предмета, с его способностью вызывать у человека ассоциации и ощущение сопричастности к определенным событиям, явлениям и фактам. Подобные чувства могут возникать благодаря сведениям об истории создания предмета или среде бытования, о связи его с известными событиями и людьми. Эти сведения передаются в экспозиции через этикетаж или рассказ экскурсовода. Перо и чернильница А.С.Пушкина, жилет, в котором поэт стрелялся на дуэли с Дантесом, гитара В.С.Высоцкого – все эти экспонаты могут служить примерами экспрессивных свойств музейных предметов.

Некоторые исследователи, например В.В.Кондратьев, Д.А.Равикович, выделяют в качестве самостоятельного свойства музейного предмета его **репрезентативность**, то есть представительность в ряду однотипных предметов, которая тесно связана с таким свойством предмета как информативность. В данном случае речь идет о том, что среди похожих предметов есть такие, которые в сравнении с остальными наиболее полно и ярко отражают то или иное явление действительности. Их информационные возможности превосходят информационный потенциал аналогичных предметов. Зарубежные исследователи, в частности З.Странский, И.Ян, для обозначения особых свойств музейного предмета как носителя информации используют термин «музеальность» (от «музеалия» - музейный предмет).

Таким образом, **музейный предмет** можно охарактеризовать как движимый объект природы или материальный результат человеческой деятельности, который в силу своей значимости для музейного использования изъят из среды бытования и включен в состав музейного собрания. Понятие музейный предмет обычно применяется к подлинникам, но некоторые музеееды – В.Ю.Дукельский и В.Е.Туманов – считают возможным отнести к данной категории и специально созданные для экспонирования макеты и воспроизведения музейных предметов, которые выступают в функции памятников.

В практической деятельности теория музейного предмета используется главным образом для выработки критериев отбора предметов в музейное собрание и совершенствования принципов их научного описания. Поэтому наибольшее значение понятие «музейный предмет» имеет для исторических и краеведческих музеев; в естественнонаучных музеях его познавательные возможности достаточно ограничены, а в художественных музеях преобладают эстетические и искусствоведческие критерии комплектования собраний.

3.Социальные функции музея.

Вопрос об общественном предназначении музеев имеет давнюю

историю. Однако теоретическая разработка проблемы социальных функций музея стала возможной лишь на определенном этапе развития музееведения. В России эту проблему впервые поставил в ряде своих работ в конце 1960-х – начале 1970-х годов А.М.Разгон, а в последующие десятилетия она стала предметом исследования Д.А.Равикович, Ю.П.Пишулина, А.Б.Закс.

В отечественном и зарубежном музееведении в качестве основополагающих традиционно выделяют две исторически сложившиеся функции, определяющие специфику музейной деятельности, место и роль музея в обществе и культуре – функцию документирования и функцию образования и воспитания.

Функция документирования предполагает целенаправленное отражение в музейном собрании с помощью музейных предметов различных фактов, событий, процессов и явлений, происходящих в обществе и природе. Суть музейного документирования заключается в том, что музей выявляет и отбирает объекты природы и созданные человеком предметы, которые могут выступать подлинными (аутентичными) свидетельствами объективной реальности. После включения их в музейное собрание они становятся знаком и символом конкретного события и явления. Это присущее музейному предмету свойство отражать действительность в еще большей степени раскрывается в процессе изучения и научного описания предмета.

Функция образования и воспитания основывается на информативных и экспрессивных свойствах музейного предмета. Она обусловлена познавательными и культурными запросами общества и осуществляется в различных формах экспозиционной и культурно-образовательной работы музеев.

По мнению ряда исследователей, например Д.А.Равикович, помимо этих двух функций для музея характерна еще и **функция организации свободного времени**, которая обусловлена общественными потребностями в культурных формах досуга и эмоциональной разрядке. Она является производной от функции образования и воспитания, поскольку посещение музея в свободное время связано в основном с мотивами познавательно-культурного характера. Эта функция в скрытом виде исторически присуща музейным учреждениям хотя бы по той причине, что посещение музеев связано, как правило, с использованием досуга.

Проблема социальных функций музея обсуждается отечественными и зарубежными музееведами уже не одно десятилетие, ее вряд ли можно считать окончательно решенной. Одни исследователи высказывают неудовлетворенность традиционными представлениями о том, что музей характеризуется только двумя вышерассмотренными социальными функциями, другие предлагают, что само понятие «социальная функция» по отношению к музею требует кардинального пересмотра. При всем разбросе имеющихся суждений и мнений большинство исследователей подтверждают значимость функционального анализа для понимания роли и места музея в обществе и определения путей его дальнейшего развития.

Социальные функции музея тесно связаны между собой и находятся в

непрерывном взаимодействии. Процесс документирования продолжается в русле экспозиционной и культурно-образовательной деятельности музея. Ведь экспозиция представляет собой специфическую форму публикации той научной работы, которая ведется в процессе комплектования музейных предметов, их изучения и описания. Преимущественно на основе экспозиций осуществляется и функция образования и воспитания. Экскурсии, лекции и другие формы просветительной деятельности музея служат комментарием к экспозиции и представленным в ней музейным предметам.

Повышение роли музеев в организации досуга людей, в свою очередь, влияет на экспозиционную и культурно-образовательную деятельность. Это наглядно проявилось в тенденции создавать более привлекательные для посетителей экспозиции путем воссоздания в них интерьеров, помещения в них действующих моделей и различных технических средств - звукового сопровождения, киноэкранов, мониторов, компьютеров, а так же в использовании театрализованных форм работы с посетителем, музейных концертов, праздников, балов.

4. Музейная коммуникация.

Коммуникация (лат. communico – делаю общим, связываю, общаюсь) – это передача информации от одного сознания к другому. Общение, обмен идеями, мыслями, сведениями – такой смысловой ряд выстраивается в связи с этим понятием. Коммуникация обязательно протекает посредством какого-либо носителя; в его качестве могут выступать материальные объекты, логические конструкции, речь, знаковые системы, ментальные формы и другие проявления. Когда субъекты коммуникации не вступают в прямой контакт, коммуникация осуществляется посредством текста или другого носителя информации. Главная черта коммуникации – это наличие возможности для субъекта понять ту информацию, которую он получает.

В начале XX века появился термин «социальная коммуникация», а после второй мировой войны возникли философские концепции развития общества, рассматривающие социальную коммуникацию как источник и основу общественного развития.

Понятие «музейная коммуникация» ввел в научный оборот в 1968 году канадский музеолог Дункан Ф.Камерон. Рассматривая музей как коммуникационную систему, он считал ее отличительными специфическими чертами визуальный и пространственный характер. Согласно его трактовке, музейная коммуникация – это процесс общения посетителя с музейными экспонатами, представляющими собой «реальные вещи». В основе этого общения лежит, с одной стороны, умение создателей экспозиции выстраивать с помощью экспонатов особые невербальные пространственные «высказывания», а с другой – способность посетителя понимать «язык вещей».

Такой подход позволил Д.Ф.Камерону сформулировать ряд предложений по организации музейной деятельности и взаимодействию

музея и аудитории. Во-первых, наряду с хранителями-экспозиционерами полноправное участие в создании музейной экспозиции должны принимать художники (дизайнеры), которые профессионально владеют языком визуально-пространственной коммуникации. Во-вторых, экскурсоводам (музейным педагогам) следует отказаться от попыток перевести визуальные «высказывания» в вербальную форму, а обучать «языку вещей» тех посетителей, которые этим языком не владеют. В-третьих, в музей должны прийти новые специалисты – музейные психологи и социологи, которые будут обеспечивать «обратную связь» в целях повышения эффективности музейной коммуникации путем коррекции как процессов создания экспозиции, так и процессов ее восприятия.

Работы Д.Ф.Камерона, вызвав в среде музейных профессионалов не только признание, но и критические отклики, тем не менее, стали одним из поворотных пунктов в развитии музееведческой теории. До начала 1960-х годов сохранялось определенное отчуждение музеев от общества. Научные исследования предшествующих десятилетий были направлены главным образом на изучение коллекций, вопросы же взаимодействия с аудиторией оставались вне поля зрения музейных специалистов. Между тем стала настоятельно ощущаться потребность в теории, позволяющей объяснить процесс взаимодействия музеев с обществом и направить его в нужное русло. Заполнить этот вакуум в музееведении помогли коммуникационные представления, получившие к тому времени распространение в других областях знания. В 1980-е годы происходит оформление теории музейной коммуникации, которая складывалась наряду и в полемике с такими традиционными направлениями, как, например, теория музейного предмета, теория музейной деятельности. Существенный вклад в ее разработку наряду с трудами Д.Ф.Камерона внесли исследования Ю.Ромедера, В.Глузинского, Д.Портера, Р.Строгана, М.Б.Гнедовского.

Постепенно в музееведении сформировался новый, коммуникационный подход, при котором посетитель рассматривался в качестве полноправного участника процесса коммуникации, собеседника и партнера музея, а не пассивного получателя знаний и впечатлений, как это имело место в рамках традиционного подхода. Обозначились и разные структурные модели музейной коммуникации.

Одна из наиболее распространенных моделей состоит в том, что посетитель общается с сотрудником музея с целью получения знаний, а экспонаты служат предметом или средством этого общения. В рамках другой модели посетитель общается непосредственно с экспонатом, который приобретает при этом самоценное значение. Цель этого общения – неполучение знаний, а эстетическое восприятие, которое не должно подавляться информацией искусствоведческого характера. Такая форма коммуникации в большой степени характерна для художественных музеев, которые вместо сообщения искусствоведческих знаний создают для музейной аудитории условия для эстетических переживаний и учат эстетическому восприятию экспоната как особому искусству.

Восприятие экспозиции в значительной степени зависит от индивидуальных особенностей посетителя, поскольку идеи и образы, выраженные предметами, всегда воспринимаются сквозь призму внутреннего мира личности. Поэтому акт музейной коммуникации может быть не только успешным, но и прерванным, в случае если культурные установки обоих субъектов коммуникации различны, и те ценностные значения, которыми наделил вещи один из субъектов, вторым «не прочитываются». Для устранения коммуникационных нарушений и в целях выработки «общего взгляда на вещи», необходим диалог между субъектами коммуникации, который может включать элементы вербального комментирования смысла собрания предметов. Необходимы также социальные и психологические исследования в рамках «музей и посетитель», которые позволяют музеям устанавливать «обратную связь» со своей аудиторией.

Тема 2. Виды музейных учреждений.

План:

- 1. Классификация музеев.**
- 2. Профиль музеев.**
- 3. Типология музейных учреждений.**

1. Классификация музеев.

К 1980-м гг. была сформирована обширная музейная сеть СССР. Описание данной сложной системы было невозможно без классификации входящих в нее музеев. Классификация является важной характеристикой музейного мира страны и имеет тенденцию к усложнению своей структуры. Со времени формирования отечественной музейной сети в 1920-х гг. система классификации музеев не раз изменялась, находясь в непосредственной зависимости от общей социокультурной ситуации в стране и в неразрывной связи с развитием музейных учреждений, науки и культуры. На конференции ИКОМ в Барселоне (2001 г.) была предложена классификация мирового музейного сообщества по принципам его финансирования: европейские музеи, находящиеся на дотации государства; американские, финансирующиеся частными лицами; музеи развивающихся стран, находящиеся на минимальной дотации государства и поэтому вынужденные искать способы для своего выживания.

На постсоветском пространстве принята следующая классификация музеев:

- 1) по юридической принадлежности;
- 2) по профильным группам;
- 3) по масштабу деятельности (центральные, региональные, местные);
- 4) по статусу (особо ценные объекты, головные музеи, филиалы);
- 5) по типам (научно-исследовательские, научно-просветительские,

ученые);

б) по административно-территориальному признаку (республиканские, краевые, областные, районные).

К традиционной группе, которая формируется по признаку принадлежности, относятся государственные музеи. Они являются собственностью государства, финансируются из государственного бюджета и находятся в подчинении Министерства культуры.

К категории общественных музеев относятся музеи, созданные по инициативе общественности и действующие на общественных началах, но под научно-методическим руководством государственных музеев. Общественные музеи создаются при органах культуры, в школах, учреждениях, организациях, предприятиях. Они выполняют те же функции, что и государственные. Для их деятельности характерна краеведческая направленность и в них преобладают материалы, собранные на территории района и связанные с местной историей. К данной категории музеев относятся музеи М.И. Цветаевой, Музей истории меценатства и др.

Ведомственные музеи подчиняются различным министерствам и ведомствам и отвечают задачам представления и развития какого-либо ведомства: образования, путей сообщения, здравоохранения. Примером данного рода учреждений является Зоологический музей Московского университета им. М. В. Ломоносова и др.

В 1995 г. после принятия соответствующего постановления в РФ стали возникать церковные музеи, которые существуют на добровольные пожертвования и средства, выделяемые патриархией.

Муниципальные музеи находятся в управлении местной администрации; они достаточно связаны с местным сообществом, которое активно участвует в их комплектовании и просветительской деятельности. Появление этих музеев и их динамичное развитие связаны с законодательным закреплением новой для страны формы собственности – муниципальной. Один из интересных примеров такого рода – Кисловодский историко-краеведческий музей «Крепость», обладающий давними традициями и старейшими коллекциями; в муниципальный он был преобразован из филиалов Ставропольского краевого краеведческого музея.

В последнее десятилетие ушедшего столетия в России стали складываться условия для возрождения частных музеев, то есть музеев, в основе которых лежат собрания, принадлежащие частным лицам, но доступные для изучения и осмотра. В начале 1990-х гг. музеи такого рода были созданы в Москве (Музей природы), Ярославле (Музей русской старины) и др.

Новое явление в российской культуре – это создание корпоративных музеев. Такие коллекции, в основном, составляют произведения искусства, создаются при крупных российских корпорациях, активно участвующих в аукционах, покупающих высокохудожественные произведения.

2. Профиль музеев.

Одной из важнейших категорий классификации является профиль музея, то есть его специализация. основополагающим признаком классификации здесь выступает связь музея с конкретной наукой или видом искусства, техникой, производством и его отраслями. Эта связь прослеживается в составе фондов музея, в тематике его научной, экспозиционной и культурно-образовательной деятельности.

Музеи одной специализации, то есть одного профиля, объединяются в профильные группы: естественно-научные, исторические, художественные, архитектурные, литературные, театральные, музыкальные, промышленные, сельскохозяйственные, педагогические музеи, музеи науки и техники. В зависимости от структуры профильной дисциплины или отрасли знаний эти основные профильные группы делятся на более узкие.

Исторические музеи делятся на:

- общеевропейские музеи (широкого профиля); например, Государственный Исторический музей в Москве;
- археологические музеи – исторические музеи, осуществляющие собирание, хранение, изучение и экспонирование древних вещественных источников – памятников археологии; например, археологический музей-заповедник «Танаис»;
- этнографические музеи – музеи, отражающие этногенез народов и других этнических общностей, их быт, культуру; например, Российский этнографический музей в Петербурге;
- военно-исторические музеи – музеи, исторического профиля, отражающие военную историю и развитие военного искусства; например, Центральный музей Великой Отечественной войны 1941 – 1945 гг. в Москве;
- музеи политической истории; например, Музей политической истории России в Петербурге;
- музеи истории религии – исторические музеи, отражающие развитие религии как сложного социокультурного феномена, эволюцию религиозных верований и культов, религиозной церковной организации; например, Музей истории религии в Петербурге;
- историко-бытовые музеи, воссоздающие или сохраняющие картину быта различных слоев населения; например, Музей городского быта «Старый Владимир»;
- монографические музеи, посвященные конкретному лицу, событию, коллективу и др.; например, Музей обороны Ленинграда.

Художественные музеи делятся на:

- музеи изобразительного искусства; например, Русский музей в Петербурге;
- музеи декоративно-прикладного искусства – художественные музеи, собирающие, хранящие изучающие экспонирующие, показывающие произведения декоративно-прикладного и народного искусства, художественной промышленности, кустарных промыслов; например, Всероссийский музей декоративно-прикладного и народного искусства в Москве;

-музеи народного искусства – художественные музеи, отражающие эволюцию эстетических представлений народа, запечатленных в художественной форме произведений традиционного народного искусства; например, Музей «Вятские народные художественные промыслы» в г. Киров;

-монографические; например, Музей-усадьба И.Е. Репина «Пенаты».

Естественно-научные музеи делятся на:

-палеонтологические – музеи, отражающие эволюцию биосферы Земли;

-антропологические – музеи, отражающие процессы происхождения и развития человека, биологическое развитие и распространение человеческих рас;

-биологические (широкого профиля) – музеи, отражающие все разнообразные проявления жизни на основе изучения, экспонирования, пропаганды биологических объектов;

-ботанические – музеи, отражающие видовое многообразие, строение, жизнедеятельность, родственные связи, распространение и закономерности развития растений, эволюцию флоры;

-зоологические – музеи, отражающие видовое многообразие животных, их распространение, взаимоотношения со средой обитания и друг с другом;

-минералогические – музеи, отражающие процессы, способы, результаты минералов и рудообразования, природные химические процессы, происходящие на планетах и в космосе;

-геологические – музеи, отражающие развитие геологических процессов на Земле, содержащие коллекции геологических материалов; и др.

Существуют музеи, собрания и деятельность которых связаны с несколькими научными дисциплинами или отраслями знаний. Их называют *музеями комплексного профиля*. Самыми распространенными среди них являются краеведческие музеи, сочетающие как минимум историческую и естественно-научную специализацию, ведь их собрания документируют не только историю, но и природу края. Комплексным профилем обладают и музеи-ансамбли, созданные на основе памятников архитектуры, их интерьеров, окружающей территории и различных сооружений. В зависимости от характера ансамбля они могут быть историко-художественными, историко-архитектурными, историко-культурными музеями.

3. Типология музейных учреждений.

Наряду с профильной классификацией используется и не совпадающее с ней типологическое деление музеев. Существует типология по признаку общественного назначения музеев, в соответствии с которой они делятся на научно-исследовательские, научно-просветительные и учебные музеи.

Научно-исследовательские музеи функционируют при научно-исследовательских институтах и академиях наук, в состав которых они обычно входят в качестве структурных подразделений. Их фонды

используются в научных целях, а экспозиции ориентированы, прежде всего, на специалистов. Примером этого типа музеев может служить Научный музей Института мозга Российской академии медицинских наук.

К самому распространенному типу относятся *научно-просветительные музеи*. Они тоже занимаются исследовательской работой, но поскольку ориентированы, прежде всего, на массового посетителя, их фонды широко используются в культурно-образовательных целях. В их деятельности большое внимание уделяется созданию экспозиций, выставок и различных культурно-образовательных мероприятий. Таковы, например, Политехнический музей и Музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина и др.

Главное назначение *учебных музеев* – обеспечить наглядность и предметность процессу образования и подготовки кадров. Этот тип музеев существует, в основном, при различных учебных заведениях и специальных ведомствах – Музей лесоводства им. Г.Ф. Морозова Петербургской лесотехнической академии и др. Кроме традиционного экскурсионного показа учебные музеи широко используют специфические формы и методы работы с коллекциями: демонстрация отдельных музейных предметов на лекциях, научное описание и обработка материалов полевых исследований во время практических занятий, копирование произведений изобразительного искусства. В отдельных случаях фонды и экспозиции учебных музеев могут быть недоступны для массового посетителя. Таковы, например, некоторые музеи системы Министерства внутренних дел.

Особую типологическую группу образуют и *мемориальные музеи*, создающиеся с целью увековечить память о выдающихся людях и событиях. Исходя из этимологии слова, к мемориальным музеям в 1920-х – начале 1960-х гг. относили все музеи, посвященные выдающимся деятелям и историческим событиям, даже те из них, которые создавались в местах, не связанных с этими людьми и событиями, и которые не имели в своих экспозициях мемориальных предметов. Позже усилиями исследователей А.М.Разгона и С.А. Каспаринской в понятие «мемориальный музей» стал вкладываться иной смысл. Необходимым компонентом мемориальности стала считаться подлинность места: мемориальное здание, где сохранена или воссоздана на документальной основе мемориальная обстановка, в которой жил человек или происходило событие.

Существует и другая типология музеев, в соответствии с которой выделяют музеи коллекционного типа и музеи ансамблевого типа. В ее основе лежит деление по такому признаку, как способ осуществления музеями функции документирования. *Музеи коллекционного типа* строят свою деятельность на основе традиционного собрания вещественных, письменных, изобразительных материалов, соответствующих их профилю. В основе деятельности *музеев ансамблевого типа* лежат памятники архитектуры с их интерьерами, прилегающей территорией, природной средой. Наиболее распространенные формы этого типа музеев – музей под открытым небом, дворец-музей, дом-музей и др.

Тема 3. Музей как научно-исследовательское учреждение.

План:

- 1. Основные направления научных исследований в музеях.**
- 2. Музееведческие исследования.**
- 3. Организация научно-исследовательской работы в музеях.**

1. Основные направления научных исследований в музеях.

Музеи по самой своей природе входят в систему научно-исследовательских учреждений. Комплектование музейного собрания, если оно не подменяется простым сбором экспонатов для экспозиций, обязательно связано с проведением исследований. В процессе формирования коллекций музей находит предметы музейного значения, которые документируют процессы и явления, протекающие в обществе и природе. Такая работа чаще всего требует проведения экспедиций и полевых изысканий.

Научные исследования необходимы и для успешного хранения музейных фондов. Музейные предметы состоят из различных органических и неорганических материалов и потому сложны по своей физико-химической природе. Для того чтобы обеспечить их максимально долгую сохранность, осуществлять их консервацию и реставрацию, нужно не только использовать уже известные и апробированные практикой принципы хранения, но также разрабатывать и применять новые технологии.

Построение экспозиции, посредством которой можно полноценно осуществлять музейную коммуникацию, требует выявления не только информативных и экспрессивных свойств музейных предметов, но и существующих между этими предметами связей. Специальные исследования необходимы и в целях создания наилучших условий для восприятия экспозиции музейной аудиторией.

Фонды музея никогда нельзя считать полностью скомплектованными, а хранящиеся в них предметы окончательно изученными, поскольку методы научного исследования постоянно совершенствуются, и это создает дополнительные возможности для получения новых, ранее неизвестных знаний о музейных предметах.

Имея единый предмет исследования, музеи и специализированные научные учреждения выполняют при этом разные функции. Первые заняты сбором эмпирических данных, накоплением, хранением, первичной обработкой и систематизацией источников, обобщением полученных данных, превращением их в систему научных фактов, соотносением с уже имеющимися знаниями и представлениями. Вторые заняты глобальным обобщением новых данных и их вводом в систему уже сложившихся

научных представлений. Но это разделение функций не исключает возможности для отдельных специалистов заниматься той и другой работой.

2. Музееведческие исследования.

Музееведческие исследования призваны формировать новые знания в области теории и методики сбора, хранения, обработки и использования музейных предметов. В этой сфере выделяют следующие направления исследовательской деятельности музеев:

- разработка научной концепции музея;
- исследования в области комплектования фондов;
- изучение музейных предметов и коллекций;
- исследования в области охраны и хранения фондов;
- научное проектирование экспозиций и выставок;
- исследования в области музейной коммуникации;
- изучение истории музейного дела;
- изучение историографии музееведения.

Разработка научной концепции музея представляет собой всестороннее обоснование целей и задач создания, функционирования и развития музея, а также способов и средств их реализации.

Исследования в области комплектования фондов заключаются в разработке научной концепции комплектования, то есть всестороннего и глубокого обоснования тем комплектования. Такое обоснование является составной частью научной концепции музея, а его детализация считается специальным, относительно самостоятельным направлением научно-исследовательской деятельности музея. Научная концепция комплектования включает в себя следующий комплекс работ:

- оценку структуры и содержания имеющегося музейного фонда, включая анализ уже сложившихся коллекций и определение степени их полноты;
- обоснование направленности и характера комплектования или пополнения коллекций;
- определение критериев отбора материалов в фонды с учетом целей и задач, стоящих перед музеем;
- определение круга и объема информации, фиксируемой в документах комплектования;
- разработку системы каталогов комплектования.

Основной результат научно-исследовательской работы в области комплектования фондов – это создание или пополнение музейных коллекций. По результатам этой работы составляются научные отчеты, создаются выставки новых поступлений, издаются печатные каталоги новых поступлений, публикуются научные статьи и монографии.

Изучение музейных предметов и коллекций является необходимым условием их включения в научный оборот. В ходе источниковедческого

анализа из музейных предметов извлекаются новые сведения, которые в дальнейшем привлекаются профильной наукой для более полного понимания изучаемых ею процессов, явлений и закономерностей. Но музейная ценность предмета не исчерпывается его научной ценностью, ведь он может обладать более широкой значимостью – исторической, художественной, эстетической, мемориальной, коммуникативной. Изучение музейных предметов и призвано выявить и оценить весь комплекс информации о них.

Исследования в области хранения и охраны музейных фондов направлены, прежде всего, на выработку оптимальных условий обеспечения физической сохранности музейных предметов и могут непосредственно осуществляться только в тех музеях, где есть соответствующее оборудование и специалисты – реставраторы, препараторы, таксидермисты. Но и музеи, не располагающие необходимыми техническими и кадровыми возможностями, могут и должны изучать условия хранения своих фондов, чтобы ставить определенные задачи перед специалистами в той или иной области. В последние десятилетия **консервация**, то есть деятельность, направленная на обеспечение длительной сохранности музейных предметов, развилась в столь же самостоятельную отрасль прикладного музееведения, как и **реставрация**, ставящая своей целью не только сохранение музейных предметов, но и устранение имеющихся на них повреждений и восстановление их первоначального вида.

Используя методы и методики химии, физики, биологии, металловедения и других естественно-научных дисциплин, специалисты исследуют проблему влияния на состояние предметов различных внешних факторов – света, температуры, относительной влажности воздуха и его загрязнения; изучаются и процессы естественного старения различных материалов. Результаты этих исследований находят применение в разработке требований к условиям хранения предметов в фондовых хранилищах и экспозициях, в разработке системы световых нормативов, наиболее благоприятных с точки зрения сохранности экспонатов и возможностей их осмотра посетителями, а также в разработке технических средств для создания оптимальных режимов хранения. Самостоятельный круг исследований в области охраны музейных предметов направлен на решение проблемы их защиты от хищений, потерь или повреждений в случае катастроф или актов вандализма.

Исследования в области музейной коммуникации ведутся в музееведческом, педагогическом, социологическом и психологическом аспектах, которые дополняют друг друга и требуют междисциплинарного подхода. Экспонаты передают сведения не только о самих себе, но и о тех фактах, явлениях и процессах, символом или знаком которых они выступают. Поэтому для организации успешной коммуникации огромное значение имеют сведения о научной, информативной, эстетической ценности отдельных предметов, полученные в процессе изучения музейных фондов. Именно они играют первостепенную роль при отборе музейных предметов для экспонирования. Но при подготовке экспозиции помимо этой

объективной ценности предметов важно учитывать и то, как будет воспринята передаваемая ими информация и какие эмоции она может вызвать.

Ответить на эти вопросы помогают музейно-психологические исследования, направленные на повышение эффективности коммуникации. Посетитель воспринимает экспозицию как некую целостность, поэтому ее содержание и форма должны находиться в единстве. Эта задача начинает решаться уже на стадии отбора предметов для экспонирования; определяются и наиболее целесообразные формы размещения экспонатов в отдельных комплексах. Эстетическое оформление экспозиции, ее цветовое, световое и пространственное решение, отбор и графическое оформление текстов, применение аудиовизуальных средств – все это важно осуществлять с учетом данных, полученных в результате психологических исследований. Физиологические особенности человека следует принимать во внимание и при разработке экспозиционного оборудования, например, витрин, технические характеристики которых должны соотноситься с ростом, уровнем глаз и полем зрения посетителя.

Исследования, посвященные проблемам эффективности построения экспозиций, основываются на обобщении прежнего экспозиционного опыта, а также используют экспериментальные методы. В ходе экспериментов широко применяется макетирование, а в последние годы – компьютерное моделирование, позволяющее выявить наиболее оптимальный вариант экспозиционного решения.

Все виды взаимоотношений музея и его аудитории исследует **музейная педагогика**, которая представляет собой одно из направлений педагогической науки и определяется как междисциплинарная область научного знания, формирующегося на пересечении педагогики, психологии, музееведения и профильной музейной дисциплины и построенная на его основе специфическая практическая деятельность, ориентированная на передачу культурного (художественного) опыта в условиях музейной среды. Иными словами, музейная педагогика – это отрасль педагогической науки, предметом исследования которой является культурно-образовательная деятельность в условиях музея.

Музейную аудиторию, ее ценностные ориентации и духовные потребности, эффективность деятельности музеев по их формированию и удовлетворению изучает также особая отрасль социологии – **музейная социология**. Первые социологические исследования в музеях стали проводиться в середине 1920-х гг. и были направлены на изучение социально-демографического состава посетителей, их запросов и интересов.

Главная задача музейной социологии – определение эффективности музейной деятельности путем изучения воздействия музейной экспозиции и различных форм культурно-образовательной работы на разные категории посетителей. При этом анализируются такие аспекты экспозиции, как предметность, наглядность, доступность, последовательность, образность, аттрактивность и эмоциональное воздействие в целом. На основе результатов

подобного анализа разрабатываются конкретные рекомендации по подготовке экспозиции и определяются наиболее эффективные формы выражения ее содержания.

В последние десятилетия стали проводиться и *социально-психологические исследования*, направленные на изучение особенностей процесса мышления и восприятия в специфических условиях музея, а также проблем психологического воздействия музея на современного человека. Например, психологами установлено, что зрительное восприятие намного эффективнее, чем слуховое, при этом уровень восприятия значительно повышается, если деятельность оптических и акустических «рецепторов» соединяется с моторными (двигательными) и осязательными. И это открытие уже активно используется музейной педагогикой. Изучается восприятие и других аспектов музейной экспозиции, в частности ее архитектурно-художественного решения.

Исследования в области истории, теории и методики музейного дела могут вестись в каждом музее, но на практике ими занимаются главным образом крупные музеи, имеющие для этого необходимый опыт и кадры. Кроме того, разработкой общих проблем музееведения занимаются специализированные научные учреждения – научно-исследовательские институты и кафедры высших учебных заведений.

3. Организация научно-исследовательской работы в музеях.

Музеи, являющиеся структурными подразделениями академий наук, научно-исследовательских институтов и вузов, работают по общему с ними плану и совместно организуют свои исследования. Но большинство музеев являются самостоятельными учреждениями, и разнообразие выполняемых ими функций придает особую важность вопросам организации их научных исследований.

Научная работа музеев, с одной стороны, должна соотноситься с общими направлениями научного поиска в области профильных дисциплин и вносить свой вклад в фундаментальные исследования. Но с другой стороны, она должна учитывать полифункциональный характер музея и в силу этого сохранять известную специфику. Первостепенными для музеев являются темы, связанные с изучением музейных предметов и среды их бытования, а также темы, способствующие постоянному пополнению фондов, максимально продолжительному хранению и эффективному использованию собранных материалов.

В основе планирования исследовательской работы лежит создание перспективных планов, рассчитанных на несколько лет. Работа по такому плану обеспечивает преемственность и логическую связь в исследованиях, препятствует необоснованной смене тематики у отдельных сотрудников и в конечном итоге способствует росту профессиональной квалификации научных коллективов. Сроки, отводимые на проведение тех или иных изысканий, зависят от сложности темы, ее обеспеченности кадрами и

финансовыми возможностями музея. Небольшие темы разрабатываются обычно в течение года, продолжительность более сложных варьируется в пределах двух – пяти лет.

С планированием неразрывно связана координация деятельности музеев с другими научными учреждениями, что помогает не только избежать неоправданного дублирования, параллелизма и несогласованности в исследованиях, но и оказывать взаимную помощь в проведении изысканий. В области профильных дисциплин музеи используют такие формы координации своих исследований с другими научными учреждениями, как совместные научные заседания, конференции, круглые столы, экспедиции, единые проблемные планы.

В творческом сотрудничестве со специалистами других учреждений работники музеев создают немало научных работ. Значительная часть 35-томного фундаментального труда «Опыт советской медицины в Великой Отечественной войне 1941 – 1945 гг.» выполнена на материалах Военно-медицинского музея Министерства обороны силами его сотрудников. Специалисты Музея антропологии и этнографии им. Петра Великого и Российского этнографического музея приняли самое непосредственное участие в подготовке многотомных этнографических очерков «Народы мира», а сотрудники художественных музеев страны — в создании многотомных «Истории русского искусства» (М., 1953 – 1961) и «Всеобщей истории искусства» (М., 1956 – 1966).

Многие научные исследования в музеях осуществляются коллективно – усилиями отделов или секторов, а для разработки некоторых тем формируются временные коллективы в виде проблемных групп. В крупнейших музеях мира иногда создаются специальные научно-исследовательские структуры. В 1931 г. для изучения коллекций Лувра была основана научно-исследовательская лаборатория, которая теперь называется Научно-исследовательской лабораторией Музеев Франции. Она занимается изучением и датированием произведений искусства и других старинных предметов, наблюдает за скрытыми процессами с помощью микроскопии, флуоресценции в ультрафиолетовых лучах, фотографирования в инфракрасных лучах, радиографии. В лаборатории используется разработанный в Лувре ускоритель элементарного анализа – установка AGLAE, снабженная, в том числе и специальным прибором для анализа с использованием тепловых протонов, который специально предназначен для изучения произведений искусства.

Свои изыскания музеи публикуют в сборниках научных статей, монографиях, журналах, отчетах экспедиций. Ряд продолжающихся музейных изданий получил широкое признание в научном мире. Таковы, например, «Труды Государственного Эрмитажа», «Сообщения Государственного Эрмитажа», «Сборники Музея антропологии и этнографии», «Труды ГИМ» и др. Наряду с этими традиционными типами изданий музеи используют и специфические, характерные только для них и родственных им учреждений – описания и обзоры коллекций, научные

каталоги по разделам фонда или видам искусства, научные альбомы, публикации документов, путеводители по фондам и экспозиции.

Направления научно-исследовательской работы музея обусловлены его полифункциональным характером и связаны как с научным поиском в рамках профильных научных дисциплин (истории, биологии, искусствоведения, литературоведения и т. д.), так и с изысканиями в области музееведения.

Одна из особенностей научно-исследовательской работы в музеях заключается в ее органической связи с комплектованием фондов, с пополнением их материалами, полученными в процессе исследования. Формированием коллекций занимаются и специализированные научные учреждения, однако в силу сложившейся практики все собранное ими, в конечном счете, передается в музей на «вечное хранение». В музеи исторического профиля поступают археологические находки и этнографические материалы, в естественнонаучные музеи – природные объекты, найденные во время экспедиций.

Разрабатываемая музеями проблематика основывается главным образом (но не исключительно) на изучении музейных предметов, составляющих музейный фонд. Сотрудники же специализированных научных учреждений чаще всего работают с материалами, сосредоточенными в хранилищах других организаций.

От прочих научных учреждений музеи отличаются и формами публикации результатов своих исследований. Эти результаты находят отражение не только в печатной продукции, но и в научно подобранных и обработанных коллекциях, а также в экспозициях и выставках.

Научно-исследовательская работа в музеях нуждается в правильной организации и планировании, чтобы отдельные темы согласовывались между собой, становясь звеньями единой цепи проблем, решение которых имеет наиважнейшее значение для развития музея. В поисках кратчайших и наиболее рациональных путей решения насущных задач музеи координируют свои усилия с деятельностью других музеев и специализированных научных и учебных учреждений. Музеи предоставляют свои коллекции историкам, археологам, этнографам, искусствоведам, палеонтологам, биологам, литературоведам и другим специалистам, тем самым, принимая участие в их работе. Собственные исследования музеев открывают для науки новые источники и обогащают разработку проблематики профильной науки.

Тема 4. Музей и памятники.

План:

- 1. Понятие «памятник», «памятник истории и культуры». Классификация памятников.**
- 2. Типы и виды памятников.**

3. Направления использования памятников.

4. Непредметные формы историко-культурного наследия.

1. Понятие «памятник», «памятник истории и культуры». Классификация памятников.

Памятник – это материальный объект, фиксирующий пересечение связей нескольких информационных систем, что позволяет воссоздать ценностный образ определенного культурного явления. В нем заключены не только известные, но и еще не выявленные связи. Воссозданный, а не подлинный памятник не может считаться объектом предшествующего времени; он является всего лишь копией, свойства которой все известны.

В современной ситуации перехода к информационному обществу, в котором проблема адекватной адаптации социокультурной памяти в значительной степени совпадает с проблемой сохранения общегуманитарных ценностей культуры, возникает потребность осмыслить всю совокупность данных об исторических уровнях культуры. При этом показательно, насколько изменяются и уточняются роль и функции памятников. Они становятся как бы главным источником информации об истории культуры данной местности, обозначают важнейшие вехи в ее развитии, а также выступают в качестве носителей памяти.

Выделение и изучение памятников в составе актуальной культуры продиктованы сегодня необходимостью формирования исторического и нравственного самосознания, особенно у подрастающего поколения. И здесь невозможно обойтись без обращения как к музейной системе, функционирующей на уровне конкретных регионов, так и ко всей совокупности памятников культуры, находящихся на их территории. Те из подобного рода памятников, которые получили общественное признание на общегосударственном, региональном или муниципальном уровнях и в результате стали частью актуальной культуры, обретают характер неких духовных ориентиров в развитии личности. Вместе с тем исторически прокомментированные характеристики не задают жестких рамок, и индивид, которому, собственно, и должны служить эти ориентиры, не лишается свободы выбора в заданных рамках, указывающих ему лишь общее направление культурного развития.

В практике охраны историко-культурного наследия особое место занимают памятники культуры, носящие мемориальный характер. Они связаны с культурным процессом или отражают его, а также могут в определенной степени характеризовать деятельность представителей науки, литературы и др. Определить той или иной архитектурный объект в качестве памятника мемориального характера просто по внешнему виду невозможно. Для этого необходимо изучение деятельности конкретных представителей отечественной культуры, а также исследование тех или иных ее сфер. Если данный тип исторических памятников в достаточной степени узнаваем, то его общественная ценность, а, следовательно, и музейное использование

становятся очевидными, в силу чего он нередко на протяжении долгого времени может жить в памяти людей.

Таким образом, памятником истории культуры является объект культурного наследия, обладающий достаточной полнотой сохранившихся форм, имеющий историческую, научную, инженерно-техническую или художественную ценность, подлежащий в силу этих качеств охране в конкретном пространстве и определяющий характер дальнейших реконструктивных мероприятий в данном пространстве.

Памятники классифицируются по признаку мобильности на недвижимые, движимые и мигрирующие. Недвижимые – это объекты культурного наследия, исторически связанные с местом их нахождения. Движимые – это переносимые памятники культуры, хранящиеся в музеях, библиотеках, архивах и др. Мигрирующие – это передвигающиеся без границ объекты флоры и фауны.

По происхождению памятники делятся на памятники истории, индивидуального творчества, народного творчества, памятники природы. Памятники истории – это предметы, отмеченные людьми в связи с событиями, повлекшие изменения в ходе развития общественных отношений. К памятникам народного творчества относятся предметы и нематериальные вещи, индивидуальный автор которых не установлен. Памятники индивидуального творчества – это предметы, созданные путем интеллектуальной работы человека, авторство которого неоспоримо. Памятники природы – это объекты животного и растительного мира, возникшие в результате эволюционного развития и выявленные человеком.

По функциональному значению выделяют следующего рода памятники: музейные предметы, библиотечные экземпляры, предметы религиозного значения, антиквариат. Музейные предметы – это предметы, отвечающие концепции музея, хранящиеся в качестве основного и обменного фонда. Библиотечные экземпляры – это издания, хранящиеся в библиотечном фонде. Предметы религиозного значения – это движимые и недвижимые объекты, а также объекты нематериального культового наследия, исторически предназначавшиеся или вновь созданные для совершения религиозных обрядов и ритуалов. К антиквариату относятся предметы, существующие самостоятельно, бессистемно.

2. Типы и виды памятников.

В зависимости от основных признаков памятники истории культуры делятся на 5 основных видов: памятники истории, археологии, искусства, градостроительства и архитектуры, документальные. К памятникам истории относятся здания, сооружения, памятные места и предметы, связанные с важнейшими историческими событиями в жизни народа и др. Памятники археологии – это городища, селища, курганы, могильники, остатки керамики и др. Памятники искусства – это произведения монументального, изобразительного, декоративно-прикладного искусства. К памятникам

градостроительства и архитектуры относят архитектурные ансамбли и комплексы, кварталы, площади, сооружения гражданской, промышленной, военной и культовой архитектуры и др. Документальные памятники – это акты государственной власти и управления, кино- и фотодокументы, редкие печатные издания. Памятники истории и культуры согласно принятой методике делятся по своему функциональному значению на следующие типы:

1) общественные здания, в которых происходили наиболее важные события в жизни страны и которые были связаны с крупными деятелями истории и культуры;

2) культовые здания;

3) жилые дома и усадьбы, в которых проживали видные представители отечественной истории и культуры;

4) могилы деятелей культуры;

5) памятные места (места, на которых стояли ранее известные памятники, места старинных промыслов);

6) специальные мемориальные сооружения.

3. Направления использования памятников.

Одним из направлений использования памятников является музеефикация. *Музеефикация* – это направление в рамках музейной деятельности и охраны памятников, сущность которого состоит в преобразовании недвижимых памятников истории и культуры, а также природных объектов в объекты музейного показа. Такое направление деятельности получило развитие в России во второй половине 19 в. В Таганроге в доме градоначальника был открыт первый мемориальный музей в России, посвященный Александру I, умершему в данном городе. После революции музейное использование недвижимых объектов истории культуры становится единственным возможным способом сохранения определенного пласта российской культуры, в чем особенно были заинтересованы представители художественной интеллигенции, которые пошли на сотрудничество с Советской властью. Инструкция от 7 января 1924 г. «Об учете и охране памятников искусства, старины, быта и природы» предоставила музейным специалистам возможность использования здания-памятника в качестве музея. Однако для подавляющего большинства памятников было характерное прекращение выполнения изначально заложенных в них функций, а также игнорирование их историко-культурной ценности. Музеефикация возможна при первоначальном всестороннем изучении памятников истории и культуры археологами, реставраторами. Благодаря им устанавливается первоначальный облик ряда архитектурных памятников, приводятся дополнительные данные об их состоянии на конкретном историческом этапе. В ряде городов на территории бывшего постсоветского пространства музей вышел за пределы собственных зданий и территории. Жилые дома, кварталы, улицы и площади стали приобретать

значение среды его бытования.

Направлением использования памятника является анимация. Ярким примером этого является Салон мадам Тюссо. В нем воспроизведены характерные особенности членов королевской семьи, звезд музыки и др. Здесь проводятся тематические экскурсии с элементами анимации, анимационные программы и др.

4. Непредметные формы историко-культурного наследия.

К непредметным формам историко-культурного наследия относятся особенности того или иного языка (фразеология, стилистика, лексикология и др.), устные источники (фольклор, эпос) и пр. Сюда примыкают и поведенческие источники, которые понимаются как визуально наблюдаемые и воспроизводимые формы поведения индивидуальных и коллективных субъектов. В частности, это индивидуальное поведение, групповое поведение, характерное для представителей отдельных субкультур, профессиональных и производственных коллективов, а также сословное поведение, присущее социальным общностям, объединенным юридическими или экономическими признаками, и др.

Тема 5. Музейный предмет.

План:

- 1. Понятие «музейный предмет», его свойства и функции.**
- 2. Классификация музейных предметов. Их типы и виды.**
- 3. Методы раскрытия информационного потенциала музейных предметов.**

1. Понятие «музейный предмет», его свойства и функции.

Термин «*музейный предмет*» еще в начале 1930-х годов ввел в отечественный научный оборот Н.М. Дружинин.

В природе и обществе существует немало объектов и предметов, которые обладают научной, художественной, исторической или мемориальной ценностью и в силу этого имеют значимость для использования в музее. Их принято называть *предметами музейного значения*. Для того чтобы приобрести статус музейного предмета, они должны пройти ряд последовательных операций, в ходе которых их подготавливают к длительному хранению и многоплановому использованию.

Сначала предмет музейного значения выявляют в так называемой среде бытования, то есть в той части природной или социальной среды, где он находится, используется или хранится, взаимодействуя с другими предметами или с человеком. Изъятый из среды бытования предмет музейного значения поступает в музей, принимается на учет и хранение,

проходит полную или первичную научную обработку, и только после этого он приобретает статус *музейного предмета*.

После включения предмета в музейное собрание его связи и отношения со средой бытования разрываются, и он лишается того функционального значения, которое имел прежде, будучи, например, орудием труда или предметом быта. В музее становится главным не функциональное значение предмета, а его общественное значение как памятника истории и культуры. В музейном собрании он превращается в документальное свидетельство, знак, символ конкретного факта, события, явления или процесса. В ходе изучения музейного предмета специалисты реконструируют его отношения со средой бытования, выявляют присущие ему признаки и характеристики; в фондовых коллекциях и экспозиции он приобретает новые связи с другими предметами, подобными ему или отличными от него. Тем самым он включается в определенный исторический контекст.

Например, помещенное в музейное собрание Евангелие утрачивает функциональное значение богослужебной книги, которое оно имело в среде бытования – в храме. В музейном собрании Евангелие приобретает новое, общественное значение и воспринимается теперь как произведение книжного искусства и свидетельство важнейших черт культуры своего времени. Найденные во время археологических раскопок домашняя утварь или орудия труда, давно утратили свое утилитарное назначение, но они представляют несомненную социальную ценность, поскольку в этих предметах присутствуют определенные черты и характеристики породившей их деятельности.

Наиболее широкое распространение и признание получили три свойства музейного предмета, характеризующие его различные стороны, – информативность, аттрактивность, экспрессивность.

Информативность характеризует содержательную сторону музейного предмета, его способность выступать в качестве источника сведений об исторических событиях, культурных, общественных и природных явлениях и процессах. Совокупность сведений о предмете, зафиксированная в документах научного описания, составляет информационный потенциал предмета. Эти сведения разделяют на две условные группы – внутреннее информационное поле и внешнее информационное поле. Внутреннее информационное поле содержит информацию, отраженную непосредственно предметом или закодированную в нем самом. Это, как правило, те сведения о признаках предмета, которые в музееведении принято называть атрибутивными – название предмета, его назначение, размер, форма, материал, техника изготовления, надписи, подписи, клейма и т.п. Внешнее информационное поле включает сведения об истории предмета, месте его происхождения и бытования, о событиях и лицах, связанных с ним, т.е. информацию «вокруг предмета», косвенно связанную с ним, почерпнутую из других источников. Внутреннее и внешнее информационные поля составляют информационный потенциал, который является необходимым условием функционирования музейного предмета.

Аттрактивность характеризует внешнюю сторону предмета, его способность привлекать внимание своими внешними признаками, в частности формой, размером, цветом.

Экспрессивность связана с ценностным восприятием предмета, с его способностью вызывать у человека ассоциации и ощущение сопричастности к определенным событиям, явлениям и фактам. Подобные чувства могут возникать благодаря сведениям об истории создания предмета или среде бытования, о связи его с известными событиями и людьми. Эти сведения передаются в экспозиции через этикетаж или рассказ экскурсовода. Перо и чернильница А.С.Пушкина, жилет, в котором поэт стрелялся на дуэли с Дантесом, гитара В.С.Высоцкого – все эти экспонаты могут служить примерами экспрессивных свойств музейных предметов.

Некоторые исследователи, например В.В.Кондратьев, Д.А.Равикович, выделяют в качестве самостоятельного свойства музейного предмета его **репрезентативность**, то есть представительность в ряду однотипных предметов, которая тесно связана с таким свойством предмета как информативность. В данном случае речь идет о том, что среди похожих предметов есть такие, которые в сравнении с остальными наиболее полно и ярко отражают то или иное явление действительности. Их информационные возможности превосходят информационный потенциал аналогичных предметов. Зарубежные исследователи, в частности З.Странский, И.Ян, для обозначения особых свойств музейного предмета как носителя информации используют термин «музеальность» (от «музеалия» – музейный предмет).

Таким образом, **музейный предмет** можно охарактеризовать как движимый объект природы или материальный результат человеческой деятельности, который в силу своей значимости для музейного использования изъят из среды бытования и включен в состав музейного собрания. Понятие музейный предмет обычно применяется к подлинникам, но некоторые музеееды – В.Ю.Дукельский и В.Е.Туманов – считают возможным отнести к данной категории и специально созданные для экспонирования макеты и воспроизведения музейных предметов, которые выступают в функции памятников.

В практической деятельности теория музейного предмета используется главным образом для выработки критериев отбора предметов в музейное собрание и совершенствования принципов их научного описания. Поэтому наибольшее значение понятие «музейный предмет» имеет для исторических и краеведческих музеев; в естественнонаучных музеях его познавательные возможности достаточно ограничены, а в художественных музеях преобладают эстетические и искусствоведческие критерии комплектования собраний.

Функции музейного предмета представляют собой систему отношений музейных предметов между собой.

1) Генетическая функция – это целевое назначение предмета, определяемого его создателем.

2) Утилитарно-потребительская функция – цели и формы практического

использования предмета в среде бытования.

3) Научно-познавательная функция обусловлена способностью предмета воплощать в своей форме и содержании происходящие в природе и обществе процессы и явления.

4) Культурная функция определяется ролью и местом предмета в системе культурных ценностей общества.

5) Научно-информационная функция заключается в способности предмета содержать, «кодировать», отражать и хранить информацию.

6) Коммуникационная функция предмета реализуется в процессе контакта с ним посетителей музея.

7) Функция моделирования проявляется в создании тематических, систематических коллекций и экспозиций и тесным образом связана с профилем музея и его концепцией.

2. Классификация музейных предметов. Их типы и виды.

Предметы, входящие в состав музейных фондов, различаются своими физическими свойствами, а также способом фиксации информации, что принимается за основу при организации их изучения и хранения. В настоящее время выделяют шесть **типов музейных предметов**, или источников: вещественные, изобразительные, письменные, фонические источники, а также фото- и кино-источники.

Вещественные (вещевые) источники – музейные предметы, представляющие собой вещи, сделанные людьми и обладающие определенной утилитарностью. Это орудия труда, бытовая утварь, средства передвижения, оружие и другие предметы разнообразного назначения, которые содержат информацию о хозяйственной деятельности, бытовом укладе, социальной организации, эстетических и религиозных представлениях. Содержащаяся в вещественном источнике информация передается непосредственно через материальную сторону предмета – его форму, устройство, материал, размер, вес, цвет.

Изобразительные источники – это музейные предметы, которые содержат информацию, зафиксированную посредством зрительного образа. Одни образы передают зрительное представление, пусть и условное, об общем виде, форме, материале, цвете предметов. Эти образы создают произведения изобразительного искусства – живопись, графика, скульптура. Другие образы имеют отдаленные черты сходства с изображаемым объектом и содержат элемент геометрического подобия. Это схематические изображения – чертежи, планы, карты.

Письменные источники – музейные предметы, содержащие информацию, зафиксированную с помощью знаков письма – букв, цифр и других символов. Письменные источники очень разнообразны. К ним относятся хроники, летописи, документы политических партий, статистические материалы, литературные и публицистические произведения, частная переписка, редкие книги.

Фонические источники – музейные предметы, на которых с помощью специальных технических приспособлений зафиксирована информация в виде звуков человеческой речи, шумов, музыки и др. Они могут передавать голос выдающейся личности, особенности интонации чтеца, исполнительское мастерство музыкантов, силу зрительских аплодисментов. Это восковые валики или цилиндры – первоначальные носители записи, патефонные и грамофонные пластинки, магнитные ленты, компактные диски.

Фото-источники – музейные предметы, содержащие информацию в виде изображения, полученного с помощью фотоаппаратуры. Это могут быть не только фотографии, но и негативы на стекле, пленке и других материалах, фотоотпечатки на бумаге, керамике, металле, диапозитивы на стекле или пленке.

Кино-источники – музейные предметы, содержащие информацию в виде динамического изображения, которое фиксируется и воспроизводится с помощью технических средств.

Предметы, относящиеся к источнику определенного типа, нередко содержат элементы источников другого типа. Портреты и жанровые изображения нередко встречаются на вазах, чашах, блюдах, коврах. Однако это не меняет принадлежности самих предметов к памятникам материальной культуры, то есть к вещественным источникам. Элементы изобразительных источников часто присутствуют в книгах в виде, например, миниатюр.

Следующей единицей классификации фондов является **вид музейных предметов**, который выделяется на основе общности одного или нескольких признаков. Ими могут быть, например, материал, функциональное назначение, техника изготовления предмета или же сочетание отдельных признаков. Например, вещевые источники подразделяются по материалу – дерево, металл, камень, керамика, стекло, ткани, кость. Понятия, обозначающие материал, носят собирательный характер. Например, в понятие «металл» входит железо, медь, серебро, золото, а в понятие «керамика» – грубая керамика, фарфор, фаянс. Разновидность материала может служить основанием последующего деления вещественных источников.

Далее вещевые коллекции могут делиться по функциональному назначению предметов (орудия труда, оружие, предметы быта), территориальному признаку, времени производства, авторской принадлежности. В зависимости от характера коллекции порядок деления может меняться, а некоторые из рубрик и вовсе выпадают.

Коллекцию изобразительных источников часто делят на коллекцию произведений изобразительного искусства и на коллекцию схематических изображений. Произведения искусства делятся сначала по видам – живопись, скульптура, графика, затем по времени создания, школам, жанрам, авторской принадлежности. Принципами деления схематических изображений могут выступать территориальный признак, время создания, техника изготовления, содержание.

Коллекции письменных источников подразделяются на следующие виды музейных предметов: рукописные и печатные, учрежденческие и личные материалы, периодические и непериодические издания, книги, листовки, газеты, бланки. В музеях исторического профиля они затем часто группируются по тематическому и отраслевому принципам. В последнем случае используется такое основание деления, как отношение к сфере общественной жизни – государственное строительство, внутренняя и внешняя политика, народное хозяйство и т. д.

Фото-источники классифицируются по технике изготовления – негативы, позитивы, дагерротипы, по тематическому принципу – фотопортрет, сюжетные (событийные) фотографии, видовые фотографии. Но следует отметить, что в музееведении нет единого мнения о принадлежности фотодокументов к определенному типу музейных источников. В одних музеях они образуют самостоятельную группу, в других музеях их включают в изобразительный фонд, в третьих – в документальный фонд, объединяя при этом с письменными источниками.

В основе научной организации фондов лежит несколько системообразующих признаков – научная и культурная значимость предметов, их юридическое положение, способ фиксации ими информации. С системой научной организации фондов связаны такие понятия, как *состав музейных фондов и структура музейных фондов*.

3. Методы раскрытия информационного потенциала музейных предметов.

Информационный потенциал – это вся совокупность информации, которую несет в себе музейный предмет. Его изучение ведется на основе методов, разработанных профильными дисциплинами: для природных объектов – это методы естественных наук (биологии, геологии и др.), для произведения искусства – это методы искусствоведения, для исторических памятников – методы археологии, этнографии и истории.

Исторические методы – это историко-генетический, историко-сравнительный, историко-типологический, историко-системный и др.

Археологические методы: дендрохронологический, археомагнитный, радиоуглеродный, агробиологический анализ и др.

Тема 6. Комплектование музейных фондов.

План:

- 1. Научное комплектование музейных фондов: объекты и источники комплектования.**
- 2. Документы комплектования музейных коллекций (полевые описи, дневники, акты приема и др.).**
- 3. Деятельность фондовой комиссии.**

1. Научное комплектование музейных фондов: объекты и источники комплектования.

Комплектование музейных фондов – целенаправленный, планомерный, опирающийся на методологические принципы профильных дисциплин и музееведения процесс выявления и сбора предметов музейного значения для формирования и пополнения музейного собрания. Отобранные и извлеченные из среды бытования объекты реальной действительности превращаются в музейные предметы, то есть в источники информации, поэтому комплектование фондов можно рассматривать как способ осуществления музеем своей социальной функции документирования процессов и явлений, происходящих в обществе и природе.

Научная концепция комплектования музейных фондов является составной частью научной концепции музея. Она содержит обобщенное системное представление о задачах, направлениях, формах и методах комплектования в соответствии с профилем музея и его местом в музейной сети. В ней определяются критерии отбора материалов в фонды с учетом целей и задач музея, а также круг и объем информации, фиксируемой в документах комплектования.

Исходя из научной концепции комплектования и учитывая конкретные задачи, которые возникают в процессе источниковедческих исследований, работы с коллекциями, создания экспозиций и выставок, составляются *планы комплектования фондов*. Они могут быть *перспективными*, рассчитанными на 5–10 лет, и *текущими*, то есть годовыми. Они складываются из плановых заявок работников фондовых и экспозиционных отделов. Эти заявки предварительно согласовываются между собой, чтобы сконцентрировать усилия на решении наиболее важных, не терпящих отлагательства задач комплектования. В зависимости от методов различают три основных вида или способа комплектования – систематическое, тематическое, комплексное.

Систематическое комплектование регулярно пополняет музейные коллекции однотипными музейными предметами, иными словами, оно направлено на формирование и пополнение систематических коллекций.

Тематическое комплектование заключается в выявлении и сборе разнотипных предметов музейного значения, отражающих конкретную тему. Оно позволяет документировать процессы и явления по исследуемым музеем темам, а так же формировать и пополнять тематические коллекции.

Задачи систематического и тематического комплектования объединяет *комплексное комплектование*, которое распространено главным образом в небольших музеях. В поисках путей наиболее оптимального решения проблем комплектования фондов музейные специалисты устанавливают временные и постоянные контакты с лицами и организациями, которые могут быть или являются обладателями предметов музейного значения.

Формы комплектования музейных фондов весьма разнообразны. Это могут быть *закупки* коллекций или отдельных предметов за счет

специальных ассигнований, предусмотренных сметой музея; безвозмездная передача (*дар*) в собственность музея коллекций или предметов организациями или частными лицами; *обмен* дублетных и непрофильных материалов на предметы, соответствующие профилю и характеру музейного собрания; *целевые заказы* на выполнение оригинальных работ. В соответствии с планом комплектования музейного собрания для сбора предметов музейного значения совершаются специальные поездки, так называемые *командировка по комплектованию*. В целях изучения определенной темы и проведения собирательской работы музеи организуют также *экспедиции* – археологические, этнографические, историко-бытовые, естественнонаучные. Они часто проводятся совместно с другими музеями или научными учреждениями. Источниками комплектования музейных фондов являются культурные ценности:

- 1) обращенные в установленном порядке в доход государства, в том числе клады, образцы оружия и патронов;
- 2) находящиеся в собственности юридических и физических лиц, в том числе государственные награды и документы к ним, на реализацию в антикварных салонах и магазинах, в том числе и зарубежом;
- 3) выявленные культурные ценности в результате работы этнографических, археологических и естественно-научных экспедиций.

2. Документы комплектования музейных коллекций (полевые описи, дневники, акты приема и др.).

Все материалы, собранные в экспедиции, фиксируются в так называемых полевых документах. Главный документ экспедиции – **полевая опись**, которая предназначена для учета и описания предметов. В ней имеются такие графы: порядковый номер, дата и место обнаружения; наименование и краткое описание; материал и техника изготовления; назначение; сохранность и способ использования в сфере бытования; история бытования и др.

Полевой дневник представляет собой запись о ходе работы экспедиции: ее маршрут, населенные пункты, обследуемые во время экспедиции, а также все сведения, полученные в ходе работы у информаторов, итоги наблюдения участников экспедиции, описание событий, происходящих во время работы экспедиции. Собранные сведения заносятся в дневник с указанием фамилии, имени, отчества информатора, его года и места рождения, профессии, семейного положения.

Также во время работы экспедиции составляются и **акты приема** предметов на хранение, фиксирующие передаваемые в музей ценности. Акты приобретают юридическую силу после подписания их сотрудником музея, принимающим предметы и человеком, который передал в музей эти предметы.

3. Деятельность фондовой комиссии.

Профессионализм и интуиция музейных специалистов являются важным залогом их успешной работы по комплектованию фондов. Во избежание ошибок при решении вопроса о том, обладает ли предмет музейным значением и нуждается ли в нем музейное собрание, проводится коллективная экспертиза. Ее осуществляет специальный орган – **фондово-закупочная комиссия**, в состав которой входят специалисты разных профилей, работники экспозиционных и фондовых отделов. Она не только принимает решение о приобретении предмета музейного значения, но и относит его к основному или научно-вспомогательному фонду, а также занимается вопросами методики фондовой работы. Ее решения оформляются протоколом, который подписывается главным хранителем, утверждается директором музея и служит юридическим основанием для внесения предмета в состав музейного собрания и превращения его в музейный предмет. В некоторых музеях существуют две отдельные комиссии – фондовая и закупочная.

Прежде чем оказаться в фондах, предметы музейного значения проходят долгий и сложный путь, основные вехи которого фиксируются в специальной документации. Если предметы поступают от организаций и частных лиц, они предварительно принимаются на **временное хранение**, что фиксируется специальным **актом приема**, который подписывают владелец предмета и сотрудник музея. Одновременно записывается **легенда предмета**, которая содержит сведения о происхождении предмета, среде его бытования, способах применения, а также о самом владельце. Затем предметы подвергаются экспертизе специалистов, дающих письменное **заключение**.

На основании заявления владельца о передаче предметов или коллекций в дар, на закупку, обмен, а также акта приема, легенды, заключений специалистов и своих собственных наблюдений фондово-закупочная комиссия принимает решение о приеме или возврате предметов, а также об их стоимости. При приеме предметов или коллекций в дар (пожертвование) заключается **договор дарения**, при приеме предметов на закупку заключается **договор купли-продажи**, при приеме предметов в обмен заключается **договор мены**. **Составляется акт о приеме предметов на постоянное хранение**, который утверждается директором музея и скрепляется печатью. Если на хранение принимается коллекция, то к акту прилагается **коллекционная опись**, попредметно раскрывающая ее содержание.

Итак, процесс комплектования фондов можно разделить на следующие взаимосвязанные этапы. Сначала разрабатывается научная концепция комплектования фондов музея, в которой содержится оценка структуры и содержания уже имеющегося музейного фонда, обоснование направленности и характера комплектования или пополнения коллекций, определение критериев отбора материалов в фонды с учетом целей и задач, стоящих перед музеем.

Далее составляется план комплектования с обозначением конкретных тем, каждая из которых имеет свои объекты, способы и формы

комплектования, проводится экспертный опрос специалистов. Следующим этапом является подготовка к собирательской работе, в ходе которой изучаются необходимая по теме литература, архивные фонды, анализируются коллекции других музеев, проводятся консультации со специалистами в области профильных дисциплин, составляются планы сбора по конкретной теме. Затем начинается собственно собирательская работа – изучается среда бытования, ведется выявление и сбор предметов музейного значения на постоянных объектах комплектования или в ходе командировок и экспедиций, составляется необходимая полевая документация. Наконец, предметы музейного значения вместе с сопутствующей документацией и отчетами предъявляются фондово-закупочной комиссии, решением которой они включаются в фонды музея, то есть принимаются на постоянное хранение.

Тема 7. Хранение музейных фондов.

План:

1. Система хранения музейных фондов.
2. Режим хранения музейных фондов.
3. Профилактика сохранения музейных предметов.
4. Консервация и реставрация памятников истории культуры.

1. Система хранения музейных фондов.

Для хранения предметов в музее оборудуется специальное помещение – *фондохранилище*, которое часто называют *запасником*. Система хранения фондов может быть отдельной или комплексной. При *раздельной системе хранения* в одном, изолированном помещении находятся предметы из одного материала или же нескольких материалов, очень близких по нормативам хранения. В музеях, испытывающих нехватку площадей или имеющих очень небольшое собрание, вынужденно используют *комплексную систему хранения*, при которой в одном помещении сосредотачиваются предметы из разных материалов, а режим хранения основывается на усредненных показателях. Внутри обеих систем предметы обычно размещаются в соответствии со структурным делением фондов, то есть по типам источников. Затем они могут распределяться по назначению, по содержанию, по размерам, по инвентарным номерам.

В отборе предметов для экспонирования принимают участие реставраторы, которые проводят консервативные и реставрационные работы со всеми нуждающимися в этом экспонатами. Определяется и максимальная продолжительность экспонирования тех или иных предметов; например, для экспонатов на бумажной основе она составляет не более 6 месяцев в году. В экспозициях большинства крупных музеев представлена лишь небольшая часть их коллекций, по разным оценкам, примерно 1 – 5%. Поэтому

проблема расширения доступа к сохраняемым культурным ценностям весьма актуальна. В отдельных музеях применительно к некоторым коллекциям используется форма **открытого хранения фондов**, позволяющая посетителям осматривать каждый из предметов, находящихся в специально оборудованном фондохранилище. Такая система хранения неизбежно ухудшает режим хранения предметов, особенно световой, поэтому для некоторых материалов она неприемлема. Открытое хранение фондов более безопасно для тех материалов, которые в наименьшей степени страдают от воздействия окружающей среды – керамика, бесцветное стекло, некоторые виды металлов, поделочные камни и пр. Уже не одно десятилетие, открытое хранение коллекций декоративно-прикладного искусства существует в Центральном музее современной истории России (прежде Музей революции). Система открытого хранения предусмотрена и в новом фондохранилище Эрмитажа, которое отвечает самым последним требованиям, как с функциональной, так и эстетической точки зрения.

2. Режим хранения музейных фондов.

Все предметы подвержены естественному старению, однако, если ослабить воздействие на них неблагоприятных факторов, процесс можно замедлить. Именно с этой целью в музее устанавливается определенный режим хранения.

Одной из основных причин старения предметов является нестабильность **температурно-влажностного режима**, его резкие сезонные и суточные колебания. Характер и сила воздействия на предмет уровня температуры и влаги зависит от многих факторов – от материала, из которого изготовлен предмет, от его устройства, от среды, где он находился до поступления в музей. Например, изделия из олова при температуре ниже + 13° С разрушаются так называемой «оловянной чумой»: предмет меняет свою структуру, на нем появляются сначала серые пятна, затем пустоты, и пораженные места рассыпаются в порошок. При температуре выше + 25° С могут погибнуть изделия из пластилина и воска.

Изделия из кожи, дерева, тканей, бумаги и других органических гигроскопических материалов сильно страдают как от повышенной, так и от пониженной влажности. При повышенной влажности эти материалы легко разбухают, нарушается сцепление между волокнами, и предмет деформируется. Например, от чрезмерной влажности коробится пергамент, в результате чего появляются осипи хрупкого красочного слоя в старинных рукописях. Повышенная влажность вызывает появление плесени, которая разрушает и уничтожает органические материалы, а чрезмерная сухость воздуха делает многие из них настолько хрупкими, что даже простое прикосновение может вызвать разрушение предмета. Особенно опасна повышенная или пониженная влажность воздуха для предметов, покрытых грунтом и красочными слоями (живопись, скульптура, деревянная резьба), а также созданных из материалов, имеющих различный коэффициент

расширения, например, для мебели с инкрустацией из разных пород дерева.

Крайне вредны и резкие колебания влажности. Ведь при каждом изменении быстро реагирующие поверхностные слои материала деформируются по отношению к внутренним, менее влажным слоям, и при частом повторении этих колебаний появляются разрывы и трещины. Понятие «резкий» различно для каждого предмета. После изменения относительной влажности на 35% человеческий волос возвращается в прежнее состояние через 30 минут, газетная бумага – через три часа, плотная бумага – через два дня, а рулон газетной бумаги толщиной 125 мм – через 6 месяцев. За это время на предмете могут появиться механические повреждения.

Температура и влажность оказывают на предмет взаимозависимое воздействие. Для гигроскопических материалов низкая влажность особенно губительна при высокой температуре. Высокая влажность при низкой температуре тоже усиливает свое негативное воздействие. Влага, накапливающаяся, например, в порах фаянса или майолики, при замерзании может нанести изделию серьезное повреждение. Изменение температуры влечет за собой и изменение влажности, поэтому и появилось понятие «температурно-влажностный режим».

Особо разрушительное действие колебания температурно-влажностного режима оказывают на органические материалы, а из неорганических материалов, прежде всего, разрушаются археологические предметы. Колебания влажности вызывают, например, в керамике и мягких породах камня процесс кристаллизации и рекристаллизации солей, способный привести к полному разрушению предметов.

При определении температурно-влажностного режима для поступающих в музей предметов необходимо знать, в каких условиях они хранились прежде. Например, для археологического стекла, подвергнувшегося воздействию почвенных вод, необходима пониженная влажность, в то время как извлеченное из влажной почвы археологическое дерево нужно хранить при сильно повышенной влажности.

При комплексном хранении различных материалов температура воздуха в музейных помещениях должна быть в пределах $18 \pm 1^\circ \text{C}$, а относительная влажность $55\% \pm 5\%$. Наиболее надежный способ обеспечения заданного температурно-влажностного режима – кондиционирование воздуха, а в зданиях, не имеющих кондиционеров, он устанавливается и поддерживается с помощью отопительной системы, проветривания, увлажнителей, осушителей

Для регистрации температуры и влажности в каждом хранилище и экспозиционном зале устанавливают специальные приборы – психрометры, гигрометры, термометры или самопишущие термографы и гигрографы. Показатели температуры и влажности регистрируются дважды в сутки, в одно и то же время, в специальном журнале.

Для замедления процесса естественного старения предметов необходимо соблюдать *световой режим*. Дело в том, что под воздействием света, в частности ультрафиолетовых лучей, с предметом могут происходить

фотохимические изменения: он желтеет, темнеет, выцветает или полностью обесцвечивается. Особенно разрушительным воздействием обладает естественный свет, а из источников искусственного света наибольшая опасность исходит от люминесцентных ламп. Физические изменения, вызываемые светом, проявляются в разрушении структуры материала, потере им прочности, усадке. Они происходят под воздействием инфракрасных лучей, которые содержатся как в естественном, так и в искусственном свете, их наибольшее количество испускают лампы накаливания. Степень повреждений, причиняемых светом, зависит от интенсивности излучения и его продолжительности. Единица измерения степени освещенности – люкс (лк). Поскольку глаз легко приспосабливается к изменению интенсивности света, уровень освещенности практически невозможно определить без специального прибора, в частности люксметра.

Световой режим устанавливается в зависимости от материала, цвета и степени сохранности предмета. Он может заключаться в полной или частичной изоляции светочувствительных вещей от постоянных источников света, а также в обеспечении некоторым группам предметов необходимого для их сохранности количества света.

Уровень освещенности в пределах 50–75 люкс рекомендован для помещений, в которых хранятся все виды графики, книги, рукописные материалы, фотографии, ткани, окрашенная кожа, образцы флоры и фауны. Живопись (масло и темпера), лак, дерево, неокрашенная кожа и кость обладают средней светостойкостью, и рекомендованный уровень освещенности для них не должен превышать 150 люкс. Предметы, обладающие высокой светостойкостью, – металлы, бесцветное стекло и камень, керамика, гипс, нуждаются только в защите от прямого попадания на них солнечных лучей.

Световой режим для различных предметов средней светостойкости неодинаков: без доступа света желтеют кость и белый мех, темнеют покровные слои и тонировки живописи, а изделия из многих пород дерева – ореха, красного дерева, дуба – могут выгорать на свету, поэтому их прикрывают чехлами.

Все светочувствительные материалы хранятся в затемненном помещении в защищенном от света оборудовании. В экспозиционных залах с естественным освещением отдельные предметы, например, документы, акварели, ткани, дополнительно закрываются занавесями на светонепроницаемой подкладке. Когда же для предмета, например, рукописи, требуется полная изоляция от света, в экспозицию помещается не подлинник, а его воспроизведение. Для обеспечения оптимального режима хранения музейных коллекций им необходима *защита от загрязнителей воздуха*, под воздействием которых происходит процесс старения и разрушения предметов. Это сероводород, сернистый газ, аммиак, хлор, пыль, сажа.

Сероводород, который пагубно действует на многие материалы, особенно металлы (серебро, медь, свинец), краски, ткани, образуется главным образом в результате процессов гниения и промышленного

производства. Но его источником может стать и музейное оборудование, созданное с использованием резины или казеиновых красок. Эти материалы при старении выделяют сероводород.

Аммиак тоже образуется в результате гниения и особенно вреден для серебра, красок, лака. Хлор, опасный для большинства материалов, попадает в воздух главным образом с предприятий, которые используют его в технологическом процессе, например, в текстильном, бумажном производстве. В соединении с влагой он способен образовывать соляную кислоту. Сернистый газ – результат процессов горения. Соединяясь с влагой, он образует сернистую, а затем серную кислоту и потому представляет опасность для большинства материалов.

Пыль и копоть задерживают на предмете влагу, проникая в поры гигроскопичных материалов, способствуют активизации химических процессов, дают плотное загрязнение красочного слоя живописных произведений. Пыль – хорошая питательная среда для биологических вредителей.

Основные способы защиты музейных коллекций от воздействия загрязнителей воздуха – герметизация помещений при наличии кондиционеров, использование фильтровальных устройств и индивидуальных упаковок для предметов – чехлов, футляров, папок. Необходима регулярная уборка музейного оборудования, помещений, прилегающей территории.

Предметы могут разрушать микроорганизмы, насекомые и грызуны, поэтому важно соблюдать *биологический режим* хранения. Благоприятную среду для развития биологических вредителей создают нарушение температурно-влажностного режима, пыль продуктовые склады, расположенные в непосредственной близости от музея, а также принятые без специальной обработки зараженные предметы.

Микроорганизмы – бактерии и плесень – поражают самые разнообразные предметы, но в первую очередь те, что созданы из органических материалов, то есть живопись, бумагу, ткань, кость, дерево. Все виды плесеней оставляют трудно выводимые пятна, а некоторые виды разрушают волокна. Особенно интенсивно плесень развивается при влажности более 70% и температуре выше +20° С. Заражение плесневелыми грибами происходит от частей грибницы и от спор, переносимых воздухом или при контакте с пораженным предметом. При обнаружении плесени предмет необходимо перенести в специальное изолированное помещение, а в целях предотвращения появления плесени музейное оборудование периодически протирают двухпроцентным спиртовым раствором формальдегида.

Музейные предметы, кроме изделий из металла, стекла и керамики, часто поражаются насекомыми, из которых наиболее распространены жуки (точильщики, усачи, древогрызы, притворяшки, кожееды), моли, сахарные чешуйницы, а также комнатные мухи. Они проникают в музейные помещения через окна и двери, а также вместе с поступающими в музей

предметами. Для борьбы с ними используются жидкие инсектициды, применяется способ газации помещений. В каждом музее должен быть изолятор для проверки предметов на зараженность и их дезинфекции, а при нем – специальная камера для проведения дезинсекционной и противогрибковой обработки пораженных предметов. В работах по уничтожению биологических вредителей можно использовать лишь разрешенные для музеев средства, а сами работы обязательно должны проводиться в присутствии или с участием реставраторов.

В круг задач хранения фондов входит и **защита от механических повреждений**. Многие музейные предметы созданы из непрочных материалов, легко подвергающихся разрушению. При работе с ними нужно соблюдать особую осторожность. Например, предметы на бумажной основе следует брать за противоположные углы, для того чтобы избежать натяжения волокон; произведения станковой живописи держат только за подрамник, а другие предметы – за наиболее прочные части. Для решения вопросов хранения очень важно знать материал и способ изготовления предмета. Стекло, керамика, бумага, пастель, многие породы дерева легко подвергаются механическому разрушению. Очень уязвимы предметы, созданные из разных материалов. Например, сохранность произведений станковой живописи зависит от холста, грунтовки, красочного слоя, защитного покрытия. Важна и технология изготовления предмета. Например, бумага, изготовленная ручным способом, прочнее той, что создана машинным способом, потому что в первом случае число волокон в продольном и поперечном направлениях одинаково, а во втором – различно.

Одна из важнейших задач хранения музейных фондов состоит в **предупреждении возникновения экстремальных ситуаций** – пожаров, аварий электросети, водопроводной сети, отопительной системы, а также хищений. Музейные помещения должны быть оснащены противопожарным инвентарем, системами автоматического пожаротушения, противопожарной и охранной сигнализацией. В музеях ведутся круглосуточный противопожарный надзор и охрана милицейской, гражданской или комбинированной службой. Нормативные документы определяют правила приема и сдачи помещений охраной музея и материально ответственными хранителями, правила хранения ключей, пломбиров и печатей.

Стихийные бедствия предотвратить нельзя, но их последствия могут быть в значительной степени смягчены при условии организованных действий людей. Музейные сотрудники должны заранее знать, какие музейные предметы и коллекции следует спасать в первую очередь.

3. Профилактика сохранения музейных предметов.

Особая опасность повреждения или похищения предметов возникает при их транспортировке на временную выставку, реставрацию, экспертизу и т. п. Удары, воздействие света, воды или влаги, высоких температур, насекомых или микроорганизмов, пыли – вот неполный перечень тех

факторов разрушения, влияние которых может ощутить на себе предмет при перемещении из привычной среды. В отношении каждого предмета необходимо принимать целый ряд защитных мер, но гарантии абсолютного успеха они не дают. Пожар, кража, потеря при перевозке крайне редки, но вероятны. Поэтому не рекомендуется транспортировать вместе все предметы из одной коллекции.

Возможность транспортировки конкретных предметов определяет реставрационный совет или реставрационная комиссия. Реставраторы дают и рекомендации относительно особенностей упаковки и транспортировки предметов.

Очень важную роль в сохранности предметов играет упаковочная тара, которая должна защищать их от механических повреждений, пыли, резких перепадов температуры и влажности. Обычно для упаковки используются деревянные ящики соответствующего размера и формы. Снаружи они покрываются влагонепроницаемой краской и маркируются, чтобы показать, как их следует ставить и что с ними нужно осторожно обращаться. Ящик с особо уникальными предметами нередко помещают в другой, металлический ящик.

Существуют правила упаковки, которые необходимо соблюдать при транспортировке любых музейных предметов. В один ящик укладывают только однородные или близкие по материалу, размеру и весу предметы. Их располагают таким образом, чтобы они не давили друг на друга и не перемещались. Предметы небольшого размера обертывают бумагой, ватой, лигнином, придавая им округлую форму, а особо хрупкие предметы предварительно упаковывают в коробки. На дно ящика кладут стружку, завернутую в бумагу; все образующиеся пустоты заполняют упаковочным материалом. Крупные предметы транспортируют в отдельных ящиках, при этом закрепляют их таким образом, чтобы исключить возможность смещения. Для этого предмет фиксируется с помощью планок и мягких прокладок, соответствующих его форме и размеру.

Картины перевозят в ящике в специальных рамках-кассетах, но иногда используют и менее надежный, но более простой путь. Их подбирают по размерам, складывают попарно лицевой стороной, прокладывая микалентной бумагой, байкой, фланелью, помещают в ящик и закрепляют рейками и брусками. Картины большого размера накатывают на вал оборотной стороной вовнутрь. Ткани и одежду упаковывают во влагонепроницаемые чехлы, а затем укладывают в ящики с полками.

Транспортировка осуществляется в соответствии с правилами, определенными нормативными документами. В каждый ящик вкладывается упаковочный акт, подписанный лицом, ответственным за упаковку, реставратором, упаковщиком. При приеме транспортируемых предметов в холодное, влажное или жаркое время года ящики вскрывают только через сутки после прибытия груза, чтобы предметы акклиматизировались.

4. Консервация и реставрация памятников истории культуры.

Иногда устанавливаемые режимы хранения – температурно-влажностный, световой, биологический – оказываются недостаточной мерой для обеспечения физической сохранности музейных предметов, и для того, чтобы приостановить начавшийся в них разрушительный процесс, требуется использование специальных средств. Сохранение музейных предметов в условиях режима, тормозящего процессы их естественного старения, а также приостановление уже начавшегося разрушения с последующим укреплением предметов осуществляется в ходе *консервации*. Ее может проводить только работник, имеющий специальную подготовку – реставратор. Он принимает меры по устранению причин разрушения предмета, укрепляет его материал и структуру, снимает деформирующие и вредные налеты.

Предметы нередко имеют утраты, позднейшие дополнения, а также повреждения, в результате которых они полностью или частично теряют свой первоначальный облик или состояние, тем самым снижается их музейная ценность. В этих случаях осуществляется *реставрация* предметов, то есть устраняются искажения, которые вызваны естественным старением, нанесенными повреждениями или преднамеренными изменениями.

Хранители и реставраторы постоянно осуществляют контроль за состоянием музейного собрания, отбирая предметы, нуждающиеся в консервации и реставрации. Результаты этого осмотра заносятся в специальную опись, в которой помимо основных признаков предмета, фиксируется и состояние его сохранности. Это позволяет выявлять изменения, произошедшие с предметом за определенный отрезок времени.

Консервация и реставрация – работа сложная и необычайно ответственная. Ведь неправильно выбранный или недостаточно апробированный метод устранения повреждений может привести к гибели предмета. Поэтому вопрос о целесообразности, возможности, средствах и методах консервации и реставрации решают специальные комиссии или реставрационные советы. Их заключение фиксируется в протоколе, а этапы и результаты практической работы с предметом реставраторы отражают в специальном документе. Эта информация в сочетании с другими сведениями, накопленными за годы и десятилетия реставрационных работ, помогает совершенствовать их методику.

Тема 8. Изучение музейных фондов как одного из направлений деятельности музея.

План:

- 1. Понятие об информационном потенциале музейного предмета.**
- 2. Основные этапы изучения музейного предмета (атрибуция, классификация и др.).**
- 3. Требования к фиксации результатов изучения музейных коллекций.**

1. Понятие об информационном потенциале музейного предмета.

Всю совокупность информации, которую несет в себе музейный предмет, принято называть *информационным потенциалом*. Он складывается из трех основных компонентов: атрибутивных характеристик предмета (размер, цвет, вес, материал и др.); информации, зафиксированной предметом как ее носителем (тексты, клейма, изображения, знаки и др.); информации о его происхождении и нахождении в среде бытования, о событиях и лицах, с которыми он был связан, о его семпантических и культурных значениях.

Под *средой бытования* музееведение понимает часть природной или социальной среды, в которой предмет находился до своего поступления в музей и в которой происходило его взаимодействие с людьми и другими предметами. Уже выявленную, известную информацию о предмете исследователи называют *информационным полем*. Оно всегда меньше информационного потенциала.

2. Основные этапы изучения музейного предмета (атрибуция, классификация и др.).

Теоретическое обоснование понятия «изучение музейных предметов» стало складываться в отечественном музееведении в 1960-е гг. Составляя основу работы по комплектованию фондов, их учету, хранению и использованию, изучение музейных предметов имеет и самостоятельное значение. Оно представляет собой одно из важнейших направлений научно-исследовательской деятельности музея, ставящее своей целью определить музейную ценность предмета.

Музейные предметы изучаются с помощью методик, применяемых профильными музею дисциплинами: для произведений искусства используются методы искусствоведения, для археологических материалов – археологии, для естественнонаучных объектов – естественных наук. Но музееведы изучают предмет не только как источник знаний, но и как культурную ценность, источник эмоций, поэтому принимают во внимание и аттрактивные свойства предмета. Изучение музейных предметов состоит из трех последовательных этапов – атрибуции предметов, их классификации и систематизации, а затем интерпретации.

Атрибуция, или определение ставит своей задачей выявить присущие предмету признаки – физические свойства, функциональное назначение, историю происхождения и бытования. Для этого устанавливается материал и способ изготовления предмета (ручной, механический,ковка, чеканка, литье, живопись, гравюра, литография, письмо, печать и пр.), цвет, форма, размер, вес (в случае с предметами нумизматики и предметами из драгоценных металлов), устройство, авторство, стилистические особенности, время и место создания и бытования предмета, его социальная, этническая, мемориальная принадлежность. Для изобразительных, письменных, фонических, фото- и киноисточников определяются также тема и сюжет. В

ходе атрибуции расшифровываются надписи, клейма, марки и другие, нанесенные на предмет знаки, определяется степень его сохранности, и описываются имеющиеся на нем повреждения.

В процессе определения музейного предмета проводится сопоставление всех присущих ему признаков, он сравнивается с другими аналогичными и родственными ему предметами. В этой работе большую помощь оказывает научная и справочная литература – монографии, справочники, каталоги, путеводители. Существуют также издания, специально предназначенные для помощи в определении предметов – *определители*. Они представляют собой иллюстрированные издания, в которых выделены и описаны признаки, присущие той или иной группе родственных предметов. Одни определители описывают предметы, родственные по материалу, другие описывают признаки предметов, родственных по назначению или среде бытования.

Данные, полученные в результате определения предмета, фиксируются в учетных документах и научно-справочном аппарате музейных фондов.

Следующий этап изучения музейных предметов – **классификация и систематизация** – призван установить взаимосвязи предметов. Классификация заключается в делении на группы по признакам родства и различия всего объема, нужных музею предметов. Она осуществляется по классификационным схемам, разработанным самим музеем, и охватывает не только имеющиеся в музее предметы, но и те, которые должны в нем быть. Тем самым она выявляет существующие пробелы в музейном собрании.

Целью классификации может быть поступательное деление предметов на группы в соответствии со всеми существенными признаками (общая классификация) или по одному из них (частная классификация). В зависимости от выбранного принципа это будет хронологическая (по времени создания или бытования предметов) или географическая (по месту создания или бытования предметов), авторская или именная (объединяет предметы, относящиеся к одному лицу), тематическая (устанавливает отношение к темам профильной дисциплины) или предметная (группирует предметы по назначению или сюжету) классификация.

На основе принятых музеем классификаций осуществляется систематизация, то есть группировка реально существующих в музейном собрании предметов с помощью карточек или современных электронных средств систематизации и хранения научной информации. Создается система каталогов, соответствующих классификационной схеме.

Завершающий этап изучения музейных предметов – критический анализ и *интерпретация* (истолкование) их как источников знаний и эмоций. В его основе лежит синтез результатов атрибуции и систематизации, при этом устанавливаются подлинность, достоверность, репрезентативность предмета, объем содержащейся в нем информации, его аттрактивные, экспрессивные и коммуникативные качества, принадлежность к типовым или уникальным предметам и, наконец, музейная ценность.

3. Требования к фиксации результатов изучения музейных коллекций.

На каждый музейный предмет составляется инвентарная карточка, куда заносят все сведения, полученные в результате его изучения. На основе инвентарных карточек ведутся инвентарные книги, которые являются юридическим документом. При возможности музей осуществляет монографическое изучение отдельных музейных предметов, результаты которых фиксируются в научных паспортах, а также служат основой для научных публикаций. Новые сведения, полученные в результате монографического изучения музейных предметов, обязательно должны быть внесены в инвентарные карточки и инвентарные книги. На основе схем классификации, принятых в том или ином музее, составляются научно-справочные карточные каталоги. Результаты изучения музейных предметов и их коллекций вводятся в научный оборот и через различные виды публикаций – монографии, каталоги, статьи и др.

Тема 9. Научно-справочный аппарат музея.

План:

- 1. Карточные каталоги и картотеки как форма научно-справочного аппарата. Требования к каталогам и картотекам.**
- 2. Печатные каталоги и их характеристика.**
- 3. Электронные каталоги и их характеристика.**

1. Карточные каталоги и картотеки как форма научно-справочного аппарата. Требования к каталогам и картотекам.

Создание документации, необходимой музею для выполнения его функций, продолжается в процессе классификации и систематизации фондов. Эта документация используется в исследовательской деятельности (как в области изучения музейных фондов, так и в области профильной дисциплины), в информационно-поисковой работе. Она накапливает, хранит, систематизирует, делает доступными для исследования данные, которые: характеризуют музейные предметы; раскрывают и фиксируют взаимосвязи между музейными предметами и их группами; позволяют определить аспекты использования предметов в различных направлениях музейной деятельности в соответствии с требованиями профильной дисциплины; позволяют выявить междисциплинарные связи и отношения музейных фондов. Осуществляется это при помощи классификационных схем, системы каталогов, составляемых из носителей данных (каталожных карточек). В этих же целях возможно и применение компьютеров. *Музейный каталог* – это аннотированный перечень входящих в фонды предметов, расположенных в определенном порядке, складывающийся в процессе их систематизации. Он

служит инструментом изучения музейных предметов и используется в информационно-поисковых целях. Совокупность работ по созданию музейных фондовых каталогов называется **каталогизацией музейных фондов**.

По типу каталоги бывают систематическими, т.е. группирующие носители данных в том или ином логическом порядке и алфавитными. Музейные каталоги создаются на основе классификационных схем. **Классификационная схема-документ**, определяющий принципы построения каталогов и содержащий соответствующие этим принципам классификационные деления. Классификационная схема может быть оформлена графически – в виде классификационного дерева. Так обычно оформляются схемы общей классификации музейных предметов. Графическое оформление схемы дает наглядное представление о соотношениях и соподчинениях классификационных делений, но затрудняет их детализацию. Оформленная в виде текстового перечня классификационных делений, расположенных в соподчиненном (иерархическом) порядке, классификационная схема сложнее для усвоения, но легко допускает подробное деление. Классификационные схемы, построенные по отраслевому или по тематическому принципу, оформляются, как правило, именно таким образом.

Для закрепления соотношений и соподчинений делений каждое из них имеет в классификационной схеме условное обозначение – индекс. С его помощью устанавливается место карточки в каталоге. При создании каталога карточки, составленные на каждый из музейных предметов, индексируются и расставляются в соответствующем схеме порядке. Отделы, разделы, полразделы, рубрики, подрубрики обозначаются буквами и цифрами за исключением отделов, а также разделителями.

Для алфавитного каталога подробно разработанная классификационная схема не нужна. В ней фиксируются лишь принципы образования основных делений и принципы организации материала внутри этих делений. В именном каталоге, например, основные деления формируются по фамилиям конкретных лиц. В каждом из обозначенных фамилий делений может быть определенное, иногда значительное число карточек на предметы, имеющие отношение к данному лицу. В предметном каталоге основные деления образуются по предметным понятиям (например, «борона», «прялка»), расположенным в алфавитном порядке. Внутри деления карточки могут расставляться по географическому, а затем по хронологическому признакам. Основным каталогом в музее является каталог систематического типа, поступательно устанавливающий логическую связь более общих групп предметов с более частными группами и приводящий к отдельному предмету. Однако для наиболее полного раскрытия содержания фондов следует использовать разнообразные сочетания каталогов, построенных на основе отраслевой, хронологической, географической, именной и др. классификаций.

Отбор данных для каталожной карточки проводится в соответствии с

задачами определенного каталога. Отбираются основные данные, характеризующие предмет в целом, и данные, важные для составляемого каталога. В специально отведенной графе пишут ключевое слово, по которому производится поиск (фамилию лица, географическое название, социальную принадлежность и др.). Наиболее полные данные обычно переносятся в карточку основного каталога. Форма карточки (ее графы и их расположение), предназначенной для определенного каталога, должна быть единой. Это облегчает процесс пользования карточками, в частности, проведения сравнительного анализа предметов по однородным признакам. Система каталогов может дополняться указателями сокращений для обозначения названий партий, организаций, союзов, словарями технических терминов и др.

2. Печатные каталоги и их характеристика.

В настоящее время издания музеев отражают все многообразие форм и направлений музейной работы, раскрывают богатства музейных фондов. М.Е. Кучеренко рассматривает музейные каталоги по нескольким признакам, в том числе по форме издания: каталог-определитель, каталог-справочник, каталог-указатель, информационно-справочный каталог, справочный каталог, альбом-каталог, отдельные каталоги, опубликованные в составе других изданий, например, сборник трудов какого-либо музея.

Виды каталогов определяются в зависимости от публикуемых материалов, их фондовой или иной принадлежности: межмузейные, межфондовые, пофондовые, коллекционные, издания работ художника, мастера и др.

С учетом состава и содержания публикуемых материалов, а также целей и задач их изучения выделяются:

- предметные каталоги (по типам или видам материалов);
- каталоги (определители, справочники, указатели) фабричных марок, клейм, водяных знаков и др.;
- каталоги по истории организаций, предприятий, центров народных художественных промыслов и др.

В соответствии с типологией изданий музейные каталоги могут быть отнесены к научным, научно-справочным и научно-популярным. *Научный каталог* предполагает всестороннее монографическое исследование музейных предметов и музейных коллекций. Данный вид изданий должен иметь развернутую систему научно-справочного аппарата, включающую различные таблицы, схемы, словари. *Научно-справочные каталоги* – самый распространенный тип изданий. Они выполняют информативные и учетно-охранные функции. Научно-справочные каталоги позволяют оперативно вводить в научный оборот музейные коллекции. *К научно-популярному* типу относят каталоги, издаваемые в учебных, рекламных или иных целях.

3. Электронные каталоги и их характеристика.

Электронные каталоги имеют свою специфику. Все данные на музейный предмет содержатся только на одном носителе. Компьютер проводит отбор данных в соответствии с определяемым запросом и предоставляет их пользователю в любых требуемых сочетаниях. Электронный каталог значительно упрощает процесс подготовки печатных каталогов, располагая каталожные описания в заданной последовательности. База данных о музейном собрании должна разрабатываться специалистами многих профилей: компьютерщиками, лингвистами, музейными работниками. Для организации базы данных используются традиционные карточки. Также должны применяться термины, которые характерны только для музейного дела.

Для максимально полного использования возможностей компьютера применяется универсальная, многоаспектная и многоуровневая система описания музейного предмета, музейной коллекции и др. Универсальность системы описания обеспечивается сочетанием общих и специфических признаков, присущих музейному предмету или коллекции. К общим признакам относятся учетно-хранительские параметры, общий подход к атрибуции предмета и др. Специфические признаки выявляют индивидуальные особенности музейного предмета или музейной коллекции. Многоаспектность системы описания определяется многогранностью информативных возможностей музейного предмета или музейной коллекции. Многоуровневость системы описания достигается в результате выявления различных логическо-смысловых связей, существенными признаками, присущими одному музейному предмету, музейной коллекции и др.

Выделяют следующие разновидности электронных каталогов: электронная библиотека научного характера, электронная библиотека краеведческой литературы, электронные каталоги по музейным коллекциям (иконопись, пластика и др.), электронные каталоги документов, тематические электронные каталоги (портреты в собрании музеев), библиографические справочники художников с указанием их работ, биографий и др., а также интернет-каталоги, знакомящие с собранием какого-то музея.

Тема 10. Классификация экспозиций.

План:

- 1. Систематическая, ансамблевая и ландшафтная экспозиции и их характеристика.**
- 2. Принципы построения экспозиции.**
- 3. Тематико-экспозиционный комплекс в структуре тематической экспозиции.**

1. Систематическая, ансамблевая и ландшафтная экспозиции и их характеристика.

Нетрудно заметить, что материал в экспозиции может группироваться по-разному. Иногда он воспроизводит интерьер усадьбы или фрагмент природной среды, а иногда определенным расположением предметов экспозиционеры стремятся раскрыть какой-то сюжет или, например, наглядно продемонстрировать многообразие форм и других характеристик однородных предметов. Научно обоснованный, исходящий из содержания экспозиции, порядок группировки и организации экспозиционных материалов называется *методом построения экспозиции*. В отечественном музееведении традиционно выделяют следующие основные методы экспонирования: систематический, ансамблевый, ландшафтный и тематический. Этим методам соответствуют систематическая, ансамблевая, ландшафтная и тематическая экспозиции.

Первыми экспозициями, в основу которых легли научные принципы организации материала, стали *систематические экспозиции*. Их появление в конце XVIII – первой половине XIX в. было связано с бурным развитием процесса дифференциации в сфере науки и созданием профильных музеев. Систематический метод экспонирования предусматривает отбор, размещение и интерпретацию однородных предметов в соответствии с классификационной системой конкретной научной дисциплины или отрасли производства. Основная структурная единица систематической экспозиции – типологический (системный) ряд; он позволяет показать биологическую, технологическую, эстетическую и другие виды эволюции предметов. Наиболее часто систематический метод экспонирования применяется в естественнонаучных, научно-технических, археологических и этнографических музеях, в музеях декоративно-прикладного искусства, а также в фондовых выставках музеев иных профилей.

Ансамблевая экспозиция сохраняет или реконструирует на основе достоверных научных данных реально существовавшую или типичную для определенной эпохи социокультурную обстановку. Ансамблевая экспозиция характерна для мемориальных музеев, для музеефицированных памятников истории и культуры – дворцов, усадеб, крестьянских изб. Ее примером могут служить исторические интерьеры или их фрагменты, воссоздаваемые в музеях не только гуманитарного, но и естественнонаучного профиля.

Структурной единицей ансамблевого показа является экспозиционный комплекс, который сохраняет или реконструирует существовавшую среду бытования музейных предметов. Он может состоять из различных экспонатов – орудий труда, оружия, одежды, мебели, изделий декоративно-прикладного искусства, изобразительных и письменных материалов. Поскольку в этом комплексе воспроизводятся реальные или типичные связи и отношения между предметами, по своему содержанию и в зрительном восприятии он представляет собой законченное целое.

При воссоздании художественной ансамблевой экспозиции в качестве связующего звена, которое позволяет объединить в единое целое картины, скульптуру, мебель, предметы декоративно-прикладного искусства, обычно выступают стилистические особенности экспонатов.

В мировой музейной практике именно ансамблевые экспозиции получили наибольшее распространение, поскольку они легко воспринимаются посетителями, вызывают непосредственный интерес и оказывают сильное эмоциональное воздействие. Многие музеи почти все свои экспозиционные площади используют под воспроизведения жилых и производственных интерьеров.

Параллельно с ансамблевыми формировались и *ландшафтные экспозиции*, воссоздающие взаимосвязи и взаимозависимость природных компонентов. Их основная структурная единица – биогруппы и ландшафтные диорамы.

Элементы ландшафтного метода экспонирования в виде биогрупп появились в естественнонаучных музеях в середине XIX в. *Биогруппа* (биологическая группа) представляет собой экспозиционный комплекс из объектов животного и (или) растительного мира. Часто понятие «биогруппа» относится к научной таксидермической композиции, которая представляет животных в среде обитания.

Таксидермия (от греч. taxis – устройство и derma – кожа) – вид деятельности, включающий консервацию и реконструкцию объектов животного мира. Современная таксидермия из ремесла по изготовлению чучел переросла в искусство. Но искусство это – особого рода: условность и декоративность здесь недопустимы, поскольку естественнонаучные музеи призваны популяризировать достоверные и научно объективные сведения.

К концу XIX в. в практику естественнонаучных музеев вошли панорамы и диорамы, ставшие характерными приемами ландшафтного метода экспонирования. *Панорама* (от греч. pan – все и horama – вид, зрелище) представляет собой больших размеров лентообразную картину, которая натянута по внутренней поверхности цилиндрического подрамника и сочетается с расположенным перед ней по кругу «предметным» планом – макетами, сооружениями, фигурами. Панорама создает иллюзию реального пространства, окружающего зрителя, располагается в круглом строении и рассматривается с площадки, находящейся в его центре. Первая панорама была создана ирландским художником Р. Баркером в 1787 г. и представляла собой круговое изображение города Эдинбурга.

В отличие от художественной панорамы, где живопись подчиняет передний натурный план, в ландшафтной панораме пейзаж служит только вспомогательным средством, которое вводит зрителя в место обитания животных. Передний же план занимают документальные материалы – чучела животных, гнезда птиц, растительность, рельеф местности.

В то время как панорама вводит зрителя будто бы в центр изображаемого события и позволяет осуществлять круговой обзор, *диорама* (от греч. dia – сквозь и horama – вид) дает возможность рассматривать изображение только со стороны окна (за исключением трехсторонних, так называемых альковных диорам). Она охватывает лишь часть горизонта и может располагаться на стене как полукруглого, так и прямоугольного помещения. Поэтому диорамы, не требующие столь больших площадей, как

панорамы, получили в естественнонаучных музеях гораздо более широкое распространение.

В первой трети XIX в. ландшафтный метод экспонирования стал практиковаться во многих музеях мира. В России первая ландшафтная экспозиция была построена в 1930 г. в Московском областном краеведческом музее (г. Истра) С 1970-х гг. ландшафтный метод стал преобладающим в региональных естественнонаучных музеях и отделах природы краеведческих музеев.

2. Принципы построения экспозиции.

В музееведении используются три принципа построения экспозиции: научности, предметности и коммуникативности. Принцип научности сохраняет свою определяющую роль при построении большинства музейных экспозиций. Он выражается в предварительной научной обработке каждого музейного предмета, помещаемого в экспозицию, научном исследовании темы, воплощенной в концепции экспозиции.

Принцип предметности предполагает опору на подлинные музейные предметы. Уход из экспозиции музейного предмета, подлинника может привести к потере музейной специфики, размыванию понятия «музей».

Принцип коммуникативности ориентирован на восприятие экспозиции различными группами посетителей. Иногда высказывается мнение, что экспозиция должна быть рассчитана на «среднего зрителя», человека, имеющего лишь общее представление об истории и невысокий общеобразовательный уровень. Исходя из этого, предлагается по возможности упростить экспозицию, отражать в ней лишь важнейшие черты событий, не вдаваясь в детали. Однако такая позиция ошибочная, так как «среднего зрителя» не существует. Не только каждая социальная или возрастная группа, но и каждый человек имеет свой интерес к экспозиции, связанный в значительной мере с накопленными ранее знаниями. Выставляя небольшое количество обязательных для просмотра экспонатов, мы превращаем посетителя в пассивного потребителя информации. А между тем, учитывая психологию восприятия, экспозиция, направляя внимание посетителя по определенному руслу, должна дать возможность активного выбора информации. Значительную помощь в этом оказывает многоплановость подачи экспозиционных материалов. На первый план выдвигаются ведущие экспонаты, остальные как бы «приглушаются», отводятся на второй план, помещаются в горизонтальную витрину, выдвигной щит. Таким образом, экспозиция должны быть построена так, чтобы интересную для себя информацию нашел на непродолжительное время пришедший в музей посетитель, а также специалист, серьезно занимающийся какой-то проблемой.

3. Тематико-экспозиционный комплекс в структуре тематической экспозиции.

Тематической называют экспозицию, которая посредством экспозиционных материалов раскрывает определенную тему, сюжет, проблему, создает музейный образ отражаемых событий или явлений. В структурном отношении она представляет собой систему взаимосвязанных и соподчиненных разделов и тем, содержание которых обосновано концепцией. В исторических музеях разделам обычно соответствуют исторические периоды. Основной структурной единицей тематической экспозиции является тематико-экспозиционный комплекс, представляющий собой группу предметов разных типов – вещи, документы, изобразительные материалы. В отличие от систематической и ансамблевой экспозиции их объединяют не типологические признаки и не реальные или типичные связи в среде бытования, а исключительно содержательная сторона, способность выступать в качестве наглядного подтверждения определенного концептуального положения.

Первыми во второй половине 1920-х гг. тематический, или комплексно-тематический метод экспонирования стали разрабатывать историко-революционные музеи применительно к своей тематике – классовой борьбе, экономической и политической истории. С 1930-х гг. он стал преобладающим методом экспонирования в советских музеях; в настоящее время является ведущим главным образом для исторических и краеведческих музеев.

Следует иметь в виду, что все перечисленные методы экспонирования нередко интегрируются: систематическая экспозиция может сочетаться с ансамблевой и ландшафтной экспозицией, тематическая может включать элементы не только ансамблевой, но и систематической экспозиции. Выбор методов экспонирования зависит от многих факторов, в том числе от профиля музея, от темы и целевых установок создающейся экспозиции, специфики коллекций, размеров экспозиционных площадей.

Тема 11. Научное проектирование экспозиции.

План:

- 1. Научное проектирование экспозиции: сущность и задачи.**
- 2. Научная концепция экспозиции.**
- 3. Этапы проектирования экспозиции.**

1. Научное проектирование экспозиции: сущность и задачи.

Создание музейной экспозиции – сложный процесс, от правильной организации которого во многом зависит успех дела. Научная подготовка экспозиции требует пристального внимания научного коллектива, администрации, общественных организаций, Ученого совета музея, участия широкого круга ученых разных специальностей (историков, экономистов, краеведов, педагогов и др.). Каждый этап ее обсуждается в комиссии при

дирекции, куда кроме авторов экспозиции приглашаются работники фондов, методисты, ученые-специалисты.

Экспозиционно-выставочная работа – один из важнейших объектов планирования музейной деятельности. В перспективных, а затем и годовых планах музея определяется тематика, очередность и сроки создания экспозиций и выставок. Каждое из структурных подразделений музея участвует в них в соответствии со своими функциями.

Подготовка музейной экспозиции проходит две стадии: проектирование и осуществление экспозиции. Проектирование экспозиции состоит из трех взаимосвязанных элементов: научного, художественного и технорабочего проектирования. Одновременно с проектированием ведется подготовка широкой популяризации экспозиции. Общая тема экспозиции формулируется научным коллективом и руководством музея исходя из задач, стоящих перед идеологическими учреждениями, с учетом профиля, типа музея и конкретных планов его деятельности. Тема утверждается вышестоящими организациями.

Создание экспозиции требует ряда условий, а именно наличия:

- фондов музейных предметов на тему экспозиции (это не исключает в случае необходимости дополнительного сбора материалов);
- авторского коллектива, ориентирующегося в проблемах намеченной общей темы и знакомого с методикой экспозиционной работы;
- помещения, предназначенного для экспозиции (размеры и характер помещения определяют масштабы развертывания экспозиционных тем, влияют на состав экспонатов, на применение тех или иных приемов показа).

В ходе проектирования экспозиции создается комплекс документов, последовательно развивающих и уточняющих ее содержание. Эта документация составляет основу разработки проектов архитектурно-художественных решений.

Коммуникационная задача. Ее суть заключается в том, что с развитием коммуникационного подхода утверждается взгляд на экспозицию как на знаковую систему. Единицами языка в музее выступают музейные предметы: но лишь попав в музей, будучи «распредмечены» в процессе изучения и приобретя новое значение, они начинают выступать в качестве знаков музейного языка. Фонды можно рассматривать как «словарь», а экспозицию – как «текст», составленный из этих знаков при помощи правил экспозиционной «грамматики» – правил взаимного сочетания знаков.

Задача актуализации. Через экспозицию музей осуществляет актуализацию (включение в современную культуру хранимых культурных ценностей).

2. Научная концепция экспозиции.

Научное проектирование экспозиции начинается с подготовительного этапа: изучаются документы, определяющие идейную направленность экспозиции, выявляется и изучается общая и специальная научная литература

по поставленной теме. При этом ведутся попутные авторские записи, особенность которых заключается в том, что выясняются возможности предметного раскрытия освещенных в литературе тем. Широко используются консультации экспертов, особенно необходимые при подготовке экспозиции по современности. Одновременно начинается общее предварительное ознакомление с источниковой базой поставленной темы, в первую очередь в фондах музея, а также в других хранилищах (музеи, архивы, библиотеки).

В итоге создается научная концепция экспозиции – ее идейно-теоретическое обоснование, служащее базой для разработки основных экспозиционных решений – экспозиционного замысла. Документ, фиксирующий эту работу, дает первое, самое общее представление о будущей экспозиции. В нем подробно раскрывается идейно-политическая установка экспозиции, характеризуется ее научное содержание, а также обусловленные ими требования к архитектурно-художественным решениям. Отмечается степень изученности поставленной темы в профильной дисциплине. Определяется место экспозиции среди экспозиций музея (существующих или планируемых) и отличие ее от функционирующих ранее, а также от экспозиций однопрофильных музеев данного объединения или региона. В научной концепции излагаются ведущие идеи, характеризуются стержневые проблемы, нравственно-воспитательный потенциал экспозиции. Для раскрытия ее содержания дается обоснование тематической структуры, ее основных разделов и общая характеристика источниковой предметной базы экспозиции, обеспеченность ее собранием музея. При этом выявляется необходимость дополнительного комплектования. Указываются предполагаемые методы показа (включение в систему тематико-экспозиционных комплексов, ансамблей-интерьеров, коллекционных рядов или групп). Вместе с характеристикой экспозиционной площади (к документу прилагаются планы экспозиционных залов) может быть предложено позальное размещение основных разделов экспозиции. Желательно также наметить ведущие экспонаты (или комплексы), имеющие важное значение для раскрытия идейного содержания экспозиции; экспонаты повышенной аттрактивности (диорамы, интерьеры, мемориальные комплексы, особо крупные экспонаты), словом, дать представление о предполагаемом общем облике экспозиции.

Даются предложения по размещению экспонатов (скульптуры, оружия) на примузейном участке, у входа в музей.

3. Этапы проектирования экспозиции.

Второй этап проектирования экспозиции состоит в разработке расширенной тематической структуры – документа, в котором фиксируется деление будущей экспозиции на взаимосвязанные части – разделы темы, экспозиционные комплексы. В ней перечисляются группы предполагаемых экспонированию музейных предметов и других материалов, выделяются

конкретные мемориальные комплексы, научные реконструкции, определяются технические средства, способствующие усилению воздействия экспозиции на музейных посетителей – различные аудиовизуальные средства, действующие модели, макеты, демонстрационные установки.

На третьем этапе научного проектирования разрабатывается тематико-экспозиционный план (ТЭП). В соответствии с расширенной тематической структурой научные сотрудники подбирают в фондах музея необходимые материалы и группируют их в экспозиционные комплексы. Для экспонирования могут отбираться только те предметы, которые прошли необходимую научную разработку и имеют достоверные атрибутивные данные. На этой же стадии работы готовится соответствующая документация для изготовления воспроизведений и научно-вспомогательных материалов, решаются вопросы, связанные с консервацией и реставрацией предметов. Таким образом, суть тематико-экспозиционного плана как документа состоит в том, что в нем находит отражение конкретный состав экспозиционных материалов со всеми присущими им научными характеристиками.

Тематико-экспозиционные планы составляются по определенной схеме, но в различных музеях могут иметь соответствующие особенности. Как правило, ТЭП включает: наименования разделов, тем, тематических комплексов, ведущие тексты и аннотации; перечни экспонатов в экспозиционных комплексах с указанием основных атрибутивных данных; сведения о характере экспозиционных материалов (подлинник, воспроизведение) и их размеров; указание мест хранения материалов и их шифры. К тематико-экспозиционному плану прилагается этикетаж, документация для создания научных реконструкций, разработка научно-вспомогательных материалов; подробно указываются пожелания к конкретным художественным решениям, выделение экспонатов на первый или второй план, особые художественные приемы по обеспечению сохранности экспонатов. На этом этапе разработки экспозиции начинается подготовка материалов для ее популяризации. Происходит подготовка экскурсоводов путем ознакомления их с материалами экспозиции. Она завершается после монтажа экспозиции приемом экскурсии специальной комиссии. На основе картотеки и ТЭП составляются путеводители и листовки, проспекты и буклеты. Для работы со СМИ готовятся тексты, разрабатываются телепрограммы и др. после открытия экспозиции составляется ее охранно-топографическая опись. Материалы подготовки экспозиции сдаются в архив музея. Перед окончательным оформлением тематико-экспозиционного плана нередко осуществляется так называемая пробная экскурсия, или раскладка. Она состоит в том, что предназначенные для экспонирования материалы раскладываются, развешиваются, расставляются в заданном пространстве в соответствии с тематической структурой. Это позволяет выявить взаимную «поддержку» экспонатов, их зрительную совместимость, уточнить композицию комплекса. Раскладки – это итог совместной творческой работы научного сотрудника и художника. Их итоги фиксируются в картотеке отобранных материалов, тематико-

экспозиционном плане и в эскизном проекте архитектурно-художественного решения.

Современные компьютерные технологии позволяют строить модель экспозиции, в которой массив компьютерных изображений экспонатов «развешивается» по стенам или располагается в залах компьютерной модели. Разработка тематико-экспозиционного плана в большинстве случаев является завершающим этапом научного проектирования. Однако в последнее десятилетие в музейной практике появился опыт сопровождения тематико-экспозиционного плана литературным описанием будущей экспозиции и ее восприятие зрителем. Для обозначения этого документа взят термин из кинематографической практики – сценарий. Отталкиваясь от научной концепции, авторы сценария ставят перед собой задачу выразить в литературной форме внутренний драматизм экспозиционной темы, который возникает как результат сопричастности музейных посетителей тем событиям и людям, о которых повествуют экспонаты. В основе сценария лежит стремление учесть психологию посетителя, попытка спрогнозировать его эмоциональное состояние на протяжении всего осмотра экспозиции. Сценарий может создаваться как сотрудниками музея, так и литераторами, знакомыми с практикой музейной работы. При этом непременным условием его написания должен быть высокий профессионализм его авторов и хорошее знание ими не только проблематики экспозиции, но и экспозиционных материалов. В противном случае, как показывает накопленный в этой сфере опыт, сценарий превращается в набор отвлеченных идей и литературных упражнений, имеющих весьма отдаленное отношение к конкретному музею.

Работа художника-дизайнера над экспозицией начинается почти одновременно с работой научного сотрудника-экспозиционера. Он должен предварительно изучить объект, определить свои цели и задачи. В основе работы дизайнера находится научная концепция экспозиции, на ее основе создается генеральное решение, в котором определяется художественная концепция дизайнера, основные художественные принципы построения экспозиции и др. Решаются вопросы размещения тем по залам и территории музея вместе с маршрутом осмотра экспозиции, размещения ведущих экспонатов, принципов света и цвета, оборудования, применения ТСО. Генеральное решение включает:

- план территории музея с размещением крупногабаритных экспонатов, декоративных элементов, объектов архитектурного и природного окружения;
- планы экспозиционных залов с размещением основных тем и вариантов экспозиционных маршрутов;
- перспективы или рисунки основных залов музея, дающих представление об их объемно-пространственном решении.

Графический материал может быть заменен макетом, дающим более объемное представление о будущей экспозиции. Художественная концепция экспозиции дополняет ее научную концепцию. На этом этапе экспозиционер и дизайнер решают следующие вопросы:

- поиск общих стилевых принципов содержания экспозиции архитектурно-художественными средствами;
- размещение основной тематики по залам и территории музея с маршрутом осмотра экспозиции;
- размещение ведущих экспонатов;
- характер и место в экспозиции научных конструкций;
- общие принципы освещения;
- общее решение оборудования;
- расположение зон отдыха.

Следующим этапом конструирования является разработка эскизного проекта, решающего вопросы:

- окончательного распределения площадей тематических разделов, экспозиционных тем и подтем с маршрутом осмотра экспозиции;
- размещение всех ведущих экспонатов и текстов, методов их показа, расстановки экспозиционного оборудования;
- окончательного объемного, пространственного, светового и цветового решения экспозиции;
- принципиального решения конструкции оборудования и объемных декоративных элементов;
- размещения технических средств;
- оформления прилегающей территории с размещением крупногабаритных экспонатов и декоративных элементов.

В эскизный проект входят планы территории музея и экспозиционных залов с решением всех этих вопросов, перспективы каждого зала в цвете, разверстка всех стен с выделением экспозиционных комплексов, фрагменты и разрезы экспозиционных залов. Эскизный проект как бы детализирует генеральное решение. Особое значение в нем имеют вопросы размещения и подачи материалов.

При переходе к заключительному этапу художественного проектирования генеральное решение и эскизный проект проверяются раскладкой экспозиции. Если они соответствуют музейной специфике, раскладка показывает возможности будущей экспозиции. В ходе ее уточняются научные и художественные позиции, правильность избранных методов и средств, состав, группировка, размещение, последовательность тематических экспозиционных комплексов, характер оборудования, архитектурно-композиционные решения. На основе предыдущих документов и раскладки составляются монтажные листы.

Начинается технорабочее проектирование. Монтажные листы закрепляют за своими местами весь состав экспозиционных материалов. На основе монтажных листов и рабочих чертежей идет монтаж экспозиции. В ходе монтажа происходит создание экспозиции.

Тема 12. Тематическая структура экспозиции.

План:

- 1. Музейные предметы как основное ядро экспозиции.**
- 2. Основные виды экспозиционных материалов и их роль в экспозиции.**
- 3. Тексты в экспозиции и их классификация.**

1. Музейные предметы как основное ядро экспозиции.

Тематическая структура – это лишь «скелет» экспозиции. Она должна быть реализована через экспозиционные материалы, характер и функции которых следует определить. Перечислим основные виды экспозиционных материалов. *Музейные предметы* – культурно-исторические памятники, исторические источники всех типов, определяющие ее содержание и музейную ценность, выступающие в роли экспонатов. Сюда же относятся фотодокументы. *Воспроизведения музейных предметов*, а также внемузейных объектов, включаемые в экспозицию в строго обусловленных случаях. *Экспозиционные научно-вспомогательные материалы* – наглядное пояснение музейных предметов и отраженных в них исторических явлений. *Тексты и фонокомментарии*, облегчающие понимание идейного содержания экспозиции и дающие информацию об экспонатах. В экспозиции также помещаются указатели, облегчающие ориентировку в экспозиции. В экспозиции каждый тип музейных предметов играет свою особую роль, требует специфических приемов показа.

Вещественные памятники. Нравственно-воспитательное воздействие вещественных источников заключается в первую очередь в том, что все они являются результатом труда человека. Помещенные в экспозицию предметы материальной культуры воспитывают уважение к труду, к творцам этих предметов, гордость за народ, создавший их. Об этом нередко забывают, оставляя их за бортом экспозиции, как якобы «не имеющих идейного содержания». Здесь имеет место неумение их использовать.

Вещественные памятники привлекают наибольшее внимание посетителей. Это лишь отчасти связано с трехмерностью этих экспонатов, облегчающей, как известно, их восприятие и делающей их наиболее аттрактивными. Главная причина их воздействия – разнообразие заключенной в них информации, которую посетитель воспринимает в соответствии с наличием предварительно накопленных знаний и с помощью ряда экспозиционных приемов. Именно вещественный памятник как «след», «остаток» реальной действительности в наибольшей мере вводит нас в обстановку прошедших или совершающихся событий, способствует созданию образа их, чувства «причастности» к этим событиям и вместе с тем удостоверяет их. Нельзя забывать и об эстетическом значении вещественных памятников в экспозиции. Являясь частью реальности, вещи заключают в себе информацию, характеризующую их социальную значимость, являются своеобразным знаком эпохи. Вещественные источники характеризуют уровень научных знаний, техники, рисуют общественное положение, национальную принадлежность их владельцев. Значение вещественного

памятника как исторического источника может быть в значительной мере выявлено путем зрительного анализа. Поэтому для экспозиции отбираются в первую очередь предметы с поддающимися наблюдению внешними признаками, с клеймами, датами, надписями, с ярко выраженным стилем оформления и, конечно, со следами совершившихся событий (простреленная одежда, обгоревшее знамя). Для того чтобы эти признаки были доступны наблюдению, разрабатывается ряд приспособлений и приемов — вертящаяся плоскость, зеркальный фон, увеличительное стекло для мелких предметов (нумизматика, ювелирные изделия), индивидуальные подставки. Указание на желательность подобных приспособлений входит в компетенцию научного сотрудника. И все же для раскрытия содержания, смысла вещей необходимо словесное, а иногда наглядное (чертеж, карта) пояснение.

Особое место в экспозиции занимают предметы мемориального значения. «Участники» исторического события или «спутники жизни» выдающегося человека, эти экспонаты, в наибольшей степени содействуют эмоциональному воздействию экспозиции. Для экспозиции отбираются в первую очередь предметы, связанные с характером деятельности меморируемого лица, — генеральская форма, летный комбинезон, лабораторный прибор ученого, перо писателя и т. д. Но и личные бытовые вещи играют немалую роль в экспозиции, воссоздавая неповторимый облик их владельца. Как мемориальный предмет может быть выставлено и подлинное знамя, связанное с определенным событием, и первый трактор, прибывший в данный колхоз, и артиллерийское орудие прославленного расчета, и извлеченные из земли осколки снарядов — следы сражения, и книга, и личный документ, которые являются мемориальными благодаря их принадлежности или биографии.

Мемориальная вещь требует особых приемов показа (большего пространства, иногда специального освещения, обрамления, постамента, в некоторых случаях — озвучения), которые должны отразить уважение к ней, создать обстановку, содействующую глубокому переживанию. Поскольку внешне эти вещи часто не отличаются от типовых предметов, словесная информация об их «биографии» должна быть дана достаточно подробно.

Предметы, сделанные в память тех или иных исторических событий (подарки в честь партийного съезда, предметы, связанные с юбилеем, дружеским посещением зарубежных гостей и т. п.), следует связывать с показом этих событий. Объединенные, как это нередко бывает, в отдельном зале, они рассматриваются как предметы прикладного искусства и нередко теряют органическую связь с породившим их событием.

Изобразительные материалы. В музейных экспозициях используются все виды изобразительных источников. Поскольку они созданы специально для рассмотрения, обращены к зрителю, экспозиция способствует выполнению присущей им функции.

В произведениях изобразительного искусства, как и в фотографиях, отражаются разные стороны общественной жизни, разнообразные жизненные ситуации, они дают наглядное представление о среде, в которой протекает

деятельность человека, конкретизируют исторический процесс, персонифицируют его созданием портретов людей, как выдающихся, так и рядовых.

Отбирая для экспонирования произведение изобразительного искусства, историк не должен игнорировать критерии художественности, возможности его эмоционального воздействия на зрителя. Но он не может не учитывать меру его документальности, соответствия действительности. Зарисовки с натуры, сделанные даже непрофессионалом, имеют для него убеждающую силу документа, могущую уточнить, конкретизировать факт, известный лишь по описанию или по фрагментарным вещественным остаткам, а иногда и рассказать о фактах, доселе неизвестных, не отраженных в других источниках.

Экспонируя художественные произведения, нельзя забывать о том, что и выбор тематики их не случаен, что изображенные факты реальной действительности проходят сквозь призму восприятия и оценки их автором, отражают социальный заказ, идеологию разных общественных групп, уровень общественного развития. Поэтому сведение роли изобразительных материалов только к документации исторических событий или использованию их в качестве исторических иллюстраций обедняет их значение как источников, характеризующих общественную идеологию. Так, портреты Е. Пугачева, нарисованные представителями разных классов, говорят об их отношении к вождю крестьянского движения; по изображениям боевых сцен можно судить о разных точках зрения на один и тот же военный эпизод. Особенно ясно идеологические установки художника и представляемой им социальной группы выражаются в сатирической графике, плакатах, специально нацеленных на обличение пороков, выполнение функции агитаторов. Они могут быть широко использованы в экспозиции как документы эпохи и как оценочный материал.

В экспозиции используются и изобразительные материалы, не имеющие художественной ценности, но документирующие определенную сферу жизни: инструктивные рисунки – чертежи фасадов зданий, форменной одежды, картинки журналов мод и пр.

На разных этапах развития экспозиционной мысли по-разному решался вопрос о включении в экспозицию ретроспективных изображений (так называемой исторической живописи, графики, скульптуры), т. е. произведений искусства на исторические темы, не современные периоду, отражаемому в экспозиции.

Правильно решить этот вопрос можно лишь рассматривая произведение исторической живописи как продукт того времени, когда оно создано, как свидетельство неумиряющего интереса к определенным явлениям прошлого со стороны разных общественных групп в разные периоды времени. Поскольку он выходит за хронологические рамки данного комплекса, рекомендуется при размещении экспонатов композиционно выделять их, иногда даже помещать в отдельный зал, и обязательно указывать дату их создания.

К подобным произведениям, по существу, примыкают диорамы. Сочетание изобразительного фона с предметным передним планом при помощи специального освещения создает иллюзию реального пространства и открывает большие возможности для образного воспроизведения исторического события или явления во всей его конкретности. Диорама занимает определенное место в системе средств воздействия на зрителя. Прерывая сложный процесс вникания в смысл музейных предметов, она вносит в экспозицию элемент зрелищности, развлечения. Такое переключение внимания, как утверждают психологи, является своего рода отдыхом, который способствует дальнейшему внимательному рассмотрению экспозиции. Однако, учитывая особо повышенную аттрактивность диорам, следует строго ограничивать их количество, выбирать для диорамного показа особо значимые исторические моменты. Сюжет диорамы разрабатывается на документальной основе.

Наиболее удачно воспроизводятся исторические ситуации, для которых особо существенна топография местности (например, поле сражения), различные сооружения и архитектурные пейзажи (крупное строительство, вид города в определенное время и др.). В диораме могут быть воссозданы моменты революционной борьбы – баррикады, взятие дворца или другого оплота реакции. На переднем плане диорамы обычно помещаются подлинные вещественные памятники или их воспроизведения. В помощь зрительному восприятию к диораме даются пояснения в письменной форме или путем фонозаписи.

В экспозициях по истории второй половины XIX в. и до сегодняшнего дня самым распространенным изобразительным материалом являются фотографии с натуры. В них широко используется современный фоторепортаж, который можно назвать изобразительной летописью страны.

Знание условий и целей создания фотографии, а иногда и проверки изображенного эпизода другими источниками может подтвердить ее документальность или установить ее бутафорский, инсценировочный характер. Оценка идейного содержания фотографии и ее достоверности – необходимый критерий для превращения ее в экспонат. В этой связи укажем на желательность установления автора фотографии.

Одновременно учитывается выразительность и доказательность фотографии, возможность понять ее содержание без дополнительных пояснений. Группа бойцов, заснятая под знаменем с лозунгом «Вся власть Советам!», позволяет даже при беглом осмотре установить содержание и время создания фотографии; портреты текстильщицы, работающей на десятках станков, селекционера у лабораторных инструментов рассказывают о характере их деятельности.

При экспонировании фотографий применяются разнообразные приемы. Изготавливаются сверхувеличения, делаются выкопировки отдельных ее деталей. Важным, иногда решающим критерием для отбора фотографии служит качество ее исполнения. В большинстве случаев «не смотряся» фотографии технически слабо исполненные. Исключение составляют

экземпляры, имеющие мемориальное значение. Вне зависимости от их качества (бледные, пожелтевшие, обгорелые) принадлежность их герою революции, войны, труда и «участие» в событии, отражаемом в экспозиции, позволяют поместить их в экспозицию, как и любую другую мемориальную вещь.

Не следует забывать, что фотография с натуры имеет индивидуальную документальную ценность. Поэтому в постоянной музейной экспозиции не рекомендуется прибегать к фотомонтажу, злоупотреблять превращением фотодокументов в своеобразные «фризы», сводящие роль музейного предмета к декоративному элементу. В настоящее время ставится проблема использования в экспозиции стереофотографий, в которых преодолевается «плоскостность» фотографий, затрудняющая их восприятие.

В экспозиции могут быть использованы документальные киноленты или телефильмы, которые увеличивают количество познавательного материала. Наиболее эффективны фильмы, смонтированные музеем из имеющихся в специальных хранилищах кинодокументов. Все же следует иметь в виду, что кино не дает возможности характерного для музея выбора информации, более или менее длительного ознакомления с заинтересовавшим посетителя экспонатом, с его деталями.

Сказанное относится и к полиэкрану, к быстро сменяющимся диапозитивам. Эти экспонаты, обладая повышенной аттрактивностью, отвлекают внимание посетителей от других материалов, нередко имеющих первостепенное значение для раскрытия поставленной темы, для создания «музейного образа». Поэтому в постоянных музейных экспозициях включение движущихся, быстро сменяющихся изображений рекомендуется строго ограничивать.

В экспозиции используется и картографический материал (карты, глобусы, планы). В нем отражается уровень научных знаний о Вселенной, они несут информацию о формировании государственных границ, об истории населенных пунктов, о природных условиях, в которых проходил исторический процесс. Специальные карты дают сведения о политических событиях и об экономике страны на разных этапах общественного развития.

Письменные источники. Особое место в экспозиции, как по своему содержанию, так и по музейным качествам занимают письменные источники. Значение их для понимания исторического события, явления, процесса неоспоримо.

Однако содержание письменных источников может быть воспринято только путем прочтения – процесса более сложного и длительного по сравнению со зрительным восприятием и в большинстве случаев невозможного в условиях музейного показа. Поэтому письменный источник-экспонат выступает в первую очередь в качестве знака эпохи, ее памятника, результата труда данного человека (или коллектива), доказательства или констатации определенного факта, обязательного «спутника» современного человека. Письменный источник может иметь мемориальное значение. Все это роднит его с вещественным источником.

Посетитель музея видит особенности формы, фактуры, оформления документа, шрифта, почерка. Он может без труда прочесть заголовки постановлений, название статьи, листовки, лозунг, выходные данные книги, обозначенные на переплете или титульном листе, одну-две строки открытого текста, пометки на полях, адрес на конверте, печати и подписи; с интересом рассмотрит он хорошо знакомую книгу в первоиздании, автограф известного общественного деятеля, писателя, ученого. Поэтому при отборе материала по содержанию следует учитывать внешний вид документа, возможность при беглом осмотре получить представление о теме, которой он посвящен, об условиях его создания, использования, распространения.

Вместе с тем в музейной практике используется ряд приемов, не только повышающих внешнюю аттрактивность экспоната (специальное освещение, активно воздействующий фон, пространственное выделение), но и позволяющих довести до посетителя его словесное содержание.

Документ должен иметь подробную аннотацию. На наиболее значительные для понимания текста абзацы, строки внимание направляется специальными знаками – стрелкой-указателем, подчеркиванием (конечно, не нарушая сохранности документа), выписанной из него цитатой. Чтобы помочь любознательному зрителю прочесть рукопись, рядом с ней помещается построчно печатный текст. Иногда к документу дается цитата из него, фотографии отдельных его листков, сверхувеличение всего документа, увеличенная выкопировка отдельных строк или абзацев. В экспозиции может быть раскрыт путь создания выставленного труда – показан ряд листов рукописи, отражающих творческий процесс, использованная автором литература.

Документальные фономатериалы. В настоящее время широко распространяется опыт включения в экспозицию фонодокументов. Экспозиция может сопровождаться магнитофонными записями песен – спутников революционной борьбы, песен военно-патриотического характера и др. Возможно использование записей шумов (например, шум от работы машин, рукоплескание аудитории, грохот орудий и др.).

2. Основные виды экспозиционных материалов и их роль в экспозиции.

В экспозиции наряду с музейными предметами используются воспроизведения музейных предметов и внемузейных объектов. Одна из причин их экспонирования связана с тем, что отдельные предметы из музейного собрания не могут долго находиться за пределами фондохранилища, поскольку требуют особого режима хранения и специальных мер защиты, которые невозможно обеспечить в экспозиционных залах. Воспроизведения предметов экспонируются и в том случае, когда оригинал недоступен, утрачен, не может быть помещен в музей из-за своих габаритов, но представление о нем желательно дать для достижения тематической полноты и наглядности экспозиционного показа.

Некоторые виды воспроизведений очень точно соответствуют оригиналу. Это относится, прежде всего, к копиям, репродукциям, слепкам.

Копия – это предмет, созданный с целью имитации или замены другого предмета, выступающего при этом в качестве подлинника или оригинала. Различают два вида копий. Один из них – это совершенное воспроизведение музейного предмета, которое по возможности точно повторяет те черты подлинника, которые являются существенными с точки зрения цели и задач копирования. Второй вид копий – это повторение произведения искусства, которое выполнено автором или другим художником в том случае, когда копию создает сам автор. Ее называют *авторским повторением*, или *репликой*. Копия может отличаться от оригинала по технике или размерам, но должна точно воспроизводить его манеру и композицию в отличие от реплики, в которой второстепенные детали оригинала могут меняться. Копию живописного, графического или фотографического изображения, сделанную печатным способом, обычно в ином, увеличенном или уменьшенном размере, называют *репродукцией*. Точно передают облик подлинника *слепки* с произведений скульптуры и декоративно-прикладного искусства. Их получают путем снятия с оригинала формы – твердой, гипсовой или выполненной из воска, пластилина и других пластических материалов – и заливки в нее гипса.

Размер, форму, цвет и фактуру подлинника в точности воспроизводят *муляжи*. Они могут быть выполнены с оригинала по точным его обмерам, но иногда создаются по описаниям или рисункам. При утрате памятника материальной культуры на основе научной реконструкции по сохранившимся фрагментам или описаниям создается так называемый *новодел* – точная копия, выполненная из материала подлинника и в его же размерах. Воспроизведение может выполняться и в отличных от оригинала масштабе и технике, но при этом давать верное о нем визуальное представление. Таковы макеты и модели, которые выполняются в условном масштабе. *Макет* представляет собой объемное воспроизведение внешнего вида объекта, которое создается в определенном масштабе и допускает некоторую условность в показе. Обычно в виде макетов воспроизводят производственные и бытовые интерьеры, внешний вид отдельных зданий и сооружений, ландшафт и рельеф местности. В отличие от макета модель сохраняет конструктивные принципы и фактуру оригинала. *Модели* создаются в тех случаях, когда требуется изменить масштаб предмета, который не может быть представлен в экспозиции из-за своих габаритов и др.

В последние десятилетия в музейной среде все более широкое распространение получает новый способ создания оптического двойника предмета – *голография*. *Голограмма* – это объемная оптическая копия реального объекта, которая создается путем записи изображения предмета на светочувствительную пластину или на пленку с помощью лазерной техники. Под воздействием пучка света это изображение воспроизводится в натуральную величину. Техника голографии позволяет получать также уменьшенное или увеличенное объемное изображение реального объекта.

3. Тексты в экспозиции и их классификация.

Вопрос о текстах, включаемых в экспозицию, тесно связан с особенностями музейной формы коммуникации. Существенные черты музейного предмета, дающие специалисту достаточный материал для атрибуции и понимания общественной значимости предмета, могут остаться незамеченными, непонятыми рядовым посетителем. Сколько бы посетитель ни рассматривал выставленный предмет, он не может обнаружить так называемую скрытую информацию, которая лежит за пределами зрительного восприятия и извлекается лишь в результате разностороннего изучения предмета. Кроме того, далеко не каждый посетитель способен усвоить научную концепцию экспозиции (даже с учетом вспомогательных материалов), подняться на тот уровень обобщения виденного, который необходим для выполнения экспозицией научно-просветительных, пропагандистских задач. С этой целью в экспозицию включаются письменные тексты разного характера и назначения, а иногда и комментарии, записанные на магнитофонную пленку. Для экспозиции разработана система текстов, в которой каждый их вид имеет свою функцию.

Идейную направленность экспозиции подчеркивают тексты-выдержки из произведений и высказываний выдающихся политических и общественных деятелей, писателей, ученых. В музейной практике они получили название *ведущих текстов*, что указывает на их значительную и активную роль в экспозиции. Следует стремиться к тому, чтобы все ведущие тексты, включенные в экспозицию, представляли собой определенное единство и отражали научную концепцию экспозиции. Оформление и размещение этой группы текстов имеет целью привлечь внимание к ним каждого посетителя.

Тематическую структуру экспозиции отражают заголовки – названия залов, разделов, тем. Назначение этих *оглачительных текстов* – помочь в ориентации среди многочисленных экспозиционных комплексов, в определении маршрута осмотра. Они должны способствовать превращению произвольного внимания в целенаправленное, дать «путеводную нить» к осмотру каждой части экспозиции. Отказ от этих текстов затрудняет использование экспозиции.

Интересные для посетителя сведения могут быть даны (в ограниченном количестве) в *объяснительных текстах*, составляемых обычно авторами экспозиции. Они относятся к залу в целом, реже к отдельной теме. В объяснительном тексте обычно раскрываются основные моменты идейного содержания зала (темы); возможно указание на историю выставленных коллекций, на наиболее интересные материалы и комплексы, на порядок осмотра.

Рассмотренные виды текстов имеют обобщающий характер. Они способствуют преодолению естественной фрагментарности музейной экспозиции и, как правило, относятся к теме экспозиции, а не к конкретным

музейным предметам. Иной характер имеют обязательные для любой экспозиции аннотации к отдельным экспонатам, данные в форме этикеток, которые в своей совокупности называются *этикетажем*.

Подобные подписи, по утверждению психологов, не только не отвлекают внимания от самого предмета, но, наоборот, как бы сливаясь с ним в единое зрительное восприятие, повышают «коэффициент» его воздействия на посетителя. Однако это слияние возможно лишь при целенаправленном содержании этикетки и обусловленной этим содержанием ее четкой структуре.

В этикетке, прежде всего, выделяется название предмета. Это отнюдь не повторение названия, зафиксированного в учетной документации. В формулировке предмета, данной литературным языком, без инверсии, учитывается тема, раскрываемая при его посредстве. Так, название «стол» ничего не прибавляет к тому, что понятно посетителю и без этикетки. Если нужно подчеркнуть материал, из которого он сделан, в названии будет указано: «стол из красного дерева»; если важна принадлежность его историческому деятелю или следует отметить его автора-изготовителя, соответственно изменится название. В этикетках к изобразительному материалу в качестве заголовка выступает не фамилия автора (как в художественном музее), а данное им название произведению.

В каждой этикетке используются атрибуционные данные предмета, доказывающие правомерность его включения именно в эту часть экспозиции. Обязательна датировка всех предметов. В зависимости от типа источника указываются: автор, клеймо, материал, место, техника изготовления.

Далее, исходя из содержания экспозиционного комплекса, даются разнообразные дополнительные сведения, поясняющие способ употребления, детали предмета или изображения; указывающие на историю создания или бытования предмета, а иногда и на то, как он попал в музей; выясняющие связь предмета (или изображения) с историческим событием; дающие оценку предмета как исторического источника. В письменном источнике в самой краткой форме раскрывается его содержание (если оно не выражено в названии). Это относится и к книгам. Подробных аннотаций требуют предметы мемориального значения, которые без этого могут рассматриваться как обычный типовой материал. Имеющаяся тенденция к наибольшей краткости этикеток не оправдана: наблюдение за реакцией и опрос посетителей приводят к выводу, что музейный зритель требует наиболее подробных сведений об экспонатах. Естественно, что данные, четко и ясно обозначенные на самом экспонате (например, название газеты), не нуждаются в повторении.

Учитывая утомительность чтения текста в условиях экспозиции, ко всем им предъявляются требования лаконичности, четкости и соблюдения основного правила композиции – ее соответствия содержанию текста.

Так, ведущие тексты выделяются единым для всех, особым шрифтом, текст разбивается на строки не механически, а по смыслу. Лишь в виде исключения допускаются переносы. Для облегчения восприятия

объяснительного текста в нем могут быть использованы курсив, жирный шрифт и пр. Стилизация шрифта «под старину» не рекомендуется. Особого внимания заслуживает композиция этикеток. Название, атрибуционные данные, дополнительные аннотации желательно выделять разными шрифтами, располагать отдельными строками или абзацами. Имеется опыт использования для этикеток цветных фонов.

При большом количестве мелких материалов (предметы археологии, нумизматика, ювелирные вещи и др.) нужно их пронумеровать, а этикетку в соответствии с нумерацией дать тут же на отдельном листе. То же относится к экспонатам, расположенным в верхнем поясе. В этом случае сведения даются на помещенном внизу схематическом плане расположения экспонатов.

Получающие все большее распространение *фонокомментарии* (объяснительные фонозаписи) чаще всего используются при обязательном групповом осмотре зала. Имеются опыты снабжения посетителей индивидуальными фотоаппаратами, дающими подробные указания к осмотру экспозиции.

Поскольку большинство посетителей осматривают экспозицию самостоятельно, следует облегчить им ориентировку в ней. Для этого помимо оглачительных надписей используется ряд приемов, применяемых в практике большинства музеев. У входа на экспозицию помещается план экспозиционных залов с указанием названия каждого из них. Имеются опыты применения в этих планах цветовой символики. Разными красками отмечаются залы, посвященные разным общественно-экономическим формациям, разным сторонам исторического процесса (залы военно-исторические, залы культуры и т. п.), иногда выделяются наиболее attractive экспонаты, залы отдыха. У входа в каждый зал помещается его план, желательно в перспективе, с указанием маршрута, названиями и нумерацией экспозиционных тем (комплексов). В залах возможно использование указателей в виде стрелок на стене или на полу.

Тема 13. Выставочная деятельность.

План:

- 1. Выставочная деятельность, её цели и задачи.**
- 2. Классификация выставок.**
- 3. Выставка как экспериментальная база построения экспозиции.**

1. Выставочная деятельность, её цели и задачи.

Музейная выставка – это наиболее динамичная форма экспозиционной деятельности, способствующая на разных этапах музейной жизни возникновению, развитию и совершенствованию основной (стационарной) экспозиции музея, а при определенных обстоятельствах способна выполнять

ее прямые функции. Музейная выставка – это, прежде всего, временная экспозиция. Временность выставки отражается на составе экспонатов. Здесь могут быть показаны музейные предметы, обычно не подлежащие длительному экспонированию в целях обеспечения их сохранности. Выставки дают возможность показать исчерпывающий материал по обозначенной проблеме, и часто тема выставки может выходить за пределы профиля музея. Выставки значительно повышают образовательно-воспитательную роль музеев, способствуют увеличению количества посетителей, расширяют географию их деятельности. В современных условиях активно развивается международный обмен выставками, что способствует взаимному обогащению различных культур. Таким образом, выставочная деятельность способствует достижению следующих целей:

- ознакомлению посетителей с редкими музейными фондами и коллекциями;

- усилению популярности музеев;

- развитию международных культурных контактов;

Задачи музейных выставок во многом зависят от профиля музеев.

Например, основными целями выставочной деятельности музеев Русской Православной Церкви являются:

- распространение православной веры;

- укрепление внутрицерковного единства;

- приобщение к духовному и культурному наследию РПЦ широких слоев населения;

- обеспечение доступа населения к изделиям церковного искусства, народных промыслов и ремесел, печатной, аудио- и видеопродукции религиозного характера.

2. Классификация выставок.

Традиционная классификация музейных выставок основана на общепринятом положении о том, что выставка, строящаяся на музейных материалах, представляет собой временную музейную экспозицию. Если основная (стационарная, генеральная и т. п.) экспозиция музея существует в неизменном виде в течение довольно длительного времени, то жизненный цикл музейной выставки обычно намного короче – несколько месяцев или, реже, несколько лет. Иначе говоря, существование стационарной экспозиции традиционно соизмеримо с жизнью поколений, музейная выставка – это, как считают многие музейеды, «событие в масштабе года».

В этой связи деление музейных выставок на группы осуществляется на основании ряда параметров, важных с точки зрения выставочной деятельности. Прежде всего, выделяются содержательно-тематические особенности, посредством которых выставки делятся на ряд устоявшихся типов. Самый распространенный тип – *юбилейные выставки*, весьма характерные как для советских, так и для постсоветских музеев.

Принято считать, что музейные работники постоянно следят за календарем знаменательных дат, поскольку годовщина события, имеющего отношение к профилю и направлению работы музея, дает повод и возможность для организации выставки, роль которой двояка. Во-первых, юбилейная выставка становится частью широкого общественного празднования памятной даты. Во-вторых, она является своеобразным отчетом музея о научно-исследовательской, фондовой и экспозиционной работе.

Следующий традиционный тип, определяемый по содержательно-тематическим признакам, – *мемориальные выставки*. Это, как правило, временные музейные экспозиции, созданные в память о выдающемся событии или лице и расположенные на памятном месте либо в памятном здании – усадьбе, доме, квартире и т. п. От юбилейной выставки подобную экспозицию отличает, прежде всего, характер выставляемых предметов, которые максимально связаны с понятием «мемориальность». Иными словами, речь идет о создании экспозиционного комплекса (или ряда экспозиционных комплексов), состоящего из подлинных предметов, принадлежавших историческому лицу и связанных с его жизнедеятельностью. Причем выставочный мемориальный комплекс, в отличие от музейного мемориального комплекса, складывающегося по принципам ансамблевой экспозиции, чаще всего представляет собой обычную коллекцию личных вещей и документов. Подобный принцип создания мемориальных выставок был, например, весьма актуален в период Великой Отечественной войны, когда возникала необходимость в кратчайшие сроки создать экспозицию в более или менее отреставрированных музеях. В частности, после освобождения Клина в доме-музее П. И. Чайковского была создана мемориальная выставка, имевшая две взаимодополняющих цели: с одной стороны, демонстрировалась отреставрированная коллекция мемориальных вещей и документов композитора (до войны здесь действовала ансамблевая экспозиция), с другой стороны, рассказывалось о гуманистической миссии Красной Армии, спасавшей культурные ценности мирового значения.

Далее следуют *монографические выставки*, рамки которых не заданы ни юбилейными датами, ни мемориальным характером демонстрируемых предметов. Это, как правило, тематические выставки, посвященные одной теме, одной проблеме или одному конкретному историческому деятелю. Традиционно считается, что в основе таких экспозиций лежит уже известный нам тематико-экспозиционный комплекс, т.е. группа предметов, объединенных не в результате выявленной между ними общности и не в соответствии с мемориально-типологическим принципом, а благодаря использованию присущей разнородному набору экспонатов способности отражать ту или иную локальную тему.

Из подобных комплексов и складывается обычно выставка-монография. Однако возникает вопрос о языковых особенностях монографической выставки, о характере ее потенциальных текстов. Если это всего лишь предметные иллюстрации к популярной монографии, то система тематико-

экспозиционных комплексов носит наукообразный характер. А если создается монографическая экспозиция, организуемая в соответствии с принципами построения художественного текста, то традиционные «комплексы» превращаются в экспозиционно-художественные образы, а вся экспозиция – в своеобразное произведение экспозиционного искусства.

Вторым по значению принципом, определенным в процессе традиционной классификации, является характер экспозиционных материалов. Причем вторичность данного критерия основана на устоявшемся в советском музееведении представлении о преимуществе тематического метода построения экспозиции над систематическим (а иначе говоря, иллюстративно-тематического над коллекционным). И действительно, по характеру материалов *систематические выставки* чаще всего «выпадали» за пределы юбилейных и монографических экспозиций. Данный критерий отражает, прежде всего, особенности и потенциальные возможности фондовых собраний, становящихся объектом экспозиционных публикаций. Причем экспозиционные материалы могут быть как однородными, так и комплексными. В первую категорию попадают, например, фото-, изо- и тому подобные фондовые выставки. Во вторую – выставки новых поступлений, а также используемые экспонаты из частных собраний и других экспозиций; они характеризуют последние результаты комплектования, связи и контакты с коллекционерами, общественностью и т.п. Однако названный принцип классификации может показаться весьма сомнительным, если учитывать тот факт, что из одних и тех же материалов (фотографий, произведений живописи, вещей, документов) можно создавать самые разные экспозиционные тексты – от фондовых «словарей» до научно-популярных монографий и экспозиционно-художественных повествований.

Третий принцип классификации, парадоксальность которого мы уже отмечали, касается продолжительности работы выставки.

Наконец, четвертый традиционный принцип, скромно обозначенный «местом размещения» и подразделяющий выставки на *внутримузейные (стационарные), внемузейные, въездные и передвижные*, является, на наш взгляд, одним из важнейших и нуждается в особом рассмотрении.

Кинетические принципы классификации музейных выставок характеризуют их способность к физическому перемещению, что позволяет музею расширять границы своей деятельности. При этом важнейшим критерием данной классификации является тот или иной уровень сохранения музейной специфики. В наибольшей степени этому критерию отвечают стационарные выставки: обладая наименьшим кинетическим потенциалом, подобные экспозиции характеризуются, как правило, максимальным использованием музейных предметов, совершенным техническим оборудованием и художественным решением.

Кинетические возможности начинают проявляться и влиять на музейную специфику в процессе создания внемузейных стационарных выставок. Возникающая проблема двойной ответственности вынуждает в условиях нынешней России идти на значительное сокращение музейных

подлинников, но в меньшей степени влияет на качество оборудования и художественного решения экспозиции. Выездные выставки обладают еще большей кинетической энергией, поскольку рассчитаны на развертывание не в одном, а в двух–трех немuseumных помещениях, что влияет уже не только на характер отбора уникальных предметов, но и на качество технического оборудования и художественного решения.

В наибольшей степени кинетическими возможностями обладают передвижные выставки и «передвижные музеи», в идеале строящиеся на подлинных музейных предметах, но в отличие от немuseumных и выездных выставок рассчитанные на периодическую демонстрацию в самых разных географических пунктах и помещениях. Причем «передвижные музеи» и выставки, расположенные в пространстве железнодорожных вагонов, автофургонов и тому подобных мобильных помещений, решают проблему сохранности и безопасности выставляемых коллекций за счет естественного сокращения экспозиционных площадей, что влияет на содержательно-тематические особенности экспозиции. В случае же развертывания «передвижных музеев» и выставок во немuseumных помещениях вновь обостряется проблема сохранности и безопасности, следствием которой является вынужденное сокращение музейных раритетов.

Наконец, абсолютными кинетическими возможностями обладают передвижные выставки облегченного типа, созданные исключительно на муляжах, копиях и фотографиях. Музейная специфика подобных массовых «экспозиций», рождение которых связано с политико-просветительскими задачами 20-30-х гг., т. е. с советским периодом отечественной истории, сводится к нулю, а их рекламные функции не соответствуют уровню этого вида деятельности.

Особое значение имеют языковые принципы классификации музейных выставок, позволяющие определять два типа экспозиционных текстов – нехудожественный (линейный) и художественный (объемный).

К нехудожественным текстам относятся коллекционные выставки, напоминающие толковые словари разного тематического профиля. Составляющие элементы коллекционной структуры – музейные предметы – обладают относительной самостоятельностью и многообразием смыслового потенциала, раскрываемого либо в контексте экспонируемой коллекции, либо с помощью специальных письменных или устных комментариев. К данному типу текстов относятся и иллюстративно-тематические выставки, т.е. научно-популярные или агитационно-просветительские экспозиции, иллюстрирующие с помощью музейных предметов и вспомогательных экспонатов аналогичные монографии, статьи и учебные пособия. Наиболее соответствующими музейной специфике считаются коллекционно-тематические выставки, оригинальные тексты которых строятся на органичном сочетании коллекционных, тематических и, главное, ансамблевых принципов экспонирования, в результате чего демонстрируется все многообразие бытовой «предметной среды».

К художественным текстам относятся музейно-образные выставки – экспозиции, строящиеся на основе музейно-образного метода и акцентирующие внимание не на бытовой среде, а на проблемах бытия. С помощью музейных предметов, которые начинают играть роль материальных символов, обозначающих духовные ценности и идеалы, а также архитектурно-художественных, дизайнерских средств создается своеобразный памятник соответствующей теме. По своим языковым особенностям подобные произведения, обладая определенной музейной спецификой (здесь допускается создание «новых экспонатов», имеющих художественную ценность), не выходят за рамки оригинального жанра изобразительного искусства.

Наконец, выставки, которые создаются по принципам образно-сюжетного, или художественно-мифологического метода.

Экспозиционно-художественные тексты – дорогое удовольствие. Поэтому в современных условиях идеологического кризиса и экономической нестабильности особое значение приобретают коллекционные и коллекционно-тематические выставки. Авторы таких экспозиций, отказавшись от идеологизированной иллюстративности, дидактического наукообразия и художественной интерпретации исторических фактов, демонстрируют подлинные историко-культурные и художественные памятники, музейная ценность которых, по их мнению, не нуждается в дополнительных комментариях и субъективных осмыслениях. Подобного рода выставки характерны, прежде всего, для музеев, обладающих уникальным и обширным фондовым потенциалом. В частности, Государственный исторический музей, оказавшись в сложных экономических условиях, совпавших с реконструкцией основного здания, развернул активную выставочную деятельность, не требующую особых финансовых затрат и позволяющую демонстрировать свои коллекционные возможности. Однако избежать определенного осмысления и авторской интерпретации выставляемых тематических коллекций не удастся в силу творческого характера этой деятельности.

В целом интенсификация выставочной деятельности современных музеев в силу уникальности и универсальности выставки как феномена музейной коммуникации позволяет надеяться на сохранение и дальнейшее повышение общественного интереса к музейной культуре.

3. Выставка как экспериментальная база построения экспозиции.

В истории музейного дела случались ситуации, когда в силу объективных или субъективных обстоятельств традиционная форма экспозиции, так называемая основная экспозиция, заменялась системой выставок, развернутых как в стенах музея, так и за его пределами. Причины подобной ситуации бывают самые разные. Прежде всего, это объективные обстоятельства, связанные с временным отсутствием или недостаточностью экспозиционных площадей, реконструкцией музея и др. Но иногда

возникают и субъективные причины, когда система временных передвижных выставок, заменяющих стационарную экспозицию, воспринимается на новом концептуальном уровне и является определяющим фактором развития деятельности того или иного музея.

Одним из примеров концептуализации объективных обстоятельств может служить деятельность ГИМа в годы ВОВ. С одной стороны, необходимо было обеспечить физическую сохранность музейных предметов. Из экспозиции изымались наиболее ценные памятники, подлежащие эвакуации. С другой стороны, важной являлась задача, связанная с духовным содержанием памятников истории и культуры с их потенциальной возможностью работать на оборону страны. Это вынудило музейных работников разработать новую стратегию экспозиционной и просветительской деятельности. В первом зале музея вместо бивней мамонта и каменных топоров разместились экспонаты, посвященные началу войны. Параллельно усиливались тематические комплексы военно-исторического плана. Так, например, тема «Отечественная война 1812 г.» приобрела персональную ориентацию и была посвящена великим полководцам России. Впоследствии были открыты новые выставки: «Суворов», «Военное искусство Древней Руси», «Взятие Берлина в 1785 г.» и др. Система изживала себя, становилась замкнутой. Развитие могло идти либо экстенсивно – за счет новых тематических невоенных экспозиций, либо интенсивно – за счет подготовки качественно иной концептуальной системы, целью которой стали бы возрождение и развитие новой экспозиции. В 1947 г. приказом Комитета по делам культурно-просветительских учреждений хронологические рамки экспозиционной деятельности ГИМа были ограничены 1917 годом.

Тема 14. Культурно-образовательная деятельность музеев.

План:

- 1. Культурно-образовательная деятельность музеев и ее сущность.**
- 2. Музейная педагогика как научная дисциплина.**
- 3. Образовательно-воспитательная работа музеев.**

1. Культурно-образовательная деятельность музеев и ее сущность.

Работа музея, ориентированная на контакты с обществом, рассматривается в разных трудах по музееведению неоднозначно. Существуют определения *научно-просветительской* и *культурно-образовательной* деятельности. Первое исходит из научной значимости музея и его просветительских задач. Второе – из культурологического значения музея и его роли в образовательном процессе.

Следует отметить, что само определение *«научно-просветительская работа»* впервые стало использоваться в советском музееведении в начале

1960-х гг. и употреблялось вплоть до 1980-х гг. Однако вскоре в советском обществе произошли существенные изменения, и, соответственно, изменилось его отношение как к самому музею, так и к культурному наследию. В результате на рубеже 1980 – 1990-х гг. в советском музееведении стало использоваться новое определение – **«культурно-образовательная деятельность»**. Появление данного определения было вызвано пересмотром специалистами-музееведами моделей развития музея, и в качестве приоритетной была избрана модель, основанная на коммуникативном подходе. Существенной трансформации подверглась и образовательная модель музея. Музей стал рассматриваться как важное средство развития творческого потенциала человека и формирования его ценностных ориентаций.

Культурно-образовательная деятельность – одно из основных направлений деятельности музея, теоретической основой которой является музейная педагогика; важное звено музейной коммуникации. Непосредственным проявлением культурно-образовательной деятельности музея является его экскурсионная деятельность, осуществляемая в форме музейных экскурсий. Вместе с тем для музея характерны и другие формы культурно-образовательной деятельности, такие, как музейные лекции, викторины, конкурсы, литературные вечера, театральные представления, музейные клубы и кружки и др. характерной чертой данных форм является то, что они реализуются на основе фондовых коллекций.

2. Музейная педагогика как научная дисциплина.

Музейная педагогика как научная дисциплина зародилась в Германии. В России же она начала утверждаться потому, что возникла потребность в смене образовательных парадигм и формирования теории культурно-образовательной деятельности. **Музейная педагогика** – это научная дисциплина, находящаяся на стыке музееведения, педагогики и психологии и рассматривающая музей как образовательную систему. Одной из важнейших проблем музейной педагогики является проблема образовательной специфики музея. Решить ее – это получить ответ на вопрос «Почему люди ходят в музей?». Специфику музейного образования определяет то обстоятельство, что оно осуществляется на предметной основе и в специально организованной, эстетически значимой и информационно насыщенной предметно-пространственной среде, где органично сочетаются документально достоверное и художественно-образное начало и где человек находит «кратковременное убежище от агрессии, безобразия и шума внешнего мира». Посетитель музея:

-чувствует свою сопричастность к культуре и возможность диалога с ней;

-получает редчайшую возможность извлекать знания, опираясь на первоисточник, не верить «на слово»;

-ощущает способность к расширению чувственно-эмоционального

опыта, ценностному переживанию и др.;

-освобождается от повседневных забот, с охотой подчиняясь особому «музейному» регламенту поведения.

Музейное образование относится к сфере неформального, и оно лишено жестких схем и распространяется на все группы общества. Отличие музея от школы состоит в том, что он дает избирательное образование. Обновление музейного образования идет по двум направлениям. Первое – от принуждения к свободе, а второе – от научения к развлечению. Попадая в музей, человек менее всего хочет стать объектом воспитания, но, как правило, жаждит обрести стимул к размышлению или переживанию, который становится все более ощутимым в том случае, если умножению знаний и эмоциональному обогащению не препятствует мучительная борьба с музейной скукой. Одной из проблем музейной педагогики является изучение музейной аудитории. Музейную аудиторию можно определить как общность людей, объединенных интересом к музею, что находит выражение в определенной их активности и мотивации посещения последнего. Описание аудитории осуществляется по нескольким параметрам. Это, прежде всего, социально-демографические признаки: образовательный уровень, профессиональная принадлежность, возраст, пол, место жительства. С точки проявления активности аудитории к музею она подразделяется на *реальную и потенциальную*. Активность аудитории определяется частотой посещения музея людьми. Аудиторию также анализируют с точки зрения ее направленности к определенным видам музейной коммуникации. В этом случае выделяют аудиторию выставок или лекториев, посетителей «выходного дня» и те, кто участвует в научных исследованиях музея. Также важной характеристикой является степень подготовленности и предрасположенности аудитории к восприятию. Выделяют посетителей с *высоким уровнем подготовки, средним уровнем и случайным*.

Одной из проблем музейной педагогики является изучение эффективности музейной коммуникации. С середины 20-х гг. в СССР стали проводиться исследования по изучению воздействия музейной информации, но с середины 30-х гг. они были прекращены после издания постановления «О педагогических извращениях в системе Наркомпроса» (1936 г.). Интерес к данной проблеме вновь возник в 70–80-е гг. XX века. Этому способствовали развитие социологии и численный рост посетителей музея. В это время появился цикл работ «Музей и посетитель», подготовленный сотрудниками научно-исследовательского института культуры». Ими анализировались особенности восприятия посетителями экспозиции и экскурсии. Исследования показали на необходимость уменьшения насыщенности экспозиции и создания нескольких планов восприятия с выделением наиболее аттрактивных предметов. Что же касается экскурсии, то выяснилось, что посетителя интересуют не общеисторические сведения, а отдельные предметы, и поэтому нужно было делать акцент на строгий отбор показа. В СССР исследования по изучению музейной коммуникации прекратились по ряду причин: экономические затруднения, снобизм

музейных работников, полагающих, что им все известно, как нужно правильно поступать. За рубежом под влиянием данной тенденции сформировалось новое направление научных исследований, как изучение посетителей.

Музейная педагогика решает такую проблему, как построение методики работы с различными категориями посетителей. Так, например, особенностью восприятия детей дошкольного и младшего школьного возраста является то, что они легче усваивают предмет посредством осязания, поэтому работающие с детьми специалисты стремятся вводить в экспозицию или специально приносить на занятия экспонаты (копии, модели), которые дети могут подержать в руках. Ведущей формой познания для детей данного возраста является игра. Например, игра «О чем говорят вещи?».

В экскурсионной работе с детьми данных возрастов весьма эффективен вопросно-ответный метод. Предпочтение отдается не вопросам на проверку знаний, а тем, которые требуют работы воображения, обращение к собственному жизненному опыту. Для детей среднего и старшего школьного возраста характерна противоречивость сознания. Восприимчивость к новому сочетается со стремлением критического осмысления опыта старших, поэтому большое внимание должно уделяться убедительности аргументации со стороны музейного работника. Он должен использовать проблемный метод, когда создается ситуация для овладения знаниями, а не получение их в готовом виде. В работе со студенческой молодежью рекомендуется вовлекать аудиторию в круг рассматриваемых вопросов, что способствует установлению определенной эмоциональной атмосферы. Это учит слушателей не только воспринимать, но и мыслить, вырабатывать свое отношение к тому или иному явлению.

3. Образовательно-воспитательная работа музеев.

В современном обществе задача образования и воспитания подрастающего поколения в большей степени возлагается на школу, где дети проводят большую часть времени и именно там закладываются ценностные ориентиры личности. Однако первоочередной задачей школы остается образование. В вопросах воспитания музей является незаменимым помощником школы. Так, например, в Российской Федерации активно реализуется проект «музей–школа», предполагающий активное внедрение музеев в систему образования. Один из способов достижения этой цели – информирование специалистов системы образования о деятельности музеев. Во-первых, это выступления на ежегодных августовских совещаниях учителей музейных работников. Цель таких выступлений – всесторонняя информация о возможных формах и направлениях работы музея со школой, перечень планируемых мероприятий, рассказ о новых поступлениях и др. Во-вторых, выходы музейных сотрудников непосредственно в школы для встреч со школьниками и учителями, где с ними проводятся беседы о музейных

коллекциях и наиболее ценных экспонатах, находящихся в том или ином музее. Находясь в школе, сотрудник музея может установить причину недостаточного внимания к музею, услышать конкретные пожелания. В-третьих, это выпуск музеем афиш, листовок и др.

Следующий этап взаимодействия «музей–школа» связан с развитием договорных отношений между ними. Договор, связывая взаимными обязательствами музей и школу, делает их отношения устойчивыми и регулярными, определяет последовательность контактов. Сложились следующие формы сотрудничества музеев со школой:

- совместная работа по организации и проведению учебной экскурсии в музее;
- участие музея в организации школьных факультативов;
- использование учителем музейных предметов в качестве наглядных пособий на уроке;
- совместная организация мероприятий воспитательного характера;
- помощь музея учителю-краеведу;
- помощь какого-либо музея в создании школьного музея.

Тема 15. Музейные экскурсии.

План:

- 1. Музейная экскурсия и её основные характеристики.**
- 2. Классификация экскурсий.**
- 3. Методика подготовки и проведения экскурсии.**

1. Музейная экскурсия и её основные характеристики.

Сам термин «*экскурсия*» происходит от латинского слова *excursio* – поездка. В современном музееведении существуют различные определения «экскурсии», но мы с вами выберем то определение, которое наиболее часто употребляется и приводится в «Музейной энциклопедии». Итак, *экскурсия* – форма культурно-образовательной деятельности музея, основанная на коллективном осмотре памятников музейного показа под руководством специалиста по заранее намеченной теме и специальному маршруту. Для экскурсии характерны следующие признаки:

1. наличие экскурсионной группы или индивидуальных экскурсантов;
2. наличие экскурсовода, проводящего экскурсию;
3. протяжённость по времени проведения (от одного академического часа до суток);
4. целенаправленность объектов показа, наличие определённой темы;
5. зрительное восприятие, показ экскурсионных объектов на месте их расположения;
6. передвижение участников экскурсии по заранее спланированному маршруту;

7. активная деятельность участников (наблюдение, изучение, исследование объектов).

Данные семь признаков являются обязательными для экскурсии. Отсутствие какого-то из них не может считать мероприятие экскурсией.

Залогом успешного проведения экскурсии является высочайший профессионализм со стороны экскурсовода. Как и все музейные педагоги, экскурсовод должен иметь серьёзную подготовку в области исторической науки, знать основы психологии и педагогики, свободно ориентироваться в музееведческих проблемах. При этом экскурсионная деятельность предъявляет к нему и специальные требования. Экскурсовод – это, прежде всего, популяризатор и пропагандист идей, заложенных в экспозиции. Он всесторонне разрабатывает тему экспозиции, изучает её содержание, используемые в ней дидактические и методические приёмы. Особое внимание экскурсоводу следует уделить воспитанию культуры речи. Он должен владеть чётко поставленной дикцией и грамотной литературной речью. Неотъемлемые атрибуты речи – это эмоциональность, образность и исключение монотонности. Экскурсовод должен обладать и артистическими способностями. Слово в экскурсии сочетается с мимикой, с жестом руки, обычно вооружённой указкой. Организованное с помощью жеста зрительное восприятие может сократить словесное описание предмета.

Не следует также забывать, что экскурсия – это большая физическая нагрузка. Экскурсоводу нужны достаточно хорошее зрение, выносливость, специальные занятия по постановке голоса.

Каждая экскурсия должна иметь свою чётко определённую тему. Тема экскурсии – это то, что положено в её основу. Она тесно связана с объектами показа и определяет содержание рассказа. Выбор темы экскурсии зависит от ряда факторов:

- от содержания фондов музейного собрания;
- от потенциального спроса и конкретного заказа;
- от программных требований учреждений среднего, высшего образования.

После выбора темы определяется цель экскурсии. Цель экскурсии: идейно-нравственное, интернациональное, трудовое, эстетическое воспитание. Задача экскурсии – понятие более узкое. Задача локальна и конкретна. Например, целью экскурсии «Минск – столица Беларуси» является воспитание у людей чувства патриотизма и любви к Родине, а задачей – знакомство с достопримечательностями города, его архитектурой, историей и др.

Под зрительным восприятием понимается живое созерцание предмета, его непосредственное наблюдение. Задача экскурсовода заключается в том, чтобы не только научить «видеть» посетителей музея, экспозицию в целом и отдельные её элементы, но и получить заложенную в них информацию. Специфика экскурсии заключается в органическом сочетании в ней показа и рассказа. Экскурсовод показывает экскурсантам объекты и сопровождает показ анализом, пояснениями, историческими справками и др.

Следует отметить, что в процессе экскурсии экскурсовод учит экскурсантов воспринимать увиденное, давать объективную оценку событиям.

В основу экскурсии положены следующие принципы и функции:

Принцип научности – факты, события, теоретические положения даются в научной трактовке получают освещение с учётом достижений тех отраслей современной науки, к которым они имеют отношение.

Принцип идейности предполагает объективный подход к содержанию излагаемого материала. Немаловажное значение уделяется и убеждённости экскурсовода в излагаемом материале.

Принцип связи теории с жизнью. Материал экскурсии должен быть увязан с жизнью, действительностью, практикой хозяйственного и культурного строительства, переменами, произошедшими в жизни Беларуси после обретения ею суверенитета. Материал, характеризующий современность в экскурсиях, находит отражение в трёх аспектах: **первый аспект** – вся тема экскурсии полностью посвящена современности («Гомель строится»); **второй аспект** – современности посвящена часть экскурсии («Гомель – столица белорусского Полесья»); **третий аспект** – экскурсия полностью посвящена показу исторических событий. Связь с сегодняшним днём находит своё выражение в том, что события прошлого оцениваются с позиции современности на основе достижений науки.

К основным функциям экскурсии относят следующие функции:

- функция научной пропаганды;
- функция информации;
- функция организации культурного досуга;
- функция формирования интересов;
- функция расширения культурного кругозора.

Функция научной пропаганды способствует распространению политических, философских, экономических и др. идей, взглядов, теорий.

Функция информации. Экскурсия в соответствии со своей темой содержит информацию по конкретному разделу знаний: о достижениях исторической науки, медицины и др. От таких важных средств информации, как газета, радио, телевидение, экскурсию отличает более высокая наглядность.

Функция организации культурного досуга. Под досугом подразумевается та часть нерабочего времени, которая остаётся у человека после окончания рабочего дня. Своё свободное время он тратит на общественную деятельность, самообразование и др. Являясь формой культурного досуга, экскурсия способствует удовлетворению и формированию духовных потребностей человека. Её популярность объясняется следующими факторами:

- а) возможность получить системные знания;
- б) осуществить выбор в соответствии со своими интересами.

Функция формирования интересов. Задача экскурсии – сообщить знания аудитории и вызвать интерес к конкретной отрасли науки. Побывав

на исторической экскурсии, её участники в дальнейшем проявляют интерес к истории. Они читают специальную литературу, посещают другие исторические музеи.

Функция расширения культурного кругозора. Экскурсия способствует расширению кругозора человека. Нередко она конкретизирует знания экскурсантов, помогает им увидеть то, что они знали из школьной программы, из лекции и др.

2. Классификация экскурсий.

Классификация – это система распределения тех или иных предметов, явлений в соответствии с их существенными признаками. В настоящее время музейные экскурсии различаются:

- 1) по месту проведения и объектам показа;
- 2) по характеру тематики;
- 3) по целевому назначению;
- 4) по составу экскурсионных групп.

Наиболее распространены экскурсии, проводящиеся внутри музейного здания: по экспозициям, выставкам, открытому хранению фондов. Музей также проводит экскурсии по памятникам (архитектуры, культуры, истории, техники), по памятным местам, которые находятся вне здания музея. Практикуется также и проведение комплексных экскурсий, сочетающих в разных вариантах отмеченные выше виды экскурсий. Основой комплексной экскурсии обычно является музейная экспозиция, которая дополняется демонстрация памятников, находящихся в естественных условиях.

По характеру тематики экскурсии подразделяются на обзорные и на темы профильной дисциплины (тематические). Обзорные экскурсии рассчитаны на посетителей, впервые пришедших в музей и желающих получить о нём общее представление. Обычно эти посетители – туристы, располагающие ограниченным количеством времени. Круг вопросов, рассматривающихся в ходе обзорной экскурсии, следующий:

- знакомство с историей возникновения и развития музея;
- знакомство с историей и содержанием музейной коллекции;
- общее знакомство с основными разделами экспозиции;
- знакомство с отдельными выдающимися экспонатами.

Распределение информации по каждой из тем может быть равномерным или различным в зависимости от времени, обстоятельств или пожеланий экскурсионной группы. Больше внимание в ходе обзорной экскурсии может быть уделено какому-то одному из обозначенных вопросов, в то время как остальные могут быть затронуты в меньшей степени.

Экскурсии на темы профильной дисциплины (тематические) имеют ряд вариантов:

Сквозные – на темы, охватывающие ряд исторических периодов (например, «Русское военное искусство от Средневековья до начала 20 века»);

По отдельным историческим периодам или событиям (узкотематические), дающие характеристику исторического периода, одной из сторон исторического процесса, жизни и деятельности отдельного лица или коллектива (например, «Жизнь и творчество В. Высоцкого»);

Специализированные – используют материал исторической экспозиции для раскрытия тем и проблем других дисциплин различных профилей (например, «Распространение христианства у восточных славян»).

По целевому назначению экскурсии подразделяются на культурно-образовательные (общеобразовательные) и учебные.

Общеобразовательные являются одной из форм организации культурного досуга широких слоёв населения. Они предназначены для культурного просвещения экскурсантов. Примером такой экскурсии является экскурсия в Гомельский дворцово-парковый ансамбль, в ходе которой её участники знакомятся с историей возникновения дворца, его владельцами, спецификой архитектуры.

Учебные экскурсии обслуживают, в первую очередь, учащихся средних и высших учебных заведений с целью углубления и систематизации пройденного материала или проработке нового. Особый вид подобных экскурсий – *экскурсия-урок*. Она проводится в экспозиционном зале обычно под руководством учителя, который использует экспозиционную методику в сочетании с приёмами, свойственными школьному уроку (опрос, повторение и др.) Исторические и краеведческие музеи имеют большие возможности для учебной работы со студентами различных вузов. Для студенческих групп организовываются *экскурсии-семинары* под руководством преподавателя. Выступление участников семинара проходят в залах музея с использованием экспозиционных материалов.

К учебным относятся и *методические* экскурсии. Они адресованы музейным работникам, повышающим свою квалификацию, аспирантам и студентам по специальности «музееведение». В ходе данных экскурсий их участники знакомятся с принципами построения экспозиции, спецификой проведения экскурсий и др.

Экскурсии по составу экскурсионных групп:

- 1) для детской, взрослой и смешанной аудитории;
- 2) для местных, приезжих и туристов;
- 3) для однородных и разнородных по составу.

Группы различаются по возрасту, социальному, профессиональному и национальному составу, образовательному цензу и др. Экскурсовод должен учитывать особенности психологии дошкольника, школьника, взрослого. Поэтому для каждой из групп при одинаковых темах требуется особый подбор материала, особый акцент на те или иные исторические события («Брестская крепость»).

Местным жителям, которые имеют возможность неоднократно посетить музей, может быть предложена экскурсия по какой-то узкой теме или выставке. Внимание экскурсовода может быть направлено на выявление местного материала с общесоюзным или общереспубликанским (например,

«Гомельчане – воины-интернационалисты»)). Для приезжих из других городов, областей Беларуси рекомендуется проводить обзорные экскурсии для общего знакомства с музеем или сквозные, характеризующие экономическое и культурное сотрудничество между регионами. Для туристов-иностранцев необходимо проводить экскурсии, подчёркивающие интернациональный характер борьбы против фашизма и др.

Экскурсии для смешанных по составу групп рекомендуется проводить для ознакомления с новой, актуальной по содержанию выставкой. Экскурсии с одиночными посетителями рекомендуется проводить в музеях, расположенных в памятниках архитектуры (дворцах, соборах), мемориальных музеях, где самостоятельный осмотр не предусмотрен.

Таким образом, классификация экскурсий обеспечивает условия для лучшей организации работы экскурсовода с клиентами, облегчает специализацию.

3. Методика подготовки и проведения экскурсии.

Подготовка к экскурсии – сложный процесс, который требует от автора не только профессиональных знаний в той области, тематика которой будет представлена в экскурсии, но и владение экскурсионной методикой. Можно выделить два этапа в подготовке экскурсии. Характерной особенностью первого этапа является формулировка темы экскурсии, её цели и задач и идейного содержания. Автор начинает первоначальное изучение научной литературы, которая главным образом представлена учебными пособиями и справочниками по теме экскурсии. После этого начинается первоначальное знакомство с экспозицией, где формируется общее представление о ней. В ходе второго этапа музейным сотрудником исчерпывающе прорабатывается литература и источники по заданной теме. Тщательно изучается экспозиция, причём основное внимание уделяется музейным предметам. Далее происходит составление плана экскурсии. В частности, разрабатывается структура экскурсии, выделяются темы, подтемы, устанавливается их порядок. Затем для каждой части экскурсии намечаются объекты экскурсионного показа, которые группируются в соответствии с намеченной темой. Прделанная автором экскурсии работа фиксируется в наиболее удобной для него форме. На основе вышеотмеченного первоначального плана составляется в письменной форме **развернутый план экскурсии**. В нём даётся окончательная формулировка цели экскурсии, раскрываемые в ней идейно-теоретические положения. Уточняется структура экскурсии, её маршрут, состав демонстрируемых экспонатов, используемые тексты. Формулируются логические переходы и выводы, конкретизируется содержание вступительной и заключительной бесед. Данный план должен быть апробирован на практике.

Только после проведения ряда экскурсий и выяснения их положительных сторон и недостатков составляется итоговый документ, получивший название **методической разработки экскурсии**. Методическая

разработка экскурсии осуществляется по определённой графической схеме: название зала, подтемы, место остановки группы; объекты показа, время, отведённое на их рассмотрение; методические указания. К методической разработке прилагается библиография, а также справочный материал, накопленный в процессе подготовки плана: выписки из документов и литературы, сведения об используемых экспонатах, биографии выдающихся лиц. Получив предварительную апробацию, методическая разработка экскурсии утверждается на методических и учебных советах руководства музея. В последние годы подобная документация, составленная по жёсткой определённой схеме, нередко заменяется свободным изложением материала экскурсии и методикой её проведения.

Каждая экскурсия состоит из трёх частей: вступительная беседа, основная часть, заключительная беседа. Целью **вступительной беседы** является установление контакта экскурсовода со своей аудиторией. Она включает в себя знакомство с группой, выяснение её состава и интересов; краткие сведения о музее, определение темы, задач экскурсии и порядка её проведения; указания на правила поведения в музее.

Основная часть экскурсии. При входе в зал, где ведётся тематический показ, следует, в первую очередь, указать на общий облик зала, на привлекающие внимание экспонаты повышенной аттрактивности. Когда естественный интерес к новому, увиденному впервые будет удовлетворён, нетрудно направить и сосредоточить внимание на отдельных экспозиционных комплексах. При этом следует дать о них общее представление, а затем перейти к показу отдельных экспонатов. Переход от одной подтемы к другой, от одного экспоната к другому должен быть обоснован логически. В случае применения фонозаписи в экскурсии, экскурсовод в процессе прослушивания указывает на упоминаемые экспонаты, а затем отвечает на вопросы. Фонозаписи экскурсии используются главным образом в музеях-памятниках, мемориальных музеях, где не разрешён индивидуальный осмотр экспозиции. Экскурсовод должен освоить технику ведения экскурсии – уметь выбрать наилучший пункт для осмотра музейного или внемузейного объекта, расставить группу, организовать переход из зала в зал. Что же касается индивидуальных посетителей, то им предлагаются краткие, информационно-инструктивные сообщения у входа в музей, в каждый зал, которые помогают ориентироваться в музейном пространстве. Для экскурсионного метода характерен **демонстрационный приём**, в котором сочетается показ с рассказом. Целенаправленный показ комплекса, отдельного экспоната должен научить видеть, выявлять на основе зрительного восприятия существенные черты рассматриваемого объекта. Экскурсовод сочетает показ с моторными передвижениями (рассматривание памятников в непосредственной близости или отдалённости, воспроизведение движением руки его контуров). Музейный работник сообщает сведения, которые нельзя получить путём непосредственного зрительного восприятия, рассказывает об истории выставленного музейного предмета, об историческом событии,

свидетельством которого он является.

Демонстрационный приём имеет ряд разновидностей. Экскурсия может иметь *повествовательный* характер. Экскурсант привлекается к рассмотрению экспозиции словом, рассказом экскурсовода. Большую активность вызывает приём беседы в форме вопросов и ответов (диалога), получивший название *эвристический*. Система наводящих вопросов активизирует каждого члена группы и позволяет прийти к правильным выводам. Наибольшую активность предполагает *приём заданий*. После вводной беседы, в которой ставятся задачи работы, участники экскурсии получают краткосрочные, индивидуальные или мелкогрупповые задания в устной или письменной форме. Например, можно предложить в данном зале наиболее интересный экспонат и указать на мотивы его выбора. Более сложная задача – это рассказ о содержании какого-либо комплекса. Выполнение задания – ответы на поставленные вопросы – обсуждаются коллективно, а иногда и дискутируются. Это приводит к выработке собственных суждений, умению отстаивать своё мнение. В экскурсии может использоваться и *игровой момент*. После ознакомления с темой предлагается представить себя в роли участника события.

Также в музейной практике используется **лекционно-иллюстративный приём**. При этом превалирует роль ведущего, а экспонаты привлекаются по мере надобности в качестве иллюстрации. Этот приём эффективен при рассмотрении сложных теоретических вопросов.

Экскурсия завершается **заключительной беседой**, в которой выясняется впечатление группы от только что увиденного, даются рекомендации для углубления полученных знаний.

Методические рекомендации начинающим экскурсоводам:

1. Рассказывая, смотрите на кого-нибудь из группы, но долго смотреть не стоит, взгляд должен перемещаться от одного посетителя к другому. Тогда у каждого человека складывается впечатление, что экскурсовод говорит лично для него. А если не всегда на него смотрит, то только потому, что непривычно забывать о других.

2. Не демонстрируйте свои обширные знания для посетителей. Информация, в которой много дат и имён, утомляет, и очень скоро человек перестаёт её воспринимать. Рассказ делает интересным освещение отдельных подробностей и событий.

3. Позволить слушателю быть исследователем. Экскурсовод рассказывает об исторических событиях, задаёт вопросы, а посетитель сам делает выводы.

Тема 16. Формы культурно-образовательной деятельности музеев.

План:

- 1. Лекция, консультация, научные чтения и их специфика.**
- 2. Клуб, конкурс.**

3. Встреча с интересным человеком, концерт, музейный праздник, ролевая игра.

1. Лекция, консультация, научные чтения и их специфика.

Формы культурно-образовательной деятельности, осуществляемые современными музеями, достаточно разнообразны. Они ориентированы как на определённую постоянную аудиторию, так и на нестабильную массу посетителей. Функции форм культурно-образовательной деятельности способствуют:

- а) популяризации музея;
- б) плодотворному проведению досуга посетителей;
- в) воспитанию уважительного отношения к историко-культурному наследию не только своего народа, но и других народов и стран ближнего и дальнего зарубежья;
- г) развитию творческих способностей посетителей музея.

Лекция принадлежит к числу традиционных и наиболее ранних по времени возникновения форм культурно-образовательной деятельности музеев. Во многих музеях лекции начали использоваться как форма общения с аудиторией раньше, чем экскурсия. На территории Российской империи лекции стали применяться в музеях с конца 19 в. Так, например, после открытия Исторического музея здесь стала с 1889 г. функционировать аудитория на 700 человек, где ведущие учёные России читали публичные лекции по русской истории. Средством популяризации научных знаний были и лекции в Политехническом музее, которые устраивались в первые годы после его основания. Они сопровождались демонстрацией коллекций, опытов и приборов. Музейные лекции обычно организуются в помещении музея (экспозиционном зале), дворцах культуры, в клубах, фойе кинотеатров и др.

Особенности проведения лекции в музее:

- наличие темы и чёткой структуры;
- глубина и научность содержания;
- доказательность и убедительность позиции лектора;
- культура речи лектора, манера ведения лекции;
- контакт лектора с аудиторией, степень их взаимодействия;
- демонстрация музейных предметов во время проведения лекции, а при их отсутствии использование копий, дубликатов музейных предметов, фотографий, иллюстраций и пр.;
- акцент в ходе проведения музейной лекции делается не на зрительное восприятие, а на рациональное.

Лекции в музее подразделяются на:

- тематические циклы лекций;
- лектории выходного дня;
- выездные лекции.

Одной из важнейших задач музея является формирование лекционной тематики. Лекции могут быть посвящены:

– жизни и деятельности политических, культурных деятелей той или иной эпохи;

– аспектам военной истории;

– пропаганде памятников истории и культуры; бережного и уважительного отношения к ним;

Так, например, **тематические циклы лекций** могут осуществляться по специальной программе, которая может состоять из ряда циклов. В качестве примера можно использовать программу «Художник и история», которая может состоять из таких циклов, как «Нидерландская школа живописи эпохи Возрождения», «Голландская школа живописи эпохи Возрождения» и др.

Что же касается военной истории, то для тематического цикла лекций можно использовать программу «Советский военно-морской флот в годы ВОВ», состоящую из таких циклов, как «Корабельный состав советского военно-морского флота в годы ВОВ», «Знаменитые советские флотоводцы времён ВОВ».

Памятники истории культуры могут изучаться по программе «Военно-фортификационное искусство Беларуси», которое может состоять из таких разделов, как «Башни типа «донжон» в Беларуси», «Частновладельческие замки Беларуси».

Для взрослой аудитории в музеях организовываются **лектории выходного дня**, которые посещаются людьми самых различных профессий. В качестве примера можно привести работу музея-заповедника «Московский Кремль». Читаемые в нём лекции могут дополняться экскурсиями по комплексу памятников Кремля, по коллекциям Оружейной палаты, по заповедным зонам столицы. В программу аудиторных занятий включены видеосеансы, беседы за круглым столом, встречи с ювелирами и т.д.

Выездные лекции, организуемые музейными работниками, рассчитаны на аудиторию средних школ, техникумов, ВУЗов, работников учреждений и предприятий. Так, например, специалисты Московского музея обороны Москвы читают лекции на различные темы, посвящённые Московской битве 1941–1942 гг. Одной из них является лекция на тему «Повседневная жизнь жителей города Москвы в 1941 г. Традиционной, хотя и не широко распространённой формой культурно-образовательной деятельности являются **консультации**, которые проводятся в экспозиции или в научных отделах по интересующему посетителя вопросу. В последние годы в экспозициях ряда музеев страны появились компьютерные справочно-информационные программы, позволяющие найти ответы на самые разнообразные вопросы. Обратившись к компьютерам, можно не только узнать о структуре экспозиции, но и получить справку о любом экспонате.

Научные чтения (конференции, сессии, заседания) также относятся к числу классических, *традиционных*, форм, возникших в период становления культурно-образовательной деятельности музея. Они являются средством «публикации» и обсуждения *группой* компетентных лиц результатов, проводимых музейными сотрудниками исследований, способом установления и развития контактов с научной общественностью. Обычно они

проводятся в одно и то же время, часто приурочиваются к юбилейным датам, посвящаются памяти той или иной личности, а иногда – итогам деятельности за год. Литературные мемориальные музеи проводят Пушкинские, Толстовские, Чеховские, Герценовские чтения, которые собирают крупнейших специалистов, изучающих творчество писателей. Многие историко-краеведческие музеи организуют краеведческие чтения, в которых принимают участие исследователи края. Подобные научные собрания не только удовлетворяют познавательные интересы общественности, но и очень повышают престиж музея как научно-исследовательского учреждения.

2. Клуб, конкурс.

Возможности для выявления и развития творческих способностей личности дают такие формы культурно-образовательной деятельности, как кружки, студии и клубы. Музейные кружки существовали в России с дореволюционных времён, но наибольшее развитие получили в 1930-е гг. Клубы и студии возникли в 1960-е гг. Данные формы культурно-образовательной деятельности рассчитаны как на учащуюся молодёжь, так и взрослых.

Кружок представляет собой небольшую группу детей и подростков, объединённых по интересам и работающих под руководством музейного работника. Основой работы кружков являются музейные коллекции. Кружки подразделяются на кружки исторического, источниковедческого и музееведческого профиля и художественно-технические. Кружки **исторического профиля** занимаются изучением какого-то исторического события, биографии выдающегося деятеля и др. Они используют для этого музейные предметы и музейные экспозиции. Музейные коллекции (археологические, нумизматические, этнографические) изучаются кружками **источниковедческого профиля**. Члены кружков участвуют в экспедициях музея, знакомятся с техникой и методикой проведения археологических исследований и этнографических. В кружках **музееведческого профиля** готовят юных экскурсоводов по музею и городу, следопытов-собирателей, которые участвуют в экспедициях музея. В **художественно-технических** кружках используются музейные коллекции, на основе которых ребята изготавливают модели, также занимаются лепкой, рисованием и др. При некоторых музеях существуют кружки и для взрослых. Они рассчитаны на школьных педагогов, чтобы привлечь их внимание для использования музеев в учебно-воспитательной работе.

В работе кружков *познавательные элементы соединены с творческими*. Так, например, в кружке «Юный патриот», действующего при музее-панораме «Бородинская битва», школьники в течение двух лет изучают события этого сражения, разыгрывают его сцены, изготавливают из пластилина и пластика солдатиков, а перед получением диплома готовят рефераты на различные темы.

Весьма близка к кружку такая форма, как **студия**. Она чаще всего

организовывается в художественных музеях. Целью работы студий является эстетическое развитие взрослых и детей, раскрытие их творческих способностей к художественному творчеству. Примером является Вологодский музей-заповедник, при котором действует студия «Распись по дереву». Её участники расписывают доски для резки овощей, ложки и др.

В отличие от кружка **клуб** является самостоятельной общественной организацией, члены которой объединены общими интересами в области науки, культуры и др. Деятельностью клуба руководит совет, в состав которого входят и научные работники музея, которые руководят работой секций и кружков клуба. Клубы разрабатывают уставы и программы, которые предусматривают как секционные занятия, так и общие мероприятия, где принимают участие все члены клуба, – собрания, встречи, тематические вечера и др. Музей предоставляет членам клубов помещение, оборудование, помогает организации выставок, собранных любителями коллекций, позволяет работать с музейными фондами. Привлекательность клуба заключается в том, что он создаёт оптимальные возможности для неформального общения людей, имеющих схожие интересы. Тематика клубов весьма разнообразна:

- клубы краеведов;
- клубы ветеранов ВОВ;
- клубы филателистов, нумизматов;
- клубы юных музееведов;

При Государственном биологическом музее им. К.А. Тимирязева (г. Москва) созданы Клуб любителей камня, Клуб любителей кактусов и др. Клубы периодически устраивают выставки, на которых экспонируются коллекции своих членов, а посетители могут получить квалифицированную консультацию и приобрести понравившиеся образцы.

3. Встреча с интересным человеком, концерт, музейный праздник, ролевая игра.

Проводимые музеями **конкурсы, олимпиады, викторины** организуются таким образом, чтобы приобщить участников к знакомству с музейными коллекциями и музейной работой, стимулировать их стремление к получению новых знаний и умению самостоятельно мыслить. Так, в Китае был организован городской **конкурс** «Знакомьтесь с достопримечательностями и музеями», проведённый Ассоциацией музеев Пекина. Целью конкурса являлось поднятие престижа музеев, увеличение их посещаемости. Первым шагом для проведения конкурса было распространение информации о каждом музее, для которых местные газеты отводили по целой полосе. Помимо этого, в период объявления конкурса среди населения стали распространяться билеты по гораздо более низким ценам, чем обычно. Конкурс проходил в три этапа. На первом этапе нужно было ответить на 100 вопросов, которые были опубликованы в газетах. Вопросы носили как общий характер, так и специализированный. К примеру,

среди общих вопросов были такие: Сколько музеев в Китае? Сколько их в Пекине? А среди специализированных были такие: Что представляет собой самый крупный динозавр из Пекинского музея естественной истории? Во время проведения конкурса возросло число посетителей, которые бродили с вопросниками по залам различных музеев. Для этих людей в некоторых музеях были организованы специальные бесплатные консультации в определённые дни. Победители второго этапа вышли в финал, который транслировался по телевидению. Победители получили ценные призы от правительства Китая и различных организаций. Таким образом, данный конкурс способствовал популяризации музеев среди местного населения.

Что же касается **олимпиад и викторин**, то они ориентированы, главным образом, на учащуюся молодёжь. Их участникам предлагаются разнообразные задания, которые предполагают знания не только фактологического исторического материала, но и материалов музейной экспозиции. Так, например, предлагается раскрыть содержание какого-то исторического события на музейных предметах, проанализировать интерьер определённого памятника архитектуры, охарактеризовать отдельные виды исторических источников. Участники представляют результаты своей работы жюри как в устной, так и в письменной форме. Оно оценивает не только правильность ответов, но и их умение отстаивать собственную точку зрения.

Люди приходят в музей не только за знаниями, но и ради отдыха и развлечений. Для удовлетворения этой рекреационной потребности музей использует такие формы культурно-образовательной деятельности, как **встреча с интересным человеком, концерты, литературные вечера, театрализованные представления, кинопросмотры**.

Такая форма, как **встреча с интересным человеком**, приобрела популярность в 60–70-е гг. XX века. Например, краеведческие музеи организуют встречи с художниками, писателями, артистами, учёными, которые проживают в том или ином городе. Так, в Балашовском краеведческом музее состоялась встреча с доктором филологических наук, профессором Людмилой Владимировной Комуцци. Она рассказала о своих научных интересах, об учёных, с которыми ей пришлось общаться в зарубежных поездках и командировках, о своей семье, чертах характера, увлечениях и др.

Государственным музеем изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, начиная с 1981 г., организуются «Декабрьские вечера». Они представляют собой цикл **концертов** классической музыки. В программе, помимо музыкальных произведений композитора, жившего в определённую эпоху, демонстрируются и картины художника – его современника. Например, Чайковский и Левитан.

В практике музеев весьма важная роль отводится **литературным вечерам**. На данного рода мероприятиях происходит чтение отрывков из произведений какого-либо писателя, показ фрагментов фильмов о его деятельности, обсуждение творчества историками, литературоведами совместно с аудиторией. На литературных вечерах происходят и дебюты

молодых писателей и поэтов, знакомящих публику со своими произведениями.

В ряде музеев организованы **кинопросмотры** документальных и художественных фильмов, посвящённых деятельности того или иного музея. Это делается с целью их популяризации среди населения, привлечения новых посетителей. Также в картинах кино находит своё отражение и жизненный путь какой-то исторической личности, которой посвящены экспозиции конкретного музея. Так, в Алтайском музее-заповеднике производится демонстрация документального фильма «Живая энциклопедия: Алтайский заповедник». В фильме повествуется о том, что территория заповедника находится в живописной зоне центральной и восточной части Алтая. По границам заповедника располагаются высокие хребты, для которых характерен высокогорный альпийский рельеф. В заповеднике отмечено более 1500 растений. Его фауна представлена 73 млекопитающими, 310 птицами, 6 рептилиями, 2 амфибиями и 16 породами рыб. Активно используются кинопросмотры в музеях Беларуси. В Витебском областном музее Героя Советского Союза М.Ф. Шмырёва демонстрируется документальный фильм «Батяка Минай» и художественный «Батяка».

В музеях широко используются и **театрализованные представления**. Одной из их разновидностей является **театрализованный тематический концерт**. Он представляет собой синтез музыкальных жанров (народной музыки, блюза, рока и др.). Данного рода форумы устраиваются в связи с событиями крупного политического характера, а также приурочены к юбилейным датам. Они являются частью торжественного заседания, завершением музыкальных фестивалей. Театрализованный тематический концерт имеет чёткую структуру, состоящую из пролога, основной части (номеров) и финала. В ходе проведения концерта происходит активное взаимодействие музыкантов и зрителей с помощью таких средств, как прямого обращения со сцены, так и коллективным исполнением песен.

Музейный праздник представляет собой комплексную форму культурно-образовательной деятельности, в которой единой темой объединены элементы экскурсии, театрализованного представления и др. Музейные праздники осуществляются на основе сценария, разработанного музейными специалистами, при активном участии работников театра, кино, телевидения и др.

Выделяют следующие разновидности музейных праздников: фольклорные, литературные, военно-исторические, календарные.

Обязательные атрибуты музейного праздника:

- 1) использование музейных предметов;
- 2) активное участие посетителей;
- 3) использование элементов театрализации и игры.

Особой популярностью пользуются фольклорные праздники в музее-заповеднике «Кижы» (в Карелии). В дни праздника можно услышать произведения народно-музыкального творчества в исполнении профессиональных фольклорных ансамблей. Посетители праздника могут

принять участие в традиционной «Карельской свадьбе» со всеми её обрядовыми действиями. Перед участниками праздника демонстрируют своё мастерство народные умельцы, произведения которых можно приобрести.

На активном поведении музейной аудитории основана и **ролевая игра**. Её особенность состоит в том, что она строится на ролевом поведении участников и даёт им возможность погрузиться в определённую среду во время игры. Сотрудники Шотландского музея образования, расположенного в здании школы начала XX века, проводят со школьниками игру на тему «Урок в старой школе». Ученики одеты в школьную форму прошлого века и работают в классе, в котором на основе фотографий воссоздан его интерьер. Ролевые игры получили широкое развитие на Западе в 1970-е гг., а в отечественных музеях они только начали осваиваться. Сложность заключается в том, что для их проведения необходимы актёрские способности со стороны музейного работника, а также специальные атрибуты той или иной эпохи.

Тема 17. Новые сферы комплектования музейных коллекций.

План:

- 1. Использование компьютерных технологий в различных областях музейной деятельности.**
- 2. Музеи и Интернет.**
- 3. Современные коммуникационные модели.**

1. Использование компьютерных технологий в различных областях музейной деятельности.

В любом музее (даже в самом традиционном), не использующем новых информационных технологий, движение информации осуществляется по следующей схеме: А→В→С→D.

Фаза А: Представим себе, что в музей поступает новое произведение. Сначала оно анализируется или, в соответствии с музейной терминологией, проходит экспертизу. После проведения соответствующих процедур оно определяется в какой-то определенный фонд. Фаза В: Далее произведение разными способами описывается: вносится в инвентарную книгу, фотографируется, на него заводится научная карточка. Фаза С: Потом произведение может быть предъявлено в экскурсии, а также опубликовано в альбоме, путеводителе, монографии. Понятно, что в каждом случае оно будет особым образом интерпретировано – в диапазоне от самого популярного до глубоко научного описания (виртуального конструирования). Фаза D: На этой стадии произведение должно быть включено в новые контексты. Например, слайд с картины Левитана «Весна – Большая вода» может быть показан на уроке природоведения, т.е., таким образом, наблюдается продвижение произведения в социум.

Очевидно, что информационные технологии не изменяют природы традиционных музейных занятий (экспертизы, учета и др.), но ощутимо влияют на механизмы, действующие при переходе от одной фазы к другой. Если в сфере анализа культурного материала возможности компьютера достаточно ограничены, и главным инструментом продолжает оставаться глаз эксперта, то процесс описания музейного предмета может быть в значительной мере автоматизирован. Сегодня музеями широко используются автоматизированные системы учета и документооборота, позволяющие перепоручить машине значительную часть рутинной бумажной работы. Существуют технологии, позволяющие вводить информацию из старых инвентарных книг, научных карточек и др. в автоматическом или полуавтоматическом режиме, но музеи прибегают к ним редко. Это связано с тем, что качество информации, накопленной на бумажных носителях, не вполне удовлетворяют самих ее владельцев. Записи неполны, изобилуют ошибками и др. В этой связи процесс ввода данных с клавиатуры силами научных сотрудников рассматривается руководством музея как содержательный, так как информация параллельно уточняется и дополняется. Подобный труд оправдан только в случае, когда введенная информация доступна не только тому, кто ее ввел, но и всем заинтересованным лицам (сотрудникам музея). По мере роста информационных ресурсов музея число описания в базе данных расширяется. С достижением некоего критического объема эффективнее начинает работать функция обработки запросов – поиск по базе данных (ключевому слову или изображению).

Также в музеях широко используются и электронные экспозиции. Электронной экспозицией называется не всякий информационный киоск для посетителей музея, а только размещенная в экспозиции система терминалов, особым образом интерпретирующая информацию учетно-хранительской базы. Данная экспозиция имеет собственный сценарий. Кроме того, ряд материалов готовится специально к данной публикации: тексты, изображения, аудио- и видеоклипы и др. По сравнению с веб-сайтом электронная экспозиция обладает очевидным преимуществом. Она имеет механизм синхронизации. Основную часть электронной экспозиции составляют материалы из музейной базы данных, и все изменения и дополнения, сделанные хранителем в рабочей базе, немедленно визуализируются в системе. Электронные экспозиции по-разному соотносятся с реальными музейными экспозициями, в которых они размещены. Они поясняют материалы основной экспозиции, дополняют ее, приносят в экспозицию элементы игры.

Также в музейном деле активно используется компьютерное 3D-моделирование. Оно было изобретено как инструмент архитектора, поэтому использование программ трехмерной графики наиболее эффективно там, где объектом интерпретации является архитектурное сооружение или его части. Это характерно для музеев-заповедников и др. 3D-модель используется при проведении реставрационных работ (подбор цвета и отделочных материалов), а также в экспозиционной деятельности музея (виртуальная

расстановка мебели, развеска картин и др.).

2. Музеи и Интернет.

В практике современных музеев широко используются Интернет-каталоги. Под Интернет-каталогом понимаются не все каталоги выставок, музейных собраний и коллекций, выложенных в Интернете, а только те из них, что сделаны технологично, т.е. путем импорта данных из учетно-хранительской базы данных. Таких каталогов, созданных непосредственно из музейных баз, в российском Интернете существует не один десяток. Некоторые из них выделяются оригинальным дизайном и богатством технических возможностей; другие – полнотой и качеством представленного материала. Куда реже отечественные музеи идут на следующий шаг: открытие в Интернете всего собрания в виде базы данных с системой поиска и динамическим созданием выборок по запросу пользователя. В этом отношении музеи на территории бывшего постсоветского пространства заметно отстают от музеев Западной Европы и США. В России первым открыл в Интернете внутреннюю базу данных Рыбинский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник. Музей преследовал ряд целей, одна из которых – привлечение посетителей. Она не оправдалась, так как в России люди, ходящие в музей, и посетители музейных сайтов составляют две разные группы. Зато удалось решить задачу по привлечению узких специалистов, которые занимаются изучением предметов и коллекций данного музея. Помимо этого, музею удалось привлечь к себе внимание со стороны издателей и рекламных агентств. В России в настоящее время базы данных в Интернете развиваются двумя путями. Первый – это выборочное представление отдельных коллекций из различных музеев. В то же время существует база данных в Интернете всех музеев Ярославской области, которая представляет собой единый каталог.

Информация о музеях в Интернете представляется на музейных сайтах. Музейный сайт создается для виртуальных посетителей, которые прибегают к услугам Интернета, если они не могут посетить музей лично. Тексты, помещенные на официальных сайтах крупных музеев, во многом похожи друг на друга. Они написаны людьми, которые разбираются в предмете, но не очень разбираются в телекоммуникационной системе. Авторы материалов, не вполне себе отдавая отчет, что Интернет – это зрелище и зрительная информация, которая лучше воспринимается, чем текстовая. Поэтому текст должен дополнять изображение. Далеко не всегда разработчики сайта помнят о том, для кого они его делают. Например, в англоязычной версии Богородицкого дворца-музея размещена схема подъезда к музею на русском языке. При создании музейного сайта важно помнить, что главное меню должно размещаться на первой странице, а не на последующих. При этом при создании текста нельзя использовать шрифты смежных кеглей: например, 11 и 12. Разрыв в размерах кеглей должен составлять не менее двух пунктов, иначе в глазах появится рябь. По этой же причине не следует

чередовать шрифта Arial и Times New Roman.

3. Современные коммуникационные модели.

Коммуникация воспринимается как передача информации от одного сознания к другому. Так, для линейной модели коммуникации характерно наличие коммуникатора и сообщения. Сообщение передается по каналу прямо коммуниканту и оказывает на него воздействие. В музее традиционного типа музейный работник создает экспозицию при помощи определенного расположения предметов и наличии определенной концепции, а посетителю не остается ничего другого, как пассивно ее воспринимать.

Коммуникация как возвращение обратной связи – это уже несколько более сложная модель коммуникации. Она включает в себя источник информации, кодирующее устройство, содержащее сообщение, направляемое получателю, и декодирующее устройство, которое стимулирует циркуляцию сообщения. В музейном контексте данная модель позволяет отвести посетителю более активную роль. Так, например, зарубежные исследователи считают, что именно восприятие и отношение к посетителю рассматриваются в качестве ключевых факторов освоения экспозиции.

Тема 18. Музейный менеджмент и маркетинг в музейном деле.

План:

- 1. Музейный менеджмент.**
- 2. Музейный маркетинг.**

1. Музейный менеджмент.

Понятие «менеджмент» (англ, management от to manage – управлять) обозначает совокупность принципов, методов, средств и форм управления производством, а также интеллектуальными, финансовыми и другими ресурсами. Иными словами, менеджмент – это теория и практика управления учреждением и его персоналом.

Одним из основных инструментов менеджмента является перспективный план, в процессе разработки которого четко формулируются желаемые цели и намечаются пути их достижения. Он помогает более тщательно изучить сложившуюся в музее ситуацию и выявить приоритеты с точки зрения распределения финансирования и расстановки сотрудников. Согласно рекомендациям одного из ведущих специалистов в области музейного менеджмента Роджера Майлза, в процессе планирования следует учитывать три ключевых момента:

- четко представлять себе, в расчете на кого создается план и проводится работа, то есть **выявить аудиторию;**

- достигнуть полного и ясного понимания того, к чему стремится музей, то есть **выстроить иерархию целей и задач**;

- **проанализировать факторы, ограничивающие воплощение проекта.** Анализ факторов подразумевает выявление имеющихся в распоряжении музея финансовых ресурсов, людских ресурсов (необходимые знания и умения), оборудования и материалов.

Необходимо, чтобы в разработке перспективного плана участвовали сотрудники музея, поскольку именно они составляют наиболее важную аудиторию, которой он адресуется. К созданию плана привлекаются и другие заинтересованные группы и лица, имеющие отношение к музею, его политике и стилю работы; ведь именно они могут оказать музею поддержку в тяжелые времена. Это местные власти или центральное правительство, которое часто является основным источником финансирования музея и в общих чертах определяет его политику, вышестоящие руководящие органы, посетители, исследователи, спонсоры, друзья музея. Каждая из этих групп, или аудиторий, предъявляет к музею различные требования и оценивает его работу на основании различных критериев. Успеха музей добивается в том случае, когда ему удастся учитывать и сочетать эти разнонаправленные интересы, не отдавая предпочтение ни одной из групп.

Перспективное планирование предполагает постоянную корректировку уже написанного по мере накопления опыта, пока все части плана не станут согласованным целым. Например, после оценки финансовых ресурсов и выявления реально выполнимых видов работ может возникнуть необходимость пересмотреть уже обозначенные цели и задачи.

Согласно методике, предложенной Роджером Майлзом, непосредственная разработка перспективного плана состоит из следующих стадий:

1. Формулирование или переосмысление миссии музея, то есть цели, проясняющей природу и сферу деятельности музея. Например, в лондонском Музее естествознания она звучит следующим образом: «Обеспечивать сохранность и дальнейшее развитие музейных коллекций, а также посредством их пропаганды содействовать изучению и лучшему пониманию окружающей природы, ее рациональному использованию и наслаждению ее красотой».

2. Анализ существующего положения дел. При этом особое внимание уделяется выявлению сильных и слабых сторон музея, а также открывающихся возможностей и предстоящих трудностей для развития музея в будущем. Иными словами, анализируются ключевые внешние и внутренние факторы, могущие повлиять на решение наиболее важных для музея проблем.

3. Определение общего направления развития. При этом формулируемые цели, согласно «золотому правилу», должны быть:

- актуальными;
- приемлемыми, то есть отражающими интересы широкого круга заинтересованных лиц, чтобы те стремились оказать музею поддержку;

- реальными, то есть осуществимыми на основании имеющихся человеческих, финансовых и материальных ресурсов.

4. Разработка стратегии, отвечающей поставленным целям (включая четко прописанные конкретные задачи, решение которых позволит добиться желаемых результатов).

5. Обеспечение финансовой базы (бюджета).

6. Разработка механизма мониторинга и оценки эффективности работы.

Вернемся ко второй стадии разработки перспективного плана. Для того чтобы оценить положение дел в музее, специалисты предлагают использовать ПЭСТ и СВОД анализы. Аббревиатура **ПЭСТ** расшифровывается как **Политическая, Экономическая, Социальная и Технологическая среда**. Цель этого анализа состоит в оценке возможностей дальнейшего развития музея в контексте внешней по отношению к нему ситуации, степень контроля над которой хотя и мала, но учитывать ее необходимо. Внешними факторами, способными повлиять на решение наиболее важных для музея проблем, могут быть:

а) политические факторы – возможные изменения в правительстве или проводимой им политике, изменения в существующем законодательстве, введение новой организационной структуры для музеев;

б) экономические факторы – изменения в местной или национальной экономике, оказывающие воздействие на количество или категории потенциальных посетителей, на уровень дохода потенциального посетителя, на качество предоставляемых музеем услуг;

в) социальные факторы – демографические изменения, оказывающие влияние на музейную аудиторию, например, старение населения; усиление конкурентной борьбы за финансовые ресурсы и посетителя, вызванные, например, появлением новых видов развлечений и досуга; новые возможности рынка, связанные с ростом туризма, обменом выставками; усиление роли музеев в решении социальных проблем;

г) технологические факторы – рост требований и ожиданий со стороны посетителей по мере усовершенствования стандартов подачи музейных коллекций и средств коммуникации; широкое распространение компьютеризированных систем, предоставляющих постоянный круглосуточный доступ к информации.

В ходе **СВОД** анализа рассматриваются **Слабые стороны, Возможности, Опасности и Достоинства** музея, то есть сопоставляются внутренние и внешние факторы, оказывающие влияние на развитие музея. Внутренние факторы – число посетителей, коллекции, выставочная деятельность, обслуживание посетителей, финансирование, генерирование дохода – могут быть как слабыми сторонами, так и достоинствами музея. Внешние факторы – политические, экономические, социальные и технологические – могут, как создавать благоприятные возможности, так и таить опасности для развития музея.

СВОД анализ позволяет установить, не объединились ли против музея его слабые стороны и опасности внешнего характера, неся реальную угрозу

существованию музея. Сопоставительный анализ внутренних и внешних факторов позволяет понять степень эффективности прошлой работы музея, выявить имеющиеся проблемы и наметить пути их решения.

Для того чтобы готовить разнообразные программы, претворять в жизнь задуманные проекты и просто решать свои насущные проблемы, связанные с хранением коллекций, научно-исследовательской и культурно-образовательной деятельностью, музею необходимо расширять источники финансирования, не полагаясь только на бюджетные ассигнования или доход от входных билетов. Для российских музеев, еще только начинающих жить по законам рыночной экономики, проблема самофинансирования достаточно нова, в то время как зарубежные музеи уже накопили в этой области немалый опыт, в значительной мере применимый и к российской действительности.

В последние десятилетия XX столетия в зарубежных странах стала складываться многоканальная система формирования бюджета музеев, которая включает государственные, общественные, частные, корпоративные, некоммерческие источники финансирования. Соотношение государственной и негосударственной составляющей в этом бюджете в разных странах неодинаково и обусловлено традициями спонсорства и меценатства, приоритетами государственной культурной политики, налоговым законодательством и другими факторами. Например, в 1988 г. 5% общего объема финансирования американских музеев поступало из федерального бюджета, 5% – от фондов, 5% – от корпораций и 85% составляли вклады частных лиц.

В 1970-е гг. в зарубежной музейной сфере появилось, а десятилетие спустя уже прочно укоренилось понятие *фандрейзинг* (англ. fund – денежные средства, raise – добывать), обозначающее комплекс работ по привлечению финансовых средств для реализации некоммерческих проектов. Современные технологии превратили музейный фандрейзинг в профессиональный бизнес, которому посвящено немало учебных пособий.

Важную роль в становлении системы фандрейзинга призвано играть государство, поскольку именно оно создает правовой и налоговый режим, стимулирующий перераспределение ресурсов в некоммерческий сектор, а также формирует систему внебюджетных источников финансирования культурных проектов. В российском законодательстве уже закреплены такие основополагающие принципы налогообложения, которые создают экономические стимулы для участия коммерческого сектора в формировании бюджета культурных проектов, хотя налоговый режим и правовая база еще нуждаются в дальнейшем совершенствовании. Российское государство постепенно начинает включаться и в процесс внебюджетной поддержки музеев: развиваются специальные правительственные, региональные и муниципальные программы, конкурсы на гранты Президента и Министерства культуры.

В современном мире существует система организаций, которые разрабатывают специальные благотворительные программы в области культуры. Обычно они финансируются различными структурами,

называются фондами и оказывают помощь в виде грантов – безвозмездной финансовой и материальной поддержки. В настоящее время музеи почти всех российских регионов уже накопили немалый опыт сотрудничества с различными фондами, и объемы поддержки музейных проектов благотворительными организациями постоянно растут.

В отличие от благотворительности спонсорство – это коммерческая «делка» между бизнесом и учреждением культуры. Существует немало мотивов, побуждающих коммерческие структуры вкладывать средства в культурные проекты. Спонсорство, прежде всего, является частью рекламной компании, проводимой любой коммерческой структурой, и наряду с серией других корпоративных мероприятий становится важнейшим инструментом в создании положительного имиджа и репутации компании.

Умение музея выявить интересы потенциального спонсора и использовать их в своих целях составляет ключевой момент в любой кампании по фандрейзингу. Как показывает практика, настоящего спонсора почти никогда не удастся найти в результате случайных встреч, поэтому зарубежные музеи стали выделять время и ресурсы на разработку программ по привлечению спонсоров и создавать специальные отделы развития, в которых профессионалы занимаются привлечением источников дополнительного финансирования и так называемых «неденежных взносов».

Фандрейзинг в музее начинается с создания информационной базы данных о потенциальных спонсорах – отдельных людях и компаниях. В нее включаются сведения о предмете их деятельности, сфере интересов, традициях спонсорства, его потенциале, данные об администрации, ее ценностных ориентирах. При этом информация с периодичностью в несколько месяцев перепроверяется, ведь бессмысленно искать подходы к бизнесмену или компании, чьи доходы стали катастрофически снижаться. Напротив, в случае роста доходов они могут выступить в качестве спонсоров какого-либо музейного проекта, особенно если получают при этом налоговые льготы.

В процессе создания информационной базы данных о потенциальных спонсорах особое внимание следует уделять бизнесу, имеющему точки соприкосновения с музейной действительностью. «Если вы хотите сделать выставку мебели XVIII века, – подчеркивалось в руководстве по музейному фандрейзингу, – обращайтесь в мебельную компанию». И еще один пример. Музею Виктории и Альберта в Лондоне не составило большого труда получить для проведения двух крупных выставок спонсорскую помощь одного из английских издательств, поскольку его директор очень интересовался искусством викторианской эпохи, которому и посвящались обе выставки.

Спонсорская поддержка может заключаться не только в финансовых вливаниях. Она может осуществляться, например, в виде предоставления оборудования, транспорта для перевозки детей из школы в музей, а также профессиональных услуг в тех областях, в которых музеи не имеют достаточно квалифицированных штатных работников – для выполнения

инженерных и архитектурных работ, решения юридических вопросов.

После подготовки информационного обеспечения фандрейзинговой программы наступает этап ее осуществления, то есть обращения к спонсору. Исходной посылкой этого обращения должно быть ясное понимание того, что спонсорство – это не шефство или патронаж, не филантропия или милостыня, а двусторонний процесс, взаимовыгодная сделка, от которой пользу должна получить каждая из сторон. Согласно рекомендациям специалистов, хорошо продуманное деловое предложение составляется в письменной форме и обычно включает в себя следующее:

- краткая аннотация предложения, дающая общее представление о проекте;
- информация о музее, его миссии, достижениях и поставленных задачах (они должны быть созвучны политике спонсора);
- описание проекта и обоснование целей, которые предполагается достигнуть в ходе его реализации;
- детальное описание заранее просчитанного резонанса, который получит проект;
- бюджетные расчеты, показывающие, как и на что будут использоваться денежные ресурсы и помощь в виде товаров или услуг;
- описание конкретной выгоды для спонсора: что получит потенциальный партнер музея в обмен на оказанную поддержку;
- заключение, в котором еще раз оговариваются преимущества и польза данного проекта.

Опытные специалисты по фандрейзингу настоятельно рекомендуют музеям не рассылать электронные заявки, а устанавливать личные контакты и связи с потенциальными спонсорами. В идеале между музеем и спонсором должны установиться истинно партнерские взаимоотношения, в результате которых каждая из сторон получит пользу.

Для спонсоров поддержка музейных проектов имеет немало привлекательных сторон. Это могут быть дополнительные возможности для рекламы своей деятельности, товаров и услуг, что порой оказывается гораздо выгоднее и эффективнее, чем покупка эфирного времени или рекламных площадей в печатных изданиях. Участие в социально значимых проектах и программах не только демонстрирует прочное экономическое положение спонсоров, но и создает им привлекательный имидж. Одно из предприятий розничной торговли одеждой в Великобритании так объяснило свое стремление поддерживать искусство: «Сообщество, в жизни которого искусство занимает важное место, сможет по достоинству оценить изящные предметы и захотеть обладать ими. Наша компания стремится всегда и во всем ассоциироваться с качеством там, где она соприкасается с жизнью людей».

Мощным источником финансирования зарубежных музеев является частный сектор. Все более широкое распространение получает система «членства», основанная на поддержке музейной деятельности и участии в ней физических и юридических лиц. Традиционными формами такой

системы являются «Общества друзей музея», «Клубы друзей», попечительские советы; их деятельность направлена на установление доверительных отношений музея с аудиторией. Членство в этих обществах и клубах может быть как индивидуальным, так и корпоративным. Индивидуальное членство предполагает ежегодные членские взносы, дающие право на бесплатное посещение музея, участие в специальных музейных мероприятиях, получение музейного журнала, бюллетеня или информационного листка, предоставление более низких цен в музейном магазине или ресторане.

Одним из важнейших направлений деловой активности современных коммерческих и государственных структур, а затем и учреждений культуры стало освоение технологий отношений с общественностью. Во второй половине 1980-х гг. в Россию пришло понятие Public Relations (англ. public — общественный + relations — отношения, связи), которое до сих пор не получило однозначного истолкования в русском языке. Одни специалисты предлагают переводить его как «связи с общественностью», другие же стремятся избегать такого перевода и используют транслитерацию Паблик Рилейшнз и его англоязычную аббревиатуру PR. Одним из наиболее обобщенных и универсальных считается определение PR как управленческой деятельности, направленной на установление взаимовыгодных гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации.

PR-деятельность делится на внутреннюю и внешнюю. Основная задача внутренней деятельности — создание положительного климата и творческой атмосферы в самом учреждении культуры. Внешний PR включает текущие мероприятия и PR-кампании. Цель текущих мероприятий — поддерживать на должном уровне уже сформированное отношение общественности к музею и планомерно его развивать. PR-кампании направлены на достижение вполне конкретных результатов, способных сформировать или изменить отношение целевых групп к музею, его программам и проектам. Они состоят из комплекса взаимосвязанных акций и мероприятий, распределенных во времени так, чтобы одно дополняло другое. Разработкой PR-кампаний занимаются специальные агентства или приглашенные консультанты.

PR может осуществляться разными путями, но прежде всего через средства массовой информации. Работая со СМИ, музеи рассылают теле- и радио-компаниям и ведущим журналистам:

- пресс-релизы — сообщения, содержащие важную новость или полезную информацию для широкой аудитории, например, о предстоящем вернисаже;
- пресс-справки — информация о текущих мероприятиях, не являющихся сенсацией (например, о ходе реставрации);
- пресс-пакеты — подборка материалов с приложениями и фотографиями.

Проводятся брифинги, пресс-конференции, «круглые столы», публичные дискуссии, презентации; организуются просмотры выставок. В целях формирования общественного мнения представители музея выступают в различных клубах и обществах, устраивают приемы для местного

сообщества и политических лидеров, проводят специальные экскурсии для VIP-персон.

2. Музейный маркетинг.

Маркетинг (англ, marketing – акт покупки и продажи на рынке от market – рынок) – система мер, направленных на максимально выгодный (прибыльный) сбыт продукции, а также инфраструктура по рекламе товара, изучению и формированию спроса. Несмотря на то, что Устав ИКОМ определяет музей как некоммерческое учреждение, маркетинговые технологии все активнее входят в музейную сферу. Ведь «некоммерческий» характер деятельности музеев не означает запрет на получение прибыли, а лишь накладывает определенные ограничения на ее использование: заработанные средства музей должен направлять на свое развитие, а статус некоммерческой организации обеспечивает ему в ряде случаев налоговые льготы.

Доступ к музейному собранию, условия для самообразования и общения, творчества и проведения досуга, предоставление информации, помощь в образовательной и просветительной деятельности, реклама и формирование имиджа – вот далеко не полный перечень тех услуг, которые предлагает музей. Значительная их часть может быть востребована и оплачена не только музейными посетителями, но и другими потребителями – научными организациями, учебными заведениями, коммерческими компаниями, органами местного самоуправления, благотворительными фондами, средствами массовой информации и др.

Музейный маркетинг и является тем действенным инструментом, который позволяет не только определять, прогнозировать и удовлетворять нужды потребителей музейных услуг, но в ряде случаев эффективно влиять на формирование этих нужд и даже непосредственно их сформировать. Грамотный маркетинг может также помочь выявить, удовлетворить и воздействовать на потребности финансирующих музей организаций и потенциальных спонсоров.

В настоящее время многие даже успешно работающие музеи имеют в своем составе отдел маркетинга, задачи которого заключаются в содействии увеличению посещаемости музея, расширению музейной аудитории и распространению информации о музее среди тех, кто не входит в число его посетителей. Специалисты по маркетингу предоставляют необходимые данные для составления перспективного плана работы музея, проводят краткосрочные маркетинговые кампании в ходе отдельных музейных мероприятий, участвуют в привлечении внебюджетного финансирования и в работе со спонсорами. На любом из направлений своей деятельности они выстраивают свою работу по одному и тому же принципу: проводят исследование и планирование, реализовывают план, анализируют результаты и вносят необходимые коррективы.

В отличие от маркетинга в коммерческих учреждениях, музейный

маркетинг привлекает ресурсы в двух формах:

- прямой – за счет продажи потребителям своих товаров и услуг;
- опосредованной – за счет привлечения внешних ресурсов: бюджетных средств, грантов, спонсорской поддержки, частных пожертвований. Эти средства используются для реализации социально значимых культурных проектов и программ. Обе формы некоммерческого маркетинга тесно взаимосвязаны: чем выше социальная значимость музея и общественная привлекательность его программ и проектов, тем больше у него возможностей получать средства из «внешних» источников. В отличие от коммерческого сектора, где потребитель и плательщик выступают в одном лице, в некоммерческом маркетинге потребители и финансовые ресурсы разъединены, но взаимосвязаны: доступ к деньгам открывают общественный интерес и признание. Поэтому маркетинг музея всегда включает два стратегических направления:

- презентацию и продвижение музея и его деятельности;
- презентацию и продвижение конкретных товаров или услуг.

Что может предложить музей своим потребителям в качестве «товара»? Это, прежде всего экспозиции и выставки, различные формы культурно-образовательной деятельности. Книги, каталоги, буклеты и другая полиграфическая продукция, связанная непосредственно с тематикой музея или близкая к ней, а также видеофильмы, слайды и другие издания, использующие современные информационные технологии, также могут стать одной из статей доходной части музея. Но для того, чтобы издаваемые тиражи оказались коммерчески целесообразными, необходима финансовая поддержка спонсоров.

Одним из источников пополнения доходов музея может быть продажа права на производство репродукций, особенно если музейное собрание пользуется известностью. Некоторые музеи имеют прибыль от сдачи своих помещений в аренду для проведения приемов и мероприятий. Например, Музей политической истории в Санкт-Петербурге успешно организует в своих стенах празднование детских дней рождений.

Магазин, предлагающий подарочные и сувенирные изделия, отражающие профиль музея, может не только приносить доход, но и привлекать посетителей. Ручки, блокноты, календари, закладки, косметички, сумки и другие товары с символикой или названием музея служат неплохой рекламой. Важным элементом сервисной инфраструктуры музея являются кафе, кафетерии, бары, рестораны. Их организация приносит деньги лишь незначительному числу музеев, но они необходимы, чтобы сделать посещение музея более приятным. Кроме того, существует немало примеров того, как открытие при музее кафе или бара привлекало дополнительное число посетителей.

Вместе с тем было бы неверным полагать, что музей может работать по принципу самоокупаемости. Исследования показывают, что даже в таких благополучных странах, как США и Великобритания, дополнительные доходы от коммерческой деятельности составляют лишь 5% –10% в

музейном бюджете. В Музее авиации и космических исследований в Вашингтоне, самом посещаемом музее мира, порог которого ежегодно переступает 20 – 25 млн. человек, доходы от розничной торговли покрывают лишь 7% оперативных издержек. Метрополитен-музей в Нью-Йорке располагает сетью популярных магазинов и осуществляет самые внушительные в мире продажи через Интернет. Но и его доходы от торговли покрывают только 4% общих расходов.

Для большинства музеев входная плата и членские взносы «друзей музеев» составляют самую существенную часть зарабатываемого дохода и могут достигать 20% стоимости содержания музея. Исследования последних лет показывают, что ключ к доходам – внушительные показатели по количеству посещений музея.

В изучении музейной аудитории традиционно выделяют два основных подхода, известные как «кабинетное» и «полевое» исследование. Кабинетное исследование состоит в анализе различных видов статистики, например, местных или общенациональных отчетов о структуре населения и ее изменениях, современных тенденциях в области развития туризма. Полевое исследование предполагает сбор новых эмпирических данных посредством наблюдения за поведением людей или в ходе беседы с ними.

Если музей свою приоритетную задачу видит в увеличении посещаемости, то, с точки зрения маркетинга, наименее затратным способом ее решения будет концентрация усилий на тех людях, которые уже являются музейными посетителями. Но если музей предполагает расширить или сменить аудиторию, ему необходимо провести кабинетное исследование, которое поможет выявить местные, региональные или национальные тенденции, позволяющие наметить пути решения этой проблемы.

В 1996 г. Музей Поля Гетти (Лос-Анджелес, США), проведя анализ музейной аудитории и городской статистики, установил следующее. Наибольший процент среди посетителей составляли люди с высоким уровнем образования и дохода. Большинство посетителей отличала высокая мотивация посещения музея и ясное осознание той пользы, какую он приносит им самим и их семьям. Однако сложившаяся ситуация в действительности не отражала существующее экономическое и социальное многообразие города. Так, родным языком более чем половины детей, обучающихся в школах города, являлся испанский язык (на нем говорили в семье), однако такие дети составляли лишь незначительный процент посетителей музея. Многие представители этнических меньшинств в первый раз пришли в музей весьма неохотно, однако визит им понравился, несмотря на то, что они не воспользовались всем спектром предоставляемых музеем услуг. Этническое многообразие города неуклонно росло, причем эта динамика была характерна и для детей школьного возраста.

Основываясь на этих данных, музей на последующие два года определил в качестве главной цели установление взаимодействия с учителями и общественными лидерами, проживающими в испано-говорящих районах города. Маркетинговый план, составленный на основе детальной

информации, полученной в ходе анкетирования, содержал также рекомендации по поводу наиболее оптимальных слов и формулировок, которые необходимо использовать для привлечения посетителей с низкой мотивацией. Поскольку коллекции музея включают в основном европейское искусство XV–XIX вв., то для привлечения людей латиноамериканского происхождения требовалось учесть их весьма ограниченное представление о европейской культурной традиции, избежать в описании акцента на высокую эстетическую ценность искусства и представить музей как приятное место, где можно всей семьей интересно провести выходной день, заодно узнав что-то новое.

Согласно базовой схеме классификации спроса, потребители обычно делятся на четыре основные группы:

- тех, кто не знает о предлагаемых товарах и услугах, поэтому их не потребляет;
- тех, кто знает, но не потребляет;
- тех, кто знает и потребляет;
- тех, кто знает, но потребляет конкурентные товары и услуги.

По наблюдениям экспертов, в России очень велика доля тех, кто не знает о предлагаемом музейном продукте и по этой причине не становится его потребителем. Поэтому в музейном маркетинге особая роль должна отводиться так называемым «завоевательным» маркетинговым стратегиям, которые направлены на информирование потенциальной аудитории и рекламу музейного предложения.

По отношению к «тем, кто знает, но не потребляет» целесообразно применение «стимулирующей» маркетинговой стратегии, ориентированной на то, чтобы развеять устойчивое представление о музейном предложении как «скучном» и «устаревшем». Расширить спрос за счет «тех, кто потребляет конкурентные товары и услуги», позволяют «корпоративные» маркетинговые стратегии, которые направлены на формирование совместных проектов, программ и продукта с теми организациями, которые предлагают конкурирующие товары и услуги в сфере досуга. Как показывает практика, конкуренция в этой сфере часто носит искусственный характер, и в действительности существуют большие возможности для объединения усилий и сотрудничества.

Таким образом, в настоящее время, по мнению одного из ведущих специалистов в области экономики и культурного маркетинга Т.В.Абанкиной, эффективная маркетинговая стратегия состоит в формировании корпоративного предложения: межмузейное сотрудничество, совместные программы с другими организациями и учреждениями культуры, партнерские проекты. При этом основу предлагаемого продукта составляют взаимодополняющие товары и услуги, которые провоцируют их комплексное потребление в определенных пропорциях. Такой продукт может создаваться совместными усилиями музея и туристических организаций, музея и образовательных учреждений, музея и индустрии развлечений и т. д.

В современной России перед музеями стоят две ключевые задачи в

области коммуникативной политики. С одной стороны, им нужно разрушить ложные стереотипы, сложившиеся в сознании людей в отношении музейного предложения, с другой стороны, – изменить ту неадекватную оценку аудитории музейными работниками, которая основана только на их собственных представлениях.

Проведенные в ряде европейских стран исследования показали, что для сотрудников музеев в целом характерна неадекватная оценка музейной аудитории. Например, музейные сотрудники считают, что:

- аудитория однородна;
- аудитория думает о себе, как о любителях искусства;
- аудитория динамична и активна в выборе искусств;
- аудитория образованна и сведуща в искусстве;
- аудитория уверена в своих знаниях, хорошо ориентируется в музее и искусстве;
- аудитория разделяет ценности музея.

Но в действительности подобные представления оказались неверными, поскольку в большинстве случаев люди приходят в музеи, чтобы:

- привести детей или друзей;
 - провести время с другом или подругой;
 - отдохнуть в тиши музея;
 - «подняться над обыденностью», и потому что им нравится атмосфера в музее;
 - увидеть интересующую их коллекцию или выставку;
 - познакомиться с музеем, потому что они – туристы.
- Люди не приходят в музеи и галереи, потому что:
- не знают, что происходит в музеях;
 - не разбираются в искусстве и стесняются этого;
 - деловые люди считают, что они очень заняты, а в музее ничего нельзя посмотреть быстро;
 - посетители с детьми считают, что в музеях не любят детей, поскольку им все время делают замечания по поводу поведения;
 - инвалиды не хотят, чтобы на них обращали излишнее внимание;
 - молодые люди чувствуют себя необразованными и стесняются этого.

Для того чтобы люди чувствовали себя в музее спокойно и уверенно, они должны получить предварительную дифференцированную информацию, развеивающую их предубеждения. Например, для деловых людей могут быть созданы специальные путеводители «Если у Вас всего 30 минут...»; для взрослых разрабатываются программы завуалированного обучения через открытые занятия с детьми, потому что взрослые, особенно пожилые люди, стесняются учиться.

Музей может влиять на аудиторию как непосредственно в своих стенах, так и через рекламу и паблисити (скрытую рекламу-информацию). Наряду с традиционными выносными щитами с информацией о работе музея в качестве носителя рекламы используются различная сувенирная продукция, упаковочные средства с символикой и названием музея. Реклама музея и

проводимых им мероприятий может распространяться в виде плакатов, размещаемых в общественном транспорте, в виде вкладышей и листовок, прилагаемых к почтовым отправлениям или газетам, в виде объявлений в газетах и журналах, на радио и телевидении. Реклама действует не только в качестве непосредственного стимула посещения музея, но и как средство формирования и оформления впечатлений. Ее долговременный эффект, закрепляющий положительный имидж музея, не менее важен, чем сиюминутное действие. Поэтому на рекламе нельзя экономить, а разрабатывать ее нужно профессионально, в русле единого для музея фирменного стиля.

Паблисити (англ., publicity – публичность, гласность) – это:

1) неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством публикаций или получение благоприятных презентаций на радио, телевидении, которые не оплачиваются определенным спонсором;

2) публичность, гласность, известность, популярность.

Паблисити формируют отзывы партнеров и клиентов, деятельность самой организации, а также средства PR – пресс-релизы, статьи, репортажи, пресс-конференции. Эти средства имеют ряд преимуществ перед рекламой: они пользуются большим доверием, поскольку воспринимаются как объективные новости, а их подготовка и размещение обходится дешевле. В ряде ситуаций следует использовать именно паблисити, а не прямую рекламу. Например, благотворительную акцию уместнее осветить в колонке новостей, а профессиональное объяснение новой услуги или мероприятия станет понятнее, если будет изложено в статье или интервью.

Огромные возможности для информирования аудитории дает Интернет. В наши дни очень многие музеи имеют во Всемирной паутине свою индивидуальную страницу – сайт (от англ. site – место, участок), с помощью которой они знакомят своих компьютерных пользователей с перспективными и текущими направлениями деятельности, анонсируют предстоящие мероприятия, рекламируют услуги. Интернет позволяет организовывать интерактивное общение любых профессиональных групп и аудиторий, открывает безграничные возможности для представления музейного продукта, прежде всего за счет различных видов современных «электронных» публикаций и интерактивных продаж в виртуальных магазинах, ярмарках и выставках.

Менеджмент и маркетинг – это не только наука, которую следует постигать, но и искусство, требующее определенного рода таланта. Единого рецепта успешной деятельности для музеев различного типа и профиля быть не может. Каждый из них должен разработать свой собственный механизм выживания и процветания в условиях рыночной экономики.

3 Практический раздел

3.1 Планы практических занятий по дисциплине

Тема 1. Музей как социально-культурный институт.

1. Понятие «музей».
2. Музейный предмет и его свойства.
3. Социальные функции музея.
4. Музейная коммуникация.

Список литературы:

1. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
2. Музеи мира : сб. науч.тр. / НИИ культуры; редкол. : А.Б. Закс (отв. ред.) [и др.]. – Москва, 1991. – 377 с.
3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
4. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
5. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
6. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
7. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.
8. Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.

Тема 2. Виды музейных учреждений.

1. Классификация музеев.
2. Профиль музеев.
3. Типология музейных учреждений.

Список литературы:

1. Коссова, И.М. Музейное дело России / И.М. Коссова, А.А. Сундиева; под ред. М.Е. Каулен. – М. : ВК-Кодекс, 2010. – 614 с.
2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш.

шк., 1988. – 380 с.

3. Музеі Беларусі : даведачнае выданне / рэдкал. : С.Ф. Дубянецкі [і інш.]. – Мн. : БелЭн, 2008. – 560 с.

4. Музеи мира : сб. науч.тр. / НИИ культуры; редкол. : А.Б. Закс (отв. ред.) [и др.]. – Москва, 1991. – 377 с.

5. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.

6. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.

7. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.

8. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.

9. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

10. Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.

Тема 3. Музей как научно-исследовательское учреждение.

1. Основные направления научных исследований в музеях.
2. Музееведческие исследования.
3. Организация научно-исследовательской работы в музеях.

Список литературы:

1. Коссова, И.М. Музейное дело России / И.М. Коссова, А.А. Сундиева; под ред. М.Е. Каулен. – М. : ВК-Кодекс, 2010. – 614 с.

2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.

3. Музеи мира : сб. науч.тр. / НИИ культуры; редкол. : А.Б. Закс (отв. ред.) [и др.]. – Москва, 1991. – 377 с.

4. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.

5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.

6. Столяров, Б.А. Музейная педагогика. История, теория, практика : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Б.А. Столяров. – М. : Высш. шк., 2004. – 216 с.

7. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.

8. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
9. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.
10. Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.
11. Юхневич, М.Ю. Я поведу тебя в музей : учеб. пособие по музейной педагогике / М.Ю. Юхневич. – М. : РИК, 2001. – 223 с.

Тема 4. Музей и памятники.

1. Понятие «памятник», «памятник истории и культуры». Классификация памятников.
2. Типы и виды памятников.
3. Направления использования памятников.
4. Непредметные формы историко-культурного наследия.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дзярыш, ці Уваходзіны ў новую музеялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелПМК, 2000. – 147 с.
2. Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
3. Коссова, И.М. Музейное дело России / И.М. Коссова, А.А. Сундиева; под ред. М.Е. Каулен. – М. : ВК-Кодекс, 2010. – 614 с.
4. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.

Тема 5. Музейный предмет.

1. Понятие «музейный предмет», его свойства и функции.
2. Классификация музейных предметов. Их типы и виды.
3. Методы раскрытия информационного потенциала музейных предметов.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дзярыш, ці Уваходзіны ў новую музеялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелПМК, 2000. – 147 с.
2. Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом

«ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.

4. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.

5. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.

6. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.

7. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.

8. Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.

Тема 6. Комплектование музейных фондов.

1. Научное комплектование музейных фондов: объекты и источники комплектования.

2. Документы комплектования музейных коллекций (полевые описи, дневники, акты приёма и др.).

3. Деятельность фондовой комиссии.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дыярыуш, ці Уваходзіны ў новую музэялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелПЭК, 2000. – 147 с.

2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.

3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.

4. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.

5. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.

6. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.

7. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.

8. Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.

Тема 7. Сохранение музейных фондов.

1. Система сохранения музейных фондов.
2. Режим сохранения музейных коллекций.
3. Профилактика сохранения музейных предметов.
4. Консервация и реставрация памятников истории и культуры.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дзярыуш, ці Уваходзіны ў новую музеялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелППК, 2000. – 147 с.
2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
4. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
5. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
6. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
7. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.
8. Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.

Тема 8. Изучение музейных фондов как одного из направлений деятельности музея.

1. Понятие об информационном потенциале музейного предмета.
2. Основные этапы изучения музейного предмета (атрибуция, классификация и др.).
3. Требования к фиксации результатов изучения музейных коллекций.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дзярыуш, ці Уваходзіны ў новую музеялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелППК, 2000. – 147 с.
2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.

4. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
5. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
6. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.

Тема 9. Научно-справочный аппарат музея.

1. Карточные каталоги и картотеки как форма научно-справочного аппарата.
2. Требования к каталогам и картотекам.
3. Печатные каталоги и их характеристика.
4. Электронные каталоги и их характеристика.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дыярыш, ці Уваходзіны ў новую музейялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелПМК, 2000. – 147 с.
2. Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
3. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
4. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.

Тема 10. Классификация экспозиций.

1. Систематическая, тематическая и ансамблевая экспозиции и их характеристика.
2. Принципы построения экспозиции.
3. Тематико-экспозиционный комплекс в структуре тематической экспозиции.

Список литературы:

1. Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
2. Майстровская, М.Т. Музейная экспозиция. Искусство – архитектура – дизайн. Тенденции формирования / М.Т. Майстровская. – М. : Наука, 2000. – 154 с.

3. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
4. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
5. Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М. : РИК, 2003. – 454 с.
6. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
7. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
8. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.

Тема 11. Научное проектирование экспозиции.

1. Научное проектирование экспозиции и её основные задачи.
2. Этапы проектирования экспозиции.
3. Научная концепция экспозиции.

Список литературы:

1. Майстровская, М.Т. Музейная экспозиция. Искусство – архитектура – дизайн. Тенденции формирования / М.Т. Майстровская. – М. : Наука, 2000. – 154 с.
2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
4. Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М. : РИК, 2003. – 454 с.
5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.
6. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
7. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
8. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

Тема 12. Тематическая структура экспозиции.

1. Тематико-экспозиционный план и основные к нему требования.
2. Основные виды экспозиционных материалов и их роль в экспозиции.
3. Тексты в экспозиции и их классификация.

Список литературы:

1. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
2. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
3. Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М. : РИК, 2003. – 454 с.
4. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.
5. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
6. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
7. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

Тема 13. Выставочная деятельность.

1. Выставочная деятельность, её цели и задачи.
2. Классификация выставок.
3. Выставка как экспериментальная база построения экспозиции.

Список литературы:

1. Мазный, Н.В. Музейная выставка: история, проблемы, перспективы / Н.В. Мазный, Т.П. Поляков ; под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : РИК, 1997. – 211 с.
2. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
3. Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М. : РИК, 2003. – 454 с.
4. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.

5. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

Тема 14. Культурно-образовательная деятельность музеев.

1. Культурно-образовательная деятельности музеев и ее сущность.
2. Музейная педагогика как научная дисциплина.
3. Образовательно-воспитательная работа музеев.

Список литературы:

1. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
2. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
3. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.
4. Сотникова, С.И. Музеология / С.И. Сотникова. – М. : Дрофа, 2004. – 191 с.
5. Столяров, Б.А. Музейная педагогика. История, теория, практика : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Б.А. Столяров. – М. : Высш. шк., 2004. – 216 с.
6. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
7. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
8. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.
9. Юхневич, М.Ю. Я поведу тебя в музей : учеб. пособие по музейной педагогике / М.Ю. Юхневич. – М. : РИК, 2001. – 223 с.

Тема 15. Музейные экскурсии.

1. Музейные экскурсии и основные к ним требования.
2. Классификация экскурсий.
3. Методика подготовки и проведения экскурсии.

Список литературы:

1. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
2. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и

охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.

3. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.

4. Сотникова, С.И. Музеология / С.И. Сотникова. – М. : Дрофа, 2004. – 191 с.

5. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.

6. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманит. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.

7. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

Тема 16. Формы культурно-образовательной деятельности музеев.

1. Лекция, консультация, научные чтения и их специфика.

2. Клуб, конкурс.

3. Встреча с интересным человеком, концерт, музейный праздник, ролевая игра.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дыярыуш, ці Уваходзіны ў новую музейялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелППК, 2000. – 147 с.

2. Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.

3. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.

4. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.

5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.

6. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.

7. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманит. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.

8. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

Тема 17. Новые сферы комплектования музейных коллекций.

1. Использование компьютерных технологий в разных областях музейной

деятельности.

2. Музеи и Интернет.

3. Современные коммуникационные модели.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дзярыуш, ці Уваходзіны ў новую музейялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелППК, 2000. – 147 с.
2. Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
3. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
4. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.
6. Сотникова, С.И. Музеология / С.И. Сотникова. – М. : Дрофа, 2004. – 191 с.
7. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
8. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
9. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

Тема 18. Музейный менеджмент и маркетинг в музейном деле.

1. Музейный менеджмент.

2. Музейный маркетинг.

Список литературы:

1. Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
2. Лорд, Б. Менеджмент в музейном деле / Б. Лорд, Г. Лорд. – М. : Логос, 2002. – 254 с.
3. Музеи. Маркетинг. Менеджмент : практ. пособие / Н.А. Никишин [и др.]; под общ. ред. В.Ю. Дукельского. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 224 с.
4. Музей будущего: Информационный менеджмент / А.В. Лебедев [и др.]; под общ. ред. А.В. Лебедева. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 315 с.
5. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.

6. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.
7. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
8. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

3.2 Задания по управляемой самостоятельной работе студентов

Тема 1. Научная концепция музея.

1. Понятие научной концепции музея, ее цели и задачи.
2. Основные этапы разработки научной концепции музея.
3. Организация работы по разработке научной концепции музея.

Список литературы:

1. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
2. Калбаска, А.М. Музейны дзярыуш, ці Уваходзіны ў новую музейялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелПМК, 2000. – 147 с.
3. Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
4. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
5. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.:Академический Проект, 2004.–560 с.
6. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.

Тема 2. Фонды музея.

1. Понятие «фонд музея». Структура и состав музейных фондов.
2. Понятие «музейная коллекция». Виды музейных коллекций.
3. Музейный фонд Республики Беларусь: история, статус, структура.
4. Музейные коллекции как составная часть Государственного музейного фонда Республики Беларусь.

Список литературы:

1. Гужеловский, А.А. История музейного дела Беларуси / А.А. Гужеловский. – Мн, 2013.

2. Гужеловский, А.А. Музеи Беларуси 1941 – 1991/ А.А. Гужеловский. – Мн, 2003.
3. Закон аб музеях і музейным фондзе Рэспублікі Беларусь : прыняты Палатай прадстаўнікоў 16 лістапада 2005 г. : адобр. Саветам Рэсп. 24 лістапада 2005 г. : тэкст Закона на стан 12 снежня 2005 г. – Мінск : Дикта, 2005. – 16 с.
4. Калбаска, А.М. Музейны дыярыуш, ці Уваходзіны ў новую музейялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелППК, 2000. – 147 с.
5. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
6. Музеі Беларусі : даведачнае выданне / рэдкал. : С.Ф. Дубянецкі [і інш.]. – Мн. : БелЭн, 2008. – 560 с.
7. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
8. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
9. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.:Академический Проект, 2004.–560 с.

Тема 3. Фондовый учет музейных предметов.

1. Основные этапы учета фондов.
2. Инструкции по учету музейных фондов.
3. Требования к учетной документации.

Список литературы:

1. Коссова, И.М. Музейное дело России / И.М. Коссова, А.А. Сундиева; под ред. М.Е. Каулен. – М. : ВК-Кодекс, 2010. – 614 с.
2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ» , 2010. – 432 с.
4. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
5. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
6. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.:Академический Проект, 2004.–560 с.

Тема 4. Научное использование музейных коллекций.

1. Направления научного использования музейных коллекций.
2. Требования к организации труда исследователей в фондохранилищах музеев.
3. Задачи использования результатов исследования музейных коллекций.

Список литературы:

1. Калбаска, А.М. Музейны дыярыуш, ці Уваходзіны ў новую музейялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелППК, 2000. – 147 с.
2. Коссова, И.М. Музейное дело России / И.М. Коссова, А.А. Сундиева; под ред. М.Е. Каулен. – М. : ВК-Кодекс, 2010. – 614 с.
3. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
4. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.

Тема 5. Музейная экспозиция.

1. Музейная экспозиция: ее цели и задачи.
2. Музейная экспозиция и музейная коммуникация.
3. Научные и архитектурно-художественные требования к экспозиции.

Список литературы:

1. Майстровская, М.Т. Музейная экспозиция. Искусство – архитектура – дизайн. Тенденции формирования / М.Т. Майстровская. – М. : Наука, 2000. – 154 с.
2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
4. Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М. : РИК, 2003. – 454 с.
5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
6. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
7. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманит. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.

8. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.

Тема 6. Архитектурно-художественное решение музейной экспозиции.

1. Требования к оборудованию и архитектурно-художественному решению музейной экспозиции.
2. Задачи художественного проектирования музейной экспозиции.
3. Взаимодействие научного сотрудника-экспозиционера и художника в процессе создания экспозиции.

Список литературы:

1. Майстровская, М.Т. Музейная экспозиция. Искусство – архитектура – дизайн. Тенденции формирования / М.Т. Майстровская. – М.: Наука, 2000. – 154 с.
2. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М.: Высш. шк., 1988. – 380 с.
3. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
4. Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М.: РИК, 2003. – 454 с.
5. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
6. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М.: Омега-Л, 2005. – 184 с.
7. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб.: СпецЛит, 2000. – 160 с.
8. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.

Тема 7. Музейная экспозиция в системе образовательно-воспитательной деятельности.

1. Музейная экспозиция и музейная педагогика и их взаимосвязь.
2. Экспозиционная работа музеев учреждений образования.
3. Художественное проектирование экспозиции музеев учреждений образования.

Список литературы:

1. Майстровская, М.Т. Музейная экспозиция. Искусство – архитектура –

- дизайн. Тенденции формирования / М.Т. Майстровская. – М. : Наука, 2000. – 154 с.
- Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
 - Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
 - Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М. : РИК, 2003. – 454 с.
 - Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
 - Столяров, Б.А. Музейная педагогика. История, теория, практика : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Б.А. Столяров. – М. : Высш. шк., 2004. – 216 с.
 - Юхневич, М.Ю. Я поведу тебя в музей : учеб. пособие по музейной педагогике / М.Ю. Юхневич. – М. : РИК, 2001. – 223 с.

Тема 8. Использование недвижимых памятников истории культуры в музейных целях.

- Направления использования памятников в экспозиционной деятельности.
- Специфика создания мемориальных экспозиций в зданиях-памятниках.
- Использование историко-культурной среды и природного ландшафта в экспозиционной деятельности.

Список литературы:

- Коссова, И.М. Музейное дело России / И.М. Коссова, А.А. Сундиева; под ред. М.Е. Каулен. – М. : ВК-Кодекс, 2010. – 614 с.
- Майстровская, М.Т. Музейная экспозиция. Искусство – архитектура – дизайн. Тенденции формирования / М.Т. Майстровская. – М. : Наука, 2000. – 154 с.
- Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
- Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
- Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
- Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.

Тема 9. Музейная аудитория и ее изучение.

1. Музейная аудитория как объект музеологического исследования.
2. Социологические методы изучения посетителей музейных учреждений.
3. Репрезентативность результатов социологических исследований.

Список литературы:

1. Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
2. Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
3. Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001.
4. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
5. Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004.–560 с.

4 Раздел контроля знаний

4.1 Вопросы к зачету по дисциплине

Вопросы к зачету по дисциплине «Теория и методика музейного дела» для студентов специальности 1-23 01 12-01 «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия»

1. Музей как научно-исследовательское и научно-образовательное учреждение.
2. Социальные функции музеев.
3. Музейная коммуникация и её сущность.
4. Классификация музеев (деление по юридическому статусу, иерархической подчинённости и др.).
5. Классификация музеев по типам и профилям.
6. Научно-исследовательская работа музеев в области профильных наук.
7. Музееведческие исследования и их сущность.
8. Организация научно-исследовательской работы в музеях.
9. Научная концепция музея: цели, задачи, основные этапы разработки.
10. Классификация памятников истории культуры.
11. Типы и виды музейных памятников.
12. Музейный предмет: свойства и функции.
13. Музейные предметы: классификация, типы и виды.
14. Фонды музея и их структура.

15. Музейная коллекция и её основные виды.
16. Научное комплектование музейных фондов.
17. Основные документы комплектования музейных коллекций.
18. Фондовая комиссия и её функции.
19. Учёт музейных фондов и его основные этапы.
20. Инструкции по учёту музейных фондов.
21. Основные требования к учётной документации.
22. Система хранения музейных фондов.
23. Режим хранения музейных коллекций.
24. Консервация и реставрация памятников истории культуры.
25. Информационный потенциал музейных предметов: понятие и сущность.
26. Основные этапы изучения музейного предмета.
27. Основные требования к фиксации результатов изучения музейных коллекций.
28. Направления научного использования музейных памятников.
29. Профилактика сохранения музейных предметов.
30. Методы исторической науки, археологии, источниковедения по раскрытию информационного потенциала музейных предметов.

4.2 Вопросы к экзамену

Вопросы к экзамену по дисциплине «Теория и методика музейного дела» для студентов специальности 1-23 01 12-01 «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия»

1. Музей как научно-исследовательское и научно-образовательное учреждение.
2. Социальные функции музеев.
3. Музейная коммуникация и её сущность.
4. Классификация музеев (деление по юридическому статусу, иерархической подчинённости и др.).
5. Классификация музеев по типам и профилям.
6. Основные направления научно-исследовательской работы в музеях.
7. Организация научно-исследовательской работы в музеях.
8. Научная концепция музея: цели, задачи, основные этапы разработки.
9. Классификация памятников истории культуры.
10. Типы и виды музейных памятников.
11. Музейный предмет: свойства и функции.
12. Музейные предметы: классификация, типы и виды.
13. Фонды музея и их структура.
14. Музейная коллекция и её основные виды.
15. Научное комплектование музейных фондов.
16. Основные документы комплектования музейных коллекций.
17. Фондовая комиссия и её функции.
18. Учёт музейных фондов и его основные этапы.

19. Основные требования к учётной документации.
20. Система хранения музейных фондов.
21. Режим хранения музейных коллекций.
22. Консервация и реставрация памятников истории культуры.
23. Информационный потенциал музейных предметов: понятие и сущность.
24. Основные этапы изучения музейного предмета.
25. Карточные каталоги и картотеки: основные требования к их составлению.
26. Печатные каталоги и их характеристика.
27. Электронные каталоги и их характеристика.
28. Музейная экспозиция: цели и задачи, принципы построения.
29. Взаимосвязь музейной экспозиции и музейной коммуникации.
30. Ландшафтная, ансамблевая и систематическая экспозиции и их характеристика.
31. Тематическая экспозиция и её характеристика.
32. Научное проектирование экспозиции: сущность и этапы.
33. Художественное проектирование экспозиции и его основные этапы.
34. Экспозиционные материалы в экспозиции и их характеристика.
35. Тексты в экспозиции и их классификация.
36. Направления использования недвижимых памятников истории и культуры в музейных целях.
37. Выставочная деятельность: её цели и задачи.
38. Типы и виды музейных выставок.
39. Культурно-образовательная деятельность как направление в развитии современного музея.
40. Музейная педагогика как научная дисциплина.
41. Основные направления образовательно-воспитательной работы музеев.
42. Характеристика музейных экскурсий как основной формы культурно-образовательной деятельности музеев.
43. Классификация музейных экскурсий.
44. Методика подготовки и проведения музейной экскурсии.
45. Характеристика музейных лекций, конкурсов, фестивалей и викторин как форм культурно-образовательной деятельности музеев.
46. Клубные формы культурно-образовательной деятельности музеев.
47. Социологические методы изучения музейной аудитории: сущность и значение.
48. Использование компьютерных технологий в музейной деятельности.
49. Музейный менеджмент: сущность и значение.
50. Музейный маркетинг и его роль в музейной деятельности.

4.3 Тестовые задания

::1::Памятник истории и культуры или памятник природы, являющийся подлинным свидетельством фактов, явлений, событий, процессов в общественной жизни и в природе, включенный в собрание музея:

~макет

~предмет музейного значения
=музейный предмет

::2::Мемориальный предмет, связанный с событием особой общественной значимости или выдающимся деятелем и обладающий исключительными возможностями эмоционального воздействия:

~репродукция
=реликвия
~дублет

::3::Одной из традиционных форм культурно-образовательной деятельности музеев является:

=лекция
~ролевая игра
~театрализованное представление

::4::Ведомственные музеи представляют собой:

~музеи, которые находятся в управлении местной администрации
=музеи, которые подчиняются различным министерствам и ведомствам и отвечают задачам представления и развития какого-либо отраслевого ведомства
~музеи, которые являются собственностью государства и финансируются из его бюджета

::5::Способность музейного предмета привлекать внимание посетителей его внешними характеристиками – это:

=аттрактивность
~информативность
~экспрессивность

::6::Специфической формой научной публикации в музее выступает:

~инвентаризация предметов
~реставрация
=экспозиция

::7::Профильная группа исторических музеев включает:

~антропологические музеи
=археологические музеи
~музеи народного искусства

::8::Выберите наиболее точное определение музеев «скансенов»:

~музеи-заповедники
=музеи под открытым небом со связанными с мест бытования памятниками
~этнографические музеи

::9::Решение о приобретении предмета музейного значения, отнесении его к основному или научно-вспомогательному фонду принимает:

=фондово-закупочная комиссия

~совет музея

~директор музея

::10::К какому виду экспозиции относится музейная выставка:

~композиционным экспозициям

=временным экспозициям

~постоянным экспозициям

::11::Объемное воспроизведение внешнего вида объекта, которое создается в определенном масштабе и допускает некоторую условность в показе:

~модель

~муляж

=макет

::12::Кто ввел в научный оборот термин «музеология»:

=Дж. Грессе

~И. Неуступный

~К. Шрайнер

::13::Деятельность, направленная на обеспечение длительной сохранности музейных предметов:

~реставрация

=консервация

~тезаврирование

::14::Для хранения предметов в музее оборудуется специальное помещение:

~склад

~подсобное помещение

=запасник

::15::Как называется музейный предмет, выставленный для обозрения:

=экспонат

~стенд

~фонд

::16::Объемная оптическая копия реального объекта, которая создается путем записи изображения предмета на светочувствительную пластину или на пленку с помощью лазерной техники:

=голограмма

~модель

~панорама

::17::Комплексной формой культурно-образовательной деятельности музеев является:

- ~кинопросмотр
- ~экскурсия
- =музейный праздник

::18::Совокупность музейных коллекций называется:

- ~музейная экспозиция
- ~музейный фонд
- =музейное собрание

::19::Копию живописного, графического или фотографического изображения, сделанную печатным способом, называют:

- ~негативом
- =репродукцией
- ~новоделом

::20::Термин «музейный предмет» в начале 1930-х гг. ввел в научный оборот:

- =Н.М. Дружинин
- ~А.Н. Сорокин
- ~Л.Е. Кригин

::21::Прообразом всех музеев является:

- ~Александрийская библиотека
- ~Пергамский мусейон
- =Александрийский мусейон

::22::Исследования в области комплектования фондов осуществляются в рамках:

- ~профильных дисциплин
- =музееведческих исследований
- ~социологических исследований

::23::Биологический режим хранения предполагает защиту музейных предметов от:

- =насекомых, грызунов, плесневых грибов
- ~световых лучей
- ~загрязнителей воздуха

::24::Совокупность всех этикеток конкретной экспозиции называется:

- ~вернисаж
- ~указатель
- =этикетаж

::25::Чертежи участков экспозиционной поверхности представляют собой:

~эскизный проект
~витрины
=монтажные листы

::26::Первыми экспозициями, в основу которых легли научные принципы организации материала, стали:

~ансамблевые
=систематические
~ландшафтные

::27::Лентообразная картина больших размеров, натянутая по внутренней поверхности цилиндрического подрамника, называется:

=панорама
~диорама
~голограмма

::28::Понятие «музейная коммуникация» ввел в научный оборот:

~В.Ю. Дукельский
=Д.Ф. Камерон
~В.Ф. Левинсон-Лессинг

::29::В основе планирования исследовательской работы в музее лежит создание:

~краткосрочных планов
=перспективных планов
~долгосрочных планов

::30::Палеонтологические, антропологические, географические, биологические музеи являются:

=естественно-научными
~промышленными
~сельскохозяйственными

::31::Коллекция, состоящая из однотипных предметов, сгруппированных по определенному классификационному признаку, называется:

~тематическая
~персональная
=систематическая

::32::Этап по изучению физических свойств, функционального назначения, истории происхождения и бытования музейного предмета называется:

~классификация и систематизация
~интерпретация
=атрибуция

::33::Комплекс работ по привлечению финансовых средств для реализации некоммерческих проектов получил название:

- ~менеджмент
- =фандрейзинг
- ~лизинг

::34::Для посетителей, впервые пришедших в музей и желающих получить общее представление о его истории и коллекциях, проводятся экскурсии:

- ~методические
- =обзорные
- ~сквозные

::35::При приеме предметов в музей в обмен заключается договор:

- =мены
- ~купли-продажи
- ~дарения

::36::Что позволяет определять, прогнозировать и удовлетворять нужды потребителей музейных услуг, а в ряде случаев эффективно влиять на формирование этих нужд и даже непосредственно их формировать:

- ~музейный менеджмент
- =музейный маркетинг
- ~музейный фандрейзинг

::37::Когда ролевые игры стали утверждаться в зарубежной музейной практике:

- ~в 1890-е гг.
- ~в 1920-е гг.
- =в 1970-е гг.

::38::Первым российским музеем является:

- =Кунсткамера
- ~Третьяковская галерея
- ~Эрмитаж

::39::Что означает в переводе слово «museion»:

- ~собрание
- =музей
- ~коллекционирование

::40::Музейные предметы всех музеев страны образуют:

- =музейный фонд РФ
- ~общий фонд РФ
- ~музейное собрание РФ

::41::Направление фондовой работы, осуществляемое на основе режима и системы хранения, называется {=хранение музейных фондов}.

::42::Процесс общения и передачи информации, значений и смыслов, происходящих в музее на основе музейной экспозиции, осуществляется с помощью {=музейной коммуникации}.

::43::Целенаправленный, планомерный, опирающийся на методологические принципы профильных дисциплин и музееведения процесс выявления и сбора предметов музейного значения для формирования и пополнения музейного собрания называется {=комплектование музейных фондов}.

::44::Юридические документы (акты приема, акты выдачи, книги поступлений, книги научной инвентаризации), специально разработанные для осуществления юридической охраны музейных фондов, называются {=научные инвентари}.

::45::Процесс, связанный с познанием различных сторон жизни окружающего мира, получил название {=документирование}.

::46::Совокупность людей, включенных в сферу культурно-образовательной деятельности музеев, называют {=музейной аудиторией}.

::47::Исторически сложившаяся совокупность музеев, действующих на определенной территории, называется {=музейная сеть}.

::48::Вся научно организованная совокупность материалов, принятых музеем на постоянное хранение, – это {=фонды музея}.

::49::Материальный объект, фиксирующий пересечение связей нескольких информационных систем, что позволяет воссоздать ценностный образ определенного культурного явления, называется {=памятник}.

::50::Целостная предметно-пространственная система, в которой музейные предметы и другие экспозиционные материалы объединены концептуальным (научным и художественным) замыслом, – это {=музейная экспозиция}.

5 Вспомогательный раздел

5.1 Учебная программа по дисциплине

Установа адукацыі
«Гомельскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Францыска Скарыны»

ЗАЦВЯРДЖАЮ

Прарэктар па вучэбнай рабоце
УА «ГДУ імя Ф. Скарыны»


І. В. Семчанка


(позіцыя)

28.09.2015
(дата зацвярджэння)

Рэгістрацыйны №

2015-420/04

ТЭОРЫЯ І МЕТОДЫКА МУЗЕЙНАЙ СПРАВЫ

Вучэбная праграма ўстановы вышэйшай адукацыі
па вучэбнай дысцыпліне для спецыяльнасці
1-23 01 12 Музейная справа і ахова гісторыка-культурнай спадчыны
(па накірунках)

2015 г.

ТЛУМАЧАЛЬНАЯ ЗАПІСКА

Вучэбная праграма па дысцыпліне «Тэорыя і методыка музейнай справы» прызначана для рэалізацыі першай ступені вышэйшай адукацыі студэнтам, якія навучаюцца па спецыяльнасці «Музейная справа і ахова гісторыка-культурнай спадчыны». У рамках дысцыпліны «Тэорыя і методыка музейнай справы» разглядаюцца асноўныя накірункі дзейнасці музеяў на тэрыторыі былой постсавецкай прасторы і за мяжой. Да іх, у прыватнасці, адносяцца: навуковае камплектаванне, даследчая, навукова-фондавая, экспазіцыйна-выставачная, культурна-асветніцкая работа. Значная ўвага ў працэсе вывучэння дысцыпліны ўдзяляецца засвойванню спецыяльных музейных паняццяў, такіх, як «музейны прадмет», «музейны фонд», «музейная калекцыя», «навуковая канцэпцыя музея» і інш. Разглядаюцца формы камплектавання музейных фондаў: закупка, дар, абмен, экспедыцыя; этапы вывучэння і метады раскрыцця інфармацыйнага патэнцыялу музейных прадметаў. Таксама ажыццяўляецца знаёмства з тэарэтычнымі і метадычнымі аспектамі праектавання экспазіцыі, спецыфікай арганізацыі навукова-даследчай працы музеяў, якая праходзіць як у рамках профільных дысцыплін, так і спецыяльных музеялагічных даследаванняў. Вывучаюцца такія формы культурна-асветніцкай дзейнасці музеяў, як экскурсія, лекцыя, віктарына, музейнае свята і інш., праз якія адбываецца азнакамленне грамадскасці з вынікамі іх навуковай працы. Вялікае значэнне надаецца разгляду спецыфікі рэжыму захавання музейных калекцый, кансервацыі і рэстаўрацыі помнікаў гісторыі і культуры. У выніку вывучэння дадзенай дысцыпліны студэнты атрымліваюць тэарэтычныя веды і практычныя ўменні і навыкі, якія неабходны для дзейнасці будучых спецыялістаў у галіне музейнай справы.

Мэта вучэбнай дысцыпліны – пазнаёміць студэнтаў са сферай іх дзейнасці, сфарміраваць фундамент музеялагічных ведаў на падставе вывучэння дасягненняў сусветнай і айчыннай музеялагічнай думкі.

Задачы вывучэння дысцыпліны:

- даць студэнтам глыбокія веды тэарэтыка-метадычных асноў музеялогіі, выдзяляючы яе спецыфіку, раскрываючы прынцыпы суадносінаў метадалогіі і метадаў музейнай работы;
- даць студэнтам сістэмныя веды аб фундаментальных тэарэтычных асновах дзейнасці сучаснага музея;
- пазнаёміць з асноўнымі метадычнымі аспектамі музейнай работы, прадэманстраваць яе асаблівасці ў беларускім кантэксце;
- сфарміраваць у студэнтаў навукова-даследчыя і практычныя навыкі;
- садзейнічаць падрыхтоўцы шырока адукаваных, творчых, з крытычным мысленнем спецыялістаў, здольных да аналізу і прагназавання складаных культурных працэсаў і авалоданню методыкай правядзення культуралагічных даследаванняў.

Студэнт павінен ведаць:

- структуру, асноўныя паняцці і тэрміны музеялогіі;

–тэарэтычныя і метадычныя аспекты камплектавання, захавання, уліку і вывучэння фондавых калекцый;

–тэарэтычныя і метадычныя аспекты праектавання экспазіцый і культурна-адукацыйнай дзейнасці музея;

–арганізацыю сучаснай дзейнасці музея.

Студэнт павінен умець:

–выкарыстоўваць асноўныя паняцці, тэрміны, навыкі і фактычны матэрыял па музейлогіі ў тэарэтычнай, метадычнай і практычнай музейнай дзейнасці;

–аналізаваць крыніцы па сучаснаму стану музейнай справы Беларусі;

– даць характарыстыку сучаснага стану музеяў, музейнага фонда і нерухомай гісторыка-культурнай спадчыны Беларусі;

– вызначаць пагрозы існавання музеяў і музейнага фонду РБ;

– ужываць у практычнай рабоце юрыдычна-прававую базу дзейнасці музеяў РБ.

Матэрыял дысцыпліны «Тэорыя і методыка музейнай справы» грунтуецца на раней атрыманых студэнтамі ведаў па такім курсам, як «Гісторыя музейнай справы», «Гістарычнае краязнаўства», «Гісторыя Беларусі» і інш.

Дысцыпліна «Тэорыя і методыка музейнай справы» вывучаецца студэнтамі 3 курса спецыяльнасці 1-23 01 12 Музейная справа і ахова гісторыка-культурнай спадчыны ў аб'ёме 198 гадзін (аудыторных гадзін – 72, з іх: лекцыі – 36, практычныя заняткі – 36, самастойная кіраваная работа студэнтаў – 18). Форма кантролю – залік ў 5 семестры, экзамен ў 6 семестры. Форма навучання – дзённая.

ЗМЕСТ ВУЧЭБНАГА МАТЭРЫЯЛУ

Раздел 1 Агульная характарыстыка музея як сацыяльна-культурнага інстытута, яго функцыі і важнейшыя накірункі дзейнасці.

Тэма 1.1 Музей як сацыяльна-культурны інстытут

Паняцце аб музеі. Характарыстыка музея як навукова-даследчай і навукова-асветніцкай установы. Сацыяльныя функцыі музеяў. Асноўныя мэты і задачы музеяў. Формы рэалізацыі музеямі сацыяльных функцый. Музей як камунікатыўная сістэма. Паняцце аб музейнай камунікацыі. Роля музея ў захаванні агульначалавечай спадчыны.

Тэма 1.2 Віды музейных устаноў

Класіфікацыя музеяў. Прынцыпы дзялення музеяў на групы. Дзяленне музеяў па юрыдычным статусе і па іерархічнай падпарадкаванасці. Профіль музеяў. Віды музейных устаноў. Грамадскія сувязі музеяў. Іх роля і значэнне для функцыяніравання музея як сацыяльна-культурнага інстытута. Музей і сродкі масавых камунікацый. Фактары развіцця музея.

Тэма 1.3 Музей як навукова-даследчая ўстанова

Характарыстыка асноўных напрамкаў навуковых даследванняў у музейных установах. Даследаванні, якія праводзяць музеі ў галіне профільных дысцыплін. Арганізацыя і планаванне навукова-даследчай работы ў музеях. Каардынацыя навуковай работы музеяў з іншымі навуковымі ўстановамі, ВНУ, архівамі. Мэты, задачы і формы сумеснай даследчыцкай дзейнасці музеяў з установамі-партнёрамі.

Тэма 1.4 Навуковая канцэпцыя музея

Навуковая канцэпцыя музея – аргументаванае вызначэнне мэтаў і задач яго развіцця, форм і метадаў музейнай дзейнасці. Развіццё паняцця «навуковая канцэпцыя музея» у музейналогіі. Распрацоўка навуковай канцэпцыі музея як накірунак навукова-даследчай дзейнасці музея. Міждысцыплінарны характар разробкі навуковай канцэпцыі музея. Найважнейшыя этапы разробкі навуковай канцэпцыі музея – падрыхтоўка і аналіз зыходных дадзеных, разробка агульнай задумы музея, складанне генеральнага плану развіцця музея і іх характарыстыка. Арганізацыя работы па выпрацоўцы навуковай канцэпцыі музея.

Раздел 2 Помнікі гісторыі і культуры, іх класіфікацыя і формы выкарыстання. Музейны прадмет у структуры музейных фондаў

Тэма 2.1 Музей і помнікі

Вызначэнне паняццяў «помнік», «помнік гісторыі і культуры». Класіфікацыя помнікаў. Тыпы і віды помнікаў. Функцыі помнікаў прыроды, гісторыі і культуры. Асноўныя напрамкі выкарыстання помнікаў. Формы і метады выкарыстання помнікаў у розных галінах чалавечай дзейнасці. Непрадметныя формы гісторыка-культурнай спадчыны.

Тэма 2.2 Музейны прадмет

Вызначэнне паняццяў «прадмет музейнага значэння», «музейны прадмет». Значэнне музейных прадметаў у рэалізацыі асноўных накірункаў дзейнасці музейных устаноў. Музейны прадмет як першакрыніца ведаў. Музейны прадмет як сродак выхавальніцкага ўздзеяння. Класіфікацыя музейных прадметаў. Тыпы і віды музейных прадметаў. Інфармацыйныя свойствы музейных прадметаў. Метады раскрыцця інфармацыйнага патэнцыялу музейных прадметаў.

Тэма 2.3 Фонды музея

Фонды музея як сукупнасць музейных прадметаў асноўнага і навукова-дапаможнага фондаў. Структура і склад музейных фондаў. Паняцце аб музейнай калекцыі. Віды музейных калекцый. Значэнне музейнай калекцыі ў дзейнасці музея. Магчымасці выкарыстання музейных збораў як крынічнай базы профільных навуковых дысцыплін. Музейныя калекцыі як складаная частка Дзяржаўнага музейнага фонду Рэспублікі Беларусь. Музейны фонд Рэспублікі Беларусь: гісторыя, статус, структура, функцыі, арганізацыя.

Раздел 3 Камплектаванне, улік і захаванне музейных фондаў

Тэма 3.1 Камплектаванне музейных фондаў

Гістарыяграфія праблемы камплектавання музейных збораў. Мэты і задачы камплектавання музейных фондаў. Паняцце аб навуковам камплектаванні калекцый музея. Навуковае камплектаванне фондаў як элемент навуковай канцэпцыі музея. Аб'екты і крыніцы камплектавання. Вывучэнне асяроддзя бытавання прадметаў музейнага значэння. Дакументы камплектавання музейных калекцый (палявыя вопісы, дзённікі, акты прыёму, калекцыйныя вопісы) і асноўныя патрабаванні, якія прад'яўляюцца да іх. Дзейнасць фондавай камісіі. Асаблівасці камплектавання матэрыялаў па сучаснаму перыяду. Пытанні міжмузейнай каардынацыі камплектавання фондаў.

Тэма 3.2 Фондавы ўлік музейных прадметаў

Улік музейных прадметаў як форма юрыдычнай аховы фондаў і ўмовы рэалізацыі ўсіх накірункаў дзейнасці музея. Дзеючыя інструкцыі па пытаннях ўліку музейных фондаў. Асноўныя этапы ўліку фондаў. Патрабаванні, якія прад'яўляюцца да ўліковай дакументацыі. Патрабаванні да арганізацыі ўліку музейных прадметаў з каштоўных металаў і камянёў.

Тэма 3.3 Захаванне музейных фондаў

Задачы захавання музейных прадметаў. Паняцце аб сістэме захавання музейных фондаў і рэжым захавання музейных калекцый. Фактары, якія ўплываюць на захаванасць помнікаў гісторыі і культуры. Дзеючыя інструкцыі па пытаннях захавання музейных прадметаў у фондасховішчах і экспазіцыях. Прафілактыка захавання. Найважнейшыя патрабаванні да будынкаў музеяў і фондасховішчаў і іх тэхнічнаму аснашчэнню. Асноўныя тыпы і віды фондавага абсталявання. Рэжым захоўвання асобных відаў музейных прадметаў. Паняцце аб кансервацыі і рэстаўрацыі помнікаў гісторыі і культуры.

Раздел 4 Вывучэнне музейных калекцый.

Тэма 4.1 Вывучэнне музейных фондаў як аднаго з накірункаў дзейнасці музея

Вывучэнне музейных фондаў і яго значэнне для ўсіх напрамкаў дзейнасці музея. Паняцце аб інфармацыйным патэнцыяле музейнага прадмета. Прыёмы раскрыцця інфармацыйнага патэнцыялу. Асноўныя этапы вывучэння музейнага прадмета – атрыбуцыя, класіфікацыя, сістэматызацыя, інтэрпрэтацыя і іх характарыстыка. Важнейшыя патрабаванні да фіксацыі, вынікаў вывучэння музейных калекцый (інвентарных вопісаў, картак навуковага апісання, навуковых пашпартоў).

Тэма 4.2 Навуковае выкарыстанне музейных калекцый

Важнейшыя напрамкі навуковага выкарыстання музейных калекцый з мэтай развіцця навукі, культуры, адукацыі, удасканалвання адукацыйна-выхаваўчай працы. Задачы рацыянальнага выкарыстання вынікаў даследавання музейных калекцый. Патрабаванні да арганізацыі працы даследчыкаў у фондасховішчах музеяў.

Тэма 4.3 Навукова-даведачны апарат музея

Месца і значэнне навукова-даведачнага апарата музея. Картачныя каталогі і картатэкі як гістарычна склаўшаяся форма навукова-даведачнага апарата. Патрабаванні да каталогаў і картатэк. Друкаваныя каталогі, іх функцыі і характарыстыка. Выкарыстанне ЭВМ для ўдасканалвання навукова-даведачнага апарата музеяў.

Раздзел 5 Сучасная музейная экспазіцыя – сінтэз навукі і мастацтва.

Тэма 5.1 Музейная экспазіцыя

Галоўныя этапы развіцця экспазіцыйнай думкі. Мэты і задачы музейнай экспазіцыі. Музейная экспазіцыя і музейная камунікацыя. Музейная экспазіцыя як спецыфічная форма публікацый музейнага збору і вынікаў вывучэння музейных прадметаў. Найважнейшыя патрабаванні да экспазіцыі з пазіцыі навуковага зместу, архітэктурна-мастацкага вырашэння і псіхалагічных асаблівасцей успрымання наведвальнікаў.

Тэма 5.2 Класіфікацыя экспазіцый

Агульная характарыстыка і спецыфічныя асаблівасці сістэматычнай, тэматычнай і ансамблевай экспазіцыі. Гісторыка-храналагічны, комплексна-тэматычны і праблемны прынцыпы пабудовы экспазіцыі, магчымасці іх выкарыстання ў экспазіцыйнай рабоце. Роля тэматыка-экспазіцыйнага комплекса ў структуры тэматычнай экспазіцыі.

Тэма 5.3 Архітэктурна-мастацкае вырашэнне музейнай экспазіцыі

Значэнне архітэктурна-мастацкага вырашэння музея і экспазіцыі для павышэння якасці вынікаў музейнай дзейнасці. Сучасныя патрабаванні да абсталявання і архітэктурна-мастацкага вырашэння музейнай экспазіцыі. Задачы мастацкага праектавання музейнай экспазіцыі. Метады ўзаемадзеяння навуковага супрацоўніка-экспазіцыянера і мастака ў працэсе стварэння экспазіцыі.

Тэма 5.4 Музейная экспазіцыя ў сістэме адукацыйна-выхаваўчай дзейнасці

Музейная экспазіцыя ў сістэме адукацыйна-выхаваўчай дзейнасці. Музейная экспазіцыя і музейная педагогіка. Прынцыпы пабудовы экспазіцыі музеяў устаноў адукацыі. Спалучэнне навуковай дакладнасці і эмацыянальнасці. Мастацкае праектаванне экспазіцыі музеяў устаноў адукацыі. Музеязнаўчы і педагогічны аспекты ў падыходах да мастацкага праекта.

Раздзел 6 Навуковыя асновы праектавання экспазіцый і выставак.

Тэма 6.1 Навуковае праектаванне экспазіцыі

Задачы навуковага праектавання экспазіцыі. Асноўныя этапы праектавання музейнай экспазіцыі і іх характарыстыка. Навуковая канцэпцыя экспазіцыі. Яе значэнне ў працэсе работы над новым экспазіцыйным рашэннем. Асноўныя патрабаванні да навуковай канцэпцыі экспазіцыі.

Навуковая канцэпцыя і крыніцазнаўчая база экспазіцыі. Выкарыстанне ў экспазіцыі дасягненняў профільных навуковых дысцыплін.

Тэма 6.2 Тэматычная структура экспазіцыі

Тэматычная структура экспазіцыі. Патрабаванні, якія прад'яўляюцца да тэматыка-экспазіцыйнага плана. Роля і месца ў экспазіцыі асноўных відаў экспазіцыйных матэрыялаў – музейных прадметаў, копій, муляжоў, навукова-дапаможных матэрыялаў, тэкстаў. Патрабаванні да тэкстаў ў экспазіцыі. Класіфікацыя тэкстаў. Спецыфічныя функцыі ў экспазіцыі аўдыевізуальных сродкаў, межы і ўмовы іх выкарыстання.

Тэма 6.3 Выкарыстанне нерухомых помнікаў гісторыі культуры ў музейных мэтах

Магчымасці і межы выкарыстання нерухомых помнікаў гісторыі і культуры ў музейных мэтах. Асноўныя накірункі выкарыстання помнікаў у сістэме экспазіцыйнай дзейнасці. Спецыфіка стварэння мемарыяльных экспазіцый, размешчаных у будынках-помніках. Гісторыка-культурнае асяроддзе і прыродны ландшафт як аб'екты экспазіцыйнай дзейнасці.

Тэма 6.4 Выставачная дзейнасць

Мэты і задачы выставачнай дзейнасці. Спецыфіка выстаўкі як формы экспазіцыйнай работы музея. Тыпы і віды выставак. Выстаўка як эксперыментальная база пабудовы экспазіцыі. Задачи каардынацыі выставачнай работы музеяў на рэгіянальным і агульнадзяржаўным узроўні.

Раздел 7 Музей у сістэме выхаваўчай работы.

Тэма 7.1 Культурна-асветніцкая работа музеяў

Адукацыйна-выхаваўчая функцыя музеяў і яе рэалізацыя. Асноўныя этапы развіцця культурна-асветніцкай работы музеяў. Узаемасувязь культурна-асветніцкай работы музея з усімі напрамкамі яго дзейнасці. Вядучыя прынцыпы культурна-асветніцкай работы музеяў. Псіхалагічна-педагагічныя асновы выхаваўчага ўздзеяння музеяў. Паняцце аб музейнай педагогіцы. Задачи каардынацыі выхаваўчай работы музеяў з установамі культуры, асветы і іншымі музеямі. Адукацыйна-выхаваўчая работа музеяў і арганізацыя вольнага часу насельніцтва. Музеі і турызм.

Тэма 7.2 Музейныя экскурсіі

Прынцыпы культурна-асветніцкай работы музеяў і яе асноўныя формы. Класіфікацыя відаў культурна-асветніцкай работы. Экскурсіі і іх пазнавальнае значэнне. Класіфікацыя экскурсій. Характарыстыка асноўных відаў экскурсій (аглядныя, тэматычныя, тэатральныя і г.д.). Методыка падрыхтоўкі і правядзення экскурсій.

Тэма 7.3 Формы культурна-асветніцкай работы музеяў

Музейныя лекцыі і іх спецыфіка. Клубныя формы культурна-асветніцкай работы музеяў (музейныя святы, дні спецыялізаванага абслугоўвання, тэматычныя тыдні) і іх характарыстыка. Арганізацыя і правядзенне алімпіяд, канферэнцый, фестываляў, краязнаўчых злётаў, сустрэч, конкурсаў. Спецыфіка правядзення гэтых мерапрыемстваў музеямі.

Пазамузейныя формы культурна-асветніцкай работы. Формы і метады выхавання ў наведвальнікаў музейнай культуры.

Тэма 7.4 Музейная аўдыторыя і яе вывучэнне

Задачы вывучэння музейнай аўдыторыі. Музейная аўдыторыя як аб'ект музеялагічнага даследавання. Асаблівасці вывучэння наведвальнікаў музейных устаноў сацыялагічнымі метадамі. Асноўныя працэдуры сацыялагічнага даследавання. Паняцце аб рэпрэзэнтатывнасці вынікаў сацыялагічных даследаванняў. Даследаванне працэса ўспрымання наведвальнікамі экспазіцый і розных форм культурна-асветніцкай работы.

Раздел 8 Актуальныя пытанні сучаснай музеялогіі.

Тэма 8.1 Новыя сферы камплектавання музейных калекцый

Шляхі павышэння ролі музеяў у сацыяльна-эканамічным і духоўным развіцці грамадства. Тэндэнцыі развіцця сацыяльных функцый музеяў. Праблемы развіцця музейнай сеткі. Новыя сферы камплектавання музейных калекцый. Пераасэнсаванне крытэрыяў адбору помнікаў гісторыі і культуры ў музейныя зборы. Перспектывы выкарыстання ЭВМ ў розных галінах музейнай дзейнасці. Музеі і Інтэрнэт. Удасканалванне метадаў раскрыцця інфармацыйнага матэрыялу музейнага прадмета. Распрацоўка пытанняў музейнага крыніцазнаўства. Музейная экспазіцыя і сучасныя камунікацыйныя мадэлі.

Тэма 8.2 Музейны менеджмент і маркетынг у музейнай справе

Музейны менеджмент і маркецінг. Псіхалага-педагагічныя праблемы навукова-асветніцкай работы музеяў. Распрацоўка пытанняў музейнай педагогікі. Новыя метадыкі сацыялагічных даследаванняў у музеях. Навуковае забеспячэнне органаў кіравання музейнай справай. Распрацоўка даўгатэрміновых, мэтавых, комплексных праграм музейнага будаўніцтва. Распрацоўка перспектывных мадэляў музейных устаноў. Тэарэтычныя асновы развіцця музейнай сеткі. Стварэнне сістэмы падрыхтоўкі і перападрыхтоўкі музейных кадраў. Падрыхтоўка тэарэтычных прац, навучальных дапаможнікаў, вучэбных праграм па музеялогіі.

ВУЧЭБНА-МЕТАДЫЧНАЯ КАРТА

Нумар раздзела, тэмы, занятка	Назва раздзела, тэмы, занятка; пералік вивучаемых пытанняў	Усяго гадзін	Колькасць аўдыторных гадзін				Матэрыяльнае забеспячэнне заняткаў	Лігатура	Формы кантролю ведаў
			лекцыі	практычныя (семінарскія) заняткі	Лабараторныя заняткі	Кіраваная самастойная работа			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Раздзел 1 Агульная характарыстыка музея як сацыяльна-культурнага інстытута, яго функцыі і важнейшыя накірункі дзейнасці.								
1.1	Музей як сацыяльна-культурны інстытут. 1.1.1 Паняцце «музей». 1.1.2 Музейны прадмет і яго ўласцівасці. 1.1.3 Сацыяльныя функцыі музея. 1.1.4 Музейная камунікацыя.	4	2	2	-	-		[5] [6] [7] [20]	
1.2	Віды музейных устаноў. 1.2.1 Класіфікацыя музеяў. 1.2.2 Профіль музеяў. 1.2.3 Тыпалогія музейных устаноў.	4	2	2	-	-	Медыя-схема	[5] [6] [7] [10]	

1.3	Музей як наукова-даследчая ўстанова. 1.3.1 Даследаванні музеяў у галіне профільных дысцыплін. 1.3.2 Музеялагічныя даследаванні. 1.3.3 Арганізацыя навукова-даследчай работы ў музеях.	4	2	2	-	-		[5] [6] [7] [10] [20]	
1.4	Навуковая канцэпцыя музея. 1.4.1 Паняцце навуковай канцэпцыі музея, яе мэты і задачы. 1.4.2 Асноўныя этапы разробаткі навуковай канцэпцыі музея. 1.4.3 Арганізацыя работы па выпрацоўцы навуковай канцэпцыі музея.	2	-	-	-	2		[3] [5] [6] [7] [10] [20]	Вусная гутарка
	Усяго па раздзелу 1	14	6	6	-	2			
2	Раздзел 2 Помнікі гісторыі і культуры, іх класіфікацыя і формы выкарыстання. Музейны прадмет у структуры музейных фондаў.								

2.1	Музей і помнікі. 2.1.1 Паняцці «помнік», «помнік гісторыі і культуры». Класіфікацыя помнікаў. 2.1.2 Тыпы і віды помнікаў. 2.1.3 Накірункі выкарыстання помнікаў. 2.1.4 Непрадметныя формы гісторыка-культурнай спадчыны.	4	2	2	-	-	Медыя-прэзентацыя	[3] [10] [11]	
2.2	Музейны прадмет. 2.2.1 Паняцце «музейны прадмет», яго ўласцівасці і функцыі. 2.2.2 Класіфікацыя музейных прадметаў. Іх тыпы і віды. 2.2.3 Метады раскрыцця інфармацыйнага патэнцыялу музейных прадметаў.	4	2	2	-	-	Медыя-схема	[6] [7] [10] [20]	
2.3	Фонды музея. 2.3.1 Паняцце «фонд музея». Структура і склад музейных фондаў. 2.3.2 Паняцце «музейная калекцыя». Віды музейных калекцый. 2.3.3 Музейны фонд Рэспублікі Беларусь: гісторыя, статус, структура. 2.3.4 Музейныя калекцыі як састаўная частка Дзяржаўнага музейнага фонду Рэспублікі Беларусь.	2	-	-	-	2		[2] [3] [7] [8] [9] [17]	Абарона рэфератаў
Усяго па раздзелу 2		10	4	4	-	2			

3	Раздел 3 Камплектаванне, улік і захаванне музейных фондаў.								
3.1	Камплектаванне музейных фондаў. 3.1.1 Навуковае камплектаванне музейных фондаў: аб'екты і крыніцы камплектавання. 3.1.2 Дакументы камплектавання музейных калекцый (палявыя вопісы, дзённікі, акты прыёму і інш.) 3.1.3 Дзейнасць фондавай камісіі.	4	2	2	-	-		[3] [5] [6] [7] [10] [20]	
3.2	Фондавы ўлік музейных прадметаў. 3.2.1 Асноўныя этапы ўліку фондаў. 3.2.2 Інструкцыі па ўліку музейных фондаў. 3.2.3 Патрабаванні да ўліковай дакументацыі.	2	-	-	-	2		[3] [5] [6] [7] [23]	Пісьмовая праверачная праца

3.3	Захаванне музейных фондаў. 3.3.1 Сістэма захавання музейных фондаў. 3.3.2 Рэжым захавання музейных калекцый. 3.3.3 Прафілактыка захавання музейных прадметаў. 3.3.4 Кансервацыя і рэстаўрацыя помнікаў гісторыі і культуры.	4	2	2	-	-	Медыя-схема	[3] [5] [6] [7]	
Усяго па раздзелу 3		10	4	4	-	2			
Усяго за 5 семестр		34	14	14		6			Залік
4	Раздзел 4 Вывучэнне музейных калекцый.								
4.1	Вывучэнне музейных фондаў як аднаго з накірункаў дзейнасці музея. 4.1.1. Паняцце аб інфармацыйным патэнцыяле музейнага прадмета. 4.1.2 Асноўныя этапы вывучэння музейнага прадмета (атрыбуцыя, класіфікацыя і інш.). 4.1.3 Патрабаванні да фіксацыі, вынікаў вывучэння музейных калекцый.	4	2	2	-	-		[3] [5] [6] [7]	
4.2	Навуковае выкарыстанне музейных калекцый. 4.2.1 Напрамкі навуковага выкарыстання музейных калекцый. 4.2.2 Патрабаванні да арганізацыі працы	2	-	-	-	2		[3] [5] [6] [7] [24]	Калоквіум

	даследчыкаў у фондасховішчах музеяў. 4.2.3 Задачы выкарыстання вынікаў даследавання музейных калекцый.								
4.3	Навукова-даведачны апарат музея. 4.3.1 Картачныя каталогі і картатэкі як форма навукова-даведачнага апарата. 4.3.2 Патрабаванні да каталогаў і картатэк. 4.3.3 Друкаваныя каталогі і іх характарыстыка. 4.4.4 Электронныя каталогі і іх характарыстыка.	4	2	2	-	-	Схема 1	[1] [5] [6] [7] [10] [11]	
	Усяго па раздзелу 4	10	4	4	-	2			
5	Раздзел 5 Сучасная музейная экспазіцыя – сінтэз навукі і мастацтва.								
5.1	Музейная экспазіцыя. 5.1.1 Музейная экспазіцыя: яе мэты і задачы. 5.1.2 Музейная экспазіцыя і музейная камунікацыя. 5.1.3 Навуковыя і архітэктурна-мастацкія патрабаванні да экспазіцыі.	2	-	-	-	2		[3] [7] [14] [19] [20]	Выкананне тэста

5.2	Класіфікацыя экспазіцый. 5.2.1 Сістэматычная, тэматычная і ансамблевая экспазіцыі і іх характарыстыка. 5.2.2 Прынцыпы пабудовы экспазіцыі. 5.2.3 Тэматыка-экспазіцыйны комплекс ў структуры тэматычнай экспазіцыі.	4	2	2	-	-	Медыя-прэзентацыя	[3] [7] [14] [19] [20]	
5.3	Архітэктурна-мастацкае вырашэнне музейнай экспазіцыі. 5.3.1 Патрабаванні да абсталявання і архітэктурна-мастацкае вырашэнне музейнай экспазіцыі. 5.3.2 Задачы мастацкага праектавання музейнай экспазіцыі. 5.3.3 Узаемадзеянне навуковага супрацоўніка- экспазіцыянера і мастака ў працэсе стварэння экспазіцыі.	2	-	-	-	2		[3] [7] [14] [19] [20]	Пісьмовая праверачная работа
5.4	Музейная экспазіцыя ў сістэме адукацыйна-выхаваўчай дзейнасці. 5.4.1 Музейная экспазіцыя і музейная педагогіка і іх узаемасувязь. 5.4.2 Экспазіцыйная работа музеяў устаноў адукацыі. 5.4.3 Мастацкае праектаванне экспазіцыі музеяў устаноў адукацыі.	2	-	-	-	2		[3] [7] [14] [19] [20]	Вусная гутарка

	Усяго па раздзелу 5	10	2	2	-	6			
6	Раздзел 6 Навуковыя асновы праектавання экспазіцый і выставак.								
6.1	Навуковае праектаванне экспазіцыі. 6.1.1 Навуковае праектаванне экспазіцыі і яе асноўныя задачы. 6.1.2 Этапы праектавання экспазіцыі. 6.1.3 Навуковая канцэпцыя экспазіцыі.	4	2	2	-	-		[7] [14] [20]	
6.2	Тэматычная структура экспазіцыі. 6.2.1 Тэматыка-экспазіцыйны план і асноўныя да яго патрабаванні. 6.2.2 Асноўныя віды экспазіцыйных матэрыялаў і іх роля ў экспазіцыі. 6.2.3 Тэксты ў экспазіцыі і іх класіфікацыя.	4	2	2	-	-	Медыя-схема	[6] [7] [10] [19]	
6.3	Выкарыстанне нерухомах помнікаў гісторыі культуры ў музейных мэтах. 6.3.1 Накірункі выкарыстання помнікаў у экспазіцыйнай дзейнасці. 6.3.2 Спецыфіка стварэння мемарыяльных экспазіцый у будынках-помніках. 6.3.3 Выкарыстанне гісторыка-культурнага асяроддзя і прыроднага	2	-	-	-	2		[3] [10] [20]	Абарона рэфератаў

	ландшафта ў экспазіцыйная дзейнасці.								
6.4	Выставачная дзейнасць. 6.4.1 Выставачная дзейнасць: яе мэты і задачы. 6.4.2 Тыпы і віды выставак. 6.4.3 Выстаўка як эксперыментальная база пабудовы экспазіцыі.	2	2	2	-	-	Медыя-схема	[5] [6] [7] [10] [13]	
	Усяго па раздзелу 6	14	6	6	-	2			
7	Раздзел 7 Музей у сістэме выхаваўчай работы.								
7.1	Культурна-асветніцкая работа музеяў. 7.1.1 Асноўныя прынцыпы культурна-асветніцкай работы музеяў. 7.1.2 Музейная педагогіка як навуковая дысцыпліна, яе мэты і задачы. 7.1.3 Адукацыйна-выхаваўчая работа музеяў.	4	2	2	-	-		[4] [20] [21] [22] [24]	

7.2	Музейныя экскурсіі. 7.2.1 Музейныя экскурсіі і асноўныя да іх патрабаванні. 7.2.2 Класіфікацыя экскурсій. 7.2.3 Методыка падрыхтоўкі і правядзення экскурсіі.	4	2	2	-	-	Медыя-прэзентацыя	[5] [7] [23]	
7.3	Формы культурна-асветніцкай работы музеяў. 7.3.1 Лекцыя, кансультацыя, навуковыя чытанні і іх спецыфіка. 7.3.2 Клуб, конкурс. 7.3.3 Сустрэча з цікавым чалавекам, канцэрт, музейнае свята, ралявая гульня.	4	2	2	-	-	Медыя-прэзентацыя	[5] [7] [23]	
7.4	Музейная аўдыторыя і яе вывучэнне. 7.4.1 Музейная аўдыторыя як аб'ект музеялагічнага даследавання. 7.4.2 Сацыялагічныя метады вывучэння наведальнікаў музейных устаноў. 7.4.3 Рэпрэзентатыўнасць вынікаў сацыялагічных даследаванняў.	2	-	-	-	2		[5] [7] [23]	Калоквіум
	Усяго па раздзелу 7	14	6	6	-	2			
8	Раздзел 8 Актуальныя пытанні сучаснай музеялогіі.								

8.1	Новыя сферы камплектавання музейных калекцый. 8.1.1 Выкарыстанне кампутарных тэхналогій у розных галінах музейнай дзейнасці. 8.1.2 Музеі і Інтэрнэт. 8.1.3 Сучасныя камунікацыйныя мадэлі.	4	2	2	-	-	Медыя-схема	[3] [7] [20]	
8.2	Музейны менеджмент і маркетынг у музейнай справе. 8.2.1 Музейны менеджмент. 8.2.2 Музейны маркетынг. 8.2.3 Удасканалванне мадэляў музейных устаноў.	4	2	2	-	-		[6] [7] [12] [15] [16] [18]	
	Усяго па раздзелу 8	8	4	4	-	-			
	Усяго за 6 семестр	56	22	22	-	12			Экзамен
	Усяго часоў	90	36	36	-	16			

ІНФАРМАЦЫЙНА-МЕТАДЫЧНАЯ ЧАСТКА

Прыкладны пералік тэм практычных заняткаў

- 1 Музей як сацыяльна-культурны інстытут.
- 2 Віды музейных устаноў.
- 3 Музей як навукова-даследчая ўстанова.
- 4 Музей і помнікі.
- 5 Музейны прадмет.
- 6 Камплектаванне музейных фондаў.
- 7 Захаванне музейных фондаў.
- 8 Вывучэнне музейных фондаў як аднаго з накірункаў дзейнасці музея.
- 9 Навукова-даведачны апарат музея.
- 10 Класіфікацыя экспазіцый.
- 11 Навуковае праектаванне экспазіцыі.
- 12 Тэматычная структура экспазіцыі.
- 13 Выставачная дзейнасць.
- 14 Культурна-асветніцкая работа музеяў.
- 15 Музейныя экскурсіі.
- 16 Формы культурна-асветніцкай работы музеяў.
- 17 Новыя сферы камплектавання музейных калекцый.
- 18 Музейны менеджмент і маркетынг у музейнай справе.

Спіс тэм для рэфератаў

- 1 Музеязнаўства як навука.
- 2 Гісторыя ўзнікнення музеяў.
- 3 Музей як сацыякультурная з'ява.
- 4 Функцыі музеяў.
- 5 Музейная сетка Рэспублікі Беларусь.
- 6 Музейны фонд Рэспублікі Беларусь і яго структура.
- 7 Сістэмы музейнай класіфікацыі.
- 8 Музейны прадмет і асноўныя этапы яго вывучэння.
- 9 Навукова-даследчая работа музеяў.
- 10 Арганізацыя навукова-даследчай работы музеяў.
- 11 Фонды музея і іх структура.
- 12 Камплектаванне музейных фондаў, змест і формы.
- 13 Арганізацыя і правядзенне палявых экспедыцый.
- 14 Арганізацыя фондавага ўліку музейных прадметаў.
- 15 Фондавая дакументацыя і спецыфіка яе афармлення.
- 16 Афармленне юрыдычнага замацавання музейных прадметаў за музеем.
- 17 Агульныя ўмовы захавання музейных прадметаў у фондах музея.
- 18 Рэжымы захавання музейных прадметаў.
- 19 Экспазіцыйна-выставачная работа музеяў і яе сутнасць.

- 20 Этапы навуковага праектавання экспазіцыі.
- 21 Змест мастацкага праектавання экспазіцыі.
- 22 Накірункі выкарыстання помнікаў у экспазіцыйнай дзейнасці.
- 23 Выкарыстанне гісторыка-культурнага асяроддзя і прыроднага ландшафта ў экспазіцыйнай дзейнасці.
- 24 Станаўленне і развіццё музейнай педагогікі ў краінах Заходняй Еўропы.
- 25 Развіццё музейнай педагогікі ў Расіі на рубяжы XX–XXI стст.
- 26 Музейная камунікацыя і яе змест.
- 27 Падрыхтоўка і правядзенне музейнай экскурсіі.
- 28 Формы культурна-асветніцкай работы музеяў і іх сутнасць.
- 29 Падрыхтоўка і правядзенне рэкламнай кампаніі ў рамках музея.
- 30 Музейны менеджмент.
- 31 Музейны маркетынг.
- 32 Інфармацыйныя тэхналогіі ў дзейнасці музеяў.

Пытанні вуснай гутаркі па тэме «Навуковая канцэпцыя музея»

- 1 Паняцце навуковай канцэпцыі музея, яе мэты і задачы.
- 2 Асноўныя этапы разробкі навуковай канцэпцыі музея.
- 3 Арганізацыя работы па выпрацоўцы навуковай канцэпцыі музея.
- 4 Змест навуковай канцэпцыі гістарычнага музея (на выбар).

Пытанні вуснай гутаркі па тэме «Музейная экспазіцыя ў сістэме адукацыйна-выхаваўчай дзейнасці»

- 1 Музейная экспазіцыя і музейная педагогіка і іх узаемасувязь.
- 2 Экспазіцыйная работа музеяў устаноў адукацыі.
- 3 Мастацкае праектаванне экспазіцыі музеяў устаноў адукацыі.
- 4 Прынцыпы пабудовы экспазіцыі музеяў устаноў адукацыі.

Прыкладны пералік пытанняў да калоквіума па тэме «Навуковае выкарыстанне музейных калекцый»

- 1 Музейная калекцыя, яе змест і задачы.
- 2 Напрамкі навуковага выкарыстання музейных калекцый.
- 3 Патрабаванні да арганізацыі працы даследчыкаў у фондасховішчах музеяў.
- 4 Задачы выкарыстання вынікаў даследавання музейных калекцый.
- 5 Выкарыстанне музейных калекцый у адукацыйна-выхаваўчай працы.

Прыкладны пералік пытанняў да калоквіума па тэме «Музейная аўдыторыя і яе вывучэнне»

- 1 Музейная аўдыторыя як аб'ект музеялагічнага даследавання.
- 2 Сацыялагічныя метады вывучэння наведальнікаў музейных устаноў.
- 3 Рэпрэзентатыўнасць вынікаў сацыялагічных даследаванняў.
- 4 Музейная сацыялогія як навука.
- 5 Музейная псіхалогія і яе метады ў вывучэнні музейнай аўдыторыі.

Пытанні да пісьмовай праверачнай работы па тэме «Фондавы ўлік

музейных прадметаў»

- 1 Улік музейных прадметаў як форма юрыдычнай аховы фондаў.
- 2 Асноўныя этапы ўліку фондаў.
- 3 Інструкцыі па ўліку музейных фондаў.
- 4 Патрабаванні да ўліковай дакументацыі.
- 5 Патрабаванні да арганізацыі ўліку музейных прадметаў з каштоўных металаў і камянёў.
- 6 Уліковыя абазначэнні на музейных прадметах.
- 7 Умовы прыёму прадметаў на пастаяннае захаванне.

Пытанні да пісьмовай праверачнай работы па тэме «Архітэктурна-мастацкае вырашэнне музейнай экспазіцыі»

- 1 Патрабаванні да абсталявання музейнай экспазіцыі.
- 2 Архітэктурна-мастацкае вырашэнне музейнай экспазіцыі.
- 3 Задачы мастацкага праектавання музейнай экспазіцыі.
- 4 Узаемадзеянне навуковага супрацоўніка-экспазіцыянера і мастака ў працэсе стварэння экспазіцыі.
- 5 Выкарыстанне ў працэсе стварэння экспазіцыі колеру, свету і тэхнічных сродкаў.
- 6 Выкарыстанне ў працэсе стварэння экспазіцыі музейных прадметаў і навукова-дапаможных матэрыялаў.
- 7 Сістэма этыкетажу ў экспазіцыі.

ЛІТАРАТУРА

Асноўная

- 1 Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
- 2 Музеі Беларусі : даведачнае выданне / рэдкал. : С.Ф. Дубянецкі [і інш.]. – Мн. : БелЭн, 2008. – 560 с.
- 3 Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
- 4 Сотникова, С.И. Музеология / С.И. Сотникова. – М. : Дрофа, 2004. – 191 с.
- 5 Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
- 6 Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
- 7 Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.

Дадатковая

- 8 Закон аб музеях і музейным фондзе Рэспублікі Беларусь : прыняты Палатай прадстаўнікоў 16 лістапада 2005 г. : адобр. Саветам Рэсп. 24 лістапада 2005 г. : тэкст Закона на стан 12 снежня 2005 г. – Мінск : Дикта, 2005. – 16 с.
- 9 Калбаска, А.М. Музейны дыярыуш, ці Уваходзіны ў новую музейялогію / А.М. Калбаска. – Мн. : БелППК, 2000. – 147 с.
- 10 Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
- 11 Коссова, И.М. Музейное дело России / И.М. Коссова, А.А. Сундиева; под ред. М.Е. Каулен. – М. : ВК-Кодекс, 2010. – 614 с.
- 12 Лорд, Б. Менеджмент в музейном деле / Б. Лорд, Г. Лорд. – М. : Логос, 2002. – 254 с.
- 13 Мазный, Н.В. Музейная выставка: история, проблемы, перспективы / Н.В. Мазный, Т.П. Поляков ; под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : РИК, 1997. – 211 с.
- 14 Майстровская, М.Т. Музейная экспозиция. Искусство – архитектура – дизайн. Тенденции формирования / М.Т. Майстровская. – М. : Наука, 2000. – 154 с.
- 15 Музеи в период перемен / Форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского, Фонд Ноу-Хау, Союз творч. музейн. работн. СПб и обл.; редкол.: А.Д. Марголис [и др.]. – СПб. : Контрфорс, 1997. – 162 с.
- 16 Музеи. Маркетинг. Менеджмент : практ. пособие / Н.А. Никишин [и др.]; под общ. ред. В.Ю. Дукельского. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 224 с.
- 17 Музеи мира : сб. науч.тр. / НИИ культуры; редкол. : А.Б. Закс (отв. ред.) [и др.]. – Москва, 1991. – 377 с.
- 18 Музей будущего: Информационный менеджмент / А.В. Лебедев [и др.]; под общ. ред. А.В. Лебедева. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 315 с.
- 19 Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М. : РИК, 2003. – 454 с.
- 20 Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.
- 21 Современная историографическая ситуация и проблемы исторических экспозиций музеев / Гос. историч. музей; сост. : В.Л. Егоров. – М. : [б.и.], 2002. – 295 с.
- 22 Столяров, Б.А. Музейная педагогика. История, теория, практика : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Б.А. Столяров. – М. : Высш. шк., 2004. – 216 с.
- 23 Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.
- 24 Юхневич, М.Ю. Я поведу тебя в музей : учеб. пособие по музейной педагогике / М.Ю. Юхневич. – М. : РИК, 2001. – 223 с.

6 Информационно-методическая часть

6.1 Литература

Асноўная

- 1 Музееведение : Музеи исторического профиля : учеб. пособие для вузов по спец. «История» / И. Аве, В. Хербст ; под ред. К. Г. Левыкина. – М. : Высш. шк., 1988. – 380 с.
- 2 Музеі Беларусі : даведачнае выданне / рэдкал. : С.Ф. Дубянецкі [і інш.]. – Мн. : БелЭн, 2008. – 560 с.
- 3 Основы музееведения : учеб. пособие для вузов по спец. «Музейное дело и охрана памятников» / под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 432 с.
- 4 Сотникова, С.И. Музеология / С.И. Сотникова. – М. : Дрофа, 2004. – 191 с.
- 5 Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела / А.Д. Тельчаров. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
- 6 Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Л.М. Шляхтина, С.В. Фокин. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 160 с.
- 7 Юренева, Т.Ю. Музееведение / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.

Дадатковая

- 8 Закон аб музеях і музейным фондзе Рэспублікі Беларусь : прыняты Палатай прадстаўнікоў 16 лістапада 2005 г. : адобр. Саветам Рэсп. 24 лістапада 2005 г. : тэкст Закона на стан 12 снежня 2005 г. – Мінск : Дикта, 2005. – 16 с.
- 9 Калбаска, А.М. Музейны дыярыуш, ці Уваходзіны ў новую музейную логіку / А.М. Калбаска. – Мн. : БелІПК, 2000. – 147 с.
- 10 Константинова, С.С. Экзамен по музееведению : учеб. пособие для вузов / С.С. Константинова. – М. : Приор-издат, 2005. – 80 с.
- 11 Коссова, И.М. Музейное дело России / И.М. Коссова, А.А. Сундиева; под ред. М.Е. Каулен. – М. : ВК-Кодекс, 2010. – 614 с.
- 12 Лорд, Б. Менеджмент в музейном деле / Б. Лорд, Г. Лорд. – М. : Логос, 2002. – 254 с.
- 13 Мазный, Н.В. Музейная выставка: история, проблемы, перспективы / Н.В. Мазный, Т.П. Поляков ; под ред. Э.А. Шулеповой. – М. : РИК, 1997. – 211 с.
- 14 Майстровская, М.Т. Музейная экспозиция. Искусство – архитектура – дизайн. Тенденции формирования / М.Т. Майстровская. – М. : Наука, 2000. – 154 с.
- 15 Музеи в период перемен / Форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского, Фонд Ноу-Хау, Союз творч. музейн. работн. СПб и обл.; редкол.: А.Д. Марголис [и др.]. – СПб. : Контрфорс, 1997. – 162 с.
- 16 Музеи. Маркетинг. Менеджмент : практ. пособие / Н.А. Никишин [и др.]; под общ. ред. В.Ю. Дукельского. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 224 с.

- 17 Музеи мира : сб. науч.тр. / НИИ культуры; редкол. : А.Б. Закс (отв. ред.) [и др.]. – Москва, 1991. – 377 с.
- 18 Музей будущего: Информационный менеджмент / А.В. Лебедев [и др.]; под общ. ред. А.В. Лебедева. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 315 с.
- 19 Поляков, Т.П. Мифология музейного проектирования, или «Как делать музей?» / Т.П. Поляков. – М. : РИК, 2003. – 454 с.
- 20 Российская музейная энциклопедия : в 2 т. / редкол.: А.А. Сундиева (гл. ред.) [и др.]. – Москва : Прогресс, Рипол Классик, 2001. – 2 т.
- 21 Современная историографическая ситуация и проблемы исторических экспозиций музеев / Гос. историч. музей; сост. : В.Л. Егоров. – М. : [б.и.], 2002. – 295 с.
- 22 Столяров, Б.А. Музейная педагогика. История, теория, практика : учеб. пособие для студ. пед. и гуманитар. вузов / Б.А. Столяров. – М. : Высш. шк., 2004. – 216 с.
- 23 Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово, 2003. – 535 с.
- 24 Юхневич, М.Ю. Я поведу тебя в музей : учеб. пособие по музейной педагогике / М.Ю. Юхневич. – М. : РИК, 2001. – 223 с.