

**Новітні підходи в музейній практиці.  
Матра/Музеї України  
(з досвіду міського краєзнавчого музею м. Нетішина)**

З огляду на швидкі темпи суспільного розвитку, зростання популярності індустрії розваг, перед музеями постають нові виклики часу. Серед них — необхідність зміщення акцентів із музейного артефакта на відвідувача. Зі слів З. Мазурика, українські музеї «тривалий час перебували в ізоляції від міжнародної музейної спільноти і не мали змоги ближче ознайомитися з тенденціями розвитку музейної справи в Європі — орієнтованість музейної діяльності на відвідувача, використання сучасних технологій...» [3, С.7-8]. Про такий важливий вектор роботи музеїв йшлося під час семінарів, тренінгів, конференцій, які організовувались для працівників музеїв України в рамках міжнародного проекту «Матра/Музеї України», ініційованого Асоціацією Музеїв Нідерландів.

Проект реалізовувався впродовж 2006-2009 рр. Викладачами і тренерами виступили провідні музейні спеціалісти та професійні викладачі музейної справи Нідерландів у співпраці з українськими колегами. Головне завдання проекту полягало в інтенсивному обміні досвідом сучасної музейної роботи, результатом чого має стати краще усвідомлення місії та можливостей музею в сучасному суспільстві, якісне збагачення арсеналу підходів та практичних методик роботи. Отриманням сертифікатів та дипломів українськими учасниками проект не завершується — це крок до наступного етапу, яким передбачається поширення нових знань серед інших членів музейної спільноти України, що має забезпечити довгостроковий та системний ефект для всієї музейної сфери України. Для інформування широкої аудиторії про заходи проекту «Матра/Музеї України» та його результати, а також для публікації методичних матеріалів проекту, навесні 2006 року створено і введено в дію спеціальний веб-сайт [www.matramuseums.com.ua](http://www.matramuseums.com.ua).

Міський краєзнавчий музей м. Нетішина став, за результатами відбору, одним із музеїв-учасників проекту. Представники музею брали участь у семінарах і тренінгах, що проводились за темами: «Сучасний музейний менеджмент» та «Освітні програми в музеї».

Так, під час освітніх семінарів піднімалися важливі питання: гостинності музею, стилів навчання, цільових груп, інтерактивних програм у музеї. Під час занять головний акцент ставився на необхідності залучити відвідувача до освітнього процесу в музеї. Іншими словами — домогтися

того, щоб відвідувач не просто пасивно сприймав інформацію, а сам активно «розбудовував» свої знання, опираючись на уже наявний досвід. Краще зрозуміти важливість даної теми допомагав інтерактивний стиль самих занять, коли українські музейники активно долучалися до творчої роботи-гри під час тренінгів.

Слово «інтерактив» стало досить часто вживаним у лексиконі «матрівців». «Інтерактивність означає, що учасник може сам скеровувати захід в певному напрямі, може сам виступити і отримати реакцію на виступ. Відбувається інтеракція, якою керує сам учасник», — говорить Д. Тіммер [1, С. 170]. При інтерактивному навчанні важливо надавати можливість для запитань, дискусій, вирішення практичних завдань, відгуків.

Участь у проекті «Матра/Музеї України» дала натхнення і поштовх у реалізації нових інтерактивних проектів у нетішинському музеї. Так, з'явилися і були втілені в життя:

- уроки з елементами майстер-класу з виготовлення української традиційної ляльки (проводились під час роботи виставки «Іграшкове диво»);
- інтерактивні заняття «Культура доби палеоліту», «Трипільська культура», де школярі-старшокласники мали змогу уявити себе в ролі митців епохи;
- виховні заходи, які об'єднували і дітей, і дорослих/батьків: «Андріївські вечорниці», «Масляна, масляна, яка ж ти мала!..» та ін.

Результатом проведення музейних уроків, присвячених вивченню і виготовленню української ляльки стали неповторні вироби учениць, які вони потім створили на уроках трудового навчання у школі. Деякі зі своїх витворів учні подарували музею. Їх демонструємо дітям під час розповідей про народне іграшкарство чи національний одяг.

Розповіді про український національний одяг чи то в музеї, чи у школі перетворюються на справжнє театралізоване дійство, коли учні одягають на себе елементи костюма. Для цього використовуються речі з науково-допоміжного фонду. Велике задоволення для найменших відвідувачів приносить можливість доторкнутися до справжнього ляного полотна, спробувати на дотик домотканий рушник. Під час ознайомлення з мінералами на спеціальній виставці учні мали змогу відчуту на дотик, що таке тальк і т.п.

Під час заняття «Культура доби палеоліту» учні перетворюються на людей тієї епохи і потрапляють в імпровізовану «печеру» — спеціально облаштовану лекційну залу музею. Перед ними завдання — створити малюнки на стінах «печери» (на спеціальному картоні, прикріпленому до стендів), або на каменях (які люб'язно надав археолог, співробітник музею). Потім деякі з присутніх озвучують та пояснюють, для чого призначені їхні зображення. Таким чином звичайний музейний урок перетворюється на незвичайний захоплюючий екскурс в минуле.

Інший приклад активного залучення учнів — проект «Лабораторія молодого дослідника», який був розроблений та втілювався в життя незалежно від матрівських навчань. Це свідчить про те, що українські фахівці використовують на практиці новітні підходи музейної педагогіки. В музеї у розпорядженні «учнів-науковців» опиняються копії мап, документів, література, що стосується історії краю, а також лупа, лінійки та інше, що необхідно для самостійного активного пошуку — дослідження. Підсумки своєї пошукової роботи учні презентують під час наступного етапу проекту — своєрідної конференції, за перебігом якої слідкують компетентний науковий співробітник музею та вчитель-предметник.

Інтерактивний момент враховується і під час організації виставок. Наприклад, коли вони створюються із принесених до музею речей — як ось виставка «З історії фотосправи», де відвідувачі, друзі музею розмістили старі світліни зі своїх домашніх колекцій. Інший приклад — виставка дембельських альбомів, на відкритті якої колишні армійці згадували пережите. Таким чином музей дійсно перетворюється, за словами Ш. Шредль, на «місце переживань» [3, С. 23]. Завдяки співпраці із відвідувачем музей перетворюється на комунікаційну систему, він не тільки передає інформацію про те, або інше явище, чи процес, а й звертається до внутрішнього світу відвідувача, впливає на його чуттєво-емоційну сферу [2, С. 227].

Тема «Стилі навчання», що розглядалась на семінарах, дала можливість краще зрозуміти різницю між відвідувачами — кожен навчається по-різному. Наприклад, хтось більше любить слухати екскурсовода, або читати етикетки, а хтось — пропонувати власні варіанти вирішення задач. Прислухаючись до відвідувачів, можна отримати цікаві ідеї. Так, наприклад, оригінальні назви придумали діти до одного з гобеленів, які експонувались в мистецькій галереї музею. Особливий захват в учнів викликала можливість власноруч підписати роботу на спеціальній етикетці.

З метою задовольнити потреби більш допитливих відвідувачів було здійснено спеціальне доповнення до виставки картин львівського майстра І. Копчика, тиснених на шкірі. Про історичні постаті, зображені на картинах, можна було довідатись більше, або пригадати уже відомі факти, прочитавши інформацію на окремих аркушах, які знаходились у відведеному місці в експозиційному залі.

Ще одна важлива тема — цільові групи в музеї. Для екскурсовода особливо важливо враховувати цільову групу, до якої належать відвідувачі, тобто їхній вік, освіту, сферу зацікавлень, мету перебування в музеї і т.п. З практики голландських колег відомо, що перед розробкою нового проекту вони, насамперед, визначають, для якої конкретно групи готується захід чи освітня програма.

*Новітні підходи в музейній практиці. Матра/Музеї України  
(з досвіду міського краєзнавчого музею м. Нетішина)*

---

Нетішинський музей охоплює різні цільові групи: учні, вчителі, дошкільнята, журналісти, працівники ХАЕС (які неодноразово організовували виставки і творчі вечори з допомогою музейних працівників), митці, юні поети міста (при музеї діє клуб «Літературна кав'ярня»), ветерани, іноземці тощо. Основна категорія відвідувачів, виходячи зі специфіки краєзнавчого музею, це – школярі. Для такої цільової групи розробляються спеціальні освітні програми. Як виявилось, музей успішно працює у руслі сучасних підходів у музейній практиці. Так, ще до участі в проєкті МАТРА, були створені та уже реалізовувались програми «Музей — для дошкільника» та «Музей — школі», а також «Музейний день у школі».

Один з важливих моментів — тексти у музеї — здається усім зрозумілим, однак, якщо уявити себе в ролі відвідувача, то можна виявити і у власному музеї те, що потрібно покращити. Деякі тексти просто незручно читати: шрифт надто дрібний, або етикетка розміщена надто низько і т.п. Зручність огляду — вагома складова гостинності музею. Поширеною стає практика, коли тексти складає працівник, найбільш компетентний у даній темі, а редагує його філолог. З досвіду історичного музею Амстердама, як зазначає А. ван де Кіфт: «відділ освіти, як адвокат публіки, перечитує тексти очима відвідувачів та подає коментарі щодо читабельності, використання складних слів тощо» [1, С. 195].

Ось лише деякі питання, що обговорювались під час семінарів. Вони окреслюють вектори роботи у музеї, спрямованої на головне — відвідувача. Спілкування музейників — важливий момент в плані професійного зростання. Проєкт «МАТРА» надав таку можливість. Відрадно, що після спілкування з музейниками виявилось, що у кожного музею — свій досвід на шляху змін. Обмін досвідом, в тому числі одержаним під час «матрівських» тренінгів, допоможе удосконалити наші музеї, сформувати позитивний імідж музею у сучасному світі.

### **Література**

1. Музей: менеджмент і освітня діяльність /Упоряд. З. Мазурик, Г. Аартс. — Львів: Літопис, 2009. — 224 с.
2. Сучасний музей: між скарбницею та підприємництвом: Матеріали Міжнародної конференції 8–10 жовтня 2006 року в м. Чернівці. — Львів: ВНТЛ — Класика, 2008. — 132 с.
3. Шевченко В.В., Ломачинська І.М. Музезнавство: Навч. посібник для дистанційного навчання. — К.: Університет «Україна», 2007. — 288 с.