

УДК 069:377

О.Н. ИВАНОВА

Волгоградский государственный институт искусств и культуры

E-mail: oliko2807@yandex.ru

**Дисциплина «Основы музейно-выставочной работы»  
в контексте преподавания  
в институте искусств и культуры**

В статье рассматривается значимость дисциплины «Основы музейно-выставочной работы» в системе профессиональной подготовки музейных специалистов (организаторов досуга). Раскрывается содержание предмета, проблемы преподавания, педагогический инструментарий преподавателя. Определяются критерии мастерства будущих музейных работников.

**Ключевые слова:** понятие «музей», социальные функции музея, музейные фонды, музейный маркетинг, музейная экскурсия, музейная лекция, коммуникативно-ролевой тренинг.

O.N. IVANOVA

**Discipline «Basis of the Museum-Exhibition Work»  
in a Teaching Context at an Institute  
of Art and Culture**

In the article importance of the learning subject «Basis of the museum-exhibition work» in the process of the professional education of the museum specialist (and leisure organizers) is considered. The content of the subject, the teaching problems, the pedagogical methods of the teacher are revealed. The criteria of the future museum workers' competence are determined.

**Key words:** concept «museum», social functions of the museum, museum funds, museum marketing, museum excursion, museum lecture, communication and role training.

Изучение студентами Института искусств и культуры дисциплины «Основы музейно-выставочной работы» имеет большое значение. Музееведческий материал в силу своего содержания обладает значительными возможностями при подготовке не только музейных специалистов, но и педагогов – организаторов досуговой деятельности детей, молодежи и взрослых.

Согласно определению, данному в Российской музейной энциклопедии, музей – это исторически обусловленный многофункциональный институт социальной памяти, посредством которого реализуется общественная потребность в отборе, сохранении и репрезентации специфической группы природных и культурных объектов, осознаваемых обществом как ценность, подлежащая изъятию из среды бытования и передаче из поколения в поколение, - музейных предметов<sup>1</sup>.

На протяжении прошедшего столетия специалистами различных стран (музеологами, историками, искусствоведами, социологами, философами) обсуждались спорные вопросы

и высказывались различные точки зрения на общественную значимость музея. Для кого существуют музеи? Для ученых, работающих во благо общества и научного прогресса, или для удовлетворения эстетических и образовательных интересов широкой публики? В частности, обращалось внимание на то, кто и на основании каких критериев определяет, в чем состоит общественный интерес? Ведь интересы и потребности различных групп общества не всегда совпадают. Приведенные примеры спорных вопросов свидетельствуют о том, что музей достаточно сложный феномен. В этой связи дисциплина «Основы музейно-выставочной работы» приобретает особую значимость, поскольку содержание ее программы базируется на представлении о музее как полифункциональном социокультурном институте, хранителе и интерпретаторе культурного и природного наследия, действенном канале коммуникации культур в пространстве и времени, средстве формирования и развития личности.

Содержание данного предмета в системе профессиональной подготовки студента

включает материалы по истории происхождения музея как социального института, в контексте которого преподаватель совместно со студентами рассматривает и обсуждает в широких хронологических, национальных, региональных, конфессиональных рамках различные теории и концепции происхождения музея, его социальные функции. Это позволяет будущему специалисту свободно ориентироваться в обстоятельствах возникновения и бытования памятников различных эпох, особенностях их создания, интерпретациях, в проблемах обеспечения сохранности и освоения<sup>2</sup>.

В профессиональную компетенцию будущего специалиста входят также знания по истории, теории и практике музейного дела, связанные с будущей работой в системе музейных учреждений. Они представлены в программе блоком лекций и семинаров, позволяющих ориентироваться в современной музейной типологии, особенностях деятельности музеев в прошлом и в настоящее время. Примерами могут служить занятия: «Типология и классификация музеев», затрагивающее вопросы профиля музеев, их типологического деления, аспект музейной коммуникации; «Хранение музейных фондов», освещающее проблемы хранения фондов, специфику консервации и реставрации музейных предметов, особенности упаковки и транспортировки музейных экспозиций; «Организация музейной экспозиции», посвященное экспозиционной стратегии, проектированию музейных экспозиций, этапам их художественного проектирования; «Учет музейных фондов и научная документация», анализирующее специфику учета поступившего материала, научно-фондовую работу, систему комплектования фондов, основы ведения научной документации; «Научно-просветительская работа художественных музеев», освещающее теоретические основы научно-просветительской работы музеев, раскрывающее понятия «музейная экскурсия», «музейная лекция», а также другие формы научно-просветительской деятельности этих учреждений; «Современное состояние и перспективы развития музееведения в России и за рубежом», характеризующее зарубежные тенденции развития музеев, проблемы и перспективы развития музееведения в России.

Курс «Основы музейно-выставочной работы» в Институте искусств и культуры имеет

свою специфику, суть которой заключается в том, что будущий специалист должен приобрести не только теоретические, но и практические знания работы в музеях.

Вместе с тем кризисная ситуация в системе образования в нашей стране, связанная с недостаточным финансированием высших учебных заведений в целом и отсутствием широких возможностей организации учебных поездок в музеи не только стран мира, но и России в частности, поставила преподавателей данного курса в сложное положение. Не вызывает сомнения тот факт, что замена реальной музейной практики на чисто теоретические знания музейного дела значительно снижает профессиональную компетентность будущего специалиста. Например, проведенное в 2008/2009 учебном году в институте искусства и культуры г. Волгограда собеседование со студентами, целью которого было выяснение уровня подготовленности выпускников к работе в музеях, показало, что многие выпускники (79%) испытывают неуверенность в своих силах из-за отсутствия практики работы в этих учреждениях; 70% студентов признались, что для них проблемой являются соответствующие современным требованиям разработка, проведение и организация экскурсий в музеях; 43% опрошенных сказали, что хотели бы изучать продуктивные способы общения с людьми, для того, чтобы экскурсии, проводимые ими в музеях, носили характер заинтересованного общения, диалога; 30% студентов признались, что испытывают проблемы эмоционального преподнесения содержательного материала слушателям в отсутствии атмосферы «живого» музея и подлинных музейных экспонатов; 31% студентов отметили, что не хотели бы, чтоб им задавали уточняющие вопросы по теме музейных экскурсий, поскольку они боятся оказаться некомпетентными в ответах на эти вопросы. Дальнейший анализ данных собеседований показал, что из наиболее значимых черт музейного работника вообще и экскурсовода в частности наибольшее число опрошенных студентов указывают в качестве критериев мастерства следующие: умение расположить к себе людей; приветливость; доброжелательность; непринужденность во взаимоотношениях с аудиторией; готовность учитывать интересы и пожелания; отсутствие отчужденности.

11% опрошенных в качестве негативной указали такую черту характера музейного

работника, как отсутствие скромности. Отрадно отметить, что 94% студентов выразили желание расширять и углублять не только теоретические, но и практические знания по предмету «Основы музейно-выставочной работы». Выходом из создавшегося положения может служить проведение занятий по музейному делу в фондах краеведческого музея Волгограда, городов Калач-на-Дону, Волжский и контакты с музеями других городов области. Это усилит интерес студентов к музейно-выставочной работе и будет содействовать более глубокому осмыслению и освоению теоретического курса, поскольку соприкосновение с подлинными музейными предметами, имеющими историческую и культурную ценность, делает эту дисциплину жизненно значимой и личностно ориентированной.

Особого внимания в данной дисциплине заслуживают проблемы, связанные с методами управления музеем, в рамках которых освещаются вопросы *музейного менеджмента и маркетинга*. Понятие менеджмента (англ. management, от manage – управлять) обозначает совокупность принципов, методов, средств и форм управления музеем, а также интеллектуальными, финансовыми и другими ресурсами. Иными словами, менеджмент – это теория и практика управления музеем 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 Р. Майлза, в процессе планирования следует учитывать три ключевые функции: 1) четко представлять себе, в расчете на кого создается план и проводится работа, то есть *выявить аудиторию*; 2) достигнуть полного и ясного понимания того, к чему стремится музей, то есть *выстроить иерархию целей и задач*; 3) *проанализировать факторы, ограничивающие воплощение проекта*<sup>3</sup>. Анализ факторов подразумевает выявление имеющихся в распоряжении музея финансовых и людских ресурсов (необходимых знаний и умений последних), оборудования и материалов.

*Маркетинг* (англ. marketing – акт покупки и продажи на рынке, от market – рынок) – система мер, направленных на максимально выгодный сбыт продукции, а также инфраструктура по рекламе товара, изучению и формированию спроса<sup>4</sup>. Несмотря на то, что музей является некоммерческим учреждением, маркетинговые технологии активно входят в музейную сферу. Ведь некоммерческий характер деятельности музеев не означает запрет на получение прибыли, а лишь накладывает определенные ограничения на ее использование. Перечень оказываемых музеем услуг достаточно велик: доступ к музейному собранию, условия для самообразования и общения, творчества и проведения досуга, предоставление информации, помощь в образовательной и просветительской деятельности, реклама и формирование имиджа. Все это может быть востребовано и оплачено не только посетителями музея, но и другими потребителями, поэтому музейный маркетинг является тем инструментом, который позволяет не только определять и удовлетворять нужды потребителей музейных услуг, но и в ряде случаев эффективно влиять на формирование этих нужд.

Нельзя не отметить и широкие возможности использования компьютерных информационных технологий в рамках образовательного процесса по дисциплине «Основы музейно-выставочной работы», которые дополняют, углубляют знания и способствуют развитию познавательной активности студентов. Созданные (и открытые для вузовского обучения) в большинстве музеев отделы информатики осуществляют обширные программы компьютеризации таких направлений, как консервация и реставрация, создание мультимедийных электронных баз данных (компьютеризация фондов). Таким образом, развитие электронных технологий открыло дополнительные возможности доступа к музейным собраниям: это и создание виртуальных выставок, и начало формирования виртуального музея<sup>5</sup>. Однако какой бы качественной ни была виртуальная копия музейного предмета, она никогда не заменит подлинный музейный экспонат, его неповторимую уникальность, создающую невидимую ауру соприкосновения, сопричастности человека с феноменами истории, культуры, искусства и быта народов.

Возросшие требования к профессиональной конкурентноспособности специалиста в

области музейного дела ориентируют преподавателей Института искусств и культуры в рамках преподавания дисциплины «Основы музейно-выставочной работы» на формирование у студентов коммуникативно-ролевых навыков. Это обусловлено современной парадигмой теории музейной коммуникации, согласно которой экскурсию стали рассматривать как специфический вид общения, предметом которого являются ценности культуры, представляющие значимость и для аудитории, и для того, кто выступает в качестве руководителя (специалист – будущий выпускник Института искусств и культуры). Причем общение это должно носить ролевой характер: каждый участник диалога действует в рамках отведенного ему регламента, а стиль поведения задан ролью экскурсовода и экскурсанта. Действительно, для того, чтобы у человека возникло желание вновь прийти в музей, он должен получить от его посещения положительные эмоции и благоприятное впечатление. А в этом процессе – формировании привлекательного имиджа музея – огромная роль принадлежит экскурсоводу, который должен отвечать следующим требованиям:

- обладать знаниями о различных разделах представленной коллекции, свободно владеть темой экскурсии;
- доходчиво, ярко и талантливо доносить свои знания до слушателей;
- обладать личным обаянием;
- формировать в группе слушателей эмоционально-доверительную психологическую атмосферу контакта между экскурсоводом и аудиторией<sup>6</sup>.

Анализ научных исследований в области разработки, построения и организации музейных экскурсий и музейных лекций позволяет утверждать, что в них важна не только содержательная часть, но и форма подачи материала. При этом под *экскурсией* понимается *коллективный осмотр музея, достопримечательного места, выставки, объекта природы и по определенному маршруту под руководством экскурсовода с познавательными, образовательными, научными и воспитательными целями, а также для удовлетворения эстетических потребностей при использовании свободного времени*<sup>7</sup>. Характерным признаком экскурсии является коллективность осмотра, вследствие чего в группе экскурсантов возникает особая психологическая атмосфера, вызванная общностью переживаемых эмоций, но когда

экскурсия строится не на основе диалога, а на принципах обучающей дидактики, посетитель музея, как правило, теряет к ней интерес.

Музейная лекция принадлежит к числу давних и традиционных форм научно-просветительской деятельности. Ее тематика связана с профилем музея или с использованием музейных материалов. В то время как в экскурсии приоритетным является зрительное восприятие, в лекции оно играет второстепенную роль, а на первый план выдвигается аудиовосприятие. Музейные предметы, если и не демонстрируются во время лекций, то присутствуют «незримо», поскольку их описания и характеристики включаются в содержание лекции. В связи с этим специалист, проводящий экскурсию или лекцию, должен преподносить содержательный материал адресно и подходить к их проведению дифференцированно<sup>8</sup>. С этой целью целесообразно включить в содержание дисциплины «Основы музейно-выставочной работы» практические коммуникативно-ролевые тренинги, которые позволили бы будущим музейным специалистам и организаторам досуговой деятельности избавиться от монотонного произнесения заученного текста безотносительно к аудитории. Поэтому необходимо обучать студентов умениям формировать свой имидж лектора, экскурсовода, что повышает интерес слушателей; устанавливать контакт с аудиторией; корректировать свой рассказ и действия в зависимости от реакции слушателей. Так, например в коммуникативно-ролевой тренинг музейного экскурсовода необходимо ввести специальные упражнения по:

- формированию четкой, правильной дикции;
- эмоциональному изложению тематического материала экскурсии;
- использованию театральных приемов мимики и пантомимики;
- развитию навыков диалогового общения;
- созданию благоприятной атмосферы общения, дружелюбному и деловому настрою к аудитории;
- умению добиваться взаимопонимания, внимательно слушая собеседника, не перебивая, давая ему свободно высказаться, сдерживая свои реакции, не отвлекаясь и внимательно глядя ему в лицо;
- выработке последовательности и навыка направлять беседу в намеченное русло;

– ведению запланированного в экскурсии диалога, начиная его с того, что сближает, а не разъединяет;

– умению поощрять собеседника к продолжению диалога, одобрительно кивая в знак согласия или тактично высказывая свои сомнения;

– навыку эмоциональной идентификации себя с собеседником, умениям ощущать его чувства и переживания, оценивать его индивидуальные особенности и составлять его психологический портрет;

– достижению понимания не в споре, а тактично и искреннее стремясь к сближению мнений, узнав точку зрения собеседника<sup>9</sup>.

Центральное место в процессе обучения принадлежит личности преподавателя вуза и его выбору педагогического инструментария. В связи с этим продуктивно использование педагогики сотрудничества. Во-первых, имеется в виду прямая или косвенная обращенность учебного материала к каждому из студентов. В результате возрастает уровень личной заинтересованности в знаниях, который оптимизирует форму делового и психологического контакта с аудиторией, определяемому как педагогика сотрудничества.

Во-вторых, присутствующие на занятиях студенты исходно располагают определенными знаниями по различным вопросам музееведения, поскольку в системе преподаваемых в Институте искусств и культуры предметов существуют межпредметные связи. Они реализуются при изучении: декоративно-прикладного искусства, музыкального фольклора, истории искусств, культурологии, эстетики. Межпредметные связи эффективны для проявления интеллектуальной активности студентов: преподаватель может предложить им самостоятельно выявить эти связи, относящиеся к музейно-выставочной работе и другим учебным предметам вуза.

Педагогический инструментарий преподавателя предполагает свободное владение индивидуальными, групповыми и коллективными методами организации самостоятельной работы студентов при изучении музейного дела. Подобная работа также увеличивает эффективность освоения содержательного материала. В этой связи достаточно интересной представляется такая форма, как семинар-диспут, позволяющий развивать познавательную активность и самостоятельность студентов, формировать их творческое мышление. При этом творчески мыслящий педа-

гог ставит на обсуждение такие проблемные вопросы, по которым нет единого мнения, и тем самым предоставляет возможность для их дальнейшего обсуждения. Например, интересен семинар-диспут, посвященный проблеме поиска новых моделей музея. На основании заранее подготовленных индивидуальных сообщений студентов, а также информации преподавателя о проекте идеального музея Н.Ф. Федорова, концепциях полезного музея Дж. К. Дана, живого музея П.А. Флоренского и других студентам предлагается рассмотреть эти концепции с различных точек зрения – политиков, историков, культурологов, экономистов, экологов, журналистов, классифицировать их, выделить все «за» и «против»<sup>10</sup>. Правильно организованный семинар-диспут является своеобразной пробой сил, развивает интеллектуальные возможности студентов, пробуждает интерес к первоисточникам и специальной музееведческой литературе, учит коллективно обсуждать острые проблемы организации и функционирования различных типов музеев у нас в стране и за рубежом, обосновывать свою точку зрения, вести дискуссию корректно, тактично, концентрировать внимание на главном, применять теоретические положения для анализа современных тенденций развития музейного дела.

Эффективен семинар-диспут по проблеме включения музеев в процесс идеологического воспитания широких слоев населения. В качестве примера можно привести музей Южно-Африканской Республики в период режима апартеида. Вплоть до 1992 г. музей в этой республике был проводником в жизнь государственной идеологии. Само понятие «наследие», его состав, формы освоения и презентации – все это было связано с историей и культурой белого населения. История и культура чернокожих африканцев выступала как сопутствующий материал, причем их этнические характеристики давались с позиций моноэволюционизма. В ходе проведения такого семинара студенты совместно с преподавателем, обращаясь к документальным материалам, выясняют, что культура чернокожего населения представлялась в экспозиции музея как архаическая, примитивная, находившаяся на более низкой стадии развития по сравнению с культурой белого населения. Основным итогом семинара становится вывод, что такая диспропорция в презентации двух культур явилась результатом почти

пятивековой политики расовой дискриминации. Обращение к современному состоянию музеев в Южно-Африканской Республике показало, что там налажен диалог двух культур, произведены необходимые изменения в комплектовании собрания памятников культуры коренного населения, разработаны и реализуются новые просветительские программы, адресованные чернокожей части населения этой страны.

Подобные формы проведения занятий по дисциплине «Основы музейно-выставочной работы» стимулируют активную деятельность студентов, создают благоприятную почву для коллективного рассмотрения выдвинутых проблем. При этом сам препода-

ватель активно взаимодействует с обучающимися: определяет логику рассмотрения проблем музейного дела, обеспечивает всесторонность их раскрытия с помощью системы основных и дополнительных вопросов, руководит дискуссией, исправляет допущенные ошибки, привлекая к этой работе и самих студентов, стремится углубить и развить знания, самостоятельно приобретаемые студентами в процессе подготовки к семинару, обобщает ответы по узловым вопросам темы, вместе со студентами подводит итоги дискуссии, а также всего семинара, оценивает знания и умения студентов, их индивидуальный и коллективный вклад в обсуждение вопросов.

### Примечания

- <sup>1</sup> См.: Российская музейная энциклопедия. М., 2005.
- <sup>2</sup> См.: Социальные функции музея: споры о будущем (материалы дискуссии в отделе музееведения НИИ культуры) // Музееведение. На пути к музею XXI века: Сб. науч. тр. М., 1989.
- <sup>3</sup> См.: Планирование – основной инструмент менеджмента / Под ред. Р. Майлза. М., 2001.
- <sup>4</sup> См.: Социальный маркетинг в «цивилизации досуга» / Сост. В.Ю. Дукельский. М., 2000.
- <sup>5</sup> См.: Музеи будущего: Информационный менеджмент / Сост. А.В. Лебедев. М., 2001.
- <sup>6</sup> См.: Юренева Т.Ю. Музееведение: Учебник для высшей школы. М., 2004.
- <sup>7</sup> См.: Краткий словарь музейных терминов // Музеи и памятники культуры: Сб. науч. тр. М., 1983.
- <sup>8</sup> См.: Музейные термины // Терминологические проблемы музееведения: Сб. науч. тр. М., 1986.
- <sup>9</sup> См.: Гнедовский М.Б. Современные тенденции развития музейной коммуникации // Музееведение: проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности: Сб. ст. М., 1986.
- <sup>10</sup> См.: Гнедовский М.Б. Указ. соч.

УДК 37.013

Л.П. ШУСТОВА

Ульяновский институт повышения квалификации  
и переподготовки работников образования  
E-mail: lp\_shustova@mail.ru

## Гендерное образование педагогических кадров

В статье говорится о важности развития гендерных подходов в образовании, позволяющих учитывать способности, возможности и образовательные потребности представителей мужского и женского пола. Раскрывается роль современного учебного заведения в системе формирования гендерного самосознания субъектов образования. Представлены разнообразные формы гендерного образования педагогических кадров: преподавателей вузов, педагогов и школьных психологов, а также студентов педагогических вузов.

**Ключевые слова:** гендер, пол, гендерное образование, гендерная педагогика, педагогические кадры, гендерные подходы в образовании, гендерная социализация, скрытый учебный план, гендерная толерантность школьников.

L.P. SHUSTOVA

### *Pedagogical Personnel's Gender Education*

The article says about importance of developing gender approaches in education that can allow us to take into account abilities, possibilities and educational demands of female and male representatives. The role of a modern educational institution in creating gender self awareness of subjects of education is examined. Different forms of gender education of pedagogical trained specialists: teachers of higher educational Institutions, teachers at schools and psychologists and students of teachers' training colleges are represented.

**Key words:** gender, sex, gender education, gender pedagogics, pedagogical specialists, gender approaches in education, gender socialization, hidden curriculum, pupils' gender tolerance.