Тема 6. ВИСТАВКОВА ТА ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МУЗЕЇВ

Виставка (тимчасова експозиція) — сукупність музейних предметів, виставлених для огляду на короткий термін.

Виставково-ділова (форумна) діяльність — одна з форм маркетингово-інформаційної діяльності музею, що приурочена до його участі у різноманітних міжнародних музейних форумах і салонах.

Виставково-експозиційна виїзна діяльність — одна з форм експозиційної діяльності музею, що зводиться до обміну експозиціями та тематичними виставками між окремими музеями та країнами; це дає змогу музеєві "мандрувати" до масового споживача й актуалізувати у суспільстві увагу до визначних колекцій світової культурної спадщини.

У практиці музейної справи нині широко розповсюджені обміни експозиціями та тематичними виставками. Це дає змогу музеєві "мандрувати" до масового споживача й актуалізувати у суспільстві увагу до визначних колекцій світової культурної спадщини.

Культурно-освітній аспект такої діяльності полягає в можливості для музею широко розрекламувати й презентувати громадськості інших регіонів і країн свої колекції культурних цінностей, ознайомити набагато більший сегмент іноземних відвідувачів з місцевими культурно-мистецькими традиціями й історією свого рідного краю.

Комерційний аспект виїзної діяльності має не менш важливе значення для музеїв. Адже виїзні експозиції здатні залучити набагато більшу чисельність відвідувачів, зацікавити мешканців найбільших міст світу і, як наслідок, сприяти накопиченню значних фінансових (валютних) надходжень. На ці кошти адміністрація музею може не лише підтримувати обслуговуючу інфраструктуру, систему безпеки, виплачувати заробітну плату працівникам, за ці кошти музей здатен закуповувати нові раритети й поповнювати свої фонди, оплачувати наукові експертизи та реставрації музейних предметів, здійснювати видавничо-промоційну та рекламну діяльність тощо.

Вистакову діяльність зазвичай прийнято відносити до маркетингово-інформаційних заходів музею. Однак більшість комерційних альянсів угод та контрактів музеї в наші дні укладають саме у процесі своєї участі в бізнес-салонах, тож комерційний аспект тут очевидний.

Міжнародні музейні салони і форуми відбуваються періодично й з кожним роком збирають дедалі численніші аудиторії установ-учасників. (Таким, для прикладу, є Паризький музейний салон, що кожних два роки проходить на Марсовому полі.) На подібних салонах присутні й найвпливовіші представники промислово-товарного, туристичного та інвестиційного бізнесу. На міжнародних салонах кожен музей репрезентує громадськості і бізнесу свій музейний продукт та інвестиційно-перспективні музейні проекти; нерідко той чи інший комерційний проект народжується під час виставки, його ініціаторами стають комерсанти після ознайомлення з музейними новинками.

Уже стало традицією укладати на бізнес-салонах двосторонні угоди між

музеєм та поліграфічними компаніями, музеєм та масмедійними компаніями, музеєм та виробниками товарів туристичного споживання.

Також на салонах музеї укладають угоди з провідними туроператорами чи незалежними екскурсійними бюро щодо квот квитків за гуртовими чи персонально тарифікованими для даного стратегічного партнера цінами. При цьому тур-оператор зобов'язується забезпечити музей впродовж наступного сезону визначеною кількістю відвідувачів. Натомість, музей бере на себе зобов'язання надати цим клієнтам послуги за наперед узгодженою ціною.

Отже, участь музею у бізнес-салонах, крім професійного спілкування та обміну досвідом й інноваціями з іншими музеями, ефективної PR-кампанії й суспільного резонансу, активізує процес співпраці музею із бізнес-структурами. Конкретні напрями та механізми такої повсякденної співпраці — це окремий, надзвичайно вагомий аспект комерційної діяльності музейної установи.

Методична розробка екскурсії — це документ, що визначає технологію застосування методичних прийомів у відповідності до особливостей екскурсійного маршруту. Включає такі елементи екскурсії: маршрут, зупинки, об'єкт показу, тривалість, назва підтем та перелік основних питань, організаційні вказівки, методичні вказівки.

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

1) *вступної*, у якій екскурсовод готує відвідувачів до сприйняття експозиції, знайомить їх з історією музею, створює настроєність, активізує увагу, встановлює контакт із своїми слухачами;

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

3) *заключної*, де екскурсовод підбиває підсумки та робить узагальнення, у яких закріплюється провідна ідея екскурсії. Разом з тим, у підготовці й проведенні екскурсії слід обов'язково враховувати специфіку кожного музею.

Екскурсійна робота складається з кількох етапів: 1) вивчення відповідної літератури; 2) вивчення матеріалів експозиції й фондів; 3) написання тексту екскурсії; 4) проведення екскурсії.

Перший етап передбачає глибоке вивчення літератури, що безпосередньо стосується експозиції. Співробітники музею читають і конспектують відповідні твори основоположників марксизму-ленінізму, спеціальну літературу, роблять виписки, якими можна потім скористатися під час екскурсій.

Другий етап — це вивчення кожної експозиційної теми, підтеми, експонатів. При цьому досліджують писемні й речові експонати, автентичні (оригінали) й допоміжні; з інвентарних книг, каталогів, тематико-експозиційного плану, огляду самих пам'яток збирають фактичні дані про них. Крім експозицій вивчають ще й фонди. Нерідко у фондах зберігаються цінні документи й пам'ятки, про які можна розповісти в екскурсії. Знання фондів допомагає екскурсоводові краще розкрити зміст експозиційної теми.

Третій етап — написання тексту екскурсії — у кожному музеї відбувається по-різному, однак у практиці вже вироблено певні прийоми, що їх можна рекомендувати як найбільш доцільні. Будуючи екскурсію, потрібно: 1) точно визначити назву;
2) встановити хронологічні рамки;
3) продумати провідну тезу;
4) відібрати провідні експонати (оскільки розповісти про всі неможливо);
5) обміркувати логічні «містки» між експонатами, намітити маршрут майбутньої екскурсії;
6) визначити зміст вступної й заключної частини екскурсії.

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

Далі складають методичний план і пишуть текст екскурсії (методичну розробку). Методичний план — це короткий послідовний перелік назв основних частин екскурсії: розділів, експозиційних тем, підтем, про які йтиметься під час екскурсії. Він близький до тематичної структури експозиції. Методична розробка для музеїв різних профілів будується по-різному — залежно від специфіки музею, його експозиції тощо. Можна рекомендувати таку загальну схему: 1) назва екскурсії; 2) коротка історія музею (його колекцій, будівлі, відкриттів, наукової роботи тощо); 3) характеристика епохи, що її охоплюють хронологічні рамки екскурсії; 4) виклад експозиції; 5) закінчення (висновки про значення музею і його пам'яток); 6) бібліографія, використана для підготовки екскурсії.

Складання методичних розробок — відповідальна наукова робота. її обговорює весь колектив музею, апробують фахівці, а наукова рада музею затверджує як офіційний документ для екскурсоводів.

Заключний етап — безпосереднє проведення екскурсії. Методика проведення екскурсій, на жаль, опрацьована ще недостатньо. Довгий час вважали, що в цій справі все вирішує майстерність екскурсовода. Та сьогодні вже вироблено певні рекомендації, які гарантують успішне виконання накресленої мети.

- По-перше, будь-яка екскурсія в межах України повинна бути напрямлена на патріотичне виховання.
- По-друге, вона повинна завжди базуватися на експозиції, на послідовному й систематичному її викладі, бути зв'язною логічною розповіддю, змістовною й захоплюючою, сприяти поглибленню знань, містити історичні узагальнення.
- По-третє, кожна екскурсія має будуватися з урахуванням особливостей груп відвідувачів. Щодня до музеїв приходять люди різного віку, фаху, освіти, а екскурсія має бути зрозумілою кожному. Тож бажано, щоб зміст експозиції передавався з урахуванням вікових, освітніх та інших інтересів різних груп відвідувачів.

Нарешті, має значення не лише зміст, а й форма екскурсії. Важливими є також чіткий і ясний виклад матеріалу, образна, правильна, не засмічена мова, навіть тон, яким екскурсовод подає матеріал, адже він визначає ставлення до тем і експонатів музею.

Водночас не слід забувати про поєднання в екскурсії пізнавального й емоційного матеріалу, про швидку втомлюваність відвідувачів, про правильне розміщення їх для огляду експонатів.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке музейна виставка?
2. Що таке виставкова діяльність?
3. Що таке виставково-експозиційна виїзна діяльність?
4. В чому полягає культурно-освітній аспект виставкової діяльності?
5. Що особливого в комерційному аспекті виїзної діяльності?
6. Яких основних елементів потрібно дотримуватись створюючи екскурсію?
7. Що таке методичний план екскурсії?

Рекомендована література до теми:

1. Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Екскурсознавство і музеєзнавство: Навчальний посібник. - 2-ге вид. К,: Альтерпрес, 2012. С.316-321.
2. Петранівський В.Л., Рутинський М.Й. Туристичне краєзнавство: Навч.посіб. / За ред. проф.. Ф.Д. Заставного. К.: Знання, 2006, С. 216-223.
3. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеєзнавство: Навч. посіб. К.: Знання, 2008. 401-412.
4. Салата О.О. Основи музеєзнавства: навчально-методичний посібник Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. С. 94-101.
5. Сурмач О. І Музейна справа: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. Львів: ЛНУ, 2014. С. 78-86.