

**Котлер Н, Котлер Ф., Котлер В. Музейний маркетинг і стратегія: формування місії , залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів / Пер. з англ. Т. Олійник, Т. Пирогова, С. Рябчук, Р. Свято. – К. ВД «Стилос», 2010. – С. 327-332.**

Книга розрахована на фахівців музейної справи щодня , перед якими щодня постають певні питання, потреба вибору, прийняття рішень. Музейним працівникам усіх сфер та спеціалізацій стануть у пригоді представлені тут поняття, інструменти й технічні прийоми. Придадуться вони й працівникам мистецької, культурної та освітньої сфер, а також представникам фондів , бізнесу чи громадського сектору, які підтримують музейну діяльність. Ця книга буде корисна матеріалом для розробки курсів і тренінгових програм із музейної справи, а також програм професійного розвитку з управління культурно-мистецькими ресурсами. Поняття стратегічного планування і маркетингу мають певний стосунок і до туристичної індустрії, оскільки остання постачає дедалі більше відвідувачів для музеїв.

#### *Анотація*

*Деякі розділи книги присвячені цікавим сучасним інноваційним формам музейних програм, що реалізуються на базі відомих музеїв світу. Не менш цікавим для музейних педагогів є неординарний підхід до характеристики змісту різних типів досвіду.*

### **Музейні програми**

Музейні програми покликані привертати увагу й задовольняти смаки відвідувачів. Оскільки музейна аудиторія суттєво зросла й стала різноманітною, з'явилися й нові програми для різних категорій, зокрема для дітей та сім'ї, підлітків і повнолітньої молоді.

Музеї пропонують широкий спектр програм: лекції, навчальні курси, урочисті відкриття виставок, а також різні види музейних екскурсій. Існують також програми, що пропонують спеціалізовані екскурсії, пристосовані до потреб сімей з дітьми.

Також музеї пропонують неофіційні та офіційні навчальні програми у своїх галереях, які включають самостійні екскурсії, екскурсії зі звичайним або аудіо-гідом. Інші пропонують програми, які дають відвідувачам змогу на дотик вивчати експонати. Програми зустрічей з приїжджими митцями часто приваблюють молодіжну аудиторію, вони включають також дискусії з митцями в галереї.

Поширеними є програми підвищення кваліфікації вчителів, серед них семінари, стипендіальні програми, а також програми, які реалізуються прямо у школі.

Чимало музеїв проводять спеціальні річні заходи, на яких викладачам розповідають про освітні ресурси.

Музеї, крім того, організують спеціальні річні курси.

Багато шкіл, а також громадських бібліотек вибудовують партнерські взаємини з музеями з освітньою метою.

Деякі музеї організують гостьові виставки мистецтв та освітні програми в різних школах.

Освітні Інтернет-програми дають учням і студентам змогу створити власні віртуальні виставки й надають інтерактивні сайти для їх розміщення.

Усі музеї пропонують освітні програми, що спираються на їхні збірки, їх наповнення, та на свої спеціальні знання. Вони пропонують деталі більш тривалих освітніх курсів, семінарів та майстерень для відвідувачів. Також вони, що привертають увагу тих, кого цікавлять академічні питання. Ці освітні програми можуть бути тісно пов'язані з конкретними збірками, експозиціями та тематикою самого музею.

Цікавою формою є програма «Зустріньмося з науковцем», яка дає змогу безпосередньо спілкуватись з дослідником на тему його наукової праці та зацікавлених осіб.

Дедалі популярнішими стають екскурсії, які показують «кухню» музею, які дають змогу «зсередини» побачити збірки музею, його приміщення, призначені для реставрації та зберігання експонатів, розробки виставок тощо.

Деякі програми зорієнтовані на молодь, навчають бути гідом музейних екскурсій.

Великі музеї пропонують розширені програми, серед яких – концерти, фільми, подорожі.

### **Типи музейного досвіду**

Працівники музеїв дедалі частіше визнають важливість створення контексту для досвіду, що відповідав би потребам і очікуванням відвідувачів та пропонують щонайменше шість типів досвіду:

1. **Відпочинок.** Задоволення від вільного, розслабленого, неструктурованого часу і діяльності; жвава та різноманітна діяльність; діяльність, що може освіжити тіло і дух (безтурботні прогулянки, випробування інтерактивних пристроїв тощо).

2. **Спілкування.** Зустрічі чи заняття з іншими; споглядання та перебування з іншими; участь у спільній громадській діяльності.

3. **Навчання.** Збір та набуття нової інформації; поведінкові моделі сприйняття; переживання почуттів цікавості та відкриття; розуміння концепцій та ідей; споглядання та роздуми; удосконалення пізнавальних навичок тощо.

4. **Естетичне переживання.** Переживання чуттєвого досвіду; залученість в інтенсивну зосереджену діяльність; відчуття задоволення, ейфорії, і в певних умовах відчуття тривоги, викликані характеристиками, властивим природним чи рукотворним предметам або подіям, зосередження радше на їх красі, аніж користі.

5. **Досвід вшанування.** Споглядання і вшанування лідера, події, групи чи організації; можливість поділитися і звеличити досягнення; зв'язок із минулим, історичними подіями, тяглість в історії та часі; формати зустрічей, що покращують почуття, розширюють світогляд, формують сподівання.

6. **Орієнтованість на вирішення проблеми.** Постановка та залучення до вирішення питань і проблем сучасності, які можуть зачепити як місцеву, так і ширшу спільноту.

*Підготувала Л. Гайда*