

Посібник
Розвиток освіти
та залучення громадськості
в музеях



ПРАВОВЕ ЗАСТЕРЕЖЕННЯ



Посібник

Розвиток освіти та залучення громадськості в музеях

Опубліковано NEMO (Network of European Museum Organisations) - Мережа європейських музейних організацій, Німеччина
Асоціація музеїв Німеччини та Німецька асоціація музейної освіти

Текст: див. "Учасники"

Редагування (німецька версія): CONTEXTA. Д-р Анетте Нагель та Петра Оерке GbR

Переклад та редагування англійською мовою: Роберт Брамбер

Дизайн: Radtke Media GmbH, Берлін



Co-funded by
the European Union

Профінансовано Європейським Союзом. Погляди та думки, викладені в цьому документі, належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають позицію Європейського Союзу. Ані Європейський Союз, ані орган, що надав грант, не несуть за них відповідальності.

© NEMO - Мережа європейських музейних організацій, Асоціація музеїв Німеччини та Німецька асоціація музейної освіти, Берлін, травень, 2023 р.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
ПРО ЦЕЙ ПОСІБНИК	7
ОСНОВИ. ОСВІТА ТА ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ДО МУЗЕЮ	9
 ОРІЄНТАЦІЯ НА АУДИТОРІЮ	17
 ОБ'ЄКТНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД	27
 РІЗНОПЛАНОВІ МЕТОДИ ТА ФОРМАТИ	39
 МЕРЕЖЕВА СПІВПРАЦЯ	51
 ПРОЦЕСУАЛЬНІСТЬ	63
ЛІТЕРАТУРА ТА ПОКЛИКАННЯ	78
ПІДПИСИ ДО ЗОБРАЖЕНЬ	84
УЧАСНИКИ	86

PREFACE

Освіта та залучення громадськості є ключовими завданнями музеїв сьогодення. Ці завдання слугують демократизації та відкриттю музеїв для різноманітних аудиторій. Зараз більш ніж будь-коли, музеї повинні визнати свою соціальну відповідальність як суб'єктів освітньої діяльності, щоб сприяти більшій доступності і реалізувати свій потенціал агентів змін згуртованості та розмаїття суспільства.

Освіта та робота з громадськістю все частіше стають частиною того, що вважається фундаментальними комунікаційними та управлінськими завданнями в музеях. У цьому посібнику описано ключові фактори успіху освітньої роботи та роботи з громадськістю в сучасній перспективі та підкреслено тісний взаємозв'язок між музеєм та його аудиторією. Посібник має на меті заохотити читачів мислити масштабно, вдаючись до малих кроків. Мета полягає в тому, щоб міцно закріпити та консолідувати професійну роботу поза межами тимчасової проектної діяльності.

NEMO (Network of European Museum Organisations) – Мережа європейських музейних організацій, Німецька асоціація музейної освіти та Асоціація музеїв Німеччини спільно публікують цей посібник, щоб поділитися європейською системою орієнтирів: як освіта та залучення громадськості в музеях можуть бути успішними та актуальними для суспільства, що постійно змінюється та урізноманітнюється? Настанови надають допомогу в застосуванні практичних підходів і сприяють подальшій міжнародній дискусії.

Оригінальна версія посібника була розроблена Німецькою асоціацією музейної освіти та Асоціацією музеїв Німеччини у відкритому процесі і вперше опублікована у 2020 році німецькою мовою.

Після обговорення ідей у робочій групі NEMO LEM – The Learning Museum (Музей, що навчає) в Португалії у 2022 році, була розроблена англійська версія та адаптована до потреб європейської професійної музейної аудиторії. Ми зберегли основний текст, цитати та ілюстрації, але переглянули і додали покликання та літературу з міжнародною перспективою. Три організації переконані, що якість та професіоналізація освіти й роботи з громадськістю мають ключове значення, ми продовжуватимемо рішуче працювати над цим. Ми глибоко вдячні за конструктивну співпрацю всім, хто брав участь і надав критично важливу експертну допомогу у створенні цього посібника.

Робоча група NEMO LEM підтримує взаємне навчання та обмін інформацією про музейну освіту, розвиток аудиторії, міжкультурний діалог та безперервне навчання серед музейних працівників у Європі.

Джулія Пагель

Генеральний секретар
NEMO – Мережа європейських
музейних організацій

Маргарита Сані

Лідерка робочої групи NEMO
LEM - The Learning Museum (Музей,
що навчає)

Проф. д-р Вібке Арндт

Президент
Асоціації музеїв Німеччини

Доктор Ельке Коллар

Голова
Німецької асоціації музейної освіти



ПРО ЦЕЙ ПОСІБНИК

Освітні підходи та методи залучення громадськості в музеях постійно змінюються. Відповідно, наступні настанови були розроблені, щоб запропонувати ідеї та надати орієнтири, які можна гнучко застосовувати та адаптувати за потреби. Вони окреслюють важливі фактори для успіху у сфері освіти та залученні громадськості. Ми навели приклади ключових питань, сформульованих з точки зору музеїв, щоб допомогти вам переглянути і надалі розвивати свою професійну діяльність. У кінцевому підсумку, однак, тільки ви самі можете розробити конкретні критерії, які стосуються саме вашої роботи. Далі ми говоритимемо про "освіту та залучення громадськості". Це поняття також охоплює традиційний термін "музейна педагогіка" і підкреслює широкий спектр форматів і гетерогенність аудиторії. Термін "аудиторія" стосується як відвідувачів, так і не відвідувачів.

Посібник пропонує рекомендації щодо того, як співробітники можуть розвиватися і в подальшому професіоналізувати освіту та залучення громадськості у своїх музеях, незалежно від їх величини та форми організації відповідного музею. Багато речей можуть бути впроваджені крок за кроком, що будуть швидко оцінені аудиторією.

Посібник було розроблено у консультації з німецькими музейними педагогами, кураторами та директорами, які поділилися з нами своїми індивідуальними поглядами та досвідом. Вони працюють у численних музеях різного спрямування, величини та організаційної форми. Нашою спільною метою було розробити настанови, які були б, наскільки це можливо, орієнтовані на практичне застосування.



ОСНОВИ.

ОСВІТА ТА

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ

В МУЗЕЇ

ЩО МИ РОЗУМІЄМО ПІД МУЗЕЙНОЮ ОСВІТОЮ ТА ЗАЛУЧЕННЯМ ГРОМАДСЬКОСТІ?

Суспільство постійно змінюється. З кожним днем воно стає все більш плюралістичним та цифровим. Дедалі більше людей шукають можливості брати участь у прийнятті рішень і мати право голосу. Музеї також стикаються з новими соціальними та політичними очікуваннями. Якщо музеї хочуть залишатися актуальними, вони повинні відповідати цим ідеям: музеї відіграють впливову роль у суспільстві, разом із суспільством і для суспільства та є частиною його розвитку. У цьому процесі освітня та громадська робота використовує різноманітні інструменти та досвід і постійно їх розвиває.

Просвітницька робота та робота з громадськістю забезпечують доступ аудиторії до культурних надбань суспільства і сприяють демократизації музеїв та їхніх колекцій. Музей бачить себе партнером для різнопланової та активно залученої аудиторії. Робота приносить користь - весь музей, виграє, якщо вітатиме запити аудиторії, прагнучиме відповідати її очікуванням і впроваджуватиме свій досвід у музейну діяльність. Освітня та громадська робота в музеї спрямована як на окрему людину, так і на суспільство. Вона сприяє рівноправній участі та зосереджена навколо змісту, який є актуальним для аудиторії. У зв'язку з цим, освіта та залучення громадськості починаються з фокусування на проблемах сьогодення і просувають фундаментальні цінності, такі як демократія та сталий розвиток.

Терміни "освіта" та "залучення громадськості" поєднують різні підходи. Коли ми говоримо про "освіту", то фокус робиться більше на ініціативі аудиторії і представляє собою результат процесів навчання впродовж усього життя. Термін "залучення громадськості" зосереджується на перспективі музею і має на меті, насамперед, сприяти (неформальному) навчанню аудиторії. Цей посібник ґрунтується на широкій концепції навчання, яка охоплює багато різних аспектів. Коли ми говоримо про освіту та залучення громадськості, завжди йдеться про поєднання різних точок зору і сприяння діалогу між музеєм і аудиторією.

Виміри навчання в музеї

Знання та розуміння

- ▶ знати про щось
- ▶ вивчення фактів та інформації
- ▶ осмислення чогось, поглиблення розуміння
- ▶ дізнаватися, як працюють музеї
- ▶ встановлювати зв'язки та відносини між речами

Вміння та навички

- ▶ знати, як щось робити
- ▶ вміння робити щось нове
- ▶ когнітивні навички, управління інформацією
- ▶ соціальні навички
- ▶ комунікативні навички
- ▶ фізичні навички

Ставлення та цінності

- ▶ почуття та сприйняття
- ▶ думки про себе
- ▶ уявлення або ставлення до інших людей
- ▶ підвищення здатності до толерантності
- ▶ емпатія, підвищена мотивація
- ▶ ставлення до музею
- ▶ позитивне та негативне ставлення до досвіду

Дія, поведінка та поступ

- ▶ що люди роблять
- ▶ що люди мають намір зробити
- ▶ що люди зробили
- ▶ дії, про які повідомляли або які спостерігали
- ▶ зміни в поведінці

Задоволення, натхнення та творчість

- ▶ розважатися, дивуватися
- ▶ новаторські думки, творчість
- ▶ досліджувати, експериментувати та творити
- ▶ надихатися

Отже, освіта та громадська активність знаходяться в контексті комплексної культурної освіти естетичного, мистецького, (культурно-)історичного, політичного, наукового і технічного вимірів. Вони розглядають музей як місце зустрічі та діалогу, місце, де можна проводити вільний час, вчитися і пізнавати нове, отримувати задоволення, відчувати себе як вдома і досліджувати критичним поглядом.

ОСВІТА ТА ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ЯК КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ

Просвітництво та залучення громадськості є ключовим обов'язком музею. Так само, як кожен музей потребує колекційної концепції, кожен музей повинен також мати власну освітню концепцію. Ця освітня концепція має бути розроблена у координації з працівниками відділу освіти та залучення громадськості й підтримана всіма працівниками. Концепція містить відповідні настанови та критерії якості окремого музею. Вона забезпечує основу для конкретних напрямків діяльності та необхідних структур. Наприклад, концепція передбачає умови для регулярного проведення зустрічей у різних робочих сферах, створення команд і чіткого розподілу обов'язків.

РАМКОВІ УМОВИ

Для того, щоб робота з освіти та залучення громадськості була успішною, стійкою та довготривалою, необхідні ресурси, спеціально призначені для цієї мети. До них відносяться, наприклад, комунікаційна та методична компетентність, професійні знання поточного дискурсу, культурно-політичних контекстів і специфічної дидактики. Якщо в музеях створено кадрову структуру, то існують також специфічні профілі посадових обов'язків. Ба більше, на роботу з освіти та залучення громадськості також впливають наявні фінансові, просторові, часові та кадрові ресурси, а також технічне обладнання.

П'ять факторів успіху в освіті та залученні громадськості



ОРІЄНТОВАНІСТЬ НА АУДИТОРІЮ



ФОКУСУВАННЯ НА ОБ'ЄКТІ




РІЗНОМАНІТНІ МЕТОДИ ТА ФОРМАТИ



СТВОРЕННЯ МЕРЕЖІ



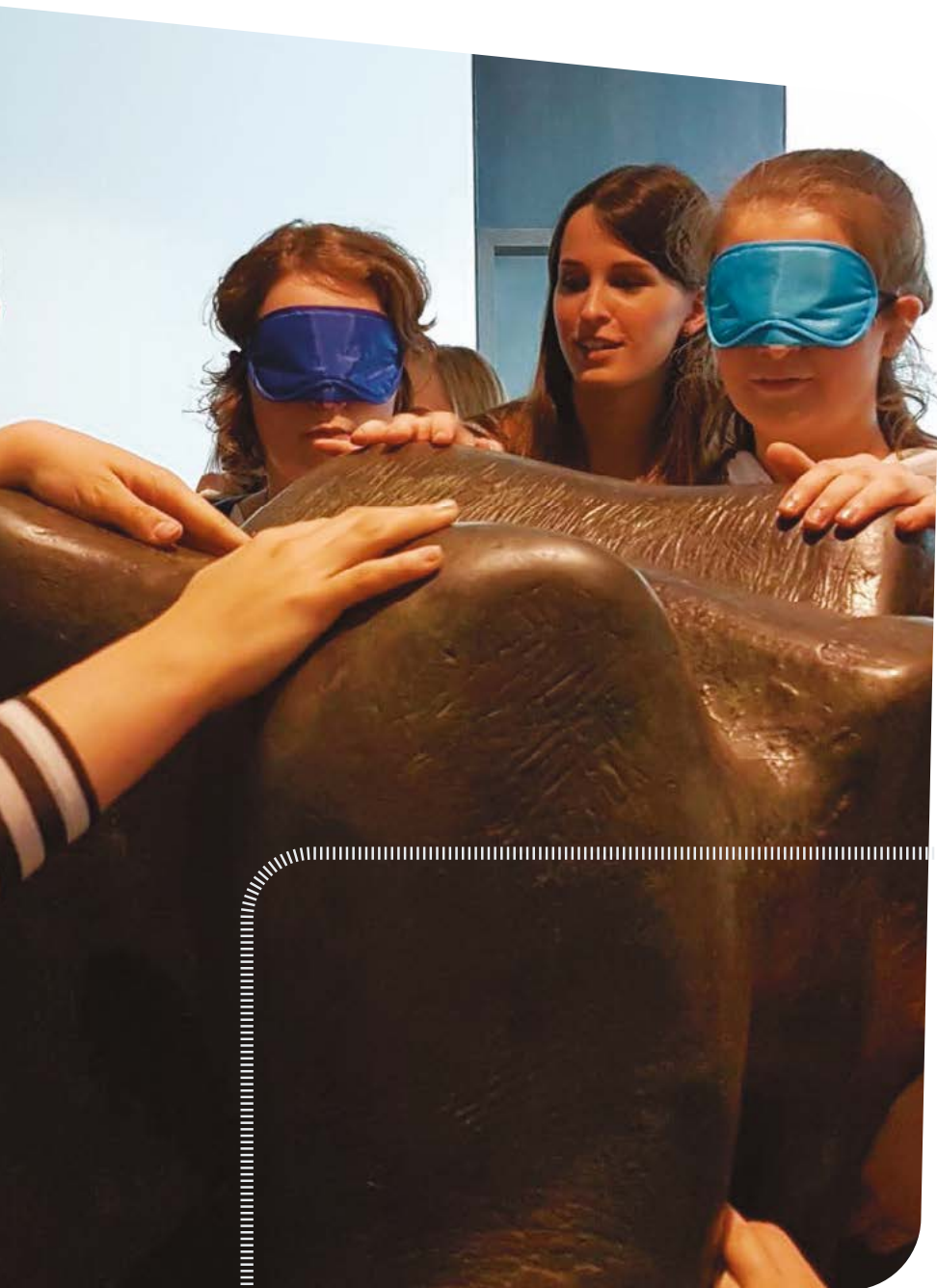
ПРОЦЕСУАЛЬНІСТЬ



20. - 21. Jahrhundert

Культурна освіта та залучення громадськості є основними завданнями сучасної музейної роботи. У Landesmuseum Württemberg керівництво зробило усталеним і бажаним стандартом надання можливості культурним освітянам брати участь у кураторському процесі як рівноправному члену з правом голосу, а також інтенсивно враховувати інтенсивно брати до уваги перспективу аудиторії від самого початку.

**ПРОФ. Д-Р АСТРІД ПЕЛЛЕНґАР,
ДИРЕКТОР, LANDESMUSEUM WÜRTTEMBERG, ШТУТГАРТ, НІМЕЧЧИНА**





ОРІЄНТАЦІЯ НА АУДИТОРІЮ.

РОБОТА ДЛЯ ТА З

РІЗНОМАНІТНОЮ АУДИТОРІЄЮ

РЕЗЮМЕ

Орієнтація на аудиторію є одним із основних чинників успіху для ефективної освітньої та громадської роботи в музеї. Вона фокусується на інтересах, мотиваціях і потребах як відвідувачів, так і тих, хто не є відвідувачами, а також на всебічній інклюзії. Це сприяє перетворенню музею на місце, де обговорюються питання, які впливають на аудиторію. Актуальність музею безпосередньо пов'язана з якістю його діяльності, орієнтованої на аудиторію. Це дозволяє музею стати місцем культурного залучення, охопити нові цільові групи та інтегрувати різноманітнішу аудиторію. Для того, щоб розвивати успішну освіту та залучення громадськості, музеї потребують глибоких знань про своїх відвідувачів. Такі знання можна отримати за допомогою моделей дослідження аудиторії, типологій відвідувачів і теорій навчання.

Освіта та залучення громадськості розвиває, формує та полегшує комунікацію між музеєм та аудиторією. Ця робота розширює сферу впливу музею і приносить йому користь, коли він активно співпрацює з відвідувачами і не відвідувачами та бере участь у просвітницькій роботі в цифровому просторі.

На що слід звернути увагу?



Мета полягає в тому, щоб підвищити компетентність відвідувачів і зміцнити їхню спроможність діяти на сталій основі. Водночас аудиторія збагачує музей своїми численними інтересами, запитаннями та різноманітними знаннями.

ІНКЛЮЗІЯ ТА РІЗНОМАНІТТЯ

Освіта та громадська активність спрямовані на те, щоб принести користь якомога більшій кількості людей, незалежно від від їхніх особистих обставин. Метою є встановлення політики всебічної інклюзії, що відображається в позиції всього музею. Це стосується не лише вимог безбар'єрності, встановлених Конвенцією ООН про права людей з інвалідністю, а й тих, що спрямовані на збільшення соціального розмаїття та відповідають національним законам про рівне ставлення.

До них відносяться, наприклад, такі:

- ▶ різнопланові точки доступу: реагування на інтереси аудиторії, взаємозв'язок між різними предметними областями...
- ▶ програми та формати, що орієнтовані на цільові групи та є інклюзивними: міжпоколіннєві або міжнародні формати, які сприяють зустрічі та діалогу, екскурсії для незрячих та слабозорих людей, дискусійні групи для експертів, сімейні тури, проекти для інтелектуально обдарованої молоді...
- ▶ "правило двох відчуттів": задіяти принаймні два органи чуття, тобто слух, зір або дотик, а також правило "колесо-нога": однакові маршрути по музею для відвідувачів з візочками і без них, інвалідними візками або ходунками...
- ▶ тексти, орієнтовані на відвідувачів: зрозумілість та оптично сприятлива презентація, послуги іноземними мовами, тексти шрифтом Брайля, мовою жестів, доступною мовою...
- ▶ інклюзивні системи орієнтування, які пропонують орієнтацію для всіх користувачів...
- ▶ команда посередників (медіаторів) різного походження, які мають досвід у сфері дискримінації.



Щоб найкраще досягти цих результатів, музеї повинні почати з виявлення явних і прихованих бар'єрів на шляху до доступності та практик виключення. Вони можуть бути, наприклад, у цінах на вхідні квитки та програмні збори, розташуванні входів, у ставленні та поведінці працівників, а також у неврахуванні певних тем і перспектив. Коли йдеться про розробку програм, інклюзивні та орієнтовані на цільові групи послуги не є самодостатніми, а взаємодоповнюючими факторами.

ПРОСВІТНИЦТВО

Просвітницька діяльність розширює сферу впливу музею і допомагає налагодити прямий діалог з аудиторією. Вона дозволяє музеям звертатися, а також і знайомитися з групами, з якими вони раніше не співпрацювали. Це дає можливість дізнатися про спільні цілі та інтереси та зміцнити зв'язок відвідувачів з музеєм у сенсі розвитку аудиторії. У спрощеному вигляді, просвітницькі заходи, наприклад, міський захід, інтегруватимуть місця за межами музею в освіту та залучення громадськості. Просвітницькі заходи мають ще більший потенціал успіху, коли проводяться в місцях, де зазвичай збирається цільова аудиторія, наприклад, у молодіжних центрах, будинках для різних поколінь, батьківських кафе та цифровому просторі. Їхній вплив може бути особливо стійким, якщо просвітництво розглядати не лише як додатковий аспект роботи музею, а радше ключ до формування самої інституції. Як наслідок і передумова для більшого розкриття музею, інформаційно-просвітницька робота може ініціювати процес "залучення", який може позитивно вплинути на ставлення до музею, методи роботи, розподіл ресурсів, кадрову структуру та умови для залучення до музею.

УЧАСТЬ

Існує незліченна кількість способів заохотити людей до залучення та участі в у процесі прийняття рішень. Вони варіюються від низькопорогових методів, таких як інтеграція глядачів у виставках, до більш масштабних заходів, як-от запрошення аудиторії до спільного створення освітніх програм. Більш далекосяжний партисипативний підхід підхід інтегрує точку зору та досвід аудиторії від самого початку, тобто на етапі розробки




концепції нових виставок і програм. З цією метою музей може створювати дорадчі ради з громадян, учнів або експертів, заручатися підтримкою профільних груп і долучатися до спільної кураторської роботи з громадами та молоддю. Спільна робота вимагає зусиль з обох сторін, але вони, безумовно, варті того і сприяють зміцненню іміджу музею як місця живих зустрічей і переговорів. Міра самовизначення має бути прозорою для всіх залучених сторін. Крім того, дуже важливо, щоб музей шанобливо ставився до учасників і демонстрував зацікавленість у навчанні.

ЗНАННЯ АУДИТОРІЇ

Опис цільових груп часто базується на демографічних категоріях, таких як: вік, стать, етнічне походження, освіта тощо. Однак не менш корисним, якщо не більш, знати, чого люди очікують від музею, в яких ситуаціях вони відвідують його, які зацікавлення вони приносять із собою, а також чому вони вирішують не відвідувати музей. Навчальні теорії та типологія відвідувачів можуть дати цінну інформацію в цьому плані. Проте, важливо використовувати такі допоміжні засоби з розсудливістю, щоб уникнути посилення упереджень і стереотипів.

Розуміння різних потреб відвідувачів і чутливе реагування на них може принести користь усім відділам музею, наприклад, при розробці виставок, організації заходів та мозкового штурму маркетингових заходів. Співробітники музею можуть працювати разом належним чином лише тоді, коли кожен має чітке уявлення про те, кого він хоче охопити або до кого звернутися і якими засобами. Особливо важливо забезпечити відповідні відвідувачькі послуги, які постійно підлаштовуються до потреб аудиторії. На додаток до сімейної орієнтації та питань доступності й інфраструктури, обслуговування відвідувачів передбачає надання інформації та онлайн-послуг.





Для нас важливо взаємодіяти з людьми на рівних умовах визнавати та цінувати їх у їхньому розмаїтті. Інклюзія, різноманітність та орієнтація на аудиторію вимагають більше, ніж просто красивих слів. Важливими є структурні зміни. Саме тому ми розробили набір карток, щоб ініціювати дискусію з групами про бар'єри в музеї. в музеї з групами.

**ФЕНЯ ФРЬОБЕРГ, ПРОФЕСІЙНА СТАЖЕРКА, ЄВРЕЙСЬКИЙ МУЗЕЙ
ФРАНКФУРТА-НА-МАЙНІ, НІМЕЧЧИНА**



ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА АУДИТОРІЇ

Чим більше музей знає про своїх відвідувачів і користувачів, тим краще він може адаптувати свою роботу і діяльність. Дослідження аудиторії дає корисну інформацію в цьому відношенні. Зосереджуючись на невідвідувачах, музей створює міцну основу для звернення до ширшого загалу в майбутньому, в сенсі розвитку аудиторії. Оцінка також виграє від аналізу (соціального) походження користувачів, репрезентативних опитувань та інструментів дослідження ринку. Освітні дослідження, з іншого боку, більше зосереджуються на сприйнятті та процесах навчання і можуть надати ключову інформацію про те, чи були досягнуті поставлені цілі і якою мірою. Усі ці підходи повинні також поширюватися на користувачів у цифровій сфері.

Орієнтація на аудиторію як постійний процес



ЩО ВІДВІДУВАЧІ ПРИНОСЯТЬ З СОБОЮ?

допитливість, інтерес, знання, компетентність, особливі потреби, досвід, когнітивні / фізичні / соціальні / емоційні передумови...

ЧОГО ВІДВІДУВАЧІ ОЧІКУЮТЬ?

задоволення, розваги, досвіду, нових ідей, соціального спілкування, активності, відпочинку, набуття знань, розваги, орієнтації, самовизначення, долучення...

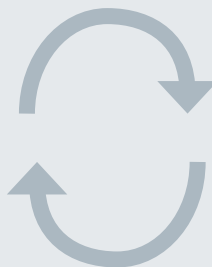


ЯКІ ЦІЛІ МУЗЕЮ?

участь, інклюзія, різноманітність, музейне просвітництво, актуальність, самовизначення, співпраця, надання інформації, розвиток компетентності...

ЩО ПОТРЕБУЄ МУЗЕЙ, ЩОБ ДОСЯГТИ ЦЬОГО?

структури навчального закладу, дослідження аудиторії, уявлення про себе як про місце навчання, професійної експертизи, просвітницької діяльності та заходів "охоплення"...



Існує багато способів отримати швидкий і прямий зворотній зв'язок про виставки, програми та цифрові пропозиції, а також прозоро презентувати їх для всієї команди. До них належать гостьові книги, функції коментарів користувачів та опитувальники в соціальних мережах. Регулярні контакти з відвідувачами та епізодичні розмови з черговими працівниками та працівниками квиткових кас про їхній досвід також підтримують постійні заходи музею із забезпечення якості. Крім того, систематична оцінка програм і послуг може дати цінну інформацію про аудиторію та її задоволеність. Залежно від наявних ресурсів і відповідних цілей, музеї можуть також зосередитися на конкретних питаннях або здійснювати масштабні дослідницькі проекти, наприклад, у співпраці з університетами.



КЛЮЧОВІ ПИТАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ

- ▶ Кого ми хочемо охопити?
- ▶ Кого ми свідомо чи несвідомо виключаємо?
- ▶ Кого ми охоплюємо нашими програмами, а кого ні?
- ▶ Які потреби та специфічні характеристики наших відвідувачів та користувачів для або з якими ми плануємо програму/захід?
- ▶ Якою мірою аудиторія має можливість брати активну участь?
- ▶ Як ми можемо бути відкритими для зворотного зв'язку з аудиторією?





ОБ'ЄКТНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД.

РОБОТА З КОЛЕКЦІЯМИ ТА ВИСТАВКАМИ

Важливим фактором успішного просвітництва та залучення громадськості є його зосередженість на музейних предметах, колекціях та виставках. Робота з об'єктами і темами здійснюється в різних формах, наприклад, у воркшопах, цифрових програмах і виставках. Це створює можливість залучити аудиторію до розробки та майбутнього оформлення цих пропозицій на ранній стадії. У фокусі освіти та практики залучення громадськості можна також включати вивчення музею як системи або адресувати питання відвідувачам. Спільно визначені цілі в межах музею є важливим орієнтиром. Вони слугують для того, щоб освіта та робота із залучення громадськості виконували певні функції, які тісно пов'язані між собою, наприклад: розваги, задоволення, навчання, осмислення і критичне осмислення.

Освітня робота та робота з громадськістю сприяють і формують діалог між музеєм та аудиторією в цифровому та аналоговому середовищах. Це включає в себе зустрічі між відвідувачами та самими користувачами. Вивчення суспільно значущих тем на основі вибраних об'єктів і колекцій слугує основою цієї роботи. Ці об'єкти і колекції глибше досліджуються на виставках або у відкритих для огляду сховищах, а також у більш гнучких форматах і в цифровому просторі. Таким чином, освітні та громадські заходи виявляють взаємозв'язки, ставлять питання, провокують, стимулюють і відкривають нові горизонти для аудиторії. Вони також можуть допомогти всьому музею вчитися у відвідувачів, ставати відкритішими до їхніх очікувань, досвіду та внеску, а також включити їх у розробку та розвиток музейних програм і виставок.

ПРИНЦИПИ РОБОТИ З ОБ'ЄКТАМИ

Наступні принципи представляють рамкові орієнтири для роботи з об'єктами, для яких необхідна спеціальна кваліфікація:

► відповідність об'єкту і специфіка колекції

Об'єкти вимагають і уможливають способи їхнього розуміння, беручи до уваги їхні характеристики. Це передбачає поведінку з ними у

консерваторський або етичний спосіб і розробку спеціальних методів для їхнього вивчення. Тематика впливає з самих об'єктів і колекцій та пов'язана з аудиторією і/або може бути розроблена в співпраці з відвідувачами.

► **багатоплановість та міждисциплінарність**

Кожен об'єкт можна вивчати та інтерпретувати на основі різних критеріїв та з точки зору різних дисциплін та зацікавлень. Це пропонує глядачам різні способи розуміння об'єктів і залучення їхнього минулого досвіду, знань та емоцій. Взаємозв'язок поглядів і дисциплін може заохотити аудиторію до прийняття нових точок зору або мотивувати її до глибшого вивчення об'єктів і тематик.

► **сучасність та актуальність у реальному світі**

Освітня та просвітницька робота з громадськістю ґрунтується на наукових та музеєзнавчих принципах. Вони переплітаються з питаннями, які мають відношення до сьогодення та повсякденної реальності аудиторії. Таким чином, музеї можуть проводити паралелі з сучасними проблемами або зосереджуватися на актуальних аспектах для певних цільових груп.

► **просвітництво та активізація**

Використовуючи об'єкти і різні методи, як-от пояснення чи порівняння, освіта та заходи із залучення громадськості можуть пролити світло на зміст і взаємозв'язки. Активізація відвідувачів має на меті привернути їхню увагу, підвищити компетентність, розважити, заохотити їх ставити запитання і залучати до критичного осмислення.

► **прозорість**

Просвітницька робота та робота із залучення громадськості показує, як функціонує музейна інституція. Така прозорість сприяє зміцненню довіри до установи та є основою для участі аудиторії. Освітня робота та робота з громадськістю допомагають, наприклад, відвідувачам зрозуміти, що презентація об'єктів і контенту завжди являє собою кураторську добірку. Крім того, вони можуть пролити світло на історії походження колекцій, а також на принципи колекціонування та дослідження.



Принципи роботи з об'єктами: практичні приклади

ПРИНЦИПИ	ПРИКЛАДИ
відповідність об'єкту і специфіка колекції	<ul style="list-style-type: none">▶ освітні проекти про музейну консерваторську діяльність▶ формати, що фокусуються на колекціях та історії походження▶ можливості використання та дослідження за допомогою електронного каталогу▶ демонстрація історичних пристроїв / машин▶ тактильні інсталяції на виставці
багатоплановість та міждисциплінарність	<ul style="list-style-type: none">▶ інтерв'ю з сучасниками-свідками▶ представлення суперечливих дослідницьких думок▶ на виставці▶ підходи до навчання через дослідження▶ різнобічна контекстуалізація об'єктів
сучасність та актуальність у реальному світі	<ul style="list-style-type: none">▶ концептуальна розробка з громадською консультативною радою▶ підходи до саморегульованого навчання в освітніх проєктах▶ генерування тем для виставок на основі актуальних суспільних дискусій▶ віртуальні виставки з контентом, розробленим аудиторією
просвітництво та активізація	<ul style="list-style-type: none">▶ аналогові та цифрові майстер-класи (наприклад: ремісничі техніки, розробка виробів)▶ самостійні проєкти▶ практичні підходи▶ дискусійні форуми▶ місця досвіду (як приклад – через сценографію, занурення)
прозорість	<ul style="list-style-type: none">▶ камеральні виставки з історії музею▶ освітні проекти про роботу в музеї▶ надання голосу працівникам/відвідувачам на виставці

РОЗРОБКА ВИСТАВОК

Оформлення - іншими словами, розробка та дизайн виставки, - фундаментально визначає те, як різні люди сприймають представлений контент та об'єкти. Тут відіграють роль різні фактори, наприклад: розташування об'єктів, їх контекстуалізація, а також додаткові матеріали та медіа. Команда заздалегідь визначає, для кого в першу чергу призначена виставка. Потім команда вирішує, які освітні цілі та цілі залучення громадськості мають бути в центрі уваги в кожному розділі виставки. Коли відвідувачі взаємодіють з об'єктами, основний фокус і очікуваний ефект можуть стосуватися, наприклад, знань, навичок, задоволення, творчості, цінностей і поглядів. Цифрові компоненти також можуть бути важливим елементом виставки. Вони, зокрема, дають змогу відвідувачам індивідуально взаємодіяти з об'єктами та контентом, пропонують нові простори досвіду і роблять виставку доступною через соціальні мережі та інтернет. З огляду на всі ці процеси, ми рекомендуємо залучати аудиторію на ранній стадії. Важливо також враховувати питання доступності та інклюзії; особливо в історичних будівлях, заходи, які сприятимуть більшій доступності, можуть вимагати широких обговорень і готовності до компромісів.



Спеціалізовані вимоги та професійний досвід у сфері освіти та залучення громадськості є важливими елементами у розробці та реалізації виставок. Це стосується, зокрема, такого:

▶ **концепція наповнення**

Зважаючи на цільову аудиторію та освітні цілі, команда визначає зміст, чітке послання та нарративну структуру виставки. При цьому беруть до уваги найновіші наукові відкриття, а також враховують актуальні соціальні проблеми та критичний дискурс.

▶ **драматургія**

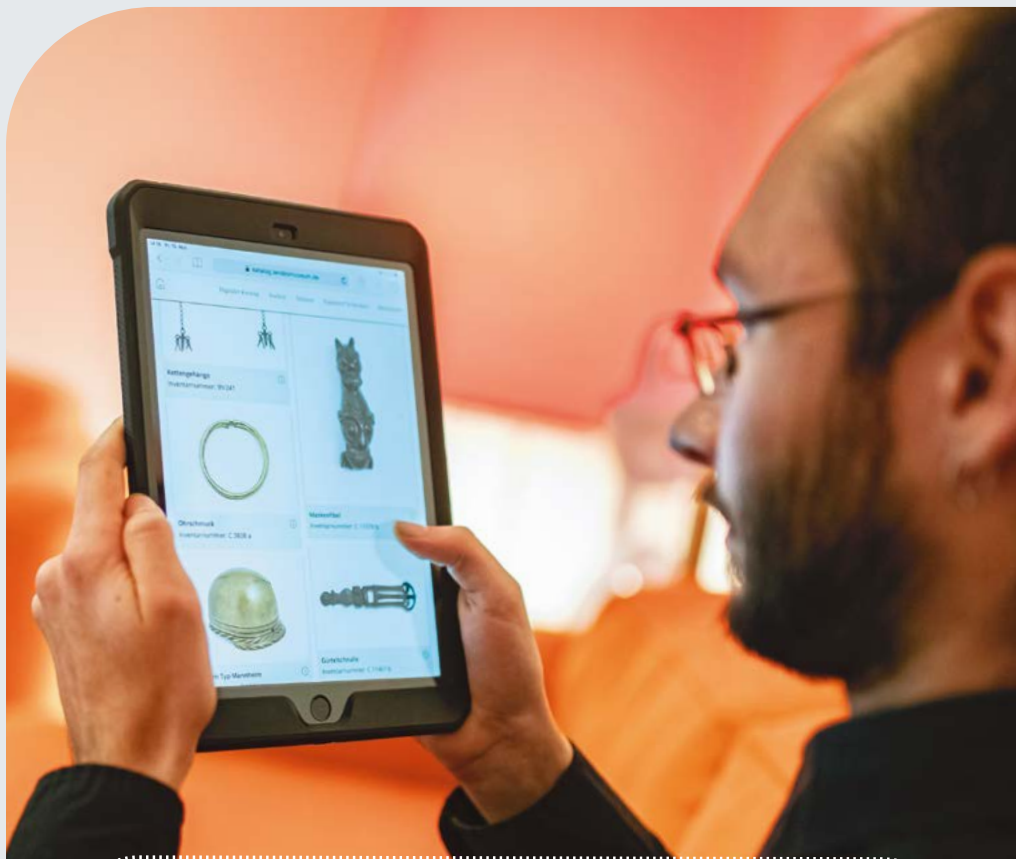
Драматургічно різноманітна послідовність виставки привертає увагу відвідувачів і сприяє розумінню та навчанню. З цією метою команда повинна враховувати тематично-пізнавальний, чуттєво-сприймальний та розважально-активізуючий рівні залучення.

▶ **архітектура та дизайн**

Фізична, тематична, сенсорна та емоційна доступність впливають на те, як аудиторія сприймає виставку. Важливим аспектом є також те, наскільки архітектура та дизайн виставки враховують потреби окремих відвідувачів та їхніх груп і пропонують їм тематичну та просторову орієнтацію.

▶ **медіа, активізуючі та залучаючі елементи**

Використання аналогових і цифрових медіа, а також активізуючих і залучаючих елементів тісно пов'язані зі змістом і цілями навчання. Розробка та впровадження медіа, медіадизайну та (інфо)графіки ґрунтується на результатах досліджень сприйняття та уваги.



До цифрових освітніх програм ми ставимо такі ж вимоги, як і до аналогових форматів, наприклад, з точки зору доступності та участі. Для нас цифрова культурна освіта є міждисциплінарним завданням і має бути частиною (цифрової) комплексної стратегії, яка нерозривно дотична до освітньої роботи музеїв із суспільством.

**Д-Р ФОЛЬКЕР МЕТЦҒЕР, РАДНИК З ПИТАНЬ ОСВІТИ, ТА СОФІЯ
ҐРЬОШКЕ, КУЛЬТУРНИЙ ПЕДАГОГ, ФОНД КЛАСИЧНОЇ ОСВІТИ,
ВЕЙМАР, НІМЕЧЧИНА**



Розробка виставкових концепцій: прикладі напрямків діяльності

НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ	ПРИКЛАДИ
Концепція наповнення	<ul style="list-style-type: none">▶ розробка основних положень та освітніх цілей▶ ієрархічно структурований зміст: полегшення швидкого орієнтування (наприклад, через ключові об'єкти, просторовий дизайн) та глибшого залучення (наприклад, через більш детальну інформацію, додатковий медіа контент)▶ педагогічні принципи (наприклад, дидактична редукція або структурування)
Драматургія	<ul style="list-style-type: none">▶ формулювання наративу▶ чергування тематичного обґрунтування та орієнтації з несподіванками та "ефектами еврики"▶ варіативність дизайну приміщення та освітлення▶ послідовність концентрації та розслаблення, активності та відпочинку
Архітектура та дизайн	<ul style="list-style-type: none">▶ емоційність та сенсорні стимули▶ широкий прохід (для груп та людей на візках)▶ розміщення об'єктів / текстів та видимість у скляних вітринах (для низькорослих і високих відвідувачів та людей на візках)▶ контрастність та розбірливість графіки▶ місця для сидіння, які також дозволяють відвідувачам оглядати об'єкти▶ правило двох відчуттів (наприклад: слух і зір, дотик і слух...)

НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ

ПРИКЛАДИ

Медіа, активізуючі та залучаючі елементи

- ▶ правила для виставкових текстів з урахуванням мови відвідувача
- ▶ визначення різних типів текстів та їхніх функцій (наприклад: тематичні та галерейні тексти, об'єктні тексти, цитати), класифіковані з точки зору інформаційної ієрархії
- ▶ розробка сценаріїв для активації та партисипативного контенту (наприклад: практичні елементи, медіа-станції, ігри)
- ▶ розширення обсягу досвіду (наприклад, додатки, які досліджують тему поза межами виставки)

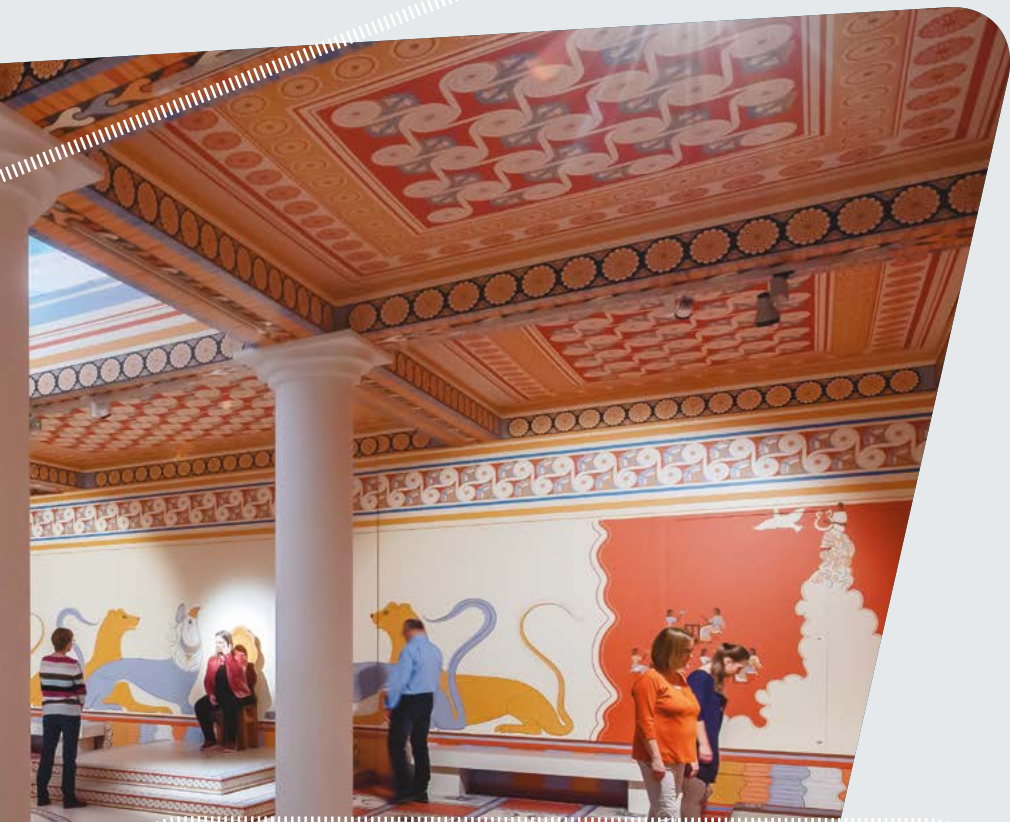


КЛЮЧОВІ ПИТАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ

- ▶ Як зв'язки з сьогоденням і повсякденним життям можна знайти в наших колекціях та об'єктах?
- ▶ У якій формі ми звертаємося до актуального суспільного дискурсу?
- ▶ Яких цілей ми сподіваємося досягти за допомогою нашої виставки?
- ▶ Як ми залучаємо аудиторію на етапі розробки наших програм?
- ▶ Як і якими методами ми робимо діяльність музею прозорою для нашої аудиторії?



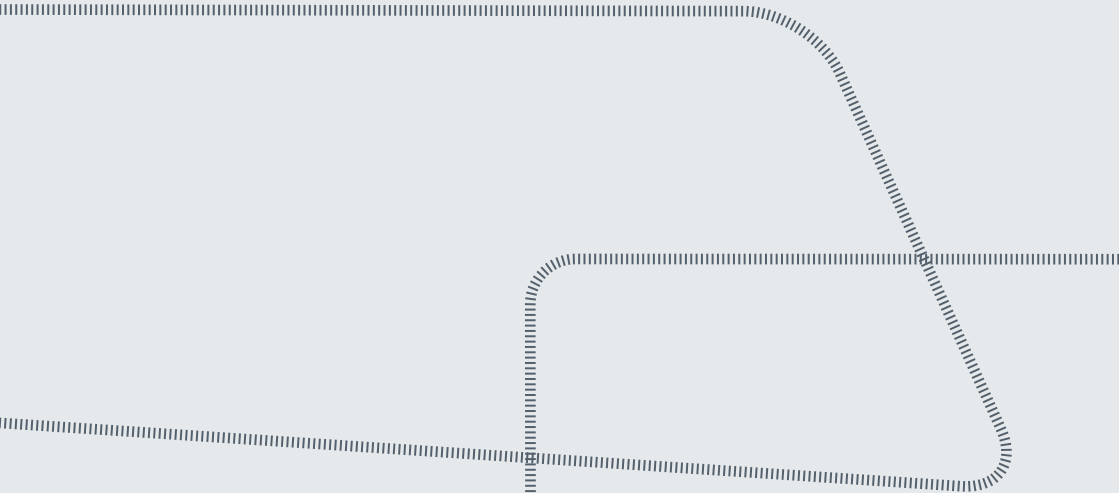




Висвітлення дискурсивного зв'язку між об'єктами та суспільством є одним із центральних завдань залучення громадськості в етнологічних музеях. Ми хочемо надати відвідувачам місце для саморефлексії та дискусії. Перформативний характер певних предметів у наших колекціях, наші розповіді та презентації, говорять нам більше про нас самих, ніж про "іншого".

ЛЕОНТІН МЕЙЄР-ВАН МЕНШ, ДИРЕКТОРКА, ТА САБІНА ВОЛЬФАРТ, ВІДПОВІДАЛЬНА ЗА ОСВІТУ ТА ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ, ЕТНОЛОГІЧНІ МУЗЕЇ В ЛЕЙПЦИГУ, ГЕРРЕНХУТІ ТА ДРЕЗДЕНІ, НІМЕЧЧИНА





РІЗНОПЛАНОВІ МЕТОДИ

ТА ФОРМАТИ.

ФОРМУВАННЯ ВЗАЄМОДІЇ

МІЖ ЛЮДЬМИ, ОБ'ЄКТАМИ

ТА НАПОВНЕННЯМ

РЕЗЮМЕ

Ключовим фактором успішної освіти та залучення громадськості є вибір та впровадження індивідуальних методів і форматів. Такий підхід допомагає виховувати та підтримувати обізнаність відвідувачів (і не відвідувачів) про музейні предмети, теми виставок і проблеми, пов'язані з музеєм. Тому, обираючи методи, ми рекомендуємо враховувати різноманітні інтереси, очікування, підходи та навички аудиторії. Вплив ще більше посилюється, коли відвідувачі можуть спиратися на власну позицію і ділитися враженнями, знаннями та матеріалами з музеєм. Формат, якого вони набувають, тобто чи відбуваються вони всередині або зовні музею, в аналоговій або цифровій формі, залежить від освітньої стратегії. Це, в свою чергу залежить від кадрових і фінансових ресурсів, які є в розпорядженні музею.

Першим кроком для команди є визначення актуальних тем і стратегій для освіти та залучення громадськості. Це передбачає аналіз як зовнішніх так і внутрішніх засадничих умов (наприклад, часових, кадрових і просторових ресурсів), визначення цільових груп і, на основі цього, розробку освітніх цілей.



Ці фактори впливають на те, які методи та формати обираються і як вони розробляються. Це вимагає певних знань про різні форми та теорії навчання, а також перелік методів і форматів. Існує можливість комбінувати методи і формати в модульній формі.

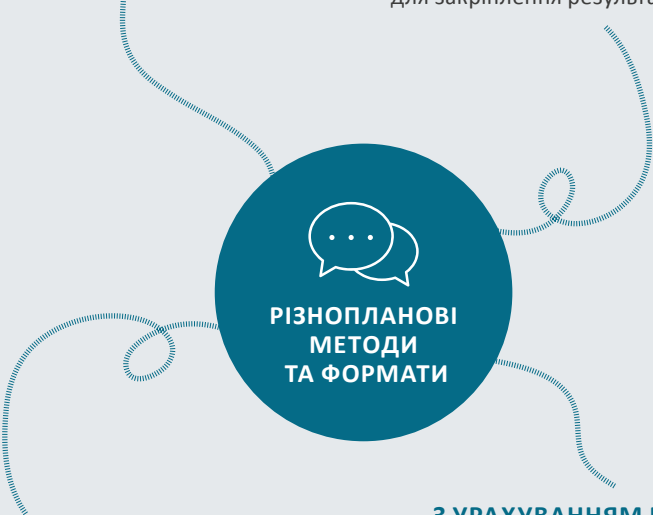
На які аспекти орієнтуватися при виборі методів і форматів?

ОСНОВНІ ЦІЛІ

розвага, веселощі та задоволення,
обмін та спілкування,
участь та залучення, активізація,
зустріч, критичне мислення,
передача знань тощо.

ВКЛЮЧЕННЯ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС

для підготовки / проведення /
для подальшого супроводу
відвідування музею,
як вступ / як вправу /
для закріплення результатів тощо.



РІЗНОПЛАНОВІ МЕТОДИ ТА ФОРМАТИ

СОЦІАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ

в групах, в команді, індивідуально,
орієнтовані на медіа або окремих
осіб тощо.

З УРАХУВАННЯМ РІЗНИХ СТИЛІВ НАВЧАННЯ

аудіальний, тактильний, моторний
комунікативний, візуальний тощо.

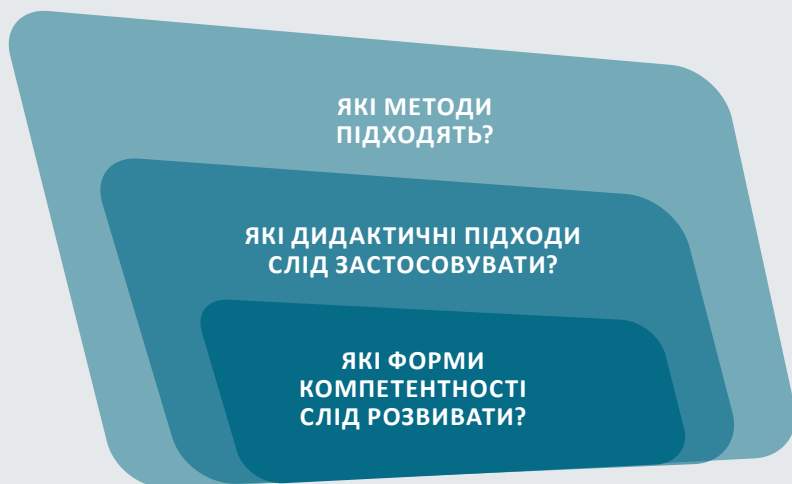


ПІДХОДИ ДО ОСВИТИ ТА ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ

Методи формують процес або, іншими словами, впливають на те, як програма або послуга пропонується. Значною мірою вони визначають реакцію учасників або користувачів на пропозицію у сприйнятливий, партисипативний, деконструюючий, заснований на досвіді чи орієнтований на розуміння спосіб. Формат визначає зовнішні параметри, такі як тривалість, цільова група та модель комунікації (наприклад: тур, воркшоп, проєктний день, річний проєкт тощо).

Підходи до навчання або ґрунтуються на дидактиці відповідної музейної предметної галузі, або ж розроблені як міждисциплінарні. Наприклад, нові перспективи можна висвітлити, застосовуючи театральньо-педагогічні методи у музеї просто неба, мовної освіти в музеї транспорту чи дискусійної серії на тему сталого розвитку в дизайнерській збірці. Крім того, конкретні методи та формати можуть підвищити прозорість роботи музею. Сенсорні та ігрові методи, як-от ігри, в освіті та роботі з громадськістю мають потенціал для залучення нових груп відвідувачів. Цифрова освіта та програми залучення громадськості, а також просвітницька діяльність є корисними інструментами для розширення сфери впливу музею.

Від визначення цілей до вибору методів - Модель, орієнтована на компетенції



Форми компетентності, дидактичні підходи, методи: приклади

ЯКІ ФОРМИ КОМПЕТЕНТНОСТІ СЛІД РОЗВИВАТИ?

- ▶ художньо-практична компетентність
- ▶ оцінювальна компетентність
- ▶ питальна компетентність
- ▶ мовна компетентність
- ▶ медіакомпетентність
- ▶ музейна компетентність
- ▶ орієнтаційна компетентність
- ▶ перцептивна компетентність
- ▶ особистісна компетентність
- ▶ соціальна компетентність
- ▶ технічна компетентність
- ▶ (транс-)культурна компетентність

ЯКІ ДИДАКТИЧНІ ПІДХОДИ СЛІД ЗАСТОСОВУВАТИ?

- ▶ орієнтований на діяльність
- ▶ асоціативний
- ▶ комунікативний
- ▶ діалоговий
- ▶ на основі відкриттів
- ▶ емоційний
- ▶ розважальний
- ▶ учасницький
- ▶ ігровий
- ▶ питальний
- ▶ рефлексивний
- ▶ репрезентативний
- ▶ дослідницький
- ▶ сенсорний

ЯКІ МЕТОДИ ПІДХОДЯТЬ (АНАЛОГОВІ ТА ЦИФРОВІ)?

- ▶ естетичні дослідження
- ▶ ланцюги асоціацій
- ▶ китайський кошик?
- ▶ порівняння, аналіз, інтерпретація
- ▶ дебатні формати
- ▶ малювання, ескізування, візуалізація
- ▶ експериментування
- ▶ експертні групи
- ▶ сфокусоване бачення
- ▶ ігри, головоломки
- ▶ інтерпретація зображень, графічний диктант
- ▶ інтерв'ю
- ▶ інформаційні листки про об'єкти
- ▶ фотографування, створення фільмів
- ▶ інсценізація або оживлення сцен



DER HERR MIT DEM SCHNAUZBART IST **HEINRICH SCHLIMM**.
ER LIEBTE DIE SAGEN VON HOMER UND GLAUBTE, DASS IN DIESEN GESCHICHTEN
MUSSEN. ALSO MACHTE ER SICH AUF NACH **MYKENE** UND SUCHTE NACH DEN HELLEN
DABEI ENTDECKTE ER GRÄBER MIT VIELEN GOLDENEN BEIGABEN. DAS WAREN
GEDACHT HATTE, ABER FÜR DIE FORSCHUNG TROTZDEM VON GROßER BEI





Усі в моїй родині - чоловік, син, який є зятим читачем, його грайливий молодший брат і сестра, яка ненавидить музеї, всі ми отримали масу задоволення і були дуже зацікавлені виставкою. Кожен з нас міг розглядати об'єкти у власному ритмі, виходячи зі своїх особистих інтересів, а також гратися, слухати, дивитися і т.д. і т.п. – чудово!

ВІДВІДУВАЧКА ВИСТАВКИ "ПРОСТО КРАДІЖКА? ХИМЕРНІ ШЛЯХИ ПІЗНАННЯ", 2019. LWL-ІНДУСТРІАЛЬНИЙ МУЗЕЙ. ВЕСТФАЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ МУЗЕЙ ІНДУСТРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ, КОПАЛЬНЯ "ЦОЛЛЕРН", ДОРТМУНД, НІМЕЧЧИНА



ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНА ТА МЕДІА-ОСВІТА

Сила особистісно-орієнтованої освіти полягає в її здатності діяти і реагувати на ситуацію, що склалася. Вона сприяє безпосередньому спілкуванню між відвідувачами та музеєм. Вона збагачує досвід відвідувачів і безпосередньо спирається на компетентність відвідувачів. Якість особистісно-орієнтованої освіти по суті полягає в комунікативних навичках та предметних знаннях відповідних співробітників. У таких випадках співробітники застосовують монологічні, діалогічні, модераторські, орієнтовані на дію та залучення форми навчання.

З іншого боку, медіа-освіта пропонує доступ, який аудиторія може використовувати індивідуально та миттєво. Це викликає первинний інтерес і/або запрошує користувача до більш глибокого вивчення. Вона може задовольнити різноманітні потреби, запропонувати спрямованість та надавати широкі можливості для участі. На відміну від персональної освіти, медіа-послуги, як в аналоговій, так і в цифровій формі, зазвичай характеризуються заздалегідь визначеною концепцією, коли взаємодія на місці неможлива. Тому їхня якість сильно залежить від того, наскільки детально розроблені сценарії передбачуваного використання. Отже, випробування та аналізування відіграють центральну роль у розвитку освіти на основі медіа.



КЛЮЧОВІ ПИТАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ

- ▶ Які критерії ми використовуємо для розробки та застосування наших методів? Як ми можемо взаємодіяти з відвідувачами як на місці, так і орієнтуючись на їхні потреби?
- ▶ Як наші медіа та матеріали можуть запропонувати відвідувачам більш різноманітні засоби доступу?
- ▶ Як ми можемо розробити наші програми, щоб зробити їх більш доступними та інклюзивними?
- ▶ Які форми доступу ми пропонуємо в цифровій сфері?
- ▶ Які формати можуть охопити раніше недосяжні цільові групи?

Приклади особистісно- та медіа-орієнтованих освітніх форматів

ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНА ОСВІТА

У МУЗЕЇ

використання гідів / живих лекторів / пояснювачі, відкриті майстер-класи, демонстрації, екскурсії (також взаємні та тандемні екскурсії), воркшопи на виставках, заходи після роботи

НЕСПЕЦИФІЧНІ ДЛЯ МУЗЕЮ ФОРМАТИ, ПОЗА МЕЖАМИ МУЗЕЮ

візні формати, музейні автобуси, участь у заходах, організованих партнерами, прогулянки містом

інстапрогулянки, пропозиції змішаного навчання, зустрічі під наглядом, проектні дні / тижні, святкові програми, симуляційні ігри, інтерактивні вебінари, оповідні кав'ярні

У МУЗЕЇ

тексти, практичні вправи, ігри, медіа пункти / медіа-інсталяції з фото / відео / аудіо, доповнена реальність, віртуальна реальність, супровідні буклети, картки активності, вікторини, музейні коробки / рюкзаки, екскурсійні кошики, аудіо- та мультимедійні путівники для виставок, ігрові додатки

НЕСПЕЦИФІЧНІ ДЛЯ МУЗЕЮ ФОРМАТИ, ПОЗА МЕЖАМИ МУЗЕЮ

музейні матеріали для позичання, пересувні виставки, цифрові навчальні ігри, навчальні посібники, блоги, в соціальних мережах, подкасти

МЕДІА-ОСВІТА (АНАЛОГОВА ТА ЦИФРОВА)







Освіта - це мова музеїв. Готуючись до повторного відкриття музею Лінденау у 2024 році, ми переосмислюємо всі наші формати та їхні численні форми. Ми були так вражені успіхом успіхом нашої першої дитячої музейної ночі і ми змогли привітати стільки нових відвідувачів у нашому музеї, що ми, безумовно, розглядаємо можливість розширення цього формату.

ЖАКЛІН ГЛЮК, ХУДОЖНЯ ОСВІТА / СТУДІЯ ВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА, МУЗЕЙ ЛІНДЕНАУ, АЛЬТЕНБУРГ, НІМЕЧЧИНА



**МЕРЕЖЕВА СПІВПРАЦЯ.
ШУКАЄМО ПАРТНЕРІВ ТА
ПРАЦЮЄМО РАЗОМ**

Мережування та співпраця є важливими факторами для успішної освіти та залучення громадськості. Партнерство здебільшого передбачає співпрацю над конкретними завданнями та проєктами, тоді як метою нетворкінгу є обмін знаннями та вивчення досвіду інших у довгостроковій перспективі. Обидві форми співпраці слугують для покращення видимості музею і дають йому змогу взяти на себе відповідальність перед суспільством. Коли музеї розглядають себе як навчальні заклади, вони можуть охопити нові групи відвідувачів і отримати доступ до нових перспектив. Важливою передумовою для співпраці та мережування є ставлення до членів і партнерів з повагою та як до рівних.

Освітня робота та робота із залучення громадськості виграє від співпраці з різними партнерами. Крім того, такі мережі та партнерства надають важливі імпульси для інших відділів музею, наприклад, преси та зв'язків з громадськістю, маркетингу та виставкової / фондової діяльності.

Основними цілями мережевої співпраці та партнерства є:

► **більше охоплення та доступність:**

Музеям не завжди легко доступатися до потенційних відвідувачів і розширити коло своїх користувачів. З цього огляду може бути корисним консультування або об'єднання зусиль з партнерами та ключовими працівниками, такими як соціальні працівники, вчителі та геріатричні лікарі.

► **більше компетенцій:**

Мережева співпраця надає працівникам сфери освіти та залучення громадськості можливість скористатися зовнішнім досвідом, генерувати знання й ділитися ними із зовнішніми партнерами та експертами.

► **більше ресурсів:**

У партнерстві музеї може ділитися ресурсами зі своїми партнерами, наприклад, персоналом, ноу-хау, приміщеннями, матеріалами та медіа, а також розділяти виникаючі витрати. Таким чином, співпраця має синергетичний ефект, який приносить користь обом сторонам.

► **більше актуальності:**

Мережева освіта та залучення громадськості можуть збільшити своє охоплення та вплив у суспільстві. Створення мереж формує альянси та підвищує видимість їхньої діяльності. Це не лише посилює роль освіти та громадської активності загалом, але й утворює становище всього музею.

Музей може стати приймаючою стороною, платформою для створення мереж та обміну досвідом. А коли він співпрацює з партнерами на зовнішніх майданчиках, можна досягти ще більшого охоплення.

РАМКОВІ УМОВИ

Наступні фактори сприяють тому, щоб зробити співпрацю вигідною для обох сторін:

► **підтримка довгострокових контактів:**

Для зміцнення взаємної довіри необхідна регулярна і тривала комунікація з партнерами. Для цього потрібні контактні особи з обох сторін, яким надається достатньо часу для вироблення чітких і взаємно визначених цілей.

► **розпізнавання сильних і слабких сторін:**

Перш ніж звертатися до потенційних партнерів, слід усвідомити свої сильні та слабкі сторони. Це можна зробити, провівши аналіз сильних і слабких сторін який також враховує ризики та шанси можливого партнерства. Це гарантує, що партнери "добре підходять" для досягнення власних цілей або відповідного проєкту.

► **відкритість і здатність критикувати та сприймати критику:**

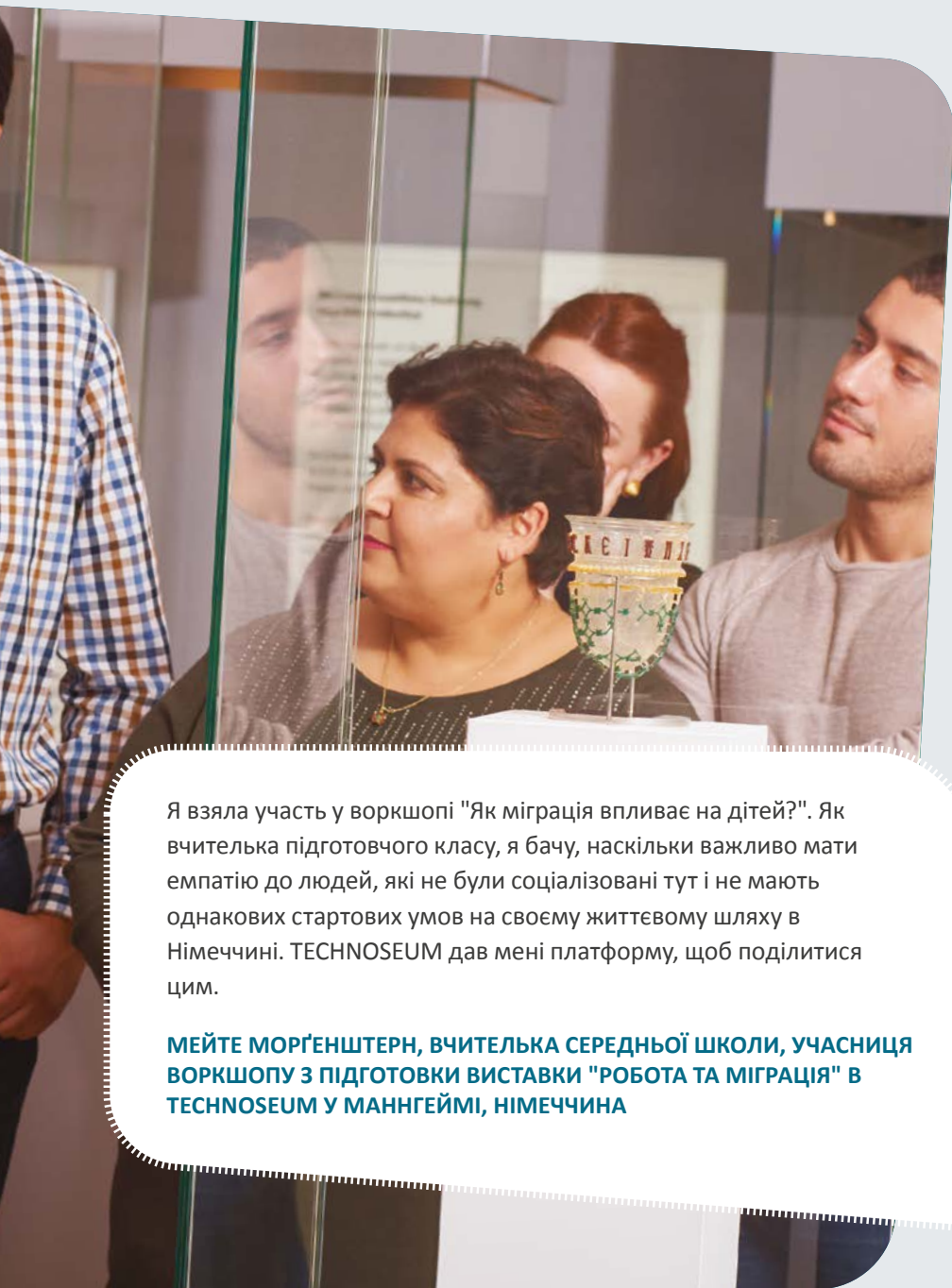
Успішна співпраця вимагає, щоб усі сторони були щиро зацікавлені в інших та їхньому досвіді. Співпраця має найбільшу цінність, якщо всі учасники готові займатися самоаналізом, сприяти прозорості та шукати нові напрямки.

► **додана вартість для всіх учасників:**

Партнерства працюють добре, якщо учасники можуть чітко визначити і донести до інших додану вартість їхньої спільної співпраці для власної установи.







Я взяла участь у воркшопі "Як міграція впливає на дітей?". Як вчителька підготовчого класу, я бачу, наскільки важливо мати емпатію до людей, які не були соціалізовані тут і не мають однакових стартових умов на своєму життєвому шляху в Німеччині. TECHNOSEUM дав мені платформу, щоб поділитися цим.

**МЕЙТЕ МОРГЕНШТЕРН, ВЧИТЕЛЬКА СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ, УЧАСНИЦЯ
ВОРКШОПУ З ПІДГОТОВКИ ВИСТАВКИ "РОБОТА ТА МІГРАЦІЯ" В
TECHNOSEUM У МАННГЕЙМІ, НІМЕЧЧИНА**



ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ

Освіта та залучення громадськості можуть відбуватися в рамках більш чітко визначених партнерств або в неформальних мережах, залежно від відповідних цілей. Іншими словами, співпраця може відбуватися з окремими особами, групами, організаціями. Іншими словами, співпраця може відбуватися з окремими особами, групами, організаціями, асоціаціями або іншими установами. Партнерства, засновані на співпраці, характеризуються чітко визначеними угодами або контрактами, в яких відповідні партнери визначають свої конкретні завдання, ролі та обов'язки. Ці угоди надають партнерству більш зобов'язуючий характер. Неформальні партнерства або мережі є гнучкішими та відкритішими при порівнянні та не обов'язково підкріплені письмовими угодами. Співробітники відділу освіти та взаємодії з громадськістю підтримують контакти з регіональними, національними та міжнародними колегами та іншими зацікавленими сторонами, а також самі виступають важливими агентами у програмах фінансування культурно-освітньої діяльності.



КЛЮЧОВІ ПИТАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ

- ▶ Яким чином ми виконуємо свою суспільну відповідальність як державна установа за допомогою партнерства?
- ▶ Що для нас означає партнерство? Що воно означає для нашого(их) партнера(ів)?
- ▶ Хто яку роль відіграє в партнерстві і хто несе відповідальність за які завдання?
- ▶ Як організовані комунікаційні структури?
- ▶ Як ми забезпечуємо, щоб усі учасники були обізнані з уявленнями про себе та характеристиками їхніх відповідних партнерів?

Створення мережевих зв'язків: Приклади для партнерів по співпраці

AREA	EXAMPLES
Культура	▶ музеї, архіви, бібліотеки, театри, оркестри, соціокультурні організації, культурні медіа
Освіта	▶ дитячі садки, школи, центри освіти для дорослих та інші навчальні заклади, провайдери цифрових освітніх платформи та професійні навчальні семінари
Соціальна робота	▶ консультаційні центри, групи самопомогі, дитячі та молодіжні центри, асоціації інвалідів, будинки для людей похилого віку, ключові працівники
Творча діяльність	▶ творчі майстерні, цифрові мистецькі платформи, митці
Наука та дослідження	▶ університети та інститути
Бізнес	▶ місцеві, національні та міжнародні компанії та постачальники послуг
Муніципальні та селищні організації	▶ асоціації, громадські ініціативи, мігрантські організації, сусідські згуродження
Рекреаційні заклади	▶ парки відпочинку, громадські басейни, кінотеатри, звіринці
Асоціації	▶ регіональні та національні організації музеїв та/або музейної освіти, Міжнародна рада музеїв (ICOM - International Council of Museums) з Міжнародним комітетом з освіти і культурної діяльності (CECA - Committee for Education and Cultural Action), асоціації культурного навчання та освіти, Мережа європейських музейних організацій (NEMO - Network of European Museum Organisations) з Робочою групою LEM (the Learning Museum)



Plattform

Gestalten Umeiden

Plattform-Design-Beispiele-Show





Довгострокові партнерства зміцнюють імідж музею як місця зустрічі. Для того, щоб виконувати наші освітні обов'язки, ми активно шукаємо партнерів у нашому регіоні. Щоб забезпечити хорошу співпрацю із зовнішніми групами, нам потрібен простір і час для взаємодії, повнішого права голосу та саморепрезентації.

КРИСТІН ВАН ГААРЕН, КЕРІВНИК ВІДДІЛУ ОСВІТИ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОСВІТНИЦЬКОЇ РОБОТИ, БЕРЛІНСЬКА ГАЛЕРЕЯ, БЕРЛІН, НІМЕЧЧИНА



Мережева співпраця: Приклади спільних проєктів

	НАВЧАЛЬНІ ЗАКЛАДИ	СОЦІАЛЬНА РОБОТА
Мета	▶ оптимізувати відвідування музею шкільними групами	▶ створити аудіогід для незрячих або з вадами зору
Партнери	▶ вчителі	▶ місцеве / регіональне об'єднання для незрячих та слабоворих
Формат	▶ робоча група	▶ проєкт
Результат	▶ дидактичні матеріали з посиланнями на навчальні програми, концепція кадрових освітніх заходів, спільні проєкти, семінари з підвищення кваліфікації для вчителів та тренерів	▶ аудіогід з аудіоописом, протестований на цільовій групі
Додана вартість для музею	▶ довірчі відносини між викладацьким складом та музейною командою, орієнтовані на потреби програми	▶ музей знайомиться з потребами відвідувачів, може запропонувати конкретні заходи пристосовані до цільової групи та використати отриманий досвід для майбутніх проєктів
Додана вартість для партнерів	▶ відвідування музею, пристосоване до вказівок вчителя, зменшує навантаження на вчителя	▶ об'єднання для незрячих та слабоворих людей підтримує своїх членів, дає можливість учасникам брати участь у привабливому відвідуванні музею, а також посилює його актуальність

КУЛЬТУРНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

▶ залучити нових відвідувачів

▶ місцевий / регіональний театр і театральне об'єднання

▶ спочатку інтенсивна проектна робота, потім регулярні спільні заходи

▶ музейні екскурсії з акторами

▶ музей вивчає театральні педагогічні методи і може інтегрувати їх в інші освітні програми, охопити нові цільові групи

▶ театр отримує нове приміщення (музей) та доступ до нової аудиторії

ВІДПОЧИНКОВІ ЗАКЛАДИ

▶ розробити додаток для знайомства з містом

▶ дитячий та молодіжний центр

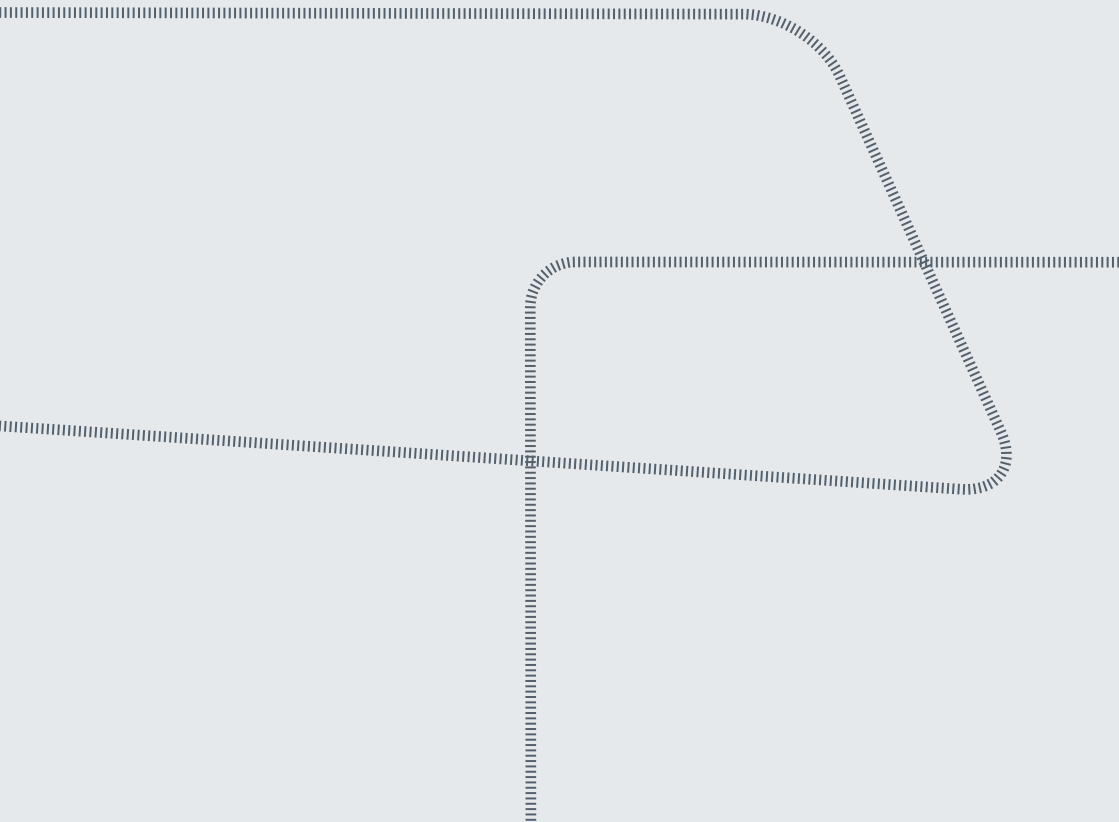
▶ проектна робота з молоддю, наприклад майстер-класи під час канікул або робоча група

▶ ігрове / інтерактивне знайомство з містом

▶ музей знайомиться з поглядами молодих людей; допомагає залучити нові цільові групи

▶ розширює охоплення нових культурних локацій, доповнює власну програму





ПРОЦЕСУАЛЬНІСТЬ.
ПОСТІЙНА РЕФЛЕКСІЯ ТА
ПОДАЛЬШИЙ РОЗВИТОК

РЕЗЮМЕ

Важливим фактором успішної освіти та залучення громадськості є готовність постійно аналізувати свої позиції, цілі та стратегії. Вони є особливо стійкими, якщо вся команда музею дотримується їх, спільно розвиває їх і дозволяє аудиторії брати безпосередню участь у їхньому формулюванні. Таким чином, увесь музей конструктивно вирішує виклики і питання, що стоять перед ним, наприклад, соціальні зміни. Такий процесуальний підхід зачіпає цінності та позиції, структури та організаційні форми інституції, а також орієнтується на очікування, потреби та побажання різноманітної аудиторії.

Для перетворення музею на навчальну інституцію необхідна робота, орієнтована на процес. Це вимагає фундаментального ставлення до співпраці, а також відкритої та прозорої культури комунікації. Останнє передбачає можливість відкрито обговорювати успіхи та невдачі. З цією метою музей повинен створити відповідні структури, наприклад, чітко визначені шляхи комунікації, схеми зустрічей та управління знаннями. Робота з освіти та залучення громадськості розвивається особливо стійко, якщо вона підготовлена прийняти аудиторію в усій її складності та відкрити себе для можливостей цифрової культури. Така робота, орієнтована назовні, завжди породжує внутрішні зміни в музеї. Для (подальшого) розвитку та постійного закріплення відповідних сфер компетенції, важливо регулярно пропонувати семінари з підвищення кваліфікації та професійної підготовки.



Ми хочемо, щоб музей став майданчиком для дискусій. Місцем, де можна голосно говорити і вести розмову. Я можу уявити музей як місце зустрічі, де ми хотіли б зустрітися з нашими друзями. Як молоді люди, ми хочемо, щоб до нас ставилися серйозно, як і до всіх інших відвідувачів.

НИНА МОНКАДДАМ ТА ЕЛА СУ ЕМРЕ, УЧАСНИЦІ МОЛОДІЖНОЇ ЛАБОРАТОРІЇ БЕРЛІН, LAV.VODE, ДЕРЖАВНИЙ МУЗЕЙ БЕРЛІНА, НІМЕЧЧИНА



Процесуальна робота

БАЗОВА ПОЗИЦІЯ МУЗЕЮ

Фокус на

- ▶ аудиторію
- ▶ соціальні зміни
- ▶ наукові результати

Прагнемо до

- ▶ прозорості
- ▶ постійного розвитку
- ▶ саморефлексії
- ▶ управління змінами та процесами

РАМКОВІ УМОВИ

- ▶ місія та позиція музею
- ▶ зміст і завдання музею
- ▶ вимоги постачальника фінансування
- ▶ інтереси зацікавлених сторін
- ▶ цінності, норми, закони



**ОСВІТА
ТА ЗАЛУЧЕННЯ
ГРОМАДСЬКОСТІ
У МУЗЕЇ**

**сформулювати освітні цілі
та визначити пріоритети**

розробити стратегії

**обрати інструменти/формати, створити робочі
структури, визначити учасників
(внутрішніх і зовнішніх)**

задокументувати та оцінити заходи

музей як навчальна інституція

- ▶ підвищувати кваліфікацію персоналу
- ▶ розвивати кращі практики та вчитися на помилках



ВИЗНАЧЕННЯ ЗАВДАНЬ ОСВІТИ ТА РОБОТИ ІЗ ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ

Створення моделі або освітньої концепції надає орієнтири для розробки реалістичних та здійснених завдань, а також забезпечення сталості. На початку потрібно лише визначити найважливіші ключові моменти, які надалі розвиватимуться малими кроками. Робота з освіти та залучення громадськості розробляє свої завдання у координації та співпраці з музейним керівництвом та працівниками. Чим чіткіше і точніше сформульовані ці завдання, тим легше визначати пріоритети, переглядати і коригувати їх за потреби. Вони допомагають музею вирішити, які заходи слід реалізувати з безлічі можливих. Це може бути, наприклад, охоплення нових цільових груп або спрямування знань аудиторії до музею.

Наступні аспекти відіграють важливу роль у визначенні цих завдань:

- ▶ орієнтація на аудиторію на індивідуальному та соціальному рівні (напр., щодо актуальності, набуття навичок, розширення можливостей, участі)
- ▶ масштаб і спрямованість музею (науково-дослідний музей, технологічний музей, регіональний музей і т.д.), його місія (згідно з відповідним законом про створення, декретом про заснування тощо) та регіональна прив'язка
- ▶ профіль його колекцій та виставок з точки зору наукової або суспільної актуальності
- ▶ ресурси (напр., кадрові, фінансові та просторові).



Для забезпечення більшої стійкості освітні цілі зосереджуються не стільки на кількісних критеріях, як-от збільшення кількості відвідувачів, скільки на якісних критеріях, наприклад, диверсифікація аудиторії. Важливі імпульси можуть також надходити ззовні музею, наприклад, через:

- ▶ суспільний дискурс, виклики та тенденції
- ▶ рішення та вимоги, прийняті/висловлені політиками
- ▶ очікування та вимоги донорів, що надають фінансування
- ▶ побажання та реакції зацікавлених сторін, спонсорів та асоціацій підтримки
- ▶ очікування та потреби аудиторії

Грунтовні знання про культурну та освітню політику і можливості фінансування, які також включають такі ключові теми, як оцифрування та демократизація, відіграють важливу роль у розробці ефективних стратегій. Це включає в себе знання щодо:

- ▶ навчальних та освітніх планів, що діють у дитячих садках та школах
- ▶ муніципальних та регіональних планів розвитку культури
- ▶ відповідних державних і регіональних засад майбутньої культурної та освітньої політики
- ▶ керівних принципів або угод на муніципальному, регіональному, національному та міжнародному рівнях (наприклад, Порядок денний сталого розвитку ООН до 2030-го року та Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю 2008-го року)
- ▶ програми фінансування.



РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ ТА ІНСТРУМЕНТІВ

Наступним кроком є визначення основних шляхів досягнення цих цілей. Обрана стратегія визначає інструменти, формати, методи та партнерів, які будуть задіяні, а також сфери відповідальності, робочі структури та процедури. Цей крок вимагає готовності та сміливості випробувати нові підходи та йти нетрадиційними шляхами. Часто можна навчитися більше, аналізуючи свої помилки, ніж свої успіхи.

Перед початком конкретної фази впровадження слід ретельно проаналізувати вплив розроблених стратегій порозуміння, не в останню чергу з огляду на відповідальність перед аудиторією - чи відповідають стратегії та інструменти поставленим цілям? Якщо процес ще не був учасницьким, тобто не передбачав участі фокус-груп, то на цьому етапі було б добре провести зустрічі з (потенційними) відвідувачами, активістами та/або експертами щодо придатності заходів.

ДОКУМЕНТУВАННЯ, ОЦІНЮВАННЯ, ВПРОВАДЖЕННЯ

Ми рекомендуємо документувати окремі кроки під час реалізації проектів, програм та процесів. Це забезпечує більшу прозорість і створює основу для рефлексії.

Ключова інформація включає в себе:

- ▶ концепція та зміст
- ▶ комунікаційні структури
- ▶ орієнтація на аудиторію
- ▶ розподіл ресурсів
- ▶ методи та формати
- ▶ результати







Навіть під час виконання процесуальної роботи, якість має бути важливою. Це стосується організації кураторства (для гармонізації різномірних гетерогенних елементів), культурного форматування (для успішної міжособистісної зустрічі), а також критичного осмислення своїх дій та утвердження своєї ролі.

**КЕННЕТ АНДЕРС, ДИРЕКТОР, МУЗЕЙ ALTRANFT В ОДЕРБРУХУ –
ВОРКШОП З СІЛЬСЬКОЇ КУЛЬТУРИ, НІМЕЧЧИНА**



Критичний аналіз або оцінка цієї інформації створює основу для забезпечення якості та розвитку. Менш ефективна робота з освітніми та залучення громадськості вдосконалюється або припиняється, а успішна - розвивається далі. Звісно за умови, що результати оцінювання впроваджуються. У процесі оцінювання співробітники повинні розглянути, на яких рівнях має бути зосереджена їхня діяльність, і чи будуть інструменти, стратегії, освітні цілі або базовий підхід музею потребувати переоцінки чи посилення.



КЛЮЧОВІ ПИТАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ

- ▶ Як ми заохочуємо постійну готовність до змін і формуємо відкриті процеси в нашій команді?
- ▶ Як ми створюємо і просуваємо відкриту комунікацію в нашому музеї та робоче середовище, де допускаються помилки і невдачі?
- ▶ Чи наші стратегії та інструменти підходять для досягнення бажаної цілі (цілей)?
- ▶ Чи запропоновані цілі є здійсненними, чи їх потрібно переосмислити? Які цілі не підлягають обговоренню?
- ▶ У якій формі ми інтегруємо результати наших оцінок та зворотного зв'язку в поточний процес та інші плани?

Freiraum

Bewegen · Spielen · Reflektieren

Freiraum Space: Move-Play-Reflect



Як публічні місця, музеї більше не повинні мати права вирішувати чи хочуть вони досліджувати такі теми, як розмаїття чи дискримінація. Це має бути обов'язковим для всіх відділів. Кожен музей повинен мати можливість представити план, наприклад, пояснюючи, як він працює над цим, а я повинна мати змогу розпізнати його, впродовж мого візиту до музею.

МІРІАМ КАМАРА, ВІДВІДУВАЧКА ТА ОРГАНІЗАЦІЙНА РОЗРОБНИЦЯ, НІМЕЧЧИНА



Процесуальність: Практичні приклади

Мета

- ▶ залучити дорослих не відвідувачів
- ▶ висвітлити міграцію як актуальну проблему

Стратегія

- ▶ посилити характеристику події
- ▶ створювати нові, несподівані погляди на об'єкти

Формат

- ▶ вікторина в барі
- ▶ втручання в існуючу експозицію

Документування


- ▶ кількість відвідувачів та параметри
- ▶ кількість відвідувачів та тривалість часу впродовж якого вони були залучені до втручань

Оцінювання

- ▶ форми зворотного зв'язку, опитування
- ▶ учасницьке спостереження, опитування, картки зворотного зв'язку

Висновки та наслідки

- ▶ а) Формат був успішним: Що спрацювало добре, а що можна покращити?
Як можна використати успішні методи в інших програмах?
- ▶ б) Формат був посереднім: які фактори можна змінити (тривалість, методи, дата, витрати, реклама)? Проведіть повторне оцінювання.

- 
- ▶ інтенсифікувати цифрову освіту
 - ▶ створювати заходи, орієнтовані на цільові групи
 - ▶ серйозна гра на сайті
 - ▶ кількість користувачів та тривалість гри
 - ▶ онлайн-анкета
- ▶ сприяти історичному розумінню
 - ▶ пов'язати наукову роботу з реаліями життєвого середовища відвідувачів
 - ▶ шкільний проект з мистецьким навчанням через дослідження
 - ▶ портфоліо учасників та фотодокументація
 - ▶ опитувальник

- ▶ в) Формат був (здебільшого) невдалим: Які фактори були головними причинами відсутності успіху? Якщо необхідно, оберіть новий інструмент або розробіть нову стратегію.

Кінцевий наслідок: Якщо захід випереджає наявні ресурси, необхідно переоцінити або перевизначити мету. Визначте, які цілі не підлягають обговоренню.





ЛІТЕРАТУРА ТА ПОКЛИКАННЯ

ОСВІТА ТА ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ В МУЗЕЇ

- ▶ Black, Graham (2021). *Museums and the Challenge of Change*, London: Routledge.
- ▶ German Museums Association and NEMO - The Network of European Museum Organisations (Ed.): *EU-Presidency Trio Conference: Museums and Social Responsibility — Values Revisited*, Berlin 2020. Доступно онлайн на www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/Publications/Publication_EU_Presidency_Trio_Conference_December_2020.pdf [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Mörsch, Carmen; Sachs, Angeli & Sieber, Thomas (Eds.): *Contemporary Curating and Museum Education*. Bielefeld, Germany: Transcript, 2017.
- ▶ King, Brad & Lord, Barry (Eds.): *The Manual of Museum Learning*. 2nd edition, Lanham, Maryland (USA): Rowman & Littlefield, 2015.
- ▶ Museums, Libraries and Archives Council (MLA) (Ed): *Generic Learning Outcomes*, London 2008. Доступно онлайн на www.museumoflondon.org.uk/application/files/6014/5624/7481/generic-learning-outcomes-chart.pdf [доступ: 22.02.2023].
- ▶ American Association of Museums, Standing Professional Committee on Education (EdCom): *Excellence in Practice: Museum Education Principles and Standards*, Washington DC, 2005. Доступно онлайн на www.aam-us.org/wp-content/uploads/2022/03/Excellence-in-Practice.pdf [доступ: 17 Dec. 2022].
- ▶ Taylor & Francis online (Ed.): *Journal of Museum Education*, London. Доступно онлайн на www.tandfonline.com/journals/rjme20 [доступ: 22.02.2023].
- ▶ University of Leicester, Research Centre for Museums and Galleries (RCMG), www.le.ac.uk/rcmg/publications [доступ: 22.02.2023].

ОРІЄНТАЦІЯ НА АУДИТОРІЮ.

РОБОТА ДЛЯ ТА З РІЗНОМАНІТНОЮ АУДИТОРІЄЮ

- ▶ Kadoyama, Margaret (2018). *Museums Involving Communities: Authentic Connections*, London: Taylor and Francis.
- ▶ Museums Association (Ed.): *Valuing Diversity. The case for inclusive Museums.*, London 2016. Доступно онлайн на www.museumsassociation.org/app/uploads/2020/06/27072016-diversity-report1.pdf [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Falk, John H., and Dierking, Lynn D. (2016). *The Museum Experience Revisited*, London: Routledge.
- ▶ Veverka, John A. (2015). *Interpretive master planning. Strategies for the new millennium, philosophy, theory and practice*. Edinburgh: MuseumsEtc Ltd.
- ▶ NEMO - The Network of European Museum Organisations - LEM Working Group (Ed.): *Learning in Museums and Young People*, Berlin 2015. Доступно онлайн на www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/Publications/Museums_and_Young_People_DelGaudioNEMO_LEMWG_study_2015.pdf [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Simon, Nina. *The Participatory Museum. Santa Cruz: Museum 2.0*, 2010. Доступно онлайн на www.participatorymuseum.org [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Gibbs, Kirsten; Sani, Margherita; et al. (Eds.): *Lifelong Learning in Museums. A European Handbook*, Ferrara (Italy) 2007. Доступно онлайн на www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/topics/Learning/LifelongLearninginMuseums.pdf [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Museums Association, *Campaign for learning an Engagament*. Доступно онлайн на www.museumsassociation.org/campaigns/learning-and-engagement [доступ: 22.02.2023].

ОБ'ЄКТНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД. РОБОТА З КОЛЕКЦІЯМИ ТА ВИСТАВКАМИ

- ▶ Higginbotham, Colleen (2022). *Creating Great Visitor Experiences. A Guide for Museum Professionals* (American Alliance of Museums). Lanham, Boulder, New York, London: Rowman & Littlefield.
- ▶ Porter, Jason L & Cunningham, Mary Kay (2022). *Museum Education for Today's Audiences: Meeting Expectations with New Models* (American Alliance of Museums). Lanham, Boulder, New York, London: Rowman & Littlefield.
- ▶ Piacente, Maria (Ed.): *Manual of Museum Exhibitions*, 3rd Edition, Lanham, Maryland (USA): Rowman & Littlefield, 2022.
- ▶ Walhimer, Mark (2022). *Designing Museum Experiences*. Lanham, Boulder, New York, London: Rowman & Littlefield.
- ▶ NEMO - The Network of European Museum Organisations - LEM Working Group (Ed.): *Is Learning Better Without Objects?*, Berlin 2020. Доступно онлайн на www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/Publications/WG_LEM-Learning_without_objects_Benedetta_Tiana_04.2020.pdf [доступ: 22.02.2023].
- ▶ The Museum of Barnstaple & North Devon (Ed.): *Wonderful Things: learning with museum objects*, Barnstaple (UK) 2010. Доступно онлайн на www.sharemuseumseast.org.uk/wp-content/uploads/2018/07/Learning-With-Museum-Objects.pdf [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Arts Council England, *Digital Culture Charter*. Доступно онлайн на www.digitalculturecompass.org.uk/charter [доступ: 22.02.2023].

РІЗНОПЛАНОВІ МЕТОДИ ТА ФОРМАТИ. ФОРМУВАННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ ЛЮДЬМИ, ОБ'ЄКТАМИ ТА НАПОВНЕННЯМ

- ▶ NEMO - The Network of European Museum Organisations - LEM Working Group (Ed.): Emotions and learning in Museums, Berlin 2021.
Доступно онлайн на www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/Publications/NEMO_Emotions_and_Learning_in_Museums_WG-LEM_02.2021.pdf
[доступ: 22.02.2023].
- ▶ Johnson, Anne; A. Huber, Kimberly; Cutler, Nancy; Bingmann, Melissa & Grove, Tim (2017). Museum Educators Manual. Educators Share Successful Techniques (American Association for State and Local History), 2nd edition, Lanham, Maryland (USA): Rowman & Littlefield.
- ▶ Veldhuizen, Arja van. (2017). Education Toolkit Methods & Techniques from Museum and Heritage Education, Utrecht. Доступно онлайн на www.arjavanveldhuizen.nl/wp-content/uploads/2018/11/Education-toolkit-E-book-EN-6MB.pdf [доступ: 22.02.2023].
- ▶ McGhie, Henry (2021). Mainstreaming the Sustainable Development Goals. Доступно онлайн на www.researchgate.net/publication/356493929_Mainstreaming_the_Sustainable_Development_Goals
[доступ: 22.02.2023].
- ▶ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Ed.): Education for Sustainable Development Goals, Paris 2017.
Доступно онлайн на www.unesco.de/sites/default/files/2018-08/unesco_education_for_sustainable_development_goals.pdf
[доступ: 22.02.2023].

МЕРЕЖЕВА СПІВПРАЦЯ. ШУКАЄМО ПАРТНЕРІВ ТА ПРАЦЮЄМО РАЗОМ

- ▶ Hu, Jasmine (2022). In-Depth Thinking in the Partnership Between Schools and Museums: How Can We Establish a Partnership Between Them to More Effectively Facilitate Children’s Arts Education? Xishuangbanna, China. Доступно онлайн на <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211220.206> [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Sobel, David (2013). Place-Based Education: Connecting Classrooms and Communities. Nature Literacy Series, Great Barrington, Mass: Orion Society.

ПРОЦЕСУАЛЬНІСТЬ. ПОСТІЙНА РЕФЛЕКСІЯ ТА ПОДАЛЬШИЙ РОЗВИТОК

- ▶ Audunson, R., Herbjørn A., Henningsen, E. et al. (Eds.): Libraries, Archives and Museums as Democratic Spaces in a Digital Age. Current Topics in Library and Information Practice Series, Berlin/Boston: De Gruyter, 2020. Доступно онлайн на doi.org/10.1515/9783110636628 [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Bayer, N., Kazeem-Kaminski, B., Sternfeld, N. (Eds.): Curating as Anti-Racist Practice. Art + Design + Architecture 4/2018, Helsinki: Aalto University, 2018.
- ▶ Black, Graham (2005). The Engaging Museum: Developing Museums for Visitor Involvement, London: Routledge.
- ▶ Janes, Robert R., Sandell, Richard (Eds.): Museum Activism. Museum Meanings, New York, NY: Routledge, 2019. Доступно онлайн на <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/46427> [доступ: 22.02.2023].
- ▶ Cooper Hewitt (Ed.): Tools and approaches for transforming museums. Доступно онлайн на www.cooperhewitt.org/interaction-lab/tools-and-approaches-for-transforming-museum-experience [доступ: 22.02.2023].



ВИКОРИСТАНІ СВІТЛИНИ

- ▶ обкладинка: Museum für Naturkunde Berlin, photo: Thomas Rosenthal
- ▶ c. 14: LWL-Industriemuseum. Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur, світлина: Anja Hoffman
- ▶ c. 21: Deutsches Hygiene-Museum, світлина: Oliver Killig
- ▶ c. 22: Badisches Landesmuseum, світлина: Artis - Uli Deck
- ▶ c. 31: LWL-Industriemuseum. Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur, світлина: Martin Holtappels
- ▶ c. 33: Badisches Landesmuseum, світлина: Artis - Uli Deck
- ▶ c. 36: Badisches Landesmuseum, світлина: Artis - Uli Deck
- ▶ c. 40: Freilichtmuseum am Kiekeberg, світлина: Petra Diehl
- ▶ c. 44: Badisches Landesmuseum, світлина: Artis - Uli Deck
- ▶ c. 48: TECHNOSEUM. Landesmuseum für Technik und Arbeit, світлина: Klaus Luginsland
- ▶ c. 54: Museumsdienst Köln, світлина: Nikolai Stabusch
- ▶ c. 58: lab.Bode, світлина: Juliane Eirich
- ▶ c. 65: lab.Bode, світлина: Lina Ruske
- ▶ c. 68: LWL-Industriemuseum. Westfälisches Landesmuseum für Industriekultur, світлина: Annette Hudemann
- ▶ c. 71: Royal Museums of Fine Arts Brussels, світлина: Piet De Kersgieter
- ▶ c. 72: Museum für Naturkunde Berlin, світлина: Caspar Pauli
- ▶ c. 75: lab.Bode, світлина: Juliane Eirich



УЧАСНИКИ

КОНЦЕПЦІЯ, ТЕКСТ І РЕДАКЦІЙНА ГРУПА

- ▶ Антье Кайзерс, керівник відділу музейної освіти, TECHNOSEUM, Маннгейм та член консультативної ради Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Д-р Ельке Коллар, директорка Museumspädagogisches Zentrum, Мюнхен та голова Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Д-р Ганнелоре Кунц-Отт, колишня радниця з музейної освіти, Федеральна станція недержавних музеїв у Баварії та член консультативної ради Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Д-р Сімона Мерґен, директорка з питань освіти та обслуговування відвідувачів, Фондація "Будинок історії Федеративної Республіки Німеччина", Бонн та колишня речниця робочої групи з питань освіти та залучення громадськості Асоціації музеїв Німеччини
- ▶ Проф. д-р Тобіас Неттке, викладач освіти та залучення громадськості в музеях, Університет технологій та науки (HTW - Hochschule für Technik und Wissenschaft), Берлін, та заступник речника робочої групи з питань освіти та залучення громадськості в Асоціації музеїв Німеччини

ВІДПОВІДАЛЬНІ ЧЛЕНИ ПРАВЛІННЯ

- ▶ Асоціація музеїв Німеччини: Грегор Ізенборт, директор DASA «Виставка робочого світу», Дортмунд
- ▶ Німецька асоціація музейної освіти: Д-р Ельке Коллар, директорка Музейно-освітнього центру, Мюнхен

КООРДИНАЦІЯ ПРОЄКТУ

- ▶ Доктор Маттіас Гаманн, голова Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Мара Гофманн, проектна менеджерка з питань публікацій та заходів, Асоціація музеїв Німеччини, Берлін
- ▶ Д-р Ельке Коллар, голова, Німецька асоціація музейної освіти
- ▶ Девід Вьюом, виконавчий директор, Асоціація музеїв Німеччини, Берлін

ЕКСПЕРТНА ГРУПА

- ▶ Беатрікс Коммандер, музейна освіта, LVR-Industriemuseum та консультант член правління Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Фрідеріке Фанкхенель, освіта в галузі мистецтва та дизайну, Музей мистецтва та праці, Гамбург та представниця робочої групи з цифрової освіти Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Д-р Андреас Грюневальд Штайґер, керівник відділу музейних програм, Федеральна академія культурної освіти, Вольфенбюттель
- ▶ Д-р Маттіас Гаманн, директор Музею мистецтв Кельна та заступник голови Німецької асоціації музейної освіти, голова Асоціації музейної освіти землі Північний Рейн-Вестфалія.
- ▶ Мара Гофманн, проектна менеджерка з питань публікацій та заходів, Асоціація музеїв Німеччини, Берлін
- ▶ Грегор Ізенборт, директор DASA "Виставка робочого світу", Дортмунд
- ▶ Іріс Кюнберґер, колишня керівниця відділу освіти та досліджень відвідувачів, Німецький технічний музей у Берліні
- ▶ Д-р Сабіна Лессманн, кураторка відділу освіти та залучення громадськості, Kunstmuseum Бонн та речниця робочої групи "Діти та підлітки" Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Міріам Руенгофф, музейна освіта, Музей та форум замку Гомбург, секретарка Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Карін Шад, керівник відділу культурної освіти, Мюнхенський міський музей та консультативний член правління Німецької асоціації музейної освіти
- ▶ Біргіт Тельманн, освіта / керівник відділу інклюзії, Федеральна галерея мистецтв Бонна та представниця робочої групи з інклюзії та різноманіття Німецької асоціації музейної освіти

Ми хочемо подякувати наступним особам за їхню активну підтримку, корисні пропозиції та конструктивну критику:

- ▶ Робоча група з питань медіації, Об'єднання музеїв землі Мекленбург-Передня Померанія
- ▶ Д-р Йоганнес Бернхардт, цифровий менеджер, Баденський земельний музей, Карлсруе
- ▶ Крістін Бріґер, керівниця проекту ""Музей творить зло", Асоціація музеїв Німеччини, Берлін
- ▶ Катаріна Бюлер, наукова співробітниця програми стажування/дискурсу, лабораторія. Vode - ініціатива з посилення просвітницької роботи в музеях, Берлін
- ▶ Тереза Даріан, науковий співробітник у сфері культурної освіти, Німецький федеральний культурний фонд, Галле-ан-дер-Заале
- ▶ Д-р Хайдрун Деркс, директор, Центр культурного співробітництва в землі Оснабрюккер - Музей і парк Калкрізе, та член-кореспондент Асоціації музеїв Німеччини
- ▶ Штефані Довідат, дизайнерка виставок, LWL-Музей археології, Вестфальський державний музей Герне
- ▶ Ульріке Еллґут-Малахов, музейний педагог, JenaKultur / Міський музей Єни
- ▶ Астрід Фабер, керівник відділу освіти та залучення громадськості, Музей природознавства, Берлін
- ▶ Міхаель Гаппе, директор музею, Музей природи Гогенлохера, Галерея Швабії
- ▶ Хайке Гербер-Фріс, радниця проекту з питань якості, Академія культурної освіти ФРН та землі Північний Рейн-Вестфалія, Ремшайд та член консультативної ради Німецької асоціації музейної освіти та Асоціації музейної освіти Північної Рейн-Вестфалії.

- ▶ Катаріна Фурхоп, музейна радниця з питань освіти та залучення громадськості у Асоціація музеїв Гессену, Кассель
- ▶ Сілке Хьольмюллер, музейний педагог у муніципальному управлінні культури міста Лар - Міський музей Лара та голова Асоціації музейної освіти землі Баден-Вюртемберг
- ▶ Аня Гофманн, завідувачка відділу LWL-промисловий музей - Вестфальський державний музей індустриальної культури, член консультативної ради Німецької асоціації музейної освіти та речник робочої групи з питань освіти та залучення громадськості при Асоціації музеїв Німеччини
- ▶ Проф. д-р Фабіан Гофманн, керівник наукової програми "Культура - Освіта - Участь.Мистецтво та освіта в ранньому дитинстві", Університет прикладних наук Фліднера, Університет прикладних наук, Дюссельдорф
- ▶ Хайке Кропф, керівник відділу освіти та комунікації, Державні музеї Берліна
- ▶ Ганс Лохманн, колишній виконавчий директор, Музейний союз Нижньої Саксонії та Бремена, Ганновер
- ▶ Венке Мадербахер, керівник відділу освіти, Музей Моесгаард, Хьоб'єрг, Данія та регіональний координатор ICOM CECA в Європі
- ▶ Клаудія Майснер, музейна освіта, Вартбургський фонд, Айзенах та 2-а голова Асоціації музейної освіти Сходу
- ▶ Катя Маргарета Міт, директорка Земельної станції музейної справи, Хемніц
- ▶ Проф. д-р Ріта Мюллер, директорка Музею праці Фонду історичних музеїв у Гамбурзі, член правління Асоціації музеїв Німеччини
- ▶ Проф. д-р Аннетте Ношка-Роос, колишня директорка центрального відділу освіти, Німецький музей у Мюнхені та викладачка музейної освіти, Технічного університету Мюнхена
- ▶ Андрей Кваде, Державна консультативна служба у справах музеїв, Музейна спілка Мекленбургу-Передньої Померанії та речник робочої групи "Технічна історія" при Асоціації музеїв Німеччини

-
- ▶ Д-р Карола Руппрехт, керівник відділу освіти та залучення громадськості, Німецький музей гігієни, Дрезден та представниця робочої групи "Освіта для сталого розвитку" при Німецькій асоціації музейної освіти
 - ▶ Кароліна Шпікер, завідувачка відділу мистецької освіти Музею Рітберга та голова mediamus - Швейцарська асоціація фахівців з освіти та просвітницької роботи в музеях
 - ▶ Проф. д-р Гізела Вайсс, викладачка музейної освіти, Лейпцизький університет прикладних наук (HTWK) та заступниця речниці робочої групи з питань освіти та залучення громадськості при Асоціації музеїв Німеччини
 - ▶ Вибке Вічелль, виконавчий директор державної асоціації культурної освіти дітей та молоді у федеральній землі Саксонія-Ангальт



Network of European
Museum Organisations

NEMO - The Network of European
Museum Organisations
Karl-Marx-Platz 12
12043 Berlin
Germany
www.ne-mo.org