

Министерство культуры Камчатского края  
Краевое государственное бюджетное учреждение  
Дополнительного профессионального образования  
работников культуры  
«Камчатский учебно-методический центр»  
*Отдел по повышению квалификации и  
информационно-аналитической работе*

**УТВЕРЖДАЮ:**

**Директор**

**Е.В. Галянт**

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

Дополнительная профессиональная  
образовательная программа «Повышение квалификации  
специалистов по направлению «Музееведение»

по теме:

**«Музейная социология»**

Дистанционный курс

Петропавловск-Камчатский  
2020



## Содержание

### **1. Пояснительная записка.**

### **2. Общие положения.**

2.1 Цель программы

2.2 Планируемые результаты освоения программы.

2.3 Трудоемкость и срок освоения программы.

2.4 Нормативные документы для разработки программы.

2.5 Категория слушателей и требования к уровню подготовки.

2.6 Форма обучения.

2.7 Промежуточная и итоговая аттестация.

### **3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы.**

3.1 Учебный план программы.

3.2 Рабочая программа учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

### **4. Учебно-методическое обеспечение.**

4.1 Рекомендуемая литература.

4.2 Информационные средства обеспечения дисциплины.  
Рекомендуемые средства.

4.3 Материально-техническое обеспечение курса.

### **5. Фонд оценочных средств.**

### **6. Форма контроля.**

### **7. Входные требования к слушателям.**

### **8. Выходные требования к слушателям.**

## **1. Пояснительная записка**

Существует примечательная сторона жизни музея, которая далеко не сразу стала объектом серьезного научного исследования; более того, в разные эпохи она просто игнорировалась или, по крайней мере, не обозначалась как необходимая. Это проблема, которую пока обозначим в самом общем виде как "музей и посетитель". Что знает музей о своем посетителе, что знает посетитель о музее? «Социология» в большинстве музеев сегодня ограничивается крайне приблизительными сведениями о количестве посетителей. Слабоизученными проблемами музейной социологии остается целый пласт вопросов восприятия посетителем экспозиции, коммуникации посетителя с экскурсоводом, научными сотрудниками музея, его обслуживающим персоналом. О том, как решить данные проблемы рассмотрят слушатели данного курса.

## **2. Общие положения**

### **2.1 Цель программы.**

Цель курса – получение знаний слушателями о закономерностях развитии музея как социального института, о его взаимоотношениях с обществом, формирование представления о специфике социологии как науке об обществе и социологического подхода к исследованию посетителей музея.

### **2.2 Планируемые результаты освоения программы.**

В результате изучения дисциплины у слушателя курса должно сформироваться понимание развития музейной социологии, важнейшие социальные функции музея: ознакомление с методами социологических исследований музейной аудитории и основных направлений музейной деятельности.

### **По прохождении курса обучающийся должен**

- иметь представление о возникновении и развитии музеев с помощью социологического анализа;
- знать особенности социокультурного подхода к исследованию музея;

- иметь представление об особенностях институализации музейной деятельности;

Владеть культурой мышления, быть способным к обобщению и анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

- оперировать основными понятиями (категориями) музейной социологии, применять их при характеристике и анализе явлений и процессов социальной действительности.

### **2.3 Трудоемкость и срок освоения программы.**

Трудоемкость программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом составляет 72 академических часа.

Виды учебных занятий: лекции и практические занятия.

### **2.4 Нормативные документы для разработки программы.**

- Закон РФ «Об образовании» № 273-ФЗ от 29.12.2012 г.;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Федеральный закон «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» от 26.05.1996 N 54-ФЗ

### **2.5 Категория слушателей и требования к уровню их подготовки.**

Программа предназначена для специалистов музеев различных категорий.

### **2.6 Форма обучения.**

Форма обучения - заочная с применением ДОТ.

### **2.7 Промежуточная и итоговая аттестация.**

Формой итоговой аттестации будет являться тестирование. По окончании курса выдается удостоверение государственного образца о повышении квалификации.

### 3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы

#### 3.1 Учебный план программы дистанционного курса повышения квалификации «Музейная социология».

№ п/п	Наименование разделов (тем, лекций, дисциплин)	Кол-во учебных часов	Из них:		
			Лекции	Практические занятия	Зачёт
1.	О музейной социологии.	10	10	-	-
2.	Исследования посетителей музеев.	18	16	2	-
3.	Музейная социология и педагогика	12	12	-	-
4.	Концептуальные и методологические вопросы изучения посетителей музеев	10	10	-	-
5.	Как устроен маркетинг и привлечение посетителей	10	8	2	-
6.	Анализ посетителей	6	-	6	-
7.	Зачет	6	-	-	6
<b>Итого</b>		<b>72</b>	<b>56</b>	<b>10</b>	<b>6</b>

#### 3.2 Рабочая программа учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

##### **Раздел I. Музейная социология. Предмет и задачи отрасли социологии.**

Музейная социология как научная дисциплина. Понятийно-терминологический аппарат. Объект, предмет, задачи музейной социологии. Возникновение музейной социологии в 19 веке. Развитие музейной социологии в XX – XXI вв., связанное с изучением музея как социального института и изучением музейной аудитории с целью реализации миссии музея в социуме.

## **Раздел II. Возникновение и развитие музеев: социологический анализ.**

Социологический анализ процесса возникновения и развития музея от периода античности и Средневековья до наших дней. Различные определения музея (Н. Федоров, А. В. Луначарский, С. Ожегов, В. Даль, И. Ком). Социальные и культурные условия возникновения, зарождения музея.

## **Раздел III. Социокультурный подход к исследованию музея.**

Музей и культура. Особенности социокультурной методологии. Социокультурный подход П. Сорокина. Культура в системе координат Т. Парсонса. Концепция культуры как саморазвивающейся системы М.С. Кагана. Синергетический метод в исследовании музея. Проблема структуры культуры в аспекте музея. Музей как средство межкультурной коммуникации. Культурный регион как объект музейной деятельности. Музей и культурно-историческое наследие.

## **Раздел IV. Институализация музейной деятельности.**

Социологическое понятие «Социальный институт». (О. Конт, Т. Спенсер). Институциональный анализ в 20-50 годах XX века (Т. Парсонс и др.).

Место потребности в музейной деятельности в общей структуре потребностей человека. Этапы процесса становления социального института музея. Признаки социального института музея. Музей как социальная система. Функциональный анализ деятельности музея. Социальные функции музея. Основные условия успешной деятельности социального института музея.

## **Раздел V. Прикладная социология: методика и техника социологических исследований музейной аудитории и музейной деятельности.**

Программа социологического исследования. Теоретическая часть программы. Процедурно-методический раздел программы. Этапы исследования: пилотажный этап, полевой этап,

обработка информации, анализ данных, формирование выводов и рекомендаций. Количественные методы сбора социологической информации. Наблюдение. Анкетный опрос. Социологический эксперимент. Контент-Анализ. Фокус-группа.

Особенности изучения музейной аудитории. Исследование эффективности музейной деятельности через изучение воздействия музейной экспозиции и различных форм культурно-образовательной работы на различные категории посетителей.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение**

##### **4.1 Рекомендуемая литература.**

1. Акулич, Е. М. Музей как социальный институт : монография / Е. М. Акулич. – 2 издание, дополненное и исправленное. – Тюмень : РИЦ ТГАКИСТ, 2009. – 280 с.
2. Сорокин, П. А. Человек. Цивилизация. Общество. / П. А. Сорокин : редактор Согомонов; перевод с английского. – Москва : Полииздат, 1992. – 543 с.
3. Американская социологическая мысль : тексты / под редакцией В.И. Добренькова. – Москва : МГУ, 1996. – 560 с.
4. Каган, М. С. Философия культуры. Становление и развитие / М. С. Каган. – Санкт-Петербург : Лань, 1998. – 434 с.
5. Социология. Основы общей теории : учебник для вузов / под редакцией Г. В. Осипова, Л. Н. Москвичева. – Москва : Норма, 2009. – 290 с.
6. Шафранов-Куцев, Г. Ф. Социология : курс лекций / Г. Ф. Шафранов-Куцев. – Тюмень : ТюмГУ, 2008. – 368 с.

##### **4.2 Информационные средства обеспечения дисциплины.**

1. Путеводитель Консультант Плюс. [Электронный ресурс]. Федеральный закон «О музейном фонде Российской Федерации и музеях в РФ» от 26.05.1996 № 54 – ФЗ (ред. от 22.08.2004) – Москва, 1996. – Режим доступа : /cons/cgi/online.cgi
2. Путеводитель Консультант Плюс. [Электронный ресурс]. Федеральный закон «О музейном фонде Российской Федерации и музеях в РФ» от 26.05.1996 № 54 – ФЗ (ред. от



22.08.2004) – Москва, 1996. – Режим доступа :  
/cons/cgi/online.cgi

3. Объединение профессионалов в области музейного дела и социокультурного проектирования. – Режим доступа :  
<https://museumsolutions.ru/ru/>

#### **4.3 Материально-техническое обеспечение курса.**

Для проведения курсов необходим компьютер и доступ в сеть Интернет.

### **5. Фонд оценочных средств.**

#### **Вопросы к зачету**

#### **1. Интерактивность в условиях музея это:**

1. Метод, дающий возможность посетителю активизировать визуальный, тактильный и вербальный каналы восприятия.
2. Метод, дающий возможность посетителю и музейному педагогу включиться в продуктивный диалог с музейной средой, позволяющий активизировать визуальный, тактильный и вербальный каналы восприятия.
3. Возможность посетителя и музейного педагога включиться в продуктивный диалог с музейной средой.

#### **2. Музейная коллекция это:**

1. Совокупность музейных предметов связанных общностью одного или нескольких признаков и представляющих научный, познавательный, мемориальный или художественный интерес.
2. Музейные предметы, связанные общностью одного или нескольких признаков и представляющих научный, познавательный или художественный интерес.
3. Совокупность музейных предметов связанных общностью одного или нескольких признаков.

#### **3. Музейно-педагогический процесс это:**

1. Системно организованное и четко направленное взаимодействие музейного педагога и учащихся.
2. Системно организованное и четко направленное взаимодействие музейного педагога и учащихся,

обеспечивающее единство воспитания и обучения в условиях музейной среды.

3. Системно организованное и четко направленное взаимодействие музейного педагога и учащихся, обеспечивающее единство развития, воспитания и обучения в условиях музейной среды на основе целостности и общности всех элементов его структуры (музейный педагог, музейный предмет, музейный зритель).

#### **4. Музейная коммуникация это:**

1. Процесс общения посетителя с музейными памятниками, условиями успешности которого являются: 1. его способность понимать «язык» музейных предметов; 2. способность музейных сотрудников создать условия для этого понимания.
2. Процесс общения посетителя с музейными памятниками, условиями успешности которого является его способность понимать «язык» музейных предметов.
3. Процесс общения посетителя с музейными памятниками, условиями успешности которого является способность музейных сотрудников создать условия для этого понимания.

#### **5. Понятие «музейная коммуникация» ввел в научный оборот в 1968 г. музеолог...**

1. Глузинский В.
2. Камерон Д.Ф.
3. Федоров Н.Ф.

#### **6. В систему музейной коммуникации входят:**

1. Музей как институт, посетители, партнеры музея.
2. Музей как институт, посетители, партнеры музея, презентации, пресс-конференции.
3. Музей как институт, посетители, партнеры музея презентации, пресс-конференции, выставки, приглашение знаменитостей.

#### **7. Что НЕ относится к задачам музейного маркетинга:**

1. Формирование имиджа.
2. Содействие увеличению посещаемости музея.

3. Привлечение в музей всей категорий посетителей.

#### **8. Музейная реклама это:**

1. Экспозиции, выставки и другие виды и формы культурно-образовательной деятельности.
2. Реклама самого музея, формирующая долговременный имидж.
3. Привлечение спонсоров, формирование мнения общественности о музее.

#### **9. Что НЕ соответствует характеристике основных признаков музейной аудитории:**

1. Профессиональная принадлежность и архетип.
2. Возраст и пол.
3. Образовательный уровень и место жительства.

#### **10. Составляющими музейно-педагогического процесса являются:**

1. Музейный педагог и музейный зритель.
2. Музейный предмет и музейный зритель.
3. Музейный предмет, музейный педагог и музейный зритель.

#### **11. Музейно-педагогическая программа это:**

1. Научно и методически выверенная последовательность педагогических действий, учитывающих специфику музея и возрастные особенности посетителя.
2. Научная последовательность педагогических действий, учитывающих специфику музея и возрастные особенности посетителя.
3. Научно и методически выверенная последовательность педагогических действий, учитывающих специфику возрастных особенностей посетителя.

#### **12. Использование системы общественных отношений музеем необходимо для:**

1. Для мониторинга и прогнозирования событий.
2. Для своевременной и адекватной реакции на динамику процессов происходящих в обществе.

3. Для мониторинга и прогнозирования событий, а также своевременной и адекватной реакции на динамику процессов происходящих в обществе.

**13. Основными методами исследования музейной аудитории являются:**

1. Социологический опрос; наблюдение за посетителями, анализ музейной документации.
2. Социологический опрос, наблюдение за посетителями, эксперимент.
3. Социологический опрос, наблюдение за посетителями, анкетирование.

**14. Всемирная, неправительственная организация, призванная способствовать развитию сотрудничества и взаимопомощи между музеями и музейными работниками разных стран.**

1. Международная Ассоциация музеев.
2. Международный Совет музеев.
3. Международный Комитет музеологии.

**15. Первый музей в России Кунсткамера был создан в:**

1. 1714 г.
2. 1715 г.
3. 1855 г.

### **6. Форма контроля.**

Контроль успеваемости обучающихся – важнейшая форма контроля образовательной деятельности, включающая в себя целенаправленный систематический мониторинг освоения обучающимися примерной программы повышения квалификации в целях:

- получения необходимой информации о выполнении обучающимися дополнительной профессиональной программы повышения квалификации;
- оценки уровня знаний, умений и приобретенных (усовершенствованных) обучающимися компетенций;
- стимулирования самостоятельной работы обучающихся.

Итоговая аттестация (квалификационный экзамен) для обучающихся проводится в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

Итоговая аттестация будет проводиться по материалам пройденного курса в виде теста.

### **7. Входные требования к слушателям.**

Слушатели данных курсов должны иметь высшее и средне-специальное образование по специальности.

### **8. Выходные требования к слушателям.**

К итоговой аттестации допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные курсом обучения по программе, повышения квалификации и успешно прошедшие все промежуточные аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Итоговая аттестация проводится в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

Слушатель признается «успешно освоившим курс» при посещении всех занятий и по положительным результатам собеседованиям. По окончании обучения он получает удостоверение государственного образца.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации оценку «неудовлетворительно», а также лицам, освоившим часть примерной программы повышения квалификации, выдается справка об обучении или о периоде обучения.

**РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ:**

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О, подпись)

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О, подпись)

**СОГЛАСОВАНО:**

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О, подпись)

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О, подпись)