



**Програма розвитку
Дніпропетровського національного історичного
музею ім. Д.І. Яворницького
на 2019 - 2023 роки**

**“Переформатування музею в сучасний
науковий, освітній, методичний заклад, що
працює на користь держави,
міста та суспільства”**

Передвиборча програма кандидата на посаду
директора Дніпропетровського національного
історичного музею ім. Д.І. Яворницького
Тимошенко Яни Петрівни

ДНІМ – стратегічно важливий заклад міста та краю в галузі культури, краєзнавчої освіти, а також формуванні національної свідомості.

- В місті, де відсутні кафедри краєзнавства, етнографії в ВНЗ, де ДНУ де-факто не готує фахівців з історії міста та краю, де Інститут історії Дніпра ще тільки на стадії створення, коли місто і область знаходяться в стані переосмислення своєї історії, декомунізації та деколонізації, саме ДНІМ має бути науковим, освітнім, популяризаторським і методичним **центром**, поєднаним українською національною ідеєю.
- І це має формувати **місію музею: СТАТИ ЦЕНТРОМ ЯК НАУКОВОЇ РОБОТИ З КРАЇЗНАВСТВА, ТАК І ЦЕНТРОМ КРАЄЗНАВЧОЇ ОСВІТИ** (визначається колективом і стає місією кожного співробітника).
- Якісне виконання традиційних основних функцій музею: збирання, збереження (дослідження) та експонування **В ІНТЕРЕСАХ СУСПІЛЬСТВА.**
- **Сучасний музей має замислитись про своє покликання, розширення колекцій та аудиторій, свою роль в місті й регіоні та місце на національній та міжнародній арені.**

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Структура музею	<ul style="list-style-type: none"> - Великий комплекс з 7 окремих музеїв (статус – відділи ДНІМ) - Відокремлені відділи комплексу різноманітні за тематикою що дає можливість всебічного розкриття дослідження історію краю. 	<ul style="list-style-type: none"> - Не визначений статус кожного з музеїв комплексі з урахуванням напрямків діяльності, місії та завдання . - Нерівномірно розподілено штат співробітників, фінансування, планове навантаження по видам роботи та ін. між відділами-філіями. - Розподіл на відділи застарілий, не відповідає сучасним вимогам і не спроможний виконувати якісно завдання, що стоять перед музеями.
Будівлі музею	<ul style="list-style-type: none"> - Унікальні архітектурні споруди: 3 з 5 існуючих в місті пам'яток історії національного значення, всі будівлі - архітектурні пам'ятки національного або місцевого значення. 	<ul style="list-style-type: none"> - Потреба реставрації (різний ступінь нагальності) - Необхідність створення планів реставрації (ті, що є в наявності - застарілі) - Дороговартісні роботи
Колектив	<ul style="list-style-type: none"> - Достатньо великий колектив (штатний розклад - 153, 25 ставки) - Значна кількість науковців (64) - Вік наукових співробітників від 23 років до 75. - Наявність диверсифікованого музейного персоналу. 	<ul style="list-style-type: none"> - Немає тягlosti передачі фаховості між старшим поколінням та молодшим. - Невисокий рівень сучасної музейної освіти. - Відсутні стратегічно важливі фахівці: етнограф, методист, дизайнер експозиції, художник, маркетолог/менеджер. - Відсутня дієва команди для втілення музейних проєктів (творчої та креативної ради музею). - Формування професійного творчого, інтелектуального, мобільного колективу музею в умовах невеликої заробітної плати.
Фінанси	<ul style="list-style-type: none"> - Неприбуткова організація. - Захищені статті бюджетного фінансування. - Доходи музею залежать від його діяльності і залишаються на розвиток музею – спецрахунок. 	<ul style="list-style-type: none"> - Недофінансування реставраційних та ремонтних робіт. - Низька вартість середнього квитка (1 грн-1,5 грн). - Невиконання фінансового плану - Низька залученість до грантових програм - Низьке використання меценатських коштів

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Фонди	<p>Велика, різнопланова колекція (більше 300 тис. експонатів) Каталогізація (часткова). Електронна база даних (часткова)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Неповна дослідженість колекцій. - Непродумана стратегія формування колекцій - Приміщення фондів незручні, не відповідають санітарним нормам, вологісно-температурному режиму зберігання фондів. - Потреба в реставрації приміщень фондів. - Відсутність лапідаріума та місця для нього. - Закритість, важкодоступність для досліджень. - Недостатній професіоналізм співробітників (всього один фаховий мистецтвознавець)
Експозиція	<p>Музейна експозиція Історичного музею - одна з кращих, створених в радянський час (1977) Діорама одна з найбільших в Україні та світі (1975 р., реекспозиція 2018 р.) Єдиний в місті Меморіальний музей. Ідея створення Центру О. Блаватської та родини. Перший музей "Громадянський подвиг Дніпропетровщини в подіях АТО" з інтерактивною експозицією. Єдиний музей самоврядування в Україні</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Експозиція музею - тільки до 1945 р. - Радянська періодизація . - Застарілість форм та методів експонування - Відсутність аудіогідів, віртуальної екскурсії, інтерактивності - Потреба реекспозиції . - Потреба створення експозиції музею "Літературне Придніпров'я», Музейного центру Блаватської та родини».
Просвітницька діяльність	<ul style="list-style-type: none"> - Великий науково-просвітницький відділ в Історичному музеї. - Створена конкурентоспроможна програма для школярів в Меморіальному будинку-музеї Д. Яворницького. - Цікаві проекти, які існують: "Ніч музеїв" , студія "Жива глина", авторські театралізовані екскурсії (Історичний музей), - Програма в Літературному музеї 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутня стратегія музейної комунікації. - Відсутність фахівців з музейної педагогіки. - Відсутність сучасного конкурентоспроможного музейного продукту для відвідувачів: інтерактивної та квестової програми в Історичному музеї - Діяльність носить несистемний характер. - Відсутність методичного відділу та не визначені фахівці зі створення креативного музейного продукту. - Відсутня програма для молоді та інших груп стейкхолдерів.

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Виставкова діяльність	<p>Є видом роботи всіх музеїв комплексу. Різноманітні виставки як з фондів ДНІМ, так і привозні та приватні. Наявність обладнання (недостатня якість) Є виставковий відділ (3 співробітники) в Історичному музеї.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутні дизайнери виставкової роботи, художники. - Зменшення кількості привозних виставок. - Недостатня кількість музейного обладнання, його застарілість. Недостача фінансування. - Недостатня продуманість тематики виставок. - Відсутність сучасних методів та прийомів виставкової роботи, соціокультурних проєктів, невідповідність викликам часу.
Наукова робота	<ul style="list-style-type: none"> - Вивчення краєзнавчих тем від давнини до сьогодення. - 64 наукових співробітника - Відділ археології. - 6 кандидата історичних наук 	<ul style="list-style-type: none"> - Малодосліджені актуальні для сьогодення теми. - Відсутність центру акумуляції досліджень науковців. - Слабка популяризація результатів наукових досліджень. Практична відсутність популяризаторської та лекційної роботи - Низький коефіцієнт участі наукових співробітників в наукових конференціях.
Сервіс	<ul style="list-style-type: none"> - Зручне розташування в місті всіх філій. - Наявність сайту (застарілого) - Наявність диференційованого штату співробітників - Невисока вартість послуг - Наявність безкоштовних послуг - Цілодобова охорона 	<ul style="list-style-type: none"> - Низький рівень сервісу і комфорту в музеях. - Відсутність конкурентноспроможних пропозицій. - Відсутність касового апарату, електронних квитків, родинних квитків, - Відсутність музейної та віртуальної крамниці. - Обмаль рекламної та інформативної продукції, її низький рівень. Застарілі вивіски музеїв.
Імідж та репутація	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність бренду – “імені Д. Яворницького”, - Найстаріший музей України. - Найбільший музей області. - Центр методичного керування іншими музеями. - Відсутність конкурентів у цій сфері; - Багата колекція; - Популярний захід “Ніч музеїв” - Активна робота у соцмережах (не всі музеї та відділи) 	<ul style="list-style-type: none"> - Падіння іміджу музею в останній час через консервативність, закритість та зменшення кількості заходів. - Падіння іміджу через зволікання з реекспозицією та декомунізацією експозицій. - Низький імідж професійності та мобільності. - Недовіра до професійної фаховості музейників громадськості та влади. - Відсутність в Історичному кола друзів музею. - Залежність репутації музею від іміджу і репутації директора.

СТРАТЕГІЧНА МЕТА:

Переформатування музею в сучасний науковий, освітній, методичний заклад, що працює на користь держави, міста та суспільства

принципи стратегії:

- МУЗЕЙ КОМФОРТНИЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ. Покращення музейного сервісу.
- Нові форми комунікації з відвідувачем. “ЖИВИЙ ПРОСТІР” для освіти, спілкування, відпочинку.
- Підвищення ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ співробітників музею . Формування команди фахівців.
- ДЕКОМУНІЗАЦІЯ на всіх рівнях (зміна структури музею, стратегії, комунікації, вибору теми досліджень, методів і форм досліджень, реекспозиція, створення конкурентноспроможного музейного продукту). Орієнтація на європейський досвід музейної роботи.
- Зробити музей не тільки центром досліджень краєзнавчої історії, а і ЦЕНТРОМ ОСВІТИ З КРАЄЗНАВСТВА, привабливим туристичним об'єктом.
- ПОПОВНИТИ КОЛЕКЦІЮ музею за СТРАТЕГІЧНО визначеними напрямками. Створити умови доступу для дослідників.
- Створити креативний музейний продукт, шляхом формування лінійки бренду, створення оригінальної МУЗЕЙНОЇ ІНТЕРАКТИВНОЇ ПРОГРАМИ
- РЕСТАВРАЦІЯ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ будівель музейного комплексу, його колекцій та експонатів.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ НА 2019 – 2023 рр.:

1. “ЖИВИЙ МУЗЕЙ”:

- Видимий як освітній та культурний центр.
- Створення програми музейних заходів, привабливої для різних груп відвідувачів.
- Збільшення кількості музейних заходів.
- Виконання функцій майданчика для суспільного діалогу.
- Підвищення іміджу музею.

3. АДМІНІСТРАТИВНА РЕФОРМА:

- Зміна структуру музею.
- Диверсифікація та професіоналізація кадрів.

2. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РІВЕНЬ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА СЕРВІСУ:

- Ремонтно-реставраційні роботи будівель комплексу.
- Покращення умов зберігання колекції.
- Покращення умов роботи працівників.
- Високий рівень музейного сервісу.

4. ЗБІЛЬШЕННЯ ФІНАНСОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ:

- Створення привабливої програми для відвідувачів.
- Якісна експозиція. Реекспозиція.
- Цікаві виставкові проекти.
- Створення музейних проектів для грантових програм.
- Активний фандрайзінг, пошук меценатів та донорів.
- Співпраця з туристичними компаніями.
- Промоушен музейних заходів.

СТРУКТУРА МУЗЕЮ

ІСНУЮЧА

Співробітники Дніпропетровського історичного музею

Співробітників наукових відділів	Співробітники філій музею...	Адміністрація музею	Співробітники секторів
Відділ археології	Будинку-музею	Директор	Сектор реставрації
Відділ фондів	Яворницького	Заст. директора з	Виставковий сектор
Від. іст. XIV-поч. XX ст.	Літературного музею	наукової роботи	Провідний дизайнер
Від. іст. (1917-1945)	Музею місцевого	Вчений секретар	музею Юрій Малієнко
Відділ сучасності	самоврядування	Головний зберігач	
Масовий відділ	Центру Блаватської	фондів	
Відділ музею АТО			

СТРУКТУРА МУЗЕЮ

16

ПЕРЕФОРМАТУВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ на засадах
ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.



- Відокремлення Музею "Літературне Придніпров'я" в філію зі збільшенням штату.
- Перегляд роботи відокремлених відділів, збільшення штату до 5 осіб.
- Введення посади зам. директора по розвитку.
- Введення посади генерального директора.

*Наказ Міністерства культури України від 01.08.2012 р. № 823 "Про затвердження примірних штатних розписів музеїв".

НАУКОВА РОБОТА

ІНСТИТУТ КРАЄЗНАВСТВА ДНІПРОПЕТРОВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ІСТОРИЧНОГО МУЗЕЮ ІМЕНІ Д.І. ЯВОРНИЦЬКОГО

мета: Вивчення історії краю, формування кола фахівців з історії краю, кураторство в галузі краєзнавчих досліджень, а також зміцнення авторитету музею як сучасного наукового центру.

Визначення пріоритетних для сьогодення напрямків наукової роботи.

Козацтво, походження міста, поселень доби Київської Русі на теренах краю, козацька історія, етнографія краю, Дніпрові пороги, колонізація краю, комунізація, декомунізація краю, україно-російські відносини на теренах краю, демографічний склад краю, АТО.

Організація і проведення наукових та науково-популяризаторських заходів

**всеукраїнських та міжнародних конференцій,
Лекторія, коворкінг-клубу, дискусійного наукового клубу,
Формування іміджу музею як наукового центру в місті та Україні**

Розширення кола партнерських наукових організацій і музеїв в Україні і за кордоном

Співпраця з Вищими навчальними закладами Дніпра та України, консультування студентів, аспірантів та ін. науковців. Співпраця з Інститутом національної пам'яті.

Здійснення наукових та науково-популярних видань з історії краю.

“Популярна історія краю”, “Історія краю для дітей” та ін.

ЕКСПОЗИЦІЙНА ТА ВИСТАВКОВА РОБОТА

Визначення напрямків реекспозиції комплексу з позицій
ДЕКОМУНІЗАЦІЇ та АКТУАЛЬНОСТІ теми.

Створення експозиції по II світовій війні.

Організація тимчасових та пересувних виставок з власних фондів
і колекцій музеїв-партнерів в Україні і за кордоном.

Створення сучасних **ВИСТАВКОВИХ** соціо-культурним **ПРОЕКТАМ**
("Місто в стилі "vintag", «Вільна людина в закритому місті" та ін)

Створення довгострокової виставкової програми (на 1 та 3 роки)

Приоритет привозним виставковим проектам з України та з-за кордону.

**ПРОФЕСІЙНЕ ЗРОСТАННЯ СПІВРОБІТНИКІВ МУЗЕЮ ЯК ЕКСПОЗИЦІОНЕРІВ ТА
КУРАТОРІВ ВИСТАВКОВИХ ПРОКТІВ!**

ФОНДОВА РОБОТА

Створення довгострокової концепції комплектування фондів.

**Впровадження електронного обліку фондів, оцифрування та оприлюднення фондів
(Приєднання до музейної мережі «Європіана»)**

**Громадський контроль над збереженням фондової колекції!
Розміщення результатів звірок на сайті музею.**

**Позиціонування музею як майданчика для налагодження професійних зв'язків
з питань фондової роботи за участю провідних українських та іноземних фахівців.**

Залучення фондових фахівців до популяризації музею та формування позитивного іміджу!
- Мандрівка в свята-святих фонди музею "Наосліп": "Скарби музею".
- Майстер-класи від реставраторів музею та ін.

Створення ПІДЗЕМНОГО ЛАПІДАРІУМУ для збереження та експонування колекції кам'яної пластики.

Своєчасна реставрація експонатів. Створення довгострокової програми з реставрації

**РЕСТАВРАЦІЯ ФОНДОВИХ ПРИМІЩЕНЬ ТА СТВОРЕННЯ УМОВ ДЛЯ
ЗБЕРІГАННЯ ФОНДОВИХ КОЛЕКЦІЙ!**

ПРОГРАМА

20

для відвідувачів

СТВОРЕННЯ НОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ПРОГРАМИ ПРОПОЗИЦІЙ ДЛЯ ДІТЕЙ ТА ДОРΟΣЛИХ (інтерактивна, квестова, науково-пізнавальна та розважально-пізнавальна)

Інтерактивні екскурсії для дітей різного віку.

Квести по музею для дітей “У пошуках історії” та ін.

Створення Методичного центру для викладачів Краєзнавства СЗОШ (у співпраці з Управлінням освіти ДМР)

Створення довгострокової краєзнавчої програми для дітей з метою кураторства шкільного виховного процесу (відвідування музеїв, виставок, виїзні заїняття, музей на колесах – краєзнавчий туризм)

Проведення соціокультурних музейних міських конкурсів.

МУЗЕЙНІ ПРОЕКТИ: Проведення фестивалів, мистецьких акцій (“Козацькі розваги”, фестиваль української кухні, артфест “Місто у стилі “vintag”

Вільний простір та дитяча кімната. Програма вихідного дня для дітей (три години мандрів в музеї)

Мандрівка в свята-святих фонди музею “в сліпу”: “Скарби музею”.

Різноманітні майстер-класи.

Майстер-класи від реставраторів музею.

Популярна Археологія .

ПРОМОУШЕН ТА ІМІДЖЕВА ДІЯЛЬНІСТЬ

ЯКІСНИЙ МУЗЕЙНИ ПРОДУКТ

Підвищення професійності співробітників. Публічна діяльність. Особистий імідж науковців.

Сучасний сайт. Сторінки та групи в мережі Internet

Активна виставкова діяльність.

Заміна вивісок на сучасні на всіх будівлях комплексу.

Створення рекламних буклетів, флаєрів, календарів, магнітів та іншої друкованої рекламної продукції за кошти спецрахунку, меценатські кошти та за рахунок співпраці з партнерами.

Створення іміджевих фільмів для філій комплексу.

Активна співпраця з журналістами та ЗМІ.

Соціологічні та маркетингові дослідження та аудит, визначення кола стейкхолдерів, цільової аудиторії, вивчення потреб відвідувачів і оперативне реагування на ці потреби.

Втілення мети діяльності – “Живий музей – МУЗЕЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ”

Розумна цінова політика. Доступність і рентабельність.

ПРОГРАМА НА 2019 РІК

ЗАХОДИ “ШВИДКОЇ ДОПОМОГИ”

(антикризовий менеджмент)

Стратегія музею = стратегія кожного відділу+ стратегія кожного співробітника.
Моніторинг якості .

170 років ДНІМ:
сучасний бренд (лого+іміджевий стиль+рекламна продукція+сайт)

Нова музейна програма для дорослих та дітей.

Лекторія, коворкінг-клубу, серії заходів для молоді (ProDnipro: вечори історії для молоді).

Касовий апарат:
- електронний квиток.
- сімейний квиток.
- абонемент.
Нова цінова політика.

Підвищення музейний сервісу.
Музейна крамниця.
Зона відпочинку.
Кав'ярня.
Час роботи зручний!

Моніторинг та соціопитування відвідувачів.

Креативна рада музею.
ГО “Друзі музею”.
Волонтери.

Визначити пріоритетні напрямки наукової роботи.

Залученість співробітників всіх відділів до популяризації музею та створення музейного продукту.

Створення експозиції по II світовій війні.

Визначення напрямків реекспозиції комплексу з позицій декомунізації та актуальності теми.

Програма виставкової діяльності.
Обмінні виставки.

Провести реформу музейної структури.
Змінити статут музею відповідно до нової структури.

Скласти програму ремонтно-реставраційних робіт будівель комплексу.