

поведінку і діяльність людини тією самою мірою, що і зовнішні стимули. Р. Мейлі відносить до мотиваційних рис особистості тривожність, агресивність, рівень домагань і опір фрустрації. Подібної точки зору дотримуються і низка вітчизняних психологів, зокрема, К. Платонов, В. Мерлін.

Найпопулярнішою і широко використовуваною вважається теорія мотивації, автором якої є один із засновників гуманістичної психології, американський психолог А. Маслоу (1908—1970). Вчений розмежував не окремі мотиви, а їх групи. Ці групи упорядковані у ціннісній ієрархії відповідно до їхньої ролі у розвитку особистості: фізіол. потреби — голод, спрага, сексуальність і т. п.; потреби в безпеці, безпека та захист від болю, страху, гніву, невлаштованості; потреби у соціальних зв'язках, потреби в любові, ніжності, соціальній ідентифікації; потреби самоповаги, потреби в досягненні, визнанні, схваленні; потреби самоактуалізації, реалізації власних можливостей і здібностей, потреби в розумінні та осмисленні.

Наведена ієрархія йде від фізіол. потреб. Далі — потреби безпеки і потреби у соціальних зв'язках, потім — потреби самоповаги і — самоактуалізації. Самоактуалізація може стати мотивом поведінки лише тоді, коли задоволені всі інші потреби. У разі конфлікту між потребами різних ієрархічних рівнів перемагає нижча потреба.

Лит.: 1. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы: учеб. пособ. СПб.: Питер, 2008. 512 с. 2. Маслоу А. Теория человеческой мотивации // Мотивация и личность. Киев: PSYLIB, 2004. Гл. 4. С. 77–105.

Л. І. Прохоренко

МУЗЕЙ (від дав.-гр. τὸ Μουσῆον – дім Муз) – історично зумовлені багатофункціональні ін-ти соціальної пам'яті, призначені для збереження, актуалізації і трансляції наступним поколінням найціннішої частини культурної і природної спадщини, за допомогою яких реалізується суспільна потреба добору, збереження та репрезентації специфічної групи природних і культурних об'єктів, що усвідомлюються суспільством як цінність, – музейних предметів, а тому мають бути вилучені з середовища побутування, передаватися від покоління до покоління. За визначенням Міжнар. ради музеїв (ICOM), М. – «неприбуткова постійно діюча інституція, яка служить суспільству та його розвитку, і для цього

збирає, зберігає, досліджує, популяризує та експонує матеріальну і нематеріальну спадщину людства, а також об'єкти довкілля, з метою вивчення, навчання та для естетичного задоволення». Існують різні дефініції М., але спільні головні елементи в них такі: М. – це постійно діюча інституція, яка здійснює управління зібраними музейними предметів і організовує заходи, розраховані на широке коло відвідувачів. Наявність предметів, об'єднаних у зібрання, та комплексний характер змісту роботи, – основні ознаки М. Залежно від спеціалізації зібрань, обумовленої їх зв'язком із конкретною галуззю знання, видом мистецтва, техніки, виробництва, М. розрізняють за профілями (природничі, історичні, літературні, художні, технічні, меморіальні, галузеві тощо). Окрему і найчисленнішу групу становлять М. при закладах освіти (станом на 2019 р. – понад 4 тис.).

Основними напрямками діяльності М. є науко-дослідна та культурно-освітня діяльність, комплектування музейних зібрань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, виставкова, пам'ятко-охоронна робота, а також діяльність, пов'язана з наук. атрибуцією, експертизою, класифікацією, держ. реєстрацією та усіма видами оцінки предметів, які можуть бути визначені як культурні цінності, з метою включення до Музейного фонду України.

Діяльність М. вивчає музейна справа – спеціальний вид культурно-освітньої та суспільної діяльності. Історія розвитку М., теорія та методика музейної роботи становлять предмет дослідження особливої науки – музеєзнавства, або музеології.

Сукупність М. на території України утворює їх мережу, а їхніх зібрань – Музейний фонд країни, що є загальнонародним надбанням. У своїй діяльності М. керуються Законом України «Про музеї та музейну справу» (1995).

Лит.: 1. Закон України «Про музеї та музейну справу» (1995). 2. Котлер Н., Котлер Ф., Котлер В. Музейний маркетинг і стратегія: формування місії, залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів. Київ, 2010. 3. Музей: менеджмент і освітня діяльність. Львів, 2009. 4. Кодекс музейної етики від ICOM. URL: <http://icom.in.ua/kodeks-muzejnoj-etiki/>. 5. Вайдакер Ф. Загальна музеологія. Львів, 2005. 6. Фецько І. Особливості використання термінів музейної сфери // Термінологічний вісник. 2013. Вип. 2.

О. П. Мико