

Федеральное государственное бюджетное
научно-исследовательское учреждение
«РОССИЙСКИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРНОГО И ПРИРОДНОГО НАСЛЕДИЯ
ИМЕНИ Д. С. ЛИХАЧЁВА» (Институт Наследия)

На правах рукописи

САРКИСОВА Елена Геннадьевна

**МУЗЕЙ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА:
ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ**

24.00.03 – Музееведение, консервация
и реставрация историко-культурных объектов

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Научный руководитель:
КОВАЛЕНКО Тимофей Викторович,
кандидат философских наук

Краснодар
2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|-----------|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| ГЛАВА 1 | |
| Музей как социальный институт современного общества | 21 |
| 1.1 Социальная сущность современного музея: методологические проблемы исследования | 21 |
| 1.2 Функциональная сущность музея в современном обществе | 35 |
| ГЛАВА 2 | |
| Музей как ресурс общественного развития | 54 |
| 2.1 Ресурсный потенциал современного музея | 54 |
| 2.2 Роль и функции музея в местном сообществе: практика многоуровневого взаимодействия | 73 |
| ГЛАВА 3 | |
| Музей в современном коммуникативном пространстве | 99 |
| 3.1 Коммуникативная среда современного музея | 99 |
| 3.2 Музей в интернет-пространстве: актуальные практики | 114 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 142 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ ... | 146 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ | 215 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования определяется состоянием социокультурного пространства современного общества и изменяющейся ролью музеев в социальной системе. В последние годы в России заметно активизируется музейная деятельность: увеличивается число музеев, появляются их новые виды. Так, на начало 2021 г., по данным Министерства культуры Российской Федерации, в стране работало 2773 музея ¹, при этом динамика музейной сети демонстрирует ежегодный рост, как отмечает Т. Ю. Юренева, число музеев всех ведомств и организаций за период 2008–2016 гг. выросло на 10 % ². Вместе с этим характер тенденции приобрела ситуация, часто именуемая в средствах массовой информации как «новый музейный бум», – только в 2019 г. зафиксировано свыше 155 млн музейных посещений ³.

Музей как культурная форма в современном обществе стремительно трансформируется. Появление новых видов и типов музеев, развитие цифровых технологий меняет социокультурный и коммуникативный аспекты музейной деятельности, требуя как обновления форм и направлений работы с посетителями, так и научного осмысления этой сложной системы взаимодействий. Из социального института, сохраняющего и предъявляющего в доступной для восприятия форме музейные предметы ⁴, представляющие мировое, национальное культурное и природное наследие, музей превращается в социокультурный ресурсный центр, коммуникативную площадку культуровоспроизводящей и просветительской деятельности, позволяющую с наибольшей полнотой

¹ См.: Свод годовых сведений о деятельности музеев // АИС Статистика. URL: <https://stat.mkrf.ru/indicators>.

² Юренева Т. Ю. Музейная сеть России: основные характеристики и проблемы изучения // Культурное наследие России. 2019. № 4. С. 56. DOI: 10.34685/НЛ.2019.27.4.008.

³ Смолев Д. Рейтинг российских музеев – 2020: когда музеи были офлайнными // The Art Newspaper Russia. 2020. 29 апр. <https://www.theartnewspaper.ru/posts/8055/>.

⁴ Под музейным предметом здесь и далее диссертант понимает «движимый объект, изъятый из первоначальной среды бытования в связи с его подлинностью и способностью характеризовать специфические особенности той среды, во взаимосвязи с которой он находился в естественных условиях, который характеризуется репрезентативностью, информативностью, познаваемостью и способностью оказывать эмоциональное воздействие» (Мастеница Е. Н., Шляхтина Л. М. Музейный предмет как объект культуры: актуальные проблемы интерпретации // Рубежи памяти: музей и наследие современной культуры: сб. тр. междунар. науч. конф. СПб., 2015. С. 178–179).

реализовать потенциал различных социальных сегментов современного общества.

Музей как социальный институт современного общества осваивает целый набор новых направлений деятельности, способствующих трансформации его функционального содержания, превращаясь в:

- центр дополнительного образования различных социально-демографических групп – от школьников до людей пенсионного возраста;
- центр развития культуры участия и организации местных сообществ с целью реализации государственной и региональной культурной, образовательной и молодежной политики;
- центр развития коммуникаций и досуга, внедрения информационных технологий, технологий дополненной и виртуальной реальности;
- ресурс формирования общегражданской, региональной и локальной культурной идентичности;
- фактор изменения городского социального пространства путем создания и внедрения в практику разнообразных паблик-арт-программ.

Все это обуславливает потребность в определении и научном обосновании трансформации музея как социального института современного общества, необходимость уточнения содержания актуальных социальных функций, выявления и описания перспективных практик и технологий музейной деятельности.

Проблематику диссертационного исследования актуализирует также необходимость изучения новых форматов музейных коммуникаций, ключевым импульсом для развития которых послужила пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-2019, нарушившая привычные алгоритмы и протоколы работы музеев. При этом сложное положение, в котором они оказались в период самоизоляции, способствовало активизации творческого проектирования, изменению коммуникативных стратегий, поиску альтернативных способов экспозиционной деятельности и увеличению просветительской составляющей работы.

Таким образом, актуальность диссертационного исследования обуславливается необходимостью анализа трансформации музея как социального института современного общества, связанной с изменяющейся ролью музея и появлением его новых функций, а также важностью определения инновационных музейных практик и коммуникационных стратегий и технологий.

Степень научной разработанности проблематики. Концептуальное философско-культурологическое осмысление музея как важнейшего института культуры и социума было сформулировано русским философом Н. Ф. Фёдоровым, служившим дежурным библиотекарем читального зала Румянцевского музея (ныне Российская государственная библиотека). В работе «Музей, его смысл и назначение» этот социальный институт позиционируется в триединстве музея, архива и библиотеки ¹.

В первой половине XX в. к смыслу существования музея обращаются А. В. Луначарский, А. В. Бакушинский, П. А. Флоренский, о целях деятельности музея и его роли в культуре писал Дж. К. Дана ². В дальнейшем появляются попытки теоретического осмысления социальной роли музея. Во многом эти работы связаны с опытом деятельности художественных музеев – труды Л. В. Розенталя, П. Бурдьё, А. Дарбела и Д. Шнаппера, К. Дункан и А. Уоллака, Н. Мерримена и др. ³.

В ходе определения методологических оснований диссертационного исследования были изучены работы классиков структурного функционализма

¹ См.: Фёдоров Н. Ф. Музей, его смысл и назначение // Сочинения. М., 1982. С. 575–604.

² Луначарский А. В. Охраняйте народное достояние // Об изобразительном искусстве. М., 1982. Т. 2. С. 50–51; Луначарский А. В. Советская власть и памятники старины // Там же. С. 52–57; Луначарский А. В. О Третьяковской галерее // Там же. С. 147–148; Луначарский А. В. Почему мы охраняем церковные ценности // Там же. С. 1178–1183; Бакушинский А. В. Музейно-эстетические экскурсии. М., 1919; Бакушинский А. В. Искусство и музей. Современные музеи искусства и музеи будущего // Исследования и труды. Избранные искусствоведческие труды. М., 1981. С. 130–136; Бакушинский А. В. Художественное творчество и воспитание. М., 2009; Флоренский П. А. Храмовое действо как синтез искусств // Избранные труды по искусству. М., 1993. С. 199–215; Dana J. C. The New Museum. Selected Writings of John Cotton Dana. N. J.; Washington, DC, 1999; Ананьев В. Г. Джон Коттон Дана: от «музейной скуки» к «новому музею» // Музей. 2017. № 3. С. 10–12 и др.

³ Розенталь Л. В. По залам художественных музеев: В помощь музейному зрителю. [Л.], 1929; Bourdieu P., Darbel A., Schnapper D. L' amour de l'art. Lês musées d' art européen et leur public. P., 1969; Дункан К., Уоллак А. Музей современного искусства как ритуал позднего капитализма: иконографический анализ // Разногласия. 2016. № 2. С. 107–135; Duncan C. Art Museum and the Ritual of the Citizenship // Exhibiting Cultures. The Poetics and Politics of Museum Display. – L.; Washington DC, 1991. – P. 88–103; Merriman N. Museum Visiting as a Cultural Phenomenon // The New Museology. – L.: Reaction Books, 1989. – P. 149–171 и др.

Р. К. Мертон и Т. Парсонса ¹, исследования З. Баумана, П. Бергера и Т. Лукмана, Л. Н. Когана, Б. Латура, Ю. М. Лотмана, Н. Л. Лумана, П. Отле ². В рамках социокультурного подхода (П. А. Сорокин и др.) музей рассматривается в качестве культурного явления, существующего и развивающегося посредством комплекса социальных взаимоотношений ³.

Различные аспекты функционирования музея как социального института в системе общественных отношений рассмотрены в работах Е. М. Акулича, Е. Г. Артемова, А. В. Головнёва, В. М. Грусмана, В. Ю. Дукельского, Л. С. Именновой, М. С. Кагана, Н. В. Нагорского, К. Е. Рыбака, З. Странского, Н. А. Томилова, К. Хадсона, П. Х. Хаттона, Т. Шолы, Т. Ю. Юрeneuveй ⁴.

Обоснование авторской позиции потребовало анализа и переосмысления работ по проблемам взаимодействия музея и общества, развития музейных коммуникаций, современных стратегий коммуникативной деятельности (М. Б. Гнедовского и В. Ю. Дукельского, Ю. В. Зиновьевой, Т. П. Калугиной, Д. Ф. Камерона, Ю. Э. Комлева, М. Ю. Кряжевских, И. И. Марковой, Е. Н. Мастеницы, С. В. Пшеничной, О. С. Сапанжи, А. Б. Смирнова и др.) ⁵.

¹ Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура. М., 2006; Merton R. K. Manifest and Latent Functions // *Social Theory and Social Structure*. N. Y., 1968. P. 73–138; Парсонс Т. Система современных обществ. М., 1998.

² Бауман З. Текучая современность. М., 2008; Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1995; Коган Л. Н. Личность. Культура. Общество. Избранные труды 1961–1997 гг. Екатеринбург, 2009; Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М., 2014; Лотман Ю. М. Культура и взрыв. М., 1992; Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000; Луман Н. Л. Общество как социальная система. М., 2004; Otlet P. *Traité de documentation: le livre sur le livre, théorie et pratique*. Bruxelles, 1934 и др.

³ См.: Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992; Лапин Н. И. Социокультурный подход и социетально-функциональные структуры // *Социологические исследования*. 2000. № 7. С. 3–12.

⁴ Акулич Е. М. Музей как социокультурное явление // *Социологические исследования*. 2004. № 10. С. 89–91; Артемов Е. Г. Музейно-педагогические технологии. СПб., 2006; Головнёв, А. В. Музейное мышление: соблазн открытия и инстинкт хранения // *Кунсткамера*. 2019. № 3. С. 9–18. DOI 10.31250/2618-8619-2019-3(5)-9-18; Грусман В. М. Музей в системе формирования национально-государственной идеи. СПб., 2007; Дукельский В. Ю. Музей и культурно-историческая среда // *Музееведение: Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности*. М., 1989. С. 107–116; Дукельский В. Ю. Музеи в мире культурных проектов // *Музеи. Маркетинг. Менеджмент*. М., 2001. С. 89–97; Именнова Л. С. Музей в информационную эпоху // *Вестник МГУКИ*. 2010. № 6. С. 39–45; Каган М. С. Музей в системе культуры // *Вопросы искусствознания*. 1994. № 4. С. 445–460; Каган М. С. Философия культуры. Становление и развитие. СПб., 1998; Нагорский Н. В. Музей в духовной жизни общества. СПб., 2004; Рыбак К. Е. Музей в нормативной системе (историко-культурологический анализ): дис. ... д-ра культурологии: 24.00.03. СПб., 2006; Странский З. Музей, искусство и перспективы развития человечества // *Музейное дело. Музей – культура – общество: сб. науч. тр.* Москва, 1992. С. 247–258; Томилов Н. А. Музееведение и музеи России. Омск, 2016; Hudson K. *A Social History of Museum. What the Visitors Thought*. L., 1975; Хаттон П. Х. История как искусство памяти. СПб., 2004; Šola T. Reflections on a Crucial Problem for Museums // *Museology and Identity. ICOFOM Study Series*. 1986. Vol. 10. Is. 3. P. 15–22; Юрeneuve Т. Ю. Изучение музейной аудитории: социологические исследования 1920-х – 1930-х гг. // *Культурное наследие России*. 2020. № 4. С. 47–54. DOI 10.34685/NI.2020.31.4.006 и др.

⁵ Гнедовский М. Б., Дукельский В. Ю. Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования // *Музейное дело: Музей – культура – общество*. Вып. 21. М., 1992. С. 16–18; Зиновьева Ю. В. Стратегии коммуникации музея: 20 лет постсоветской трансформации // *Вестник СПбГУКИ*. 2013. № 3. С. 102–107; Зиновьева

Влияние современной информационной среды и цифровизации на трансформацию музейной деятельности рассмотрено в работах О. В. Шлыковой¹.

Концептуальные основы исследования формировались в ходе выявления и анализа методологического потенциала трактовки проблем институциональных особенностей музеев (А. С. Кузьмин и Е. Е. Кузьмина, Е. Т. Попова и др.)². Социальные функции музея, роль музеев в обществе в процессе их исторического развития отражены в работах исследователей Е. М. Акулича, В. Г. Ананьева, Е. Г. Вансловой, М. Б. Гнедовского и В. Ю. Дукельского, Т. В. Гафар, С. В. Дунаевой, А. Б. Закс, Л. С. Именновой, Е. Н. Мастеницы, А. М. Разгона, Д. А. Равикович, А. А. Федотовой, А. И. Фролова, К. Хадсона, Т. Ю. Юрениной и др.)³.

Ю. В. Взаимодействие музея и общества как социокультурная проблема: дис. ... канд. культурологии. СПб., 2000; Калугина Т. П. Истоки культурно-коммуникативной функции экспозиции художественного музея // Музееведение. Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности. М., 1989. С. 68–83; Cameron D. F. Viewpoint: The Museum as a Communication System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. Vol. XI. № 1. P. 33–40; Комлев Ю. Э. Коммуникационная структура и классификация субъектов музейной деятельности // Вестник МГУКИ. 2008. № 6. С. 221–226; Кряжевских М. Ю. Модель коммуникационного пространства музея // Вестник ЧелГУ. Философия. Социология. Культурология. 2012. № 4. С. 64–67; Кряжевских М. Ю. Коммуникационное пространство музея: формирование культурного дискурса: дис. ... канд. культурологии. Челябинск, 2012; Маркова И. И. Российский художественный музей в современном социокультурном пространстве: стратегии коммуникации: дис. ... канд. культурологии. М., 2011; Мастеница Е. Н. Эвристический потенциал коммуникационного подхода в музееведении // Труды СПбГУКИ. 2007. Т. 172. С. 297; Пшеничная С. В. Музей как информационно-коммуникативная система: дис. ... канд. культурологии. СПб., 2000; Сапанжа О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. № 103. С. 245–252; Смирнов А. В. Современный музей: коммуникация или коммеморация // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3. С. 17–24. URL: https://old.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2016/ijcr_3-24-2016_smirnov%2017-24.pdf и др.

¹ Шлыкова О. В. Динамика культурных практик в современном музее // Художественное образование и наука. 2019. № 3. С. 118–123. DOI: 10.34684/hon.201903015; Шлыкова О. В. Цифровое потребление культурного контента в условиях «новой нормы» дистанционного мира // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 5. С. 160–169. DOI: 10.24412/1997-0803-2020-597-160-169.

² Кузьмин А. С., Кузьмина Е. Е. О диалектике функций историко-культурного музея (музей как средство межкультурной трансляции и внутрикультурной рефлексии) // Музееведение. Музеи мира. М., 1991. С. 66–71; Попова Е. Т. Музей как центр диалогического соучастия // Труды Государственного музея истории Санкт-Петербурга. Вып. 19: Музейная педагогика в современной музейной коммуникации. СПб., 2008. С. 99–101.

³ Акулич Е. М. Музей как социальный институт: дис. ... д-ра социол. наук. Тюмень, 2004; Ананьев В. Г. Зарубежная музеология: интеллектуальные парадигмы и институциональные структуры: дис. ... д-ра культурологии. СПб., 2019; Ванслова Е. Г., Гнедовский М. Б., Дукельский В. Ю. Социальные функции музея: споры о будущем // На пути к музею XXI века: сб. науч. тр. М., 1989; Гафар Т. В. Художественный музей как субъект образовательного процесса // Известия ВолгГПУ. 2010. № 8. С. 20–23; Дунаева С. В. Философский аспект трансформации роли музея как социального института и его положение в современном обществе // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. 2011. № 3. С. 197–204; Закс А. Б. Динамика социальных функций музеев СССР // Музееведение. Музеи мира: сб. науч. тр. М., 1991. С. 51–62; Именнова Л. С. Музей в социокультурной системе общества: миссия, тенденции, перспективы: дис. ... д-ра культурологии. М., 2011; Мастеница Е. Н. Социальные функции музея в глобальном мире // Труды СПбГУКИ. 2015. Т. 210. С. 229–236; Разгон А. М. Место музееведения в системе наук // Музей и современность. М., 1986. С. 43–47; Равикович Д. А. Социальные функции краеведческого музея // Вопросы социологического исследования в области музееведения: Музей и посетитель. М., 1979. С. 16–38; Федотова А. А. Социокультурные функции художественных музеев России в 1960–1980-е гг. // Вестник СПбГИК. 2018. № 2. С. 124–129; Фролов А. И. Московские музеи. М., 1999; Хадсон К. Влиятельные музеи. Новосибирск, 2001; Юренина Т. Ю. Музей в мировой культуре. М., 2003 и др.

Помимо уже названных исследователей, современное отечественное поле научно-музеологических изысканий представлено такими авторами, как А. Н. Балаш, И. А. Гринько, А. В. Лебедев, Н. А. Никишин, З. А. Овчинникова, Т. П. Поляков, Е. А. Полякова, Л. М. Шляхтина и др.¹

При этом роль музеев как социокультурных институтов в современном обществе в контексте их функциональной трансформации не была изучена и раскрыта в научной литературе с должной полнотой. Как правило, исследователи выделяют две основных функции музея – документирования и образовательно-воспитательную. К дискуссионным относятся вопросы о научно-исследовательских, охранных коммуникативных функциях и функции организации свободного времени². В то же время социально-ресурсная функция, функции культурного участия, формирования и развития различных форм идентичности остаются на периферии исследовательской практики.

Анализ изученных источников и литературы подтверждает, что исследование ключевых аспектов взаимодействия музея и общества, изменяющейся роли музея в социальной системе достаточно актуально и эвристически продуктивно. Таким образом, теоретико-методологический и эмпирический материал позволяет сформировать авторскую позицию и определить основные подходы к изучению заявленной проблемы.

Проблема исследования состоит в необходимости культурологического анализа функциональной трансформации музея как социального института современного общества, связанной с расширением социальных функций музея, ростом его ресурсного потенциала, появлением новых стратегий и практик коммуникативного взаимодействия.

¹ Балаш А. Н. Современная художественная выставка как междисциплинарный проект // Вестник СПбГИК. 2019. № 3. С. 16–21; Гринько И. А. «Музейные границы» и формирование новых идентичностей // Самарский научный вестник. 2016. № 4. С. 149–153; Лебедев А. В. О пользе музейных концепций // Вестник. Зодчий. 21 век. 2014. № 2. С. 80–83; Никишин Н. А. Ведомственные и корпоративные музеи: тонкая грань различий // Корпоративные музеи сегодня: сб. докл. II междунар. науч. конф. М., 2016. С. 29–37; Овчинникова З. А. Музей в контексте социально-культурных трансформаций информационного общества // Вестник культуры и искусства. 2017. № 3. С. 43–48; Экспозиционная деятельность музеев в контексте реализации «Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года» / Т. П. Поляков [и др.] М., 2021; Полякова Е. А. Музей в контексте актуализационно-адаптационных процессов // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 388. С. 86–93; Шляхтина Л. М. Современный музей: идеи и реалии // Вопросы музеологии. 2011. № 2. С. 14–19 и др.

² См.: Равикович Д. А. Социальные функции музея // Российская музейная энциклопедия. М., 2001. Т. 2. С. 201.

Объект исследования: музей как социальный институт современного общества.

Предмет исследования: социальные функции музея в социокультурном пространстве современного общества и их трансформация.

Цель исследования: описание и анализ трансформации социальных функций музея в социокультурном пространстве современного общества.

Логика достижения поставленной цели предполагает решение следующих задач:

1. Проанализировать методологические проблемы исследования современного музея как социального института.
2. Систематизировать социальные функции современного музея и выявить основные направления их трансформации.
3. Дать характеристику ресурсному потенциалу музея в рамках воспроизводства культуры и в современных культурных индустриях.
4. Изучить роль и функции музея в местном сообществе в локальном, региональном и глобальном измерениях.
5. Описать коммуникативную среду современного музея как систему взаимосвязанных культурологических, социальных, технологических составляющих процесса развития музейной деятельности.
6. Проанализировать актуальные практики и стратегии музейной деятельности в интернет-пространстве.

Хронологические рамки исследования заданы необходимостью описать процесс функциональной трансформации музея как социального института современного общества и охватывают период с начала 2000-х гг. до настоящего времени. В контекст культурологического анализа включены наиболее интересные и перспективные практики музейной деятельности последних лет. Эмпирическое исследование официальных сайтов музеев Краснодарского края, на основании которого сформированы их коммуникационные профили, проводилось в 2021 г.

Территориальные границы исследования ввиду трансграничности исследуемого феномена не подлежат четкой детализации. В качестве эмпирического материала использовано обобщение опыта работы музеев Москвы, Санкт-Петербурга, Пермского края, а также Архангельской, Владимирской, Ростовской, Свердловской, Тюменской областей; особое внимание было уделено коммуникативной деятельности музеев Краснодарского края.

Круг источников исследования составили разнохарактерные материалы, относящиеся к экспозиционно-выставочной, просветительской и коммуникативной деятельности федеральных, региональных и муниципальных музеев России. Диссертантом использованы нормативно-правовые акты и документы концептуально-стратегического планирования в рассматриваемой области, данные государственной и отраслевой статистики, описания, результаты и выводы опубликованных социологических исследований; изучены официальные сайты музеев и группы, созданные музеями в социальных сетях.

Методология и методы исследования. Методологической основой диссертационного исследования является структурно-функциональный подход (работы Р. Мертона, Т. Парсонса, Н. Лумана); в процессе определения музея в качестве социального института использованы идеи З. Баумана, К. Хадсона, элементы акторно-сетевой методологии Б. Латура; функциональная сущность музея выявляется на основе взглядов П. Отле и А. Лафонтена, музеологических концепций Е. М. Акулича, Е. Н. Мастеницы, Е. А. Поляковой, О. С. Сапанжи, Н. Ф. Фёдорова, П. А. Флоренского, Т. Шолы; разработка концепции музея как системы коммуникаций связана с работами Д. Ф. Камерона, Дж. К. Дана. При рассмотрении проблем социально-коммуникативных взаимодействий музея с социальными институтами и целевыми аудиториями диссертант опирался на исследования М. Б. Гнедовского, В. Ю. Дукельского, Л. С. Именновой, Ю. Э. Комлева, Н. В. Нагорского, З. А. Овчинниковой, С. В. Пшеничной, Б. А. Столярова,

Л. М. Шляхтиной, М. Ю. Юхневич. Авторская типология конвенциональных и неконвенциональных каналов в структуре музейной коммуникации сформирована с опорой на семиотические исследования Ю. М. Лотмана.

Изначальная ориентация на междисциплинарность, заданная сложностью и многоплановостью объекта исследования, обусловила необходимость использования **комплекса культурологических методов**. В процессе исследовательской работы применены общенаучные принципы анализа: историзм и системность, на базе которых сформирована концепция изучения трансформации музея как социального института современного общества. В работе были использованы специальные методы: генетический, типологический, историко-культурный, функциональный и семиотический анализ. Контаминация сравнительного и информационно-аналитического метода обеспечила возможность комплексного анализа эмпирического материала, характеризующего основные направления деятельности современного музея и векторы их изменений. Исследование официальных сайтов музеев Краснодарского края выполнено на основе авторизованной методики глобального межстранового исследования сайтов государственных учреждений, разработанной в Университете Брауна ¹.

Научная новизна исследования. Критерию новизны в диссертационной работе отвечают следующие полученные результаты:

– На основании изучения эволюции понимания музея, детерминированного его общественным статусом как социокультурного института в нормативно-правовом и теоретическом дискурсе (с. 22–26), структурно-функциональный подход определен в качестве базового в процессе исследования музея в социокультурном пространстве в рамках культурологической парадигмы (с. 27–30); сущность музея как социокультурного института и специфика его функциональной трансформации впервые определяется сквозь призму взглядов П. Отле об интеграции составных частей предметно-знаковой структуры социальной

¹ См.: West D. M. Digital Government: Technology and Public Sector Performance. N. J., 2005.

памяти (с. 31–34); при этом диссертант считает необходимой дифференциацию понятий «институт» и «институция» (с. 24–27), подчеркивая, что музей как социальный институт представляет собой иерархически организованную систему статусов и социальных ролей, ориентированных на удовлетворение когнитивных и духовно-эмоциональных потребностей (с. 26–27).

– В результате систематизации и сравнительного анализа исследовательской литературы (с. 28–41) диссертантом предложен базовый набор социальных функций музея как хранителя, ретранслятора традиций и площадки для внедрения инноваций (с. 42–43); диссертант отмечает, что с учетом социокультурной динамики современного общества особое значение в деятельности музея приобретают информационно-коммуникативная и ресурсная функции (с. 52).

– Выявлен и описан ресурсный потенциал музеев сельских территорий (с. 54–57), малых городов (с. 58–63), крупных городов (с. 64–67) и мегаполисов (с. 68–71) в рамках воспроизводства культуры в современных культурных индустриях; определены наиболее привлекательные точки роста ресурсного потенциала исторических малых городов, связанные с музейной деятельностью (с. 63); установлено, что музей является важным ресурсом формирования идентичности локальных сообществ крупных городов и мегаполисов в условиях современных миграционных процессов (с. 68–70); исследована роль музея в визуальном пространстве города в условиях доминирования визуальных форм внутригородских коммуникаций (с. 71–73).

– На основании изучения роли и функций музея в местном сообществе выделены уровни реализации потенциала музеев в современном обществе (с. 54–70), установлено, что его потенциал дифференцирован на три иерархических уровня – локальный, региональный и общероссийский (с. 74–85); доказано, что в условиях современных функциональных трансформаций в деятельности музеев наблюдается акцентирование на коммуникативной стратегии (с. 86–87), формировании аксиологических

оснований исторической памяти (с. 82–83) и социокультурной идентичности (с. 84–85); на примере деятельности музеев малых городов (с. 86–87), корпоративных и частных музеев (с. 88–89) выявлена и обоснована дифференцирующая и интегрирующая роль музеев в современной культуре (с. 95–69).

– Коммуникативная среда современного музея структурирована в культурологическом ключе как открытая система, включающая в себя выставочную деятельность, образование и медиацию / интерпретацию (с. 102–104, 107–109); изучена взаимосвязь музея и современных публичных коммуникаций (с. 97–114); рассмотрены внутримузейные и внешнемузейные аспекты коммуникации (с. 102–104); доказано, что наиболее существенные изменения происходят во внешнемузейных коммуникациях (с. 105); представлена авторская типология конвенциональных и неконвенциональных каналов музейной коммуникации (с. 106–108); определены перспективы развития теории музейной коммуникации (с. 104–112); выявлена специфика внутримузейной и внешнемузейной медиации (с. 107–113); музей определен как один из акторов современного медиапространства (с. 108); описаны тренды продвижения музеев в различных социальных сообществах (с. 112–114).

– Доказано, что цифровизация представляет собой одну из важнейших институциональных характеристик деятельности музеев (с. 114–116); изучены функции музея в коммуникативном интернет-пространстве (с. 115–116); проведен формализованный анализ контента и функционала официальных сайтов музеев Краснодарского края, на основе которого составлены коммуникационные профили музеев и сделаны выводы о реализации ресурсного потенциала фондового наследия и степени включенности музея в культурную жизнь общества (с. 117–125); выявлено, что информация, представленная в различных видах цифровых ресурсов становится еще одной формой бытия музея как социального института (с. 126); уточнены понятия «виртуальный музей» и «виртуальная экспозиция»

(с. 127–128); дана характеристика виртуального музея как новой культурной формы (с. 128–130); проанализированы актуальные практики коммуникативной активности музеев в интернет-пространстве, в том числе сторителлинг и сеттинг (с. 130–138).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Проведенная диссертантом систематизация понятийного аппарата, в соответствии с современным уровнем развития наук о культуре и музейной практикой, позволяет считать методологически целесообразным использование структурно-функционального подхода к музею как социокультурному институту современного общества, выполняющему целый ряд важных функций в социальной системе; сущность музея и направления его функциональной трансформации выявляются на основе идей П. Отле об интеграции предметно-документационных структур, выполняющих функции воспроизводства и трансляции кодов культуры, в систему социальной памяти.

2. В социокультурной жизни современного общества музей выполняет следующие базовые функции: 1) функция выявления и сбора предметов музейного значения; 2) функция хранения, научного изучения и интерпретации предметов музейного значения; 3) функция воспроизводства культуры; 4) образовательно-воспитательная функция; 5) информационно-коммуникативная функция; 6) функция организации досуговой деятельности; 7) ресурсная функция. Социально-культурная динамика общественной жизни и изменяющаяся роль музеев в культурной среде обуславливают его функциональную трансформацию как социального института. В этой связи особую актуальность, по мнению диссертанта, приобретают информационно-коммуникативная и ресурсная функции музея.

3. Анализ ресурсного потенциала современных музеев в контексте функциональной трансформации позволяет выявить факторы, связанные с превращением музеев в социально-коммуникативные центры воспроизводства культуры, легитимации культурной памяти и символизации культурного и природного наследия. Современный музей, подтверждая подлинность

объектов наследия в визуальной форме и формируя у посетителей чувство общности обладания этими символизированными значениями, способствует адаптации к инновационным тенденциям в современной культуре с помощью баланса ценностей и открытости отечественной культуры в процессе кросс-культурных взаимодействий, развитию традиционных ценностей и усвоению и переработке инокультурных социальных паттернов в различных областях повседневной жизни на основе социокультурного синтеза. Акцент на визуальные формы коммуникации превращает музей из коммуникативно закрытого пространства, взаимодействующего с целевыми аудиториями, в актора открытых систем, который становится неперенным элементом визуального коммуникативного поля. Музеи являются потенциально важнейшим ресурсом сплоченности сообщества на основании локальной идентичности и осознания ее места в региональной и национальной социокультурной идентичности, актором формирования и развития культуры участия в разработке и реализации государственной культурной политики.

4. Потенциал современного музея в местном сообществе дифференцирован на три иерархических уровня – локальный, региональный и общероссийский, выделяемых по аналогии с уровнями развития социокультурной идентичности. На локальном уровне музей объединяет акторов социокультурного развития территории в рамках дискурса «культуры участия», актуализируя значение культурного наследия, исторической памяти, ресурсы образовательной и просветительской деятельности, а также туристский и кадровый потенциал. На региональном уровне музей участвует в формировании гражданской активности населения, что способствует развитию инвестиционной и туристской привлекательности региона, его эффективному позиционированию в российском социокультурном конкурентном пространстве. В соответствии с общими тенденциями эволюции социокультурных практик, основанными на доминировании эмоциональной стороны восприятия культурного и природного наследия, на общероссийском уровне потенциал современного музея образует ресурсно-конкурентный

фактор в глобальном пространстве мировой геокультурной системы. Роль музеев в современной культуре и социокультурной идентичности можно представить и как дифференцирующую (выделение региональных культурных различий), и как интегрирующую (ретрансляция общих аксиологических оснований исторической памяти).

5. Функциональная трансформация музея как института современного общества актуализирует значение информационно-коммуникативной функции, приобретающей в условиях современного социокультурного развития, в том числе связанных с пандемией COVID-19, особенно важное значение. Коммуникативная среда современного музея, являясь открытой системой, объединяет разнообразные социокультурные практики в систему взаимосвязанных и взаимодополняющих культурологических, социальных, технологических составляющих процесса развития музейной деятельности. Коммуникативная среда музея делает его узловым пространством социальных взаимодействий, площадкой организации диалога и медиатором социальной активности, включает его в конкурентную структуру культурных индустрий. В коммуникативной среде целесообразно выделять подсистемы внутренних и внешних музейных коммуникаций, последние чаще всего носят публичный характер, трансформируя представления о музеях как об институтах, ориентированных на сохранение артефактов исторического прошлого. Авторская типология конвенциональных и неконвенциональных каналов в структуре музейной коммуникации позволяет определить базовые компоненты коммуникационного процесса по двум основным каналам: «Общество → Музей → Общество»; «Музей → Общество → Музей».

6. Эволюция информационной сферы и связанная с ней специфика социокультурной среды современного общества обусловила развитие цифровизации музейной деятельности, проявляющейся во внедрении интерактивных технологий, создании сайтов, медиапорталов и виртуальных музеев, распространении практик коммуникативной активности в интернете.

Сбалансированная интернет-коммуникация музея, уровень которой во многом характеризует соответствие официального сайта современным требованиям, является необходимым условием формирования качественного образа музея в глобальном медиaprостранстве. Проведенный анализ официальных сайтов музеев Краснодарского края и составленные на его основе коммуникационные профили 15 музеев позволяют создать систему практических рекомендаций, направленных на модернизацию информационно-коммуникационной деятельности современного музея. Сложное положение музеев в период пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19 актуализировало проблему совершенствования медиaprостранства музея и развития потенциала цифровых технологий не только в плане популяризации музейных коллекций, но и в аспекте организации особого вида экскурсий. Используя специализированный набор практик и стратегий в процессе позиционирования своей деятельности в интернете, музей не только продвигает собственные проекты, но и участвует в реализации государственной культурной политики, продуцирует волонтерскую активность участников социальных сетей, выступающих с предложениями интересных идей в сфере культурной жизни. Реализуя информационно-коммуникационную функцию, музей как институт современного общества использует сочетание различных социально-технологических решений и активно участвует в процессах социализации и развития образовательной и просветительской деятельности.

Теоретическая значимость исследования. В диссертации проанализирована институциональная роль музеев в современной российской культуре, описаны и изучены их функции в условиях трансформационных процессов в обществе и культуре, раскрыт социально-культурный потенциал музеев в воспроизводстве и развитии культуры, изучен социокультурный потенциал музеев как ресурсных центров интеграции и развития современного российского общества в условиях информационной технологической революции.

Практическая значимость исследования. Материалы и выводы

диссертационного исследования могут быть использованы в разработке концептуально-стратегических документов по реализации государственной культурной политики в сфере музейно-выставочной деятельности на современном этапе, в подготовке методического материала по совершенствованию информационно-аналитической деятельности музеев как социальных институтов современного общества и развитию музейных коммуникативных практик, в образовательной, воспитательной и просветительской работе, в процессе подготовки учебно-методических материалов и специальных курсов по музеологии и прикладной культурологии.

Личный вклад соискателя состоит:

- в постановке проблемы функциональной трансформации музея как социального института современного общества, выборе методологических оснований, отборе эмпирического материала и проведении исследования роли и места музея в социальной системе, выявившего ключевые характеристики изменившейся специфики и содержания его деятельности;
- в уточнении и систематизации социальных функций современного музея, выделении и обосновании функций музейной деятельности, характеризующих его социально-ресурсный потенциал, развитие культуры участия, формирование различных форм идентичности;
- в осмыслении и описании в культурологическом ключе коммуникативной среды современного музея, авторской типологизации конвенциональных и неконвенциональных каналов в структуре музейной коммуникации;
- во введении в научный оборот систематизированных материалов, отражающих основные направления и современные аспекты деятельности музеев Москвы, Санкт-Петербурга, Пермского и Краснодарского краев, а также Архангельской, Владимирской, Ростовской, Свердловской, Тюменской областей по реализации ресурсной и информационно-коммуникативной функций;

– в авторизации методики глобального межстранового исследования сайтов государственных учреждений, разработанной в Университете Брауна, самостоятельном проведении исследования официальных сайтов 15 музеев Краснодарского края, формировании их коммуникационных профилей, на базе которых могут быть разработаны расширенные практические рекомендации по совершенствованию информационно-коммуникационной деятельности.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Тема и содержание диссертации соответствуют научной специальности 24.00.03 – Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов, в том числе пунктам: 2. Роль и функции культурного наследия в истории цивилизаций в современном обществе; 7. Теория и практика музейного дела; 9. Социальные и исторические аспекты формирования и функционирования музеев, заповедных и охранных зон; 21. Общественно-социальные функции музеев.

Степень достоверности и апробация результатов исследования. Достоверность научных результатов и выводов, полученных в процессе проведенного диссертационного исследования, подтверждается комплексным изучением проблемы функциональной трансформации музея как социального института современного общества, привлечением и интерпретацией данных государственной и отраслевой статистики, опубликованных социологических исследований, применением релевантных изучаемым объекту и предмету исследования научных методов. Сформулированные в тексте диссертации научные положения, выводы и практические рекомендации основаны на анализе и обобщении современных практик и стратегий музейной деятельности.

По теме диссертационного исследования опубликованы 9 научных работ. Основные результаты изложены в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации – 3 статьи; в других научных изданиях – 6 статей.

Апробация диссертационного исследования осуществлялась также в ходе выполнения государственного задания Южного филиала Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачева по теме «Региональная культура и культурная политика: стратегии развития и опыт позитивных практик Юга России» (номер государственной регистрации 121021500262–2).

Основные положения и выводы диссертационного исследования обсуждались на заседании отдела комплексных проблем изучения культуры Южного филиала Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачева, докладывались на научно-практических конференциях разных уровней, в том числе: VI Международный научный форум «Культурное наследие как ресурс межнационального согласия» (Краснодар, 1–4 октября 2020 г.), научно-практическая конференция аспирантов и молодых ученых «Науки о культуре и искусстве: перспективные исследования» (Москва, 27–28 января 2021 г.), межрегиональная научно-практическая конференция «XXIII Фелицынские чтения. Музейное дело в России: традиции и современные тенденции» (Краснодар, 21–23 сентября 2021 г.), VII Международный научный форум «Культурное наследие как ресурс межнационального согласия» (Краснодар, 23–26 сентября 2021 г.), научно-практическая конференция аспирантов и молодых ученых «Науки о культуре и искусстве: перспективные исследования» (Москва, 24–25 января 2022 г.).

Структура работы обусловлена целью и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений. Общий объем диссертации 232 страницы. Список литературы включает 556 наименований. В приложении представлены материалы проведенного диссертантом исследования официальных сайтов музеев Краснодарского края.

ГЛАВА 1

МУЗЕЙ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

1.1 Социальная сущность современного музея: методологические проблемы исследования

Музей как социокультурный институт претерпел достаточно длительную эволюцию, детерминированную изменением социокультурной среды, в которой он находился. Согласно определению термина, сформулированному Международным советом музеев (ИКОМ) в 2007 г. в Вене, музей рассматривается представителями музейного сообщества как «действующая на постоянной основе некоммерческая организация, которая служит обществу, заботится об общественном развитии, является открытой для публики и с целью познания, обучения и развлечения собирает, хранит, изучает, демонстрирует и популяризирует материальное и нематериальное наследие человечества и среды его обитания»¹. Современные музеологи интенсивно дискутируют с целью выработки нового определения музея с учетом современных реалий и культурной социодинамики².

Федеральный закон от 26.05.1996 г. № 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018 г.) «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» в качестве музейных ценностей рассматривает музейные предметы и коллекции, обозначенные и кодифицированные как элементы Музейного Фонда Российской Федерации. Согласно ст. 26 музеи создаются для осуществления культурных, образовательных и научных функций; ст. 27 определяет, что

¹ Устав Международного совета музеев (ИКОМ). Принят на 16-й Генеральной Ассамблее ИКОМ (Гаага, Нидерланды, 5 сентября 1989 г.), дополнения и изменения внесены на внеочередной генеральной Ассамблее ИКОМ (Париж, Франция, 9 июня 2017 г.) // ИКОМ России. URL: https://icom-russia.com/upload/uf/925/Устав%20ИКОМ_2017.pdf. С. 4.

² Museum definition and Code of Ethics // ICOM. International Council of Museums. URL: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition>.

целями их создания является хранение, изучение и публичное представление музейных артефактов¹.

Прежде чем перейти к анализу дефиниций музея и его сущностных функций, рассмотрим еще несколько определений этого института культуры.

Достаточно универсальным и полифункциональным является определение, предложенное в российском «Словаре актуальных музейных терминов» 2009 года, где музей рассматривается как институт социальной памяти, хранящий и транслирующий первоисточники знаний о развитии природы и общества². Основными функциями его признаются документирование, хранение и исследование, а также образование и воспитание³.

Постоянный комитет 139-й сессии исполкома ИКОМ в Париже 21–22 июля 2019 г. предложил новую дефиницию музея, в которой основной акцент был перенесен на следующие качества: демократичность, инклюзивность, полифоничность, критический диалог о прошлом и будущем⁴. Отметим, что в этом определении на первый план выдвинуто развитие современных социально-коммуникативных практик для социализации, образования, культурно-досуговой деятельности.

В последние десятилетия музеи рассматривают в комплексном единстве с ландшафтом, в котором они локализованы, что в целом соответствует тенденции экологизации музейного пространства, закрепляемого положениями Конвенции ЮНЕСКО «Об охране нематериального культурного наследия», в ней особо отмечается роль и значение околomuзейного культурного пространства, или музейного ландшафта⁵. Также в Резолюции № 1 «Ответственность музеев в деле сохранения ландшафтов», принятой на

¹ Федеральный закон «О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» от 26.05.1996 г. № 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10496.

² Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. № 5. С. 55–56.

³ Там же. С. 61.

⁴ ICOM announces the alternative museum definition that will be subject to a vote // ICOM. URL: <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote>.

⁵ Конвенция об охране нематериального культурного наследия. Принята 17 октября 2003 г. Генеральной конференцией Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры // ЮНЕСКО. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv.shtml.

Генеральной Ассамблее ИКОМ в Милане 9 июля 2016 г., отмечается, что «музеи несут определенную ответственность за окружающий их ландшафт, городской или сельский. Это подразумевает двойную задачу: с одной стороны – музеи должны предпринимать необходимые меры и поддерживать наследие в целях устойчивого развития территории; с другой стороны – им необходимо уделять внимание образам и представлениям, которые определяют и символизируют эти ландшафты»¹. При этом околмузейное культурное пространство должно воспроизводить ощущения и смыслы репрезентации материальных музейных предметов культуры в коммуникативном поле музейных экспозиций².

Учитывая принятое в международной исследовательской теории и музеологической практике понимание музейного ландшафта как совокупности музеев в их территориальной локализации, представляется целесообразным использовать в диссертации понятие «околмузейное историко-культурное пространство». Связь ландшафта и музея, где он локализуется, расширяет функции последнего как социального института, превращая его в структурный элемент городского социально-коммуникативного пространства.

Необходимым в исследовании представляется дифференциация понятий «социальные институции» и «социальные институты», потому что в ряде зарубежных и написанных под их влиянием отечественных работ применительно к музеям используется именно термин «институции». Это обусловлено, как представляется, стремлением распространить постмодернистский дискурс социальной организации на музеи. Такого рода концептуальный подход к музею как к культурной институции имеет своим основанием принцип «текущей современности» З. Баумана³.

¹ Резолюции, принятые на Генеральной Ассамблее Международного совета музеев (ИКОМ) в Милане, Италия, 9 июля 2016 г. // ICOM. URL: https://icom-russia.com/upload/documents/Резолюции%20ИКОМ_Милан%202016_рус.pdf.

² См.: Concept's in Communications and Cultural Studies / Т. О'Sullivan [et all]. L.; N. Y., 1994; Hartley J. A Short History of Cultural Studies. L.; N. Y., 2002; Hartley J. Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts. L.; N. Y., 2004; Черкаева О. Е. Вопросы терминологии: «музейная сеть» и «музейный ландшафт» // Вестник СПбГИК. 2018. № 3. С. 90–94; Черкаева О. Е. Современный музейный ландшафт и новые тенденции музейной деятельности // Вестник СПбГИК. 2019. № 4. С. 131–136.

³ Бауман З. Текучая современность. М., 2008.

Под институцией в гуманитарных науках принято понимать «в социальной форме персонифицированное закрепление образа действия, порождающего образ мышления ее агентов»¹, а «действительное содержание институции – осознанные социальные отношения обособления и закрепления типичного действия в качестве общественно признанной и воспроизводимой функции в практике индивидуальных и коллективных субъектов, которые становятся представителями (агентами) данной институции»². Следовательно, «институции производят нормы и правила, а институты их укореняют и распространяют посредством реализации функций»³. Если организации – это системы коллективного целенаправленного действия, то соответствующие им институты – особые формы надколлективной субъектности.

Музей, согласно этой точке зрения, можно рассматривать как социокультурную форму, «создающую нормы, которые затем, путем формализации и организации в совокупности образуют институт»⁴. Смысл такого понимания музея как социокультурного института предполагает постоянное участие музея в воспроизводстве культуры и адаптации посетителей к социально-культурным изменениям в обществе с учетом инерционных процессов в сфере культуры и длительности их протекания⁵.

По мнению Е. М. Акулича, музей как социокультурный институт соответствует ряду признаков, отличающих его от социальных явлений. Так, в сфере культуры музей реализует две функции: он является элементом культуры, с одной стороны, с другой – сохраняет культуру и выполняет роль медиатора в усвоении человеком нормативно санкционированных обществом стандартных культурных норм, функции воспроизводства культуры⁶.

¹ Иншаков О. В. Институция и институт: проблемы категориальной дифференциации и интеграции // Экономическая наука современной России. 2010. № 3. С. 30.

² Там же. С. 31.

³ Там же. С. 33.

⁴ Глазунов Д. Д. Государство Россия. Институция или институт // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования: материалы XXII Междунар. конф. памяти проф. Л. Н. Когана. Екатеринбург, 2019. С. 1154.

⁵ Archer M. S. Culture and Agency: The Place of Culture in Social Theory. Cambridge, 2004.

⁶ Акулич Е. М. Музей как социальный институт: дис. ... д-ра социол. наук. Тюмень, 2004. С. 54.

Однако, как представляется диссертанту, Е. М. Акулич, изучая музей в проблемном поле социологических наук, не упомянул несколько важных институциональных элементов, а именно: воспитательно-образовательную функцию музея и наряду с этим роль адаптирующего института в триаде пространственно-временного континуума «прошлое – настоящее – будущее» Музей сохраняет и ретранслирует исторический опыт и традиционные модели культуры в форме музейных предметов и музейных коллекций, адаптируя характер их хранения и публичного показа к изменяющейся социокультурной среде и формируя с их помощью инновационные идеи и модели социокультурных паттернов в пространстве социокультурной коммуникации с посетителями, местным сообществом и обществом в целом.

Акторно-сетевая методология Б. Латура, сформулированная на основе развития теории социально-коммуникативного взаимодействия Н. Лумана, позволяет рассматривать современные музеи в качестве центров творчества, формирования и распространения инноваций, на организацию действий которых и их последствия оказывает влияние множество факторов, создавая зоны неопределенности, то есть не имеющие жестко детерминированных условий¹. Это связано с трансформацией и расширением функций музея, обусловленного институциональными взаимодействиями с другими социальными институтами, которые только выстраивают взаимоотношения с исторически сложившимися музейными институтами.

Т. Шола обращает внимание на причину существования и развития современных музеев, которая обусловлена концептуальными представлениями об их роли в жизни современных обществ, а не составом и ценностью хранящихся в них коллекций музейных предметов, представляющих культурное и природное наследие².

¹ См.: Луман Н. Общество как социальная система. М., 2004; Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М., 2014; Кряжевских М. Ю. Коммуникативное пространство музея: формирование культурного дискурса: дис. ... канд. культурологии. Челябинск, 2012; Pastore S. Beyond the Modern Museum. A Theoretical Framework for a Museal Landscape Analysis // Defining the Museum: Challenges and Compromises of the 21-st Century. ICOFOM Study Series. 2020. Vol. 48. Is. 2. P. 178–192. DOI: 10/4000/iss.2720.

² Šola T. Reflections on a Crucial Problem for Museums // Museology and Identity. ICOFOM Study Series.

Согласно Р. Мертону, признаками музея как социального института являются:

- во-первых, выраженный социальный тип отношений, который реализуется в музее как организации, ориентированной на поиск, изучение, сохранение и использование в процессе социокультурного воспроизводства музейных предметов культурного и природного наследия;
- во-вторых, дифференцированное распределение функций, прав и обязанностей сотрудников и пользователей музейными фондами и музейными площадями;
- в-третьих, деперсонифицированность социальных статусов и социальных ролей;
- в-четвертых, наличие институциональной корпоративной культуры;
- в-пятых, наличие материальных, финансовых и социальных ресурсов (включая музейные здания и музейные коллекции, источники финансирования, человеческие и социально-коммуникативные ресурсы, символические ресурсы) ¹.

Тем самым музей как социальный институт представляет собой иерархически организованную систему статусов и социальных ролей, ориентированных на удовлетворение когнитивных и духовно-эмоциональных потребностей людей ². Современные музеи как социокультурные институты находятся на стадии трансформации, пытаясь участвовать в налаживании диалога между различными социально-демографическими группами и культурными институтами, а также способствовать выработке взаимосвязи между исторически сложившейся аксиологической системой, социально-экономическими и социально-политическими реалиями современного российского общества и моделями и практиками культурного участия граждан в разработке приоритетных направлений и реализации основных положений государственной культурной

1986. Vol. 10. Is. 3. P. 15–22.

¹ Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура. М., 2006.

² Пшеничная С. В. Музей как социокультурный феномен. Информационно-коммуникативная модель. СПб., 1999.

политики ¹, продолжая поддерживать и развивать свое изначальное предназначение как института социальной памяти ².

Современные музеи развивают новые способы репрезентации, интерпретации и «оживления» культурного наследия, перекодирования его аксиологической составляющей в визуальные форматы представления в условиях широкого распространения такого рода культурных форм при сохранении отрефлексированных общественным сознанием заложенных в нем социально-символических смыслов ³. С развитием информационной культуры и цифровизации современного общества музей расширяет область своей деятельности, дополняя ее новыми ментальными оценками и ценностями ⁴. Выделение групп социальных ценностей в рамках осмысления эволюции функций современных музеев представляется целесообразным, но их дробление на направления и виды деятельности, на наш взгляд, не решает важных вопросов, связанных с этим аспектом.

Под функцией, начиная со схемы AGIL концепции структурного функционализма Т. Парсонса, понимается «совокупность действий, направленных на удовлетворение потребности или потребностей системы» ⁵. Основными функциями социальных институтов в соответствии с этой структурой являются: а) функция адаптации; б) функция целедостижения; в) функция интеграции; г) латентная функция, функция поддержания ценностного образца ⁶.

С методологической точки зрения принципы структурно-функционального анализа позволяют выявить и проанализировать функцию адаптации применительно к музейной деятельности как системе и метасистеме. По мнению

¹ Мастеница Е. Н. Социальные функции музея в глобальном мире // Труды СПбГУКИ. 2015. Т. 210. С. 229–236.

² Философия музея / под ред. М. Б. Пиотровского. М., 2013. С. 3.

³ См.: Овчинникова З. А. Музей в контексте социально-культурных трансформаций информационного общества // Вестник культуры и искусств. 2017. № 3. С. 43–48; Гиль А. Ю. Изменения в деятельности музеев с учетом тенденций развития современного общества // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 364. С. 49–53.

⁴ Шляхтина Л. М. Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение? // Вопросы музеологии. 2013. № 2. С. 209–210.

⁵ Цит. по: Rocher G. Talcott Parsons and American Sociology. N. Y., 1975. P. 41.

⁶ См.: Парсонс Т. Система современных обществ. М., 1998; Paulsen M. B., Feldman K. A. Toward a Reconceptualization of Scholarship: A Human Action System with Functional Imperatives // Journal of Higher Education. 1995. Vol. 66. P. 615–640.

ряда ученых, адаптационная функция музея связана с актуализацией музея как социального института ¹. Впервые идею об адаптационной функции музея в сфере культуры сформулировал в законченном виде британский искусствовед К. Хадсон, считавший что музей представляет собой адаптирующий к динамике изменений в культуре социокультурный институт ².

Эта мысль британского ученого была подхвачена отечественными исследователями. Е. Н. Мастеница в качестве важного свойства музея упомянула адаптивность ³, но не раскрыла его формы влияния на адаптацию посетителей и участников социально-коммуникативных взаимодействий к социокультурным изменениям в обществе, видимо, отчасти потому что в центре внимания ее статьи находилась не внешняя среда музея, а музейное сообщество. О. С. Сапанжа дополнила эти положения характеристикой культурологического подхода в методологии изучения музея – музеализация как адаптация ⁴. Е. А. Полякова также справедливо, по нашему мнению, указала на необходимость анализа адаптационного потенциала музея как культурной формы ⁵. Необходимо, по мнению диссертанта, различать понятия социализация и адаптация, несмотря на то что существует тенденция их отождествления ⁶.

Музей, реализуя свою адаптационную функцию как социокультурный институт, участвует в формировании новых культурных форм, складывающихся в процессе социокультурной динамики в обществе, выступая как «способ их институционализации» ⁷. Е. А. Полякова рассматривает музей в качестве «универсальной культурной формы документирования и трансляции социального опыта» в музейно-педагогической деятельности ⁸; этой же позиции

¹ См., напр., Сапанжа О. С. Культурологическое измерение музея: морфология музейности // Вопросы музеологии. 2011. № 2. С. 5.

² Хадсон К. Влиятельные музеи. Новосибирск, 2001.

³ Мастеница Е. Н. Феномен музея: опыт музеологической рефлексии // Вопросы музеологии. 2011. № 1. С. 20–30.

⁴ Сапанжа О. С. Музеология: историография и методология. СПб., 2014. С. 85.

⁵ Полякова Е. А. Музей в контексте актуализационно-адаптационных процессов // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 388. С. 86–93.

⁶ См., напр.: Донина И. Н. Музей в социокультурной адаптации инвалидов: дис. ... канд. культурологии. СПб., 2014.

⁷ Калугина Т. П. Художественный музей как феномен культуры. СПб., 2001. С. 5–6.

⁸ Полякова Е. А. Развитие музея как образовательной формы культуры // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 6. С. 134.

придерживаются Н. В. Нагорский¹ и Л. М. Шляхтина², указывая, что современные музеи все чаще становятся медиаторами между представлениями людей о прошлом и будущим, адаптируя их восприятие перемен к социодинамике современной культуры.

Важнейшей функцией музея как системного социокультурного элемента современного общества является целедостижение. Эта функция предполагает участие в процессе социализации личности посетителя и формирование мотивации целевых аудиторий музея к достижению социокультурных моделей, основанных на системе санкционированных обществом нормативно-ценностных образцов.

Классическое определение системы ценностей М. Рокича характеризует ее как «укоренившуюся, упорядоченную совокупность убеждений, касающихся предпочтительных стилей поведения или конечных состояний существования в соответствии с континуумом относительной важности»³. Этот методологический подход разделяет Ш. Шварц⁴. Согласно точке зрения В. Г. Алексеевой, мнение которой основано на позиции Р. М. Уильямса, выделявшего доминантные когнитивное, аффективное и директивное измерения ценностей⁵, система ценностных ориентаций – это основной канал «усвоения духовной культуры общества, превращения культурных ценностей в стимулы и мотивы практического поведения людей»⁶. Вслед за М. С. Каганом⁷, Л. А. Микешина рассматривает систему ценностей как «соотнесение объекта или действий субъекта с некоторыми сложившимися в культуре образцами (идеалом, эталоном, нормой) и установление степени соответствия этому образцу»⁸. Музей и является тем социальным институтом, который активно

¹ Нагорский Н. В. Музей в духовной жизни общества. СПб., 2004. С. 44–45.

² Шляхтина Л. М. Основы музейного дела: теория и практика. СПб., 2016. С. 56–58.

³ Rokeach M. The Nature of Human Values. N. Y., 1973. P. 5.

⁴ Schwartz S. H. Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries // *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 25. London, 1992. P. 1–65.

⁵ Williams R. M. Change and Stability in Values and Value Systems: a Sociological Perspective // *Understanding Human Values: Individual and Societal*. N. Y., 1979. P. 15–46.

⁶ Алексеева В. Г. Ценностные ориентации как фактор жизнедеятельности и развития личности // *Психологический журнал*. 1984. Т. 5. № 5. С. 64.

⁷ Каган М. С. Философская теория ценности. СПб., 1997. С. 51.

⁸ Микешина Л. А. Современное развитие понятия «ценность» // *Ценности и смыслы*. 2009. № 1. С. 7.

участвует в социализации и формировании системы санкционированных обществом ценностей и регулятивов при помощи визуализации музеефицированных предметов культурного и природного наследия, моделирования прошлого и настоящего, реализуя функцию целедостижения посредством выработки эмоционально аранжированной достижительной мотивации терминальных ценностей общества.

Функцию интеграции общества, дифференцированного на различные социальные страты и статусы, музей как социальный институт осуществляет посредством участия в формировании визуализированной картины общего исторического прошлого в общественном сознании. Объединение социума происходит через осмысление в пространственно-временном континууме общей судьбы, достижений и неудач, знаковых исторических фигур из различных сфер социальной жизни, прославивших Отечество в поле локальной, региональной и национальной исторической памяти как многоуровневого социокультурного эмоционально окрашенного явления коммеморации ¹.

Музей как социокультурный институт реализует и функцию поддержания ценностного образца, сохраняя посредством экспонируемых артефактов культурного и природного наследия и их трактовки в рамках усвоения системных элементов культуры матрицу культурного кода местного сообщества как неотъемлемой части общенациональной культуры в ее исторически сложившихся формах и проявлениях, нашедших отражение в социокультурной идентичности ². Музей не только создает в массовом сознании местного сообщества представления о символизированном общем в прошлом и его символах,

¹ См.: Москвина И. К. Политика и проблемы коммеморации в современной культуре России // Труды СПбГУКИ. 2008. Т. 180. С. 268–274; Горнова Г. В. Коллективная память и практики коммеморации в формировании городской идентичности // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2017. № 2. С. 18–21; Малинова О. В. Коммеморация исторических событий как инструмент символической политики: возможности сравнительного анализа // Политика. 2017. № 4. С. 6–22; Шуб М. Л. Феномен коммеморации: опыт культурологического анализа практик публичного поминовения (на примере наименования улиц Челябинска) // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15. № 2. С. 161–169; Политика памяти в современной России и странах Восточной Европы. Акторы. Институты. Нарративы / под ред. А. И. Миллера, Д. В. Ефременко. СПб., 2020.

² См.: Никонова А. А. Роль музея в формировании культурной идентичности // Вопросы музеологии. 2010. № 2. С. 119–123; Именнова Л. С. Музей в социокультурной системе общества: миссия, тенденции, перспективы: дис. ... д-ра культурологии. М., 2011; Малинова О. Ю. Актуальность прошлого: история, память и политика идентичности // Дискурсология: методология, теория, практика. 2016. Т. 1. № 10. С. 156–166;

но и является одним из важных ресурсов формирования и развития имиджа территории, выделения характерных природных и социокультурных черт местности, локальной и региональной составляющей коренной субкультуры¹.

Функциональная сущность современного музея и специфика ее трансформации рассматривается диссертантом сквозь призму теоретических взглядов и практической дельности Поля Отле, который еще в начале XX в. на базе концептов библиотечно-библиографической деятельности реализовал проект универсального информационного хранилища, часто называемого «городом знаний». В системе представлений Поля Отле библиотека и музей были интегрированы в составные части предметно-знаковой структуры социальной памяти², соответствующей современному представлению о музее как полифункциональном социальном институте.

Полю Отле на рубеже XIX–XX вв., когда стало очевидным большое разнообразие типов знаний и их знаковых характеристик, вывел на уровень метанарратива «документ» – журнальные статьи, газетные сообщения, рекламу, гравюры, фотографии, схемы, диаграммы, музейные экспонаты и т. п. и все, что относится к его атрибуции³. Он предложил новую архитектуру знаний для оперирования ими на метанарративном уровне и превратил библиотечно-библиографическую атрибуцию документа в особую метанарративную интеллектуальную деятельность в культуре, в институцию по интеграции и упорядочиванию знаний на метауровне.

Под влиянием идей социальной интернационализации и на основе имманентных качеств деятельности П. Отле развивал идеи универсализма и его формы – энциклопедизма, которые в силу гипертекстуального характера

Эшворт Г. Дж. От истории к наследию – от наследия к идентичности: в поисках понятий и мод // Неприкосновенный запас. 2017. № 4. С. 154.

¹ См.: Замятин Д. Н., Замятина Н. Ю., Митин И. И. Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические подходы. М., 2008; Гоняева Н. В., Старостава Л. Э. Музейная деятельность как социокультурный ресурс формирования имиджа города // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2015. Т. 144. № 4. С. 145–154.

² Otlet P. *Traité de documentation: le livre sur le livre, théorie et pratique*. Bruxelles, 1934.

³ См.: Канныкин С. В. Бытие текста в культуре: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Воронеж, 2002; Руднев В. П. Прочь от реальности: исследования по философии текста. М., 2000. С. 432.

переросли в наше время из книжной формы в компьютерную оболочку¹. Исследователя часто называют одним из архитекторов глобализации современного общества – «общества знания»², интеллект рассматривался им как глобальная информационно-коммуникативная коллективная деятельность.

В 1895 г. П. Отле и его соратник А. Лафонтен создали Международный библиографический институт, впоследствии переименованный в Международную федерацию информации и документации – институт, призванный систематизировать и упорядочить универсальный библиографический репертуар, включающий в том числе и музейную составляющую. Поставив целью создание библиографий для различных социальных наук, взяв за основу десятичную классификацию Дьюи, они разработали универсальную десятичную классификацию (УДК), понимаемую как сумму универсальных кодов всеобщего интеллекта, и создали крупнейшую базу печатных и небиблотечных материалов. Таким образом, путь к структурированию глобального знания прокладывался через метанарративы библиотечно-библиографической деятельности и документоведения.

П. Отле объединил библиографические и документалистские категории, связал вербальный репертуар с иконографическим, музеи с книгами. По существу, научный тезаурус (тезаурус совокупной научной лексики) был интегрирован в тезаурус культуры и искусства, мифа и религии на основе общих принципов систематизации и организации знания (УДК).

П. Отле и его соратники заложили институциональный центр интеллектуального глобализма – проект «Mundaneum», создание «города знаний», который имел бы центральную интегрирующую и организующую роль в мировом интеллекте, или глобальной информационной системе. Он должен был стать самым масштабным международным центром,

¹ Хомякова И. Г. Поль Отле (1868–1944) и его предвидения информационно-коммуникационных технологий: по материалам зарубежных публикаций // Культура и образование. 2013. № 3. URL: <http://vestnik-rzi.ru/2013/11/1091>.

² Хомякова И. Г. Проект глобального информационного центра «Мунданеум» Поля Отле в оценке современных зарубежных исследователей // Культура и образование. 2013. № 4. URL: <http://vestnik-rzi.ru/2013/12/1187>.

Международный библиотечный институт интегрировал бы вокруг себя организации и службы всемирной документационной «машины»¹, библиотеки, музеи, архивы, книгоиздательские службы, другие различные международные подразделения и регулировал деятельность социума по формированию глобального информационного пространства в документационно упорядоченной форме.

Проект П. Отле отличался рядом крайне позитивных признаков:

- он касался модернизации общества на основе совершенствования социальной памяти;
- основной движущей силой был не пролетариат, а скорее «когитариат»;
- проект предусматривал преобразования в информационно-документационной сфере и сфере социальной памяти.

Идеи П. Отле и А. Лафонтена были направлены на утверждение новой формы жизни как рациональной, упорядоченной, гармоничной формы сосуществования людей. Такое интеллектуально-территориальное образование призвано было интегрировать все ведущие мировые ассоциации и институты, создать всемирный социальный порядок, планируя социум, политические структуры, принципы и способы разностороннего развития. Идея «всемирного города» утверждала необходимость межгосударственного и межэтнического сотрудничества и взаимодействия, глобальной жизни в ситуации мира народов и стран. Исходя из этого, отдельные авторы посчитали проект «Всемирного города» утопичным, тем более что П. Отле, увлеченный идеей централизации, естественно, ошибался, полагая, что «город будущего» должен быть экстерриториален и в одном-единственном экземпляре.

Сегодня очевидно, что проект «Mundaneum» не совсем утопичен. Так, современный Smart City частично воплощает идею «умного города» в стиле Отле, но в тот период идея централизма слишком стесняла умы мыслителей. Жизнь показала, что кроме тенденции централизации и унификации есть и

¹ Мэмфорд Л. Миф машины. Техника и развитие человечества. М., 2001.

другая тенденция – движение культуры к многообразию. Дальнейшее развитие человечества проторило путь наукоградом, экогородам, «умным городам», городам-курортам, мегаполисам, агломерациям. Например, в Греции Олимпия является городом, который выполняет сугубо экстерриториальную функцию, обслуживая туристов Олимпийского туристического исторического поселения, музеев.

В связи с вышеизложенным необходимо отметить, что идея музея реализовала себя в XX в. в контексте теории документализма, а также как атрибут глобального развития цивилизации. Социальная сущность музея проявилась в онтологическом аспекте, познавательном, организационном, семиотическом, урбанистическом и некоторых других:

- онтологически развитие документализма означало, что социальное бытие индивида и социума коренным образом изменилось, ткань социальности стала пониматься как взаимопереплетение нитей коммуникации;

- идеи и проекты музея стали реализовываться в контексте проектов информационного общества глобализации, общества коллективного разума создавались в разной форме и в разных местах;

- музей также переживает эпистемолого-методологический сдвиг, заключающийся в том, что он интегрировался в другие – научные, культурные, туристические – формы досуга.

Так, являясь элементом социальной памяти, музеи (наряду с библиотеками, архивами) выступают ее целостными предметно-документационными структурами, выполняющими функции воспроизводства и трансляции кодов и матриц генетической памяти человечества, подчеркивая сущность музея как социального института современного общества.

1.2 Функциональная сущность музея в современном обществе

Функциональный анализ деятельности музея позволяет наиболее четко определить его общественное назначение и миссию, место в системе учреждений науки, культуры и образования и, таким образом, выявить и подчеркнуть специфику музея как социального института.

Уже в середине 1960-х гг. в отечественном музееведении оформилось научное направление, интерпретирующее музей как социальный институт, который выполняет определенные функции. Теоретическая разработка этих проблем велась в Научно-исследовательском институте культуры Министерства культуры РСФСР (в настоящее время – Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва), собственно проблема социальных функций музея была поставлена в 1970–1980-х гг. А. М. Разгоном, Ю. П. Пищулиным, А. Д. Равикович и др. В качестве основных функций, обусловленных общественными потребностями, всегда выделяли документирования образовательно-воспитательную¹, но единства в понимании этого вопроса не наблюдалось уже тогда. Активно обсуждалось как количество музейных функций, так и их содержание, применительно к музеям разных видов и профилей. Так, Ю. П. Пищулин и некоторые другие исследователи считали, что у музея только две функции – документирования и образовательно-воспитательная²; А. Д. Равикович добавляла третью функцию – организации свободного времени³; И. В. Иксановой в числе других упоминались функции хранения, научного исследования и обработки коллекций⁴; при этом А. М. Разгон подчеркивал «единство исследовательских и образовательно-

¹ См., напр.: Пищулин Ю. П., Равикович Д. А. Социальные функции современного музея // Терминологические проблемы музееведения. М., 1986. С. 3–10.

² Пищулин Ю. П. Развитие социальных функций советского музея // Ленинские принципы культурного строительства и современность: сб. ст. – М., 1978. – С. 102–111.

³ Равикович Д. А. Социальные функции и типология музеев // Музееведение. Вопросы теории и методики. М., 1987. С. 10–24.

⁴ Иксанова И. В. Опыт разработки модели регионального музейного объединения // Музееведение. Вопросы теории и методики. М., 1987. С. 121–137.

воспитательских функций», характерных для большинства музеев ¹.

В. Ю. Дукельский, рассматривая музей как информационную систему, социально-эстетический феномен и инструмент формирования системы ценностей, указывал на культурно-формирующую функцию вещи, определяющую роль экспонатов в социально-коммуникативном пространстве музейной коммуникации. Функциональную природу музея он связывал с хранением и трансляцией культурного наследия и отмечал актуальность таких функций удовлетворение культурных потребностей человека, развитие творческой активности личности, расширение возможностей человеческого познания, формирование национального, регионального и профессионального самосознания, обеспечение исторической преемственности ².

Изучая музей в широких институциональных рамках категории «учреждение культуры», Д. А. Равикович видела его функциональное назначение в обусловленности, с одной стороны, «всесторонним развитием человека, приобщением его к культурным ценностям, осуществляемым главным образом в сфере свободного времени», с другой – в проявлении деятельности, «связанной с использованием учреждений культуры» ³. Таким образом, описанная ей функция организации свободного времени выступает как производная и дополнительная по отношению к образовательно-воспитательной: «посещение музея в свободное время связано, как правило, с мотивами познавательно-культурного, эстетического, эмоционального характера» ⁴. При этом исследователь подчеркивала, что необходимо отличать музейную деятельность от музейной функции. Музейная деятельность в данном контексте – это комплектование фондов, экспозиционная, научно-просветительская, другие взаимосвязанные между собой аспекты работы музея.

¹ Разгон А. М. Музеи // Большая советская энциклопедия: в 30 т. М., 1974. Т. 17. С. 84.

² Дукельский В. Ю. Музейные коллекции и предметный мир культуры // Некоторые проблемы исследований современной культуры: сб. науч. тр. М., 1987. С. 26–34.

³ Равикович Д. А. Социальные функции и типология музеев // Музееведение. Вопросы теории и методики. М., 1987. С. 10.

⁴ Там же. С. 14.

В результате проведенного специалистами НИИ культуры в 1980-х гг. опроса ¹ тридцати двух экспертов – представителей музейного сообщества, ученых-музееведов и руководителей, были определены следующие социальные функции музея, приводимые в порядке снижения их значимости: образовательно-воспитательная; формирование культурного уровня конкретных социальных групп; формирование культурной среды определенного региона; формирование творческих способностей и общественной активности социальных групп ².

А. Б. Закс, рассмотрев динамику социальных функций музеев в исторической перспективе, доказала, что приоритетность тех или иных функций в конкретные периоды советской истории зависела не только от общественных потребностей и запросов, но и во многом определялась конкретными политическими установками органов управления культурой, включавших музей в русло идеологической работы ³.

Общепризнанными социальными функциями в советской теории музейного дела считались четыре основных: 1) документирование; 2) охранная; 3) научно-исследовательская; 4) образовательно-воспитательная ⁴. По утверждению ряда исследователей такой их набор и формулировка восходит к работам А. М. Разгона ⁵.

В начале XXI в. эти функции дополнились новыми: аксиологической, отражающей социокультурную деятельность музеев по воспроизводству исторически сложившихся традиционных форм нормативных ценностей общества и по выработке новых ценностных оснований социальной жизни с учетом социодинамики культуры; культуuroобразующей и

¹ Ванслова Е. Г. Динамика социальных функций советских музеев (по материалам экспертного опроса) // Музееведение. Вопросы теории и методики. М., 1987. С. 25–41.

² Там же. С. 32.

³ Закс А. Б. Динамика социальных функций музеев СССР // Музееведение. Музеи мира: сб. науч. тр. М., 1991. С. 51–62.

⁴ Основы музееведения / отв. ред. Э. А. Шулепова. М., 2005. С. 26.

⁵ См.: Газалова К. М. Музей как социальный институт в России XX столетия // Музей в современном мире: традиционализм и новаторство: сб. ст. М., 1999. С. 8–28; Чебаненко Т. А. Социальные функции музея на современном этапе исторического развития общества // Таврические студии. 2012. № 3. С. 23–28. URL: <https://kukiit.ru/docs/ts/no3/4.pdf>. и др.

социоформирующей миссиями, на базе которых музей становится одним из инструментов нравственно-эстетического воспитания; функцией участия музеев в кросс-культурных коммуникациях и взаимодействии различных культур¹, функцией организации досуговых мероприятий («рекреационная функция»)².

Е. Н. Мастеница выделила следующие доминантные функции – хранения и ретрансляции социальной памяти, социальной рефлексии, поля социальной коммуникации, социальной адаптации, социального прогнозирования и социального проектирования³.

В связи с развитием процессов цифровизации современного общества З. А. Овчинникова предприняла попытку выделить следующие социальные функции музея: 1) функция центра научно-исследовательской работы, функция информационного обеспечения научно-исследовательской деятельности и функция интерпретации культурного наследия; 2) обеспечение культурных запросов местных жителей и удовлетворение потребностей туристской индустрии; 3) формирование культурного ландшафта и стабилизация культурного пространства и исторического времени⁴.

Различные представления о социальных функциях музея в середине 2000-х гг. впервые были систематизированы Л. М. Шляхтиной в работе «Основы музейного дела: теория и практика»⁵. Проанализировав комплекс классических и современных исследований по этой проблематике, она выявляет четыре основных подхода к деятельности музея как социокультурного явления и его базовым функциям. Первый – традиционный «музееведческий»: функции документирования и образовательно-воспитательная, к которым в

¹ Буров Н. В. Музей как социальный институт культурно-исторического и нравственно-эстетического воспитания // Труды СПбГУКИ. 2013. Т. 195. С. 306–307.

² Середина Е. В. Роль музеев в формировании территориальных рекреационных систем: автореф. дис. ... канд. географ. наук. М., 1995; Шляхтина Л. М. Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение? // Вопросы музеологии. 2013. № 2. С. 206–212.

³ Мастеница Е. Н. Социальные функции музея в глобальном мире // Труды СПбГУКИ. 2015. Т. 210. С. 229–236.

⁴ Овчинникова З. А. Музей в контексте социально-культурных трансформаций информационного общества // Вестник культуры и искусств. 2017. № 3. С. 43–48.

⁵ Шляхтина Л. М. Основы музейного дела: теория и практика. М., 2005. С. 46–57.

отдельных случаях добавлялись: функция организации свободного времени (Д. А. Равикович) ¹; охранная и научно-исследовательская (А. И. Фролов) ²; эстетическая, аксиологическая и воспитательная функции (Н. Г. Макарова) ³. В рамках второго подхода, представленного исследованиями И. В. Иксановой, В. В. Селиванова, З. Странского и др., выделяются такие социальные функции, как комплектование и наглядность; приобретение, сохранение и использование ценностей, создавших культурный облик человека; хранение и коммуникация; хранение, публикация, формирование восприятия ценностей, освоение культуры и связей с обществом ⁴. Третий подход заключается в отрицании институциональной трактовки музея, основанной на интерпретации его как учреждения, при этом смысл деятельности определяется задачами науки и образования (М. Б. Гнедовский и В. Ю. Дукельский) ⁵. Четвертый подход, культурологический, позволяет рассмотреть социальные функции музея в системе координат «культура – общество – личность» (Е. Г. Ванслова, А. К. Ломунова, Э. А. Павлюченко и др.) ⁶.

Созданную Л. М. Шляхиной классификацию завершает вывод, что при всем многообразии подходов к основным социальным функциям музея целесообразно отнести: «документирование – подтверждение посредством музейных предметов развития общества, культуры или же природы; образовательно-воспитательную функцию, обусловленную информационным и экспрессивным свойствами музейных предметов; функцию организации свободного времени, отвечающую общественным потребностям в культурных формах досуга и эмоциональной разрядке» ⁷.

¹ См.: Равикович Д. А. Социальные функции и информационная система музеев ... С. 8–26.

² См.: Социальные функции музея: споры о будущем. Материалы дискуссии в отделе музееведения НИИ культуры / Е. Г. Ванслова и др. // Музееведение. На пути к музею XXI в.: сб. ст. М., 1989. С. 186–204.

³ Там же.

⁴ См.: Иксанова И. В. Опыт разработки модели регионального музейного объединения ... С. 121–137; Селиванов В. В. Предмет и структура музейной социологии: Опыт решения проблемы // Художественный музей и город. Новые формы деятельности. М., 1988. Ч. I. С. 23–39; Странский З. Музей, искусство и перспектива развития человечества // Музейное дело: музей – культура – общество: сб. науч. тр. М., 1992. С. 247–258 и др.

⁵ Гнедовский М. Б., Дукельский В. Ю. Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования // Музейное дело: Музей – культура – общество. Вып. 21. М., 1992. С. 16–18.

⁶ См.: Музей и школа: пособие для учителя / отв. ред. Т. А. Кудрина. М., 1985.

⁷ Шляхина Л. М. Основы музейного дела: теория и практика. ... С. 56.

Рассмотрим сравнительную классификацию музейных функций А. М. Разгона ¹, Л. М. Шляhtiной ², Е. М. Акулича ³ и Л. С. Именновой ⁴, представленную в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Сравнение классификаций социальных функций музея

| Классификация А. М. Разгона | Классификация Л. М. Шляhtiной | Классификация Е. М. Акулича | Классификация Л. С. Именновой |
|--------------------------------|----------------------------------|---|---|
| документирования | документирования | информационная | информационная |
| охранная | | хранительная | |
| научно-исследовательская | | | гносеологическая |
| образовательно-воспитательная | образовательно-воспитательная | социализирующая и культурно-образовательная | социализации, инкультурации |
| | | транслирующая | презентации мирового, национального, регионального культурного наследия |
| | | коммуникативная | сигнификативная |
| | | воспроизводства социальных отношений | культуротворческая |
| | | интегрирующая | ценностно-нормативная |
| | | культурной идентификации личности | культурной и субкультурной идентификации |
| | организации свободного времени | организации досуга | удовлетворения культурных потребностей |
| | | | мировоззренческая функция |
| | | | идеологическая функция |

Очевидно, что первая классификация, восходящая к работам

¹ Основы музееведения / отв. ред. Э. А. Шулепова. ... С. 26.

² Шляhtина Л. М. Основы музейного дела ...С. 56.

³ Акулич Е. М. Музей как социальный институт: дис. ... д-ра социол. наук. Тюмень, 2004. С. 54–82.

⁴ Именнова Л. С. Музей в социокультурной системе общества: миссия, тенденции, перспективы: дис. ... д-ра культурологии. М., 2011. С. 144–147.

М. А. Разгона, основана на историко-культурном анализе функционирования музея и обусловленности его деятельности государственной политикой и социальным заказом.

Л. М. Шляхтина развивает принципы музеелогических исследований советского периода, дополняя их функцией организации свободного времени, тесно связанной с идеей аттрактивности и повышения уровня экспозиционной и просветительской деятельности, однако, по существу, транслирует точку зрения Д. А. Равикович на проблему социального функционирования музея.

Более дробную классификацию социальных функций музея дал в своей докторской диссертации Е. М. Акулич. Впрочем, не вполне правомерно, по мнению диссертанта, выглядят основания выделения отдельных ее составляющих. Например, представляется более логичным объединение некоторых функций, а именно: информационную и коммуникативную функции целесообразно было бы объединить в одну – информационно-коммуникативную; функции транслирующую и воспроизводства социальных отношений – в функцию воспроизводства культуры; социализирующую, культурно-образовательную и функцию культурной идентификации личности – в образовательно-воспитательную функцию. Очевидно, что разница в терминологии и подходах связана с тем, что исследование Е. М. Акулича выполнено в проблемном поле социологических наук, а не культурологии.

Еще более детальную классификацию социальных функций музея предлагает Л. С. Именнова, что, по мнению диссертанта, приводит к подмене социальных функций направлениями деятельности или возможностями использования ресурсов музея в различных областях социальной жизни общества. В частности, это замечание касается мировоззренческой и идеологической функций. Конечно, в зависимости от политического режима в стране и профиля музея он может осуществлять эти функции. Например, церковные музеи Русской православной церкви, в Советском Союзе Государственный музей истории ре-

лигии и атеизма (ныне – Государственный музей истории религии), Центральный музей революции СССР в Москве, ставший сегодня Государственным центральным музеем современной истории.

С учетом того, что современные музеи рассматриваются в качестве одного из ресурсов развития, можно добавить к социальным функциям современных музеев ресурсную функцию¹.

На основе анализа основных точек зрения по вопросу музейных функций мы предлагаем следующую итоговую классификацию социальных функций современного музея как социокультурного института в обществе:

- функция выявления и сбора предметов музейного значения;
- функция хранения, научного изучения и интерпретации предметов музейного значения;
- функция воспроизводства культуры, то есть ретрансляция культурного и природного наследия, культурно-цивилизационного в экспозиционной деятельности, в каналах массовой коммуникации и социальных сетях;
- образовательно-воспитательная функция, которая выражается в реализации программ музейной педагогики в рамках дополнительного образования, социализации детей и юношества, формировании социокультурной и гражданской идентичности целевых аудиторий музея (образование в современной культурологической науке рассматривается в качестве «социального института с функцией культурного воспроизводства человека»²);
- информационно-коммуникативная функция, которая реализуется в деятельности музея как локации организации социокультурной деятельности, актуализации меморативной деятельности по поддержанию и развитию исто-

¹ См.: Современный музей как важный ресурс развития города и региона: материалы междунар. науч.-практ. конф. / редкол.: Г. С. Муханов и др. Казань, 2005; Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер [и др.]. СПб., 2005; Чернега А. А. Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2013. № 1. С. 190–197.

² Розов Н. С. Культура. Ценности и развитие образования (основы гуманитарного образования в высшей школе). М., 1992. С. 5.

рической памяти, информирования представителей целевых аудиторий о культурных событиях в музее или с его участием, обсуждения актуальных проблем социально-культурного развития и реализации государственной культурной политики в масс-медиа и социальных сетях;

- функция организации досуговой деятельности, включая образовательные проекты, культурный, образовательный и событийный туризм, организацию волонтерского движения в сфере культурного и природного наследия;
- ресурсная функция, проявляющаяся в области формирования имиджа территории, меморативной деятельности, организации и реализации социокультурных проектов, поддержки общественных инициатив.

Рассмотрим выделенные функции подробнее. Содержание *функции выявления и сбора* предметов музейного значения и *функции хранения, научного изучения и интерпретации* музейных предметов детерминировано «Едиными правилами организации комплектования, учета, хранения и использования музейных предметов и музейных коллекций», утвержденными приказом Министерства культуры РФ от 23.07.2020 № 827 (ред. от 24.11.2020) ¹. К объектам, отбираемым для хранения в музейном фонде, относятся: «музейные предметы, документирующие развитие природы и историю развития естественно-научных дисциплин», «музейные предметы, документирующие историю и развитие человеческого общества», «музейные предметы, документирующие развитие литературы, театрального искусства, музыкальной культуры», «музейные предметы, документирующие историю развития техники», «мемориальные предметы» ². Кроме того, целый ряд объектов, отражающих различные виды деятельности, и «натуральные материалы – объекты природы, не имеющие музейного значения, но используемые для наглядного показа некоторых особен-

¹ Единые правила организации комплектования, учета, хранения и использования музейных предметов и музейных коллекций // Судебные и нормативные акты РФ. URL: <https://sudact.ru/law/prikaz-minkultury-rossii-ot-23072020-n-827/edinye-pravila-organizatsii-komplektovaniia-ucheta>.

² Там же.

ностей природы и ее явлений» отнесены к научно-вспомогательным экспериментальным фондам¹. Вполне объяснимо, что отбираемые для хранения объекты должны обладать репрезентативностью, образной экспрессивностью, отличаться типичностью или уникальностью, быть научно описаны и интерпретированы².

Природа музейного предмета тройственна – он, во-первых, материален, во-вторых, является символизированной культурной формой социальной сферы, а в-третьих, интерпретирован музейным работником в рамках выбранного научного дискурса³. Поэтому важными направлениями в музейной работе являются описание, атрибуция, интерпретация музейного предмета в контексте социокультурного развития эпохи, к которой он относится.

Обратимся к *функции воспроизводства культуры*. В. С. Степин справедливо, на наш взгляд, считал основной функцией культуры «воспроизводство и изменение социальной жизни во всех ее основных проявлениях»⁴. Воспроизводство культуры предполагает, согласно обоснованной, по мнению диссертанта, точке зрения А. Я. Флиера, освоение социокультурного опыта в сфере материальной и духовной культуры и социокультурных практик в процессе социализации и инкультурации⁵.

Музей как социальный институт, сохраняя и ретранслируя информацию о культурном наследии, участвует в воспроизводстве социокультурных паттернов, аккумулирующих отрефлексированный опыт предшествующего развития. А реализуемые в музее проекты в сфере музейной педагогики и социокультурных практик позволяют определить вариативность дальнейшего развития культурных форм и практик, оценить их способность вовлечь

¹ Единые правила организации комплектования, учета, хранения и использования музейных предметов и музейных коллекций ...

² Воробьева С. Л. Комплектование археологических коллекций в музеях: правовые аспекты и практический опыт. Уфа, 2019.

³ Калугина Т. П. Музей и «музеефикационный» тип культуры // В диапазоне гуманитарного знания. СПб., 2001. С. 243–254.

⁴ Степин В. С. Цивилизация и культура. СПб., 2011. С. 43.

⁵ Флиер А. Я. Культурология для культурологов. М., 2000.

целевые аудитории музея и местного сообщества в культурное участие: «Музей включен в процесс культурного производства и потребления (производит и продает за деньги или символический капитал культурные продукты – выставки, каталоги, события, экспозиции). Но по своей природе он противостоит культуре потребления, так как наделен эксклюзивным правом изымать вещи из товарооборота. Вещь в музее не имеет цены, исключена из отношений обладания и собственности, в пределе – помещена в “общий фонд” человечества. Это дает музею основания обращаться к вечности, “к потомкам”. Тем самым музей открыт для *participatory culture*, которая предлагает “билет” в этот общий культурный фонд человечества»¹. Деятельность музея и представителей целевых аудиторий музея в рамках культуры участия предполагает обращение к разработке² форм реализации государственной культурной политики, а также способствует развитию гражданской культуры. Музей в рамках этой стратегии становится площадкой социально-коммуникативных интеракций, вовлекающих во взаимодействие на различных уровнях самые разные группы населения, пробуждая их творческую активность и желание воплотить свои идеи в реальность. Изменения, происходящие в музейной деятельности, реализующей партиципативные стратегии³, превращают пассивных потребителей музейных ценностей в активных агентов социокультурных изменений. Н. Саймон в книге, анализирующей различные кейсы партиципативных технологий музейной деятельности, справедливо отмечает, что в формате культурного участия музей является локацией, вовлекающей дифференцированные группы из целевых аудиторий в создание, содержательное наполнение и распространение социальных сетей и интернет-ресурсов музейного информационно-коммуникативного контента⁴.

¹ Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. М., 2012. С. 12.

² Короткова М. В. Культура участия и партиципаторные стратегии в музейной педагогике // Наука и школа. 2020. № 4. С. 98.

³ Стародубцева М. Н., Чистякова М. Г. Партиципаторный музей в контексте искусства соучастия // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 12. С. 109.

⁴ Саймон Н. Партиципаторный музей. М., 2017.

Образовательно-воспитательная функция присутствует практически во всех классификациях социальных функций музея. Образовательная деятельность музея при реализации потенциальных возможностей использования принципов и технологий музейной педагогики позволяет не только выбирать формы проведения занятий, адаптируя их к потребностям конкретной целевой аудитории, но и реализовать образовательный потенциал конструируемой предметно-пространственной среды, наглядности и визуальности, применять деятельностный и эмоционально-образный подходы при освоении музейной информации ¹.

Это позволяет реализовывать самые различные образовательные инициативы – знакомство с ремеслами (проект «Виштынецкие сокровища гномов», Виштынецкий эколого-исторический музей, поселок Краснолесье, Калининградской области) и создание моделей памятников архитектуры (филиал Государственного исторического музея «Покровский собор», Москва), изучение состава красок и специфики пространственных изображений на плоскости (проект «Уроки Леонардо» в Волгоградском музее изобразительных искусств) ².

Воспитательная работа музея реализуется в рамках музейной педагогики в таких областях, как формирование исторического и экологического сознания, исторической памяти средствами экспозиционной и экскурсионной деятельности, волонтерских проектов, которые реализуют школьные, краеведческие и исторические музеи ³.

Воздействие музейных экспозиций, различные формы вовлечения посетителей музеев в перформативные социокультурные практики позволяют человеку не только идентифицировать себя с исторически сложившимся миром вещей, в котором музейные предметы являются визуальными свидетелями «подлинного прошлого» в восприятии их людьми, но и

¹ Гафар Т. В. Образование в современном музее: типы программ и направления развития // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. М., 2012. С. 31.

² Там же. С. 36–37.

³ См.: Киреева Л. Н. Социально-воспитательная деятельность музея в условиях малого города: дис. ... канд. пед. наук. М., 2003.

выработать эмоциональное отношение к материальным свидетельствам исторической памяти, основанной на исторически сформировавшейся аксиосфере или отрефлексированных массовым сознанием «конкретных формах ценностного отношения человека к миру»¹. Эмоционально окрашенный процесс восприятия образов прошлого, подчиненный логике построения экспозиции музея, позволяет человеку осуществить процедуру самоидентификации относительно отраженных исторической памятью событий, сохранившихся в безмолвных свидетельствах прошлого в виде музейных предметов, интерпретированных сотрудниками музея и экскурсоводами в качестве одного из базовых оснований социокультурной идентификации личности².

Локус проживания человека, паттерны его социального поведения и устройства жизни, его включенность в традиционные социальные сети – семейные, соседские, профессиональные, возможности реализации его личностного социокультурного потенциала во многом формируют картины исторического прошлого и настоящего, его отношение к окружающему миру, задают рамки восприятия и интерпретации реальности: «сила памяти определяет черты идентичности и делает прошлое проекцией будущего»³. Формируя свою идентичность, человек выделяет круг атрибутирующих признаков, по которым отождествляет себя с определенными социальными группами. По мнению современных ученых, идентичность состоит из трех базовых уровней: когнитивного, коннотативного и эмотивного⁴. Музей позволяет реализовать эти три функции в процессе рефлексивного восприятия экспонируемых музейных предметов – посетитель познает историю в связи с собственным комплексом

¹ Каган М. С. Философская теория ценности. СПб., 1997. С. 55.

² Малкина Л. Н. К вопросу о культурном наследии // Вестник ИрГТУ. 2014. № 3. С. 283–284.

³ Рюзен Й. Кризис, травма и идентичность // Цепь времен: проблемы исторического сознания. М., 2005. С. 49.

⁴ Идентичность как навигатор сознания / Х. Г. Тхагапсоев [и др.]. СПб., 2016. С. 74.

знаний и имеющимися в его распоряжении ресурсами, во взаимосвязи с контекстом различных доступных ему информационных ресурсов, предложенных музейными работниками в образном метафорическом представлении ¹.

Необходимо заметить, что музей как хранитель и репрезентатор культурного наследия позволяет современному человеку осознавать себя в геокультурном диапазоне в широком спектре пространственно-временной локализации – «от “гражданина мира” до приверженности ценностям малой родины» ², что коррелирует с положением его в трансграничном социально-коммуникативном пространстве интернета.

Информационно-коммуникативная функция проявляется в превращении современного музея в один из важных акторов процессов производства и распространения информации и социально-коммуникативных интеракций. Участие в обсуждении социально значимых аспектов культурного и природного наследия, перспективных социально-культурных проектов, направленных на развитие общественной среды населенных пунктов и местных сообществ, других важных общественных проблем превратило современные музеи в открытые культурные центры ³. Британская исследователь Э. Хупер-Гринхилл предложил рассматривать музейную коммуникацию как диалогичные взаимоотношения текстов в широком смысле слова, как формы интерпретирующей коммуникации музейных предметов, подготовленных к экспонированию музейными работниками, которые их отобрали, изучили и представили посетителям, и интерпретации экспонируемых музейных предметов посетителями музея ⁴. Подробное рассмотрение форм и видов внутримузейной публичной коммуникации и коммуникации с различными акторами социокультурных

¹ Staube G. Einführung: Museen – Orte des Sehens und des Lernens, der Musee und der Bildung // Das Museum als Lern- und Erfahrungsraum. Grundlagen und Praxisbeispiele, Schriften des deutschen Hygiene-Museums Dresden. Bd. 10. Böhlau – Wien. 2012. S. 7.

² Мануильский М. А. Архитектоника идентичности // Человек. 2018. № 4. С. 20.

³ Сапанжа О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. № 103. С. 245–252.

⁴ Hooper-Greenhill E. A New Communication Model for Museums. Museum Languages: Objects & Texts. Leicester, 1999. P. 49–61.

процессов, происходящих в местных сообществах, анализируется в содержательной статье М. Ю. Юхневич «Главный игрок на поле музейной коммуникации»¹.

Современный музей может стать площадкой модерации социальных проектов, при обсуждении которых, при медиации музея, могут вырабатываться согласованные позиции по социально значимым вопросам, к которым стороны-участницы пришли в процессе проводимых дискуссий². При этом позиция музея подкрепляется вещественными доказательствами, апеллирующими к подлинным музейным предметам и результатам их научного анализа, изучению общественных процессов, отраженных в музейных фондах и экспозициях.

Современные музеи активно развивают цифровизацию как в сфере внутримузеевской информационно-коммуникативной деятельности, так и в области внешних коммуникаций музея. Во внутримузеевской коммуникации цифровизация выражается не только в оцифровке музейных фондов, но и в использовании современных информационных технологий при организации экспозиционной деятельности – углубление и расширение с помощью технологий дополненной реальности экспозиционной информации, визуализация экспозиционного контента, создание и внедрение игровых форм в экспозиционных форматах.

Во внешней коммуникативной среде музеи создают официальные сайты, целевые группы, взаимодействующие с музеем в социальных сетях, включаются в работу с интернет-порталом Министерства культуры Российской Федерации «Культура.РФ», созданном в процессе реализации государственной программы «Информационное общество (2011–2020 гг.)». В нем имеется раздел «Музеи», в котором представлены 4359 музеев России³. В условиях пандемии, введенных противоэпидемических ограничений большое значение

¹ Юхневич М. Ю. Главный игрок на поле музейной коммуникации // Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. М., 2010. С. 108–117.

² Копелянская Н. Г. Музей как социальный модератор, или зачем музею нужна общественная дискуссия? // Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. М., 2010. С. 106.

³ Музеи // Культура.РФ. URL: <https://www.culture.ru/museums/institutes/location-russia>.

приобрели виртуальные выставки, виртуальные экспозиции, виртуальные экскурсии¹.

Музеи вносят посильный вклад в развитие имиджа территорий, на которых они расположены. Продвижение имиджа города и объектов его социокультурной сферы, мемориальных мест, памятников и достопримечательностей природного наследия превращается в важную сферу коммуникативной деятельности, направленной на продвижение сферы культурного туризма и раскрытие привлекательных возможностей для инвестиционных предложений со стороны отечественных и зарубежных бизнес-структур, привлечения переселенцев-соотечественников².

В современном информационно-коммуникативном пространстве музеи становятся активным актором распространения информации. Это предполагает не только предоставление средствам массовой коммуникации информационных поводов в связи с обсуждением выставок, новых музейных экспонатов, занимательных фактов исторического прошлого территорий, памятных дат, связанных с краеведческими, региональными и общегосударственными событиями и выдающимися личностями местного и общенационального масштаба, но и обсуждение актуальных событий культурной политики, развития культуротворческой деятельности, охраны и использования памятников культурного и природного наследия, волонтерской деятельности, различных аспектов сохранения и преумножения культурных традиций, проведения праздников, развития дополнительного образования, явлений актуальной современной культуры – граффити, малая городская скульптура и т. п., реализации проектов в сфере досуга и культурного туризма³.

¹ Василина Д. С. Виртуальный музей как феномен современной культуры // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3. С. 96–102.

² Ладыгина Т. А. Роль краеведческого музея в брендинге малого города: коммуникативный аспект (из опыта Красноуфимска) // Открытый город: через вовлеченность – к изменениям: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2017. С. 39–43.

³ См., напр.: Рязанова В. А., Сергеева А. А. К вопросу о коммуникативном потенциале музейного пространства // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22. № 4. С. 696–702; Десяева Н. Д., Рязанова В. А. Концептуализация модели «СМК-музей»: постановка проблемы // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2019. Т. 24. № 1. С. 93–102; Смирнов А. В. Современный музей: коммуникация или коммеморация // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3. С. 17–24; Иванова О. В. Формы взаимодействия музеев и общеобразовательных организаций в условиях

Обратимся к следующей функции – *функции организации досуговой деятельности*. Музей является одним из социокультурных акторов организации и реализации досуговых программ – от семейных до общепоселенческих: «сегодня музей – это сложная, многоуровневая система, решающая ряд социально значимых задач, среди которых все более заметные позиции занимает организация досуга, интеграция познавательной, развлекательной и художественно-творческой функции»¹. По данным различных социологических исследований, дети составляет около 42 % посетителей музея и участников проводимых музеем мероприятий, что обуславливает необходимость диверсификации направлений и методов работы с разнообразными по социально-демографическим профилям целевыми аудиториями². Материалы проведенного Лабораторией экономики культуры ГУ НИУ «Высшая школа экономики» социологического исследования среди сотрудников центральных и провинциальных музеев показывают, что в зависимости от профиля и ресурсов 54,8 % музеев готовы организовывать игры и квесты, воркшопы и мастер-классы, 52,2 % – демонстрацию фильмов, 45,7 % – мини-концерты и театрализованные представления, 34,8 % – выступления деятелей искусства и науки. Традиционные музейные формы культурно-просветительской и образовательной деятельности в форме экскурсионных программ реализуют 86,5 % музеев, образовательные маршруты и лекции – 69,6 %, тематические маршруты и лекции – 65,7 %³.

Как показывают результаты исследований, в музейных учреждениях еще сильна инерция сложившихся в прошлом веке форм работы, однако новые социокультурные и социально-экономические реалии в условиях конкуренции институций досуговой сферы подвигают современные музеи к активному поиску новых форм организации и проведения досуговой деятельности, которая

информационного общества // Ценности и смыслы. 2018. № 6. С. 130–142.

¹ Кузьмина Н. С. Организация досуга средствами музейной деятельности // Наука и образование в контексте культурных традиций: материалы науч.-практ. конф. М., 2018. С. 153.

² Корнилова К. С., Громова П. С. Аудитория российских музеев: характеристика, тенденции и особенности развития // Медиаскоп. 2020. Вып. 1. DOI: 10.30547/mediascope.1.2020.10.

³ Музеи и посетители: как взаимодействовать в посткарантинный период / В. Э. Гордин [и др.]. М., 2020. С. 29. Рис. 35.

становится разнообразнее и приобретает современные социально-технологические формы.

Все более значимое место в деятельности современных музеев занимает *ресурсная функция*: «различные средства музейной коммуникации способствуют формированию и трансляции ценностей, определяющих развитие территории и качество жизни»¹. Современный музей, в зависимости от размера и ресурсной базы населенного пункта и профиля его специализации, является актором социальных процессов во всех трех основных сферах жизнедеятельности – социально-политической, социально-экономической и социокультурной, одновременно привлекая общественность, формируя и развивая гражданскую культуру участия, организуя деятельность по привлечению к сотрудничеству предпринимателей и волонтеров: «Форма взаимодействия в каждом случае зависит от многих факторов (профиль музея, возраст организации, уровень подготовки кадров, тип населенного пункта, наличие определенных групп населения и т. д.)»². Музей как ресурс локального и регионального развития выполняет следующие функции – музей как главный работодатель, как точка реализации местных товаров и услуг, как инструмент формирования локальных и региональных брендов, как инициатор и драйвер развития территории, как мериторное благо, как площадка для культурных инициатив, как творец новых ценностей, как эталон жизненных стандартов, как средство социальной защиты, как клуб, а также, по мнению диссертанта, выставочная площадка, производитель информации, туристская дестинация, центр социокультурного проектирования, центр дополнительного образования, центр по организации и проведению праздников.

Современный музей призван осуществлять все выделенные выше функции, но социально-культурная динамика общественной жизни и изменяющаяся роль этих социальных институтов в культурной среде обуславливают их

¹ Лобанова В. В. Музей как фактор развития территории // Музей и регион: [сб. ст.]. М., 2011. С. 105.

² Там же. С. 107.

функциональную трансформацию. В этой связи особую актуальность, по мнению диссертанта, приобретают информационно-коммуникативная и ресурсная функции музея. Их подробному изучению будет уделено внимание в дальнейшем исследовании.

* * *

Итоги первой главы диссертационного исследования резюмируем в следующих выводах:

1. Методологически значимым в рамках культурологического исследования представляется использование структурно-функционального подхода к музею как социокультурному институту современного общества.

2. Основным аргументом в определении сущностной функции музея на современном этапе являются идеи, сформулированные в рамках интеллектуального глобального проекта П. Отле, интегрирующего библиотеки, музеи и архивы как компоненты социальной памяти, выступающего одной из основ общества знания (информационного общества) и выполняющего функции передачи генетической памяти и воспроизводства социума.

3. Современный музей выполняет в социокультурной сфере жизни современного российского общества следующие функции: 1) функцию выявления и сбора предметов музейного значения; 2) функцию хранения, научного изучения и интерпретации предметов музейного значения; 3) функцию воспроизводства культуры; 4) образовательно-воспитательную функцию; 5) информационно-коммуникативную функцию; 6) функцию организации досуговой деятельности; 7) ресурсную функцию.

4. Функциональная трансформация музея как института современного общества актуализирует информационно-коммуникативную и ресурсную функции.

ГЛАВА 2

МУЗЕЙ КАК РЕСУРС ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

2.1 Ресурсный потенциал современного музея

Современные музеи стали центрами организации культурной жизни, а в малых городах фактически превратились наряду с клубами в центры мобилизации культурного участия населения в разработке и реализации государственной культурной политики на локальном уровне. Являясь хранителями и интерпретаторами исторической памяти, музеи, наряду с другими социальными агентами воспроизводства культуры и формирования социокультурной идентичности, заслуживают специального исследования их места и роли как в процессах социализации жителей сообществ различных уровней, так и в процессах воспроизводства современной культуры. Для реализации задач диссертационного исследования представляется целесообразным рассмотреть ресурсный потенциал музеев, начиная с сельских населенных пунктов и заканчивая мегаполисами.

Ресурсный потенциал музея в современных сельских поселениях и городах обусловлен рядом факторов.

В сельском поселении музей выполняет роль «третьего места» в социокультурной жизни сельчан. Как полагает Р. Ольденбург, «третьи места служат для того, чтобы рассортировать людей в соответствии с их потенциальной полезностью в коллективных предприятиях. С этим связана функция третьего места (а в селе – это магазин, клуб, музей) как организационного пункта. Третьи места также обеспечивают наличие... “публичных персонажей”. Это люди, которые знают всех в округе и заботятся о своем районе. Обычно это, например, владельцы или продавцы магазинов, которые “присматривают” за тем,

что происходит поблизости»¹. Третьи места, в отличие от первых двух локаций социально-коммуникативных практик – семьи и производственного коллектива, обеспечивают реализацию досуговой функции, в которой основным занятием становится общение на различные темы.

Фактически третье место является организационным и коммуникативным центром местного сельского сообщества, объединенного территорией и средой проживания, соседскими и кровнородственными сетями и общими проблемами повседневной жизни и проведения досуга. Именно в таких «третьих местах» и происходит формирование коллективной локальной идентичности. Например, в деревне Чуваки Пермского края таким центром является местный и единственный в деревне магазин: «Центр общественной жизни деревни – магазин “Чуваковский поворот”. Он же главный ориентир для всех, кто хочет попасть в Чуваки, – никаких указателей о начале или окончании деревни на дороге нет»². Фермер с высшим агрохимическим образованием О. Мишихина недавно вошла в ТОС (территориальное общественное самоуправление), мотивом чего стало стремление «как-то расшатать деревню, чтобы люди чувствовали ответственность за то место, где живут, понимали, что они могут влиять на условия»³. В планах у нее ряд социальных проектов, например проведение фестиваля гороха – основного сельхозпродукта, выращиваемого в деревне.

Если с этой точки зрения рассматривать сельский музей, то он будет «включать комплекс различных центров, таких как культурно-исторический, педагогический, досуговый, и осуществлять функции “документирования”, “образовательно-воспитательную” и “организации свободного времени”»⁴.

¹ Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М., 2018. С. 22.

² Юсупов Т. Реальные Чуваки: как живут в самой веселой деревне России. На каноническую русскую глубинку это совсем не похоже // Известия. 2018. 07 окт. URL: <https://iz.ru/796208/timur-iusupov/realnye-chuvaki-kak-zhivut-v-samoi-veseloi-derevne-rossii>.

³ Там же.

⁴ Никифорова С. В., Иванова М. А. Музей как «третье место» в культурном пространстве села // Человек и культура. 2020. № 1. С. 64. DOI: 10.25136/2409-8744.2020.1.32074.

Как полагает диссертант, к приведенному перечню следует добавить ресурсную функцию, которая позволяет использовать музей как социально-коммуникативную локацию не только формирования культуры участия в общественной жизни у различных социально-демографических групп сельского населения, но и как площадку социально-коммуникативных взаимодействий: «музей на селе – больше, чем музей... далеко не в каждом селе есть хотя бы клуб. Поэтому сельские жители не просто ходят в музеи, они живут проблемами и радостями своих музеев. Они воспринимают именно как свое достояние, а не просто какую-то там выставку предметов. Помогают собирать коллекции, активно участвуют во всех музейных праздниках, буквально живут жизнью музея»¹.

Например, в Ростовской области станичные музеи имеют историко-краеведческую направленность. Одним из наиболее посещаемых станичных музеев является мемориальный музей прославленного полководца гражданской войны командарма С. М. Буденного. Инновационные технологии в таких станичных музеях, где зачастую 1–2 сотрудника, принимают самые неожиданные формы: «Не столько деньги, сколько искренний интерес к делу помогает придумать нестандартные решения. Вот, например, в станице Романовской Волгодонского района в сельском муниципальном музее... был создан миниатюрный макет казачьего поселения прямо под открытым небом. Маленькие деревянные домики, в которые невозможно зайти, но при этом можно увидеть все детали отделки, разглядеть особенности казачьей архитектуры»².

Вот еще один яркий пример сельского музея как «третьего места». В начале 1990-х гг. директор детского сада в селе Березняк Архангельской области И. Кокорина «создала при детском саде музейный уголок: тогда же написала специальную программу “Истоки”, посвященную сохранению памяти о народной культуре, а потом вместе с родителями воспитанников начала соби-

¹ Музей на селе – больше, чем музей! // Дороги мира. URL: <https://worldroads.ru/muzey-na-sele-bolshechem-muzey>.

² Там же.

рать по еще стоявшим деревням, у старушек, старинные утюги, ухваты и прочие артефакты крестьянской жизни»¹. Ее начинание получило поддержку у уроженца деревни, успешного лесопромышленника, владельца Устьянского лесопромышленного комплекса В. Буторина. Из коллекции вырос сельский краеведческий интерактивный музей «Быт и труд крестьянской семьи», где дети могут взаимодействовать со старинными предметами быта. При музее были созданы кружки по интересам. Победа проекта «В гостях у хозяйшки Устья» в грантовом конкурсе музейных проектов благотворительного фонда Владимира Потанина «Меняющийся музей в меняющемся мире» позволил реализовать мемориальный проект, посвященный исчезнувшим поселениям в окрестностях Березняка, в который включились местные активисты, учителя, краеведы и школьники, собравшие внушительный фонд записей старожилов исчезнувших деревень. В 2016 г. деревня была включена в туристский маршрут по Архангельской области, а в 2018 г. издан сборник воспоминаний об истории 37 окрестных деревень «Деревня, живущая в наших сердцах»². И таких примеров можно привести немало: «исчезнувших населенных пунктов, с которыми у людей связаны семейные истории, в России столько, что запрос на сохранение памяти существует давно, и маленькие любительские музеи в библиотеках и простаивающих без дела деревенских домах культуры возникают то и дело»³.

Музеи сельских территорий институционализируют и актуализируют в сознании сельских жителей и туристов историческую память о локальном историческом развитии сельских населенных пунктов, способствуют поддержанию и укоренению локальной идентичности, первичной и вторичной социализации сельских жителей, воспроизводству локальных культурных форм, сформировавшихся в процессе исторической эволюции.

¹ Приемская Е. Вернуть жизнь ухватом: зачем жители создают музеи умирающих деревень. Попытки сохранить народную память нередко помогают вдохнуть жизнь в русскую глубинку // Известия. 2019. 19 янв.

² Там же.

³ Там же.

Актуализация исторической памяти, локальной идентичности придает новые импульсы развитию музейной деятельности в различных регионах России. Малые города (с населением в 10–50 тыс. человек) составляют социокультурную ткань российского геокультурного пространства, являясь медиаторами сельского и городского образов жизни. Как свидетельствуют данные социологических исследований, «досуг и проведение свободного времени в малом городе обладают своей спецификой, отличительной чертой которой является более редкое, чем в крупных городах, посещение учреждений культуры, участие в культурно-массовых мероприятиях», что интерпретируется состоянием ресурсов культурно-досуговой сферы¹.

Рассматривая различные типы городских поселений в России, урбанисты-социологи выделяют три типа малых городов:

- исторические малые города – с населением менее 50 тыс. человек, которые связаны «с производственным и культурным профилем», сложившиеся еще в дореволюционную эпоху, максимально концентрирующие «культурные ресурсы, связанные с национальной традицией»²;
- моногорода, сложившиеся вокруг крупных предприятий, как правило оборонных отраслей;
- наукограды – города, в которых был сосредоточен научный потенциал каких-либо научных направлений³.

В период кризисного развития в 90-е гг. XX в. в более благоприятном положении оказались малые города, обслуживающие оборонно-промышленный комплекс, что было связано с реализацией стратегии развития этой отрасли, или имевшие возможности развивать промышленную переработку сельскохозяйственной продукции. При этом примерно треть малых городов оказалась в зоне депрессии и упадка, чему способствовали политика оптимизации сфер образования и здравоохранения.

¹ Малые города в социальном пространстве России / А. Ю. Ардальянова [и др.]. М., 2019. С. 132.

² Там же. С. 104.

³ Там же.

По мнению О. И. Вендиной, перспективы развития малых городов обусловлены сложившимися социально-коммуникативными взаимосвязями в местных сообществах, формами взаимодействия местных сообществ, предпринимателей и органов местного самоуправления¹. Наиболее критическим представляется состояние моногородов, в которых проживает 10 % населения России, причем из 319 таких поселений стабильное положение лишь у 71 моногорода².

Музеи малых городов, как правило, муниципальные музеи, составляющие наиболее многочисленное звено российской музейной сети, также чаще всего играют роль «третьего места» в небогатой на события культурной жизни этих населенных мест.

Как отмечает Е. Н. Мастеница, динамика современного социокультурного развития предполагает необходимость обновления экспозиционной и экскурсионной сфер деятельности музеев малых городов, обустройство околмузейных территорий³. В современных условиях поиска стратегий успешного развития малых городов, формирования их кадрового потенциала, необходимого для поступательного движения, музеи малых городов становятся центрами инициирования социокультурных проектов в сфере актуализации исторической памяти, развития локальной социокультурной идентичности, культурного туризма, образовательной и рекреационной деятельности, коммодификации объектов культурного и природного наследия, привлечения потенциальных инвесторов посредством развития имиджа малых городов⁴.

Впрочем, необходимо иметь в виду, что, по отзывам социологов-урбанистов, реализация проектов, связанных с попытками организации туристских дестинаций в малых городах при отсутствии развитой транспортной инфраструктуры и удаленности от основных туристских маршрутов, зачастую носит

¹ Вендина О. И. Малые города России: сходство исторических судеб и различия траекторий развития // Демоскоп Weekly. 2014. № 611–612. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2014/0611/analit01.php>.

² Яницкий О. Н. Глобализация. Город. Человек. М., 2018. С. 128.

³ Мастеница Е. Н. Социокультурные практики музеев малых городов России как фактор регионального развития // Общество. Среда. Развитие. 2020. № 2. С. 73.

⁴ Там же. С. 77–78.

характер привлечения внимания региональных и федеральных властей с целью получения бюджетных дотаций на развитие туристской деятельности, с одной стороны, и с другой – является попыткой «за счет развития каких-то культурных проектов показать собственному же населению, что что-то можно делать здесь и что не все потеряно, выделить в городском прошлом то, что может стать символическим, объединяющим ориентиром для жителей»¹. Зачастую в малых городах возникают проектные коалиции из заинтересованных лиц – представителей местной администрации, бизнеса, средств массовой информации, интеллигенции, музейных работников и общественных активистов².

Например, при поддержке Администрации Владимирской области в рамках положений областной программы «Развитие культуры на 2014–2020 годы» в процессе реализации подпрограммы «Развитие и модернизация материально-технической базы учреждений культуры малых городов и сельских поселений Владимирской области» был организован грантовый конкурс с участием музеев всех форм собственности «Развитие культуры и искусства, сохранение и популяризация культурного наследия»³.

В городе Киржач Владимирской области в 2017 г. был успешно реализован проект муниципально-частного партнерства по открытию музея наличника, в 2015–2017 гг. – арт-проект создания в селе Павловское Ковровского района музея-усадьбы «Усадьба двух генералов» (автор – генеральный директор «Киржачской типографии» Е. Федоров при участии агропредприятия «Муравия»). В городе Коврове Владимирской области совместными усилиями Администрации Ковровского района и историко-краеведческого музея создан Музей меди и латуни⁴.

¹ «Постепенно музеи отходят от режима оберегания ценностей от широкой публики». Социолог Алиса Максимова о судьбе музеев в малых городах России // Реальное время. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/145245-sociolog-alisa-maksimova-o-sudbe-muzeev-v-malyh-gorodah>.

² Там же.

³ Шерешева М. Ю., Колков М. Ю. Роль музеев в развитии туризма с участием малых городов (на примере Владимирской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т. 1. № 1. С. 125.

⁴ Там же. С. 126–127.

Как не без основания, по мнению диссертанта, полагает Г. М. Лаппо, малые города менее обременены современными социокультурными практиками и потому лучше сохраняют аутентичность городской культуры прошлого¹. Причем жители малых городов (в том числе и монопромышленных) выражают большую готовность участвовать в социокультурных проектах по реализации историко-культурного потенциала. Так, например, согласно данным социологического исследования, проведенного в городе Верхняя Салда Свердловской области, «большинство респондентов опроса знают или возможно знакомы с историей своего города, что в процентном соотношении составило 27 % и 50 % соответственно», 32 % готовы участвовать в деятельности по развитию своей малой родины и ее эстетической привлекательности, 53 % скорее готовы, 18 % опрошенных готовы рассказывать о достопримечательных и культурных местах города, 31 % скорее готовы². И это в моногороде, историческое прошлое которого в наибольшей степени связано с советской эпохой и металлургическим комбинатом. Можно согласиться с мнением В. М. Башилова, что «объекты историко-культурного наследия являются одним из основных факторов, определяющих социально-культурную ситуацию малого города, и могут служить отправной точкой в политике их возрождения и современного развития»³.

Муниципальные музеи, составляющие наиболее многочисленное звено российской музейной сети, важны прежде всего своей инкорпорированностью в повседневные социальные практики местных сообществ. В современных условиях одним из важных направлений их работы становится мотивация жителей муниципальных образований к трансформации из пассивных объектов образовательно-воспитательного воздействия и потребителей социально-

¹ См.: Лаппо Г. М. Города России. Взгляд географа. М., 2012.

² Медведева А. Н., Ларионова В. А. Культурно-исторический потенциал малых индустриальных городов в комплексном развитии территории // Российские регионы в фокусе перемен: сб. докл. со спец. мероприятий XII междунар. конф. Екатеринбург, 2018. С. 109.

³ Башилов В. М. Историко-культурное наследие малых городов России как стратегический ресурс развития территории // Ржевская епархия. Русская Православная Церковь. Московский Патриархат. URL: <http://ржевскаяепархия.рф/2015/11/14/istoriko-kulturnoe-nasledie-malyx-gorodov-rossii-kak-strategicheskij-resurs-razvitiya-territorii>.

культурных услуг музея досугового характера в субъектов культурного участия, вовлеченных в общественно значимые социальные действия по развитию своего места жительства¹. Музей – место воздействия друг на друга носителей разных систем знаний, идеалов, ценностей, устремлений, и, как следствие, «обретение чувства общности с себе подобными, осознание своей индивидуальности и непохожести на других»². Эти усилия могут привести не только к мобилизации потенциальных ресурсов музеев и общественности, но и к созданию музеев³.

Даже в «лихие» 1990-е гг. по инициативе Администрации муниципального образования города Ялутуровск (Тюменская область) Российским Институтом наследия была разработана «Комплексная программа сохранения и использования историко-культурного и природного наследия исторического города Ялутуровска и его окружения» (1996–1997)⁴. В программе были предложены мероприятия по выявлению и актуализации объектов культурного и природного наследия, развитию туризма и созданию музеев. В результате в Ялутуровске на грантовые деньги, на средства, выделенные областным, муниципальным бюджетами и местными предприятиями, были созданы краеведческий музей и Дом природы⁵. Как отмечает П. М. Шульгин, опыт европейских стран по использованию культурного наследия в развитии территорий оказался мало применим в России⁶, но некоторые идеи относительно комплексного использования культурного наследия и развития культурного туризма, адаптированные к российским социокультурным особенностям, нашли концептуальное воплощение в отечественных муниципальных и региональных

¹ См.: Нагорский Н. В. Музей как открытая социально-педагогическая система: дис. ... д-ра пед. наук. СПб., 2005.

² Комлев Ю. Э. Музей как социально-культурный центр региона // Аналитика культурологии. 2011. Вып. 2. URL: <http://anaculturolog.ru/journal/archive/item/701-the-museum-as-a-cultural-center-social.html>.

³ Комплексные региональные программы сохранения и использования культурного и природного наследия / отв. ред. П. М. Шульгин. М., 1994.

⁴ Исторический город Ялутуровск: материалы к программе сохранения и использования историко-культурного наследия города и его окружения / отв. ред. П. М. Шульгин. М., 1997.

⁵ Шульгин П. М. Историко-культурное наследие как особый ресурс региона и фактор его социально-экономического развития // Мир России. 2004. Т. 13. № 2. С. 126.

⁶ Шульгин П. М. Стратегия формирования культурного каркаса страны и использования культурного наследия в качестве драйвера социально-экономического развития российских регионов // Наследие и современность. 2019. Т. 2. № 4. С. 13.

проектах. Успешные проекты по использованию музейных ресурсов в развитии территорий муниципальных образований обсуждались в октябре 2020 г. на межрегиональном музейном онлайн-фестивале «Музей как ресурс развития территории», проведенном на базе Чувашского национального музея¹.

Наиболее привлекательные для внутрироссийского туризма исторические малые города имеют значительный ресурсный потенциал и множество точек роста, связанных с музейной деятельностью. В основе стратегии развития таких городов лежит «идея использования имеющихся культурных ресурсов – сохранившихся и все еще доступных памятников старины, природных особенностей, символических ресурсов, отсылающих к знаковым историческим событиям»². Исторические города, которые сформировались и развивались в течение достаточно длительного периода, имеют прочные основания локальной городской идентичности, опираются на богатое культурное и зачастую природное наследие, обладают необходимыми социокультурными ресурсами для развития сувенирных производств и привлечения туристов.

В 2007 г. наиболее привлекательные в туристском отношении исторические малые города объединились в «Ассоциацию малых туристских городов России». В нее в настоящее время входит 14 городских поселений – Азов, Боровск, Гаврилов Посад, Гроховец, Елабуга, Елец, Каргополь, Кунгур, Мышкин, Соликамск, Суздаль, Таруса, Тобольск, Углич³. Малые исторические города обладают неоспоримым преимуществом перед остальными малыми городами в силу их тесной взаимосвязи с исторической памятью, мемориальными местами, культурным наследием⁴.

Музеи малых городов являются центрами координации различных видов социокультурной деятельности, включая формирование локальной город-

¹ Малые города в социальном пространстве России ... С. 105.

² Там же. С. 105.

³ Созвездие малых городов России: портал. URL: http://amtg-rus.ru/about_us.

⁴ Гришин А. И., Строганов И. А. Экономические эффекты реализации комплексных программ развития малых исторических поселений (на примере г. Касимов Рязанской области) // Статистика и экономика. 2018. № 5. С. 15–26.

ской идентичности, воспроизводства интеллектуальных человеческих ресурсов, центрами воспитательно-образовательной работы и креативного проектирования в социокультурной сфере, организации туристской деятельности.

Современное городское пространство структурно дифференцировано на четыре элемента – социально-экономическое пространство, которое включает все интеракции и операции в сфере городской экономики; локальное пространство региональной политики, в котором сосредоточена политическая жизнь горожан, органов власти и местного самоуправления; социокультурное пространство, в котором протекает городская культурная жизнь, включая социокультурную, образовательную, досуговую деятельность; социально-коммуникативное пространство, в котором аккумулированы социально-коммуникативные интеракции социальных институций и местного сообщества.¹

Социокультурное пространство современного города можно рассматривать как социально-сетевое пространство, зонированное по моделям социального поведения и интегрированное сетевыми взаимодействиями различных субъектов в социально-политической, социально-экономической и социокультурной сферах жизнедеятельности и локальной идентичностью принадлежности к местному сообществу: «Социальное пространство современного города включает в себя ряд элементов, среди которых исследователи, прежде всего, называют экономическое пространство, основанное на социальном взаимодействии людей в экономической деятельности; политическое пространство, отражающее деятельность индивидов и групп общества в сфере политики; культурное пространство, в основе которого лежит взаимодействие людей в сфере образования и культуры, а также коммуникационное пространство»².

Е. Н. Мастеница определяет культурное пространство города «как многоуровневую и целостную систему, охватывающую сферы материального производства, политической жизни, научного, технического, художественного

¹ Социальное пространство современного города / под ред. Г. Б. Кораблевой, А. В. Меренкова. Екатеринбург, 2015. С. 24.

² Бутакова Д. А., Гаврилова Н. И. Музей в социокультурном пространстве города: особенности культурной коммуникации // Теория и практика общественного развития. 2011. № 8. С. 79–81.

творчества и характеризующуюся не только особенностями содержания каждой из них, но и их соотношением и взаимодействием»¹. Как явствует из приведенного определения, исследователь включила в определение культурного пространства города практически все социальное городское пространство, в то время как иркутские социологи Д. А. Бутакова и Н. И. Гаврилова подошли к вопросу более избирательно.

Е. Н. Мастеница выделила три исторически сложившихся направления, ориентированные на освоение культурного пространства города – экскурсионное, краеведческое и музейно-педагогическое².

Рассматривая городское пространство как поле социального взаимодействия различных субъектов на определенной территории, отечественные социологи предполагают наличие трех неперенных черт социального городского пространства. Во-первых, это наличие социальных субъектов и взаимодействий между ними, без которых социального пространства нет. Во-вторых, существование структуры различных сфер социальных взаимодействий. И, в-третьих, материальная выраженность этих взаимодействий в физическом пространстве³.

Социокультурное пространство города в современных гуманитарных науках рассматривается в категориях локального поликультурного пространства символических образов и визуальных метафор, создающих своеобразие визуального образа города, который интерпретируется по-разному его жителями и гостями. При этом каждый город имеет своеобразный культурный код, который интегрирует историческую память, городские легенды, символическое означивание памятных мест и определяет положение и роль музеев в локальной геокультурной структуре визуально-символического городского пространства и вариаций стиля жизни его жителей. Городское пространство, в том

¹ Мастеница Е. Н. Культурное пространство города как предмет исследования и объект познания: междисциплинарный подход // Петербургские исследования. 2011. № 3. С. 134.

² Там же. С. 143.

³ Социальное пространство современного города ... С. 22.

числе и визуальное, является дифференцирующим и интегрирующим для различных стилей жизни и, соответственно, социокультурных практик ¹.

При этом отрефлексированное в невербальном дискурсе городское локальное пространство находится в двух взаимосвязанных измерениях – визуальном и воображаемом ², в котором визуальные образы контаминированы с их речемыслительным осмыслением в форме креолизованных текстуальных форм, если понимать текст в широком смысле этого слова, а историческая память детерминирована повседневной жизнью современного города.

Важнейшим культурным маркером города как локальной социокультурной системы является городская идентичность, обусловленная разнообразием социальной структуры и осознанием общей исторической судьбы, опирающейся на историческую память, зафиксированную в мемориальных местах, символическом означивании событий прошлого, визуальных символах и музейных предметах, формирующих представление об общем пережитом историческом опыте, культурном и природном наследии ³. При этом в рамках общегородской идентичности, как правило, сосуществуют исторически сложившиеся и закреплённые в массовом сознании населения культурные субидентичности различных районов города, наделённых разнообразными культурными смыслами, которые отражены и в различных визуальных формах ⁴.

Именно в визуализации и ритуализации исторических памятных мест происходит постоянная актуализация городского измерения исторической памяти. Историческая память, в структуре которой важное место занимают музейные комплексы как символическое сакральное место ее сбережения и актуализации, является основанием социокультурной интеграции местного городского сообщества. В ее поддержании и ретрансляции зафиксированных в ней

¹ См.: Parker S. *Urban Theory and Urban Experience: Encountering the City*. L.; N. Y., 2004.

² Тишков В. А. Реквием по этносу. Исследования по социально-культурной антропологии. М., 2003. С. 289.

³ Шабает Ю. П. Париж, Сайгон и Западный Берлин в одном городе: множественность образов и идентичностей в культурном пространстве столицы Коми // *Антропология города*. Вып. 1. Культурные символы и образы в городском пространстве. Этничность и городская идентичность. Сыктывкар, 2013. С. 33–34.

⁴ Newman P. The lines that continue to separate us: borders in our 'borderless' world // *Progress in Human Geography*. 2006. Vol. 30. Is. 2. P. 147.

аксиологических смыслов важное место занимают акторы процессов массовой коммуникации, среди которых одними из значимых субъектов становятся музеи, которые при этом выступают в качестве агентов формирования семиотического континуума, наполняя городское пространство определенным государственной музейной политикой дискурсом¹.

Музейные здания являются неотъемлемым элементом визуальной среды города. Во-первых, музейное здание или комплекс музейных зданий представляет собой визуально выделенный образ храма науки и искусств, сакрализируя память об историческом прошлом города, его культурном и природном наследии, и об исторически сложившихся стилях в архитектуре города, позиционируя музей в визуальном пространстве.

Во-вторых, подобно увертюре в опере, само здание создает эмоциональный настрой посетителя на знакомство с музеем. Это очень важная функция, потому что она определяет восприятие музейной экспозиции: «Для осуществления коммуникации с посетителями в музее чрезвычайно важна не столько функциональная сторона архитектуры, сколько ее эстетические характеристики. Музей воспринимается как целостный визуальный комплекс, поэтому художественный образ его здания играет важную роль в процессе взаимодействия посетителя и музейного пространства»².

В-третьих, здание музея воспринимается как элемент музейной коммуникации и как закодированный текст, который нуждается в декодировке посетителями. Это особенно ощущается в процессе проектирования и презентаций новых музейных зданий, в основе архитектуры которых лежит некий концептуальный подход, отражающий функциональные особенности музеев.

В-четвертых, музеи стремятся стать центрами культурной жизни и формирования локальной идентичности, в которой нуждаются, в первую очередь, жители развивающихся городов, где волны внутренней миграции приносят элементы разнородных локальных культур.

¹ Лотман Ю. М. Культура и взрыв. М., 1992. С. 267.

² Чугунова А. В. Музейная архитектура в контексте современной культуры // Вопросы музееведения. 2010. № 1. С. 35.

Музей как ресурс развития городской идентичности является важным ресурсом формирования локальной идентичности городского сообщества в условиях миграционных процессов, затрагивающих крупные города и мегаполисы. Приток внутренних мигрантов из других регионов в Москву, Санкт-Петербург, Краснодар ¹ и некоторые другие города, привлекательные для жителей районов с более суровыми климатическими условиями – Крайнего Севера, Восточной Сибири и Дальнего Востока, районов с трудоизбыточным не занятым в сферах производства и коммерции населением – регионы Северного Кавказа, а также бывших союзных республик – Центральной Азии и Закавказья, нарушает сложившийся этнокультурный баланс и меняет локальную городскую социокультурную идентичность: «...миграция населения может генерировать целый спектр сложных проблем, включая столкновение культур, порождение широко распространенного убеждения угрозы социальной стабильности, исходящей от мигрантов, провоцирует размывание культурного ядра локального сообщества, привнося чуждые традиции и нормы поведения» ². Трудовые мигранты из стран Ближнего Зарубежья, кроме того, отличаются и низким уровнем образования, нарушая тем самым общегородские основания локальной идентичности и ставя под угрозу символическую означиваемость мемориальных мест ³. Необходимо отметить, что Российская Федерация по количеству мигрантов находится на втором месте среди всех стран земного шара ⁴. Поэтому формирование и поддержание локальной и региональной идентичности, сохранение исторической памяти и развитие образования трудовых мигрантов и членов их семей, а шире – национальной социокультурной идентичности и человеческого потенциала, занимает все более значимое место в деятельности современных музеев.

¹ Статистика миграции по данным Росстат // Статистика и показатели: региональные и федеральные. URL: <https://rosinfostat.ru/migratsia>.

² Пруель Н. А., Липатова Н. Л., Градусова В. Н. Миграция в современной России: масштабы, основные направления и проблемы // Регионоведение. 2020. Т. 28. № 1. С. 145.

³ См. также: Липатова Л. Н., Градусова В. Н. Миграция населения в контексте экономической безопасности и социальной стабильности // Управленческое консультирование. 2020. № 1. С. 56–72.

⁴ Образовательная миграция. Школы, вузы, музеи России как агенты адаптации и интеграции: коллективная монография / под ред. Е. Ю. Кошелевой. Томск, 2019. С. 207.

Перед музеями, работающими в привлекательных для трудовых мигрантов из стран ближнего зарубежья субъектах Российской Федерации, возникает важная задача создания и реализации специализированных образовательных программ по вторичной социализации и образованию трудовых мигрантов и их детей. Однако опыт работы московских музеев продемонстрировал сложности в реализации такой программы.

В 2012 г. несколько московских музеев, включая Государственный литературный музей и Музей Москвы, начали подготовку городской программы «Музеи для мигрантов» с предложениями гастарбайтерам бесплатных посещений тематических выставок, посвященных российской истории и культуре в целях социокультурной адаптации. Но они отказались их посещать, что, по мнению председателя общественного движения «Таджикские трудовые мигранты» К. Шарипова, объясняется тем, что «все эти люди приезжают в Москву на время – работать, а не по музеям ходить... а отношение к ним москвичей и вовсе убивает все желания узнавать о городе, в котором они работают, больше»¹. В 2013 г. программа была свернута. И. А. Гринько, комментируя это событие, со ссылкой на неудачные попытки запусков аналогичных проектов в Санкт-Петербурге и Саратове отметил: «Чтобы привлечь в музеи переселенцев, нужно в принципе сделать музей более доступным пространством для отдыха любого человека»². В 2018–2019 гг. были организованы музейные мероприятия, ориентированные на взаимодействие с мигрантами. Музей современного искусства «Гараж» организовал серию просветительских мероприятий «Музеи в условиях миграции», которые включали лекции, воркшопы и дискуссии о том, как работают современные культурные институции с людьми, имеющими миграционный опыт. Аналогичные проекты по работе с мигрантами в 2018 г. были организованы в Калининграде Калининградским филиалом Государственного Центра современного искусства – «Миграционная карта: Калининград, 2018», «Миграция и память»; в Москве Центральным

¹ Цит. по: Шаталова М. Москва сворачивает программу «Музеи для мигрантов». Гастарбайтеры не хотят бесплатно приобщаться к истории столицы // Известия. 2013. 06 мая. URL: <https://iz.ru/news/549717>.

² Там же.

выставочным залом «Манеж» – выставочный проект «Своя земля / Чужая территория»¹.

Как представляется диссертанту, целесообразным было бы сделать акцент не на взрослых мигрантах, которые прибывают в Россию на время своей трудовой деятельности и практически существуют в этнокультурных анклавах этнических сообществ своих соотечественников, а на тех семьях мигрантов, которые поселились на более длительное время или постоянно, и смешанных семьях, в которых глава – выходец из среды трудовых мигрантов, причем прежде всего на детей. А также на семьи трудовых мигрантов из отличающихся архаическими чертами этнической культуры районов Северного Кавказа и Закавказья. Как полагает диссертант, именно на них должна быть ориентирована так называемая мигрантская педагогика, позволяющая знакомить детей из таких семей с региональной культурой и локальной историей, локальной поселенческой идентичностью, основами государственно-гражданской идентичности. Образовательно-воспитательная деятельность музеев в этой сфере будет способствовать как успешному процессу социализации, так и усвоению локальной, региональной и государственно-гражданской идентичности, адаптации их в инокультурной среде². Для разработки проектов музейной деятельности в этой сфере необходимы как развитие музейной педагогики в вузах, подготавливающих музейных работников, повышение квалификации педагогов, работающих в области музейной педагогики за счет введения в образовательные программы дисциплины «Мигрантская педагогика», так и создание и внедрение в практику музейной деятельности целеориентированных на детей из семей мигрантов и вынужденных переселенцев методических пособий по педагогической диагностике и социокультурной адаптации.

Таким образом, проведенный анализ позволяет проявить «существенные генетические связи музея, которые, прежде всего, объясняют специфику его

¹ Музеи в условиях миграции: серия просветительских мероприятий // Garage. URL: <https://garagemca.org/ru/event/museums-and-migration-environment-a-series-of-educational-events>.

² Антипов А. А. Особенности формирования личностной идентичности у подростков из семей переселенцев и беженцев. Киев, 2008. С. 24–25, 35, 95; Вандышев М. Н. Как обучать детей мигрантов – вместе или раздельно? Опыт педагогов Свердловской области // Вопросы образования. 2019. № 2. С. 179–198.

духовного содержания, а также способы и формы его функционирования»¹. Музей в современном городе выполняет важную роль социокультурного центра хранения и использования материалов культурного и природного наследия, поддержания исторической памяти, аксиологической идентичности, выступает в качестве одного из коммуникативных центров местного сообщества, генерирования и распространения социокультурной информации, городских культурных инициатив, является одним из важных ресурсных центров формирования и продвижения имиджа города.

Значительный ресурсный потенциал, связанный с музейной деятельностью, имеет развитие визуальных каналов массовой коммуникации. Конечно, возможностей использования таких каналов в малых городах гораздо меньше, чем в средних и крупных. Даже преодоленное в целом цифровое неравенство наличием мобильного доступа в интернет демонстрирует другой аспект проблемы – в социальных практиках его использования в малых городах в системе коммуникаций преобладают социальные сети и мессенджеры. А ресурсная слабость средств массовой информации не позволяет музеям активно применять визуальные формы коммуникации с местным сообществом. Музеи малых городов за редким исключением используют традиционные экспозиционные визуальные формы во внутримузеевской коммуникации, поскольку технологические ресурсы большинства таких музеев не позволяют обращаться к инновационным решениям в сфере визуализации музейных экспозиций². Музеи малых городов посещают лишь 7 % населения, а в общественно активную деятельность вовлечены лишь 3 %³.

Потребность в визуализации коммуникаций в малых городах гораздо ниже, чем в средних и крупных, в силу того, что жители малых городов имеют возможность непосредственного тесного общения, что обусловлено более

¹ Мастеница Е. Н. Феномен музея: опыт музеологической рефлексии // Вопросы музеологии. 2011. № 1. С. 30.

² Другой интернет: цифровизация малых городов России // Высшая школа урбанистики имени А. А. Высокоского. URL: <https://urban.hse.ru/news/220104443.html>.

³ Малые города в социальном пространстве России ... С. 157.

прочными коммуникационными связями в условиях компактной локализации горожан.

Музеи средних и крупных городов только завоевывают свое место в визуальном городском пространстве, возможности визуализации музейных коммуникаций позволяют успешно проводить в них массовые мероприятия. Например, по данным ВЦИОМ, в 2018 г. 65 % жителей российских городов и до 90 % жителей столиц – Москвы и Санкт-Петербурга – посетили музеи в период проведения акции «Ночь музеев»¹. Такой результат не мог бы быть достигнут без визуализации информации, обращенной к массовым аудиториям горожан.

Широко представив внутримузейные виды коммуникативных форм креолизации и визуализации музейных экспозиций в процессе взаимодействия с самыми широкими слоями горожан, музеи привлекли внимание общественности, позиционировав себя как важные статусные объекты социокультурной сферы. В среднем даже в мегаполисах музеи посещает лишь 12 % жителей², поэтому оправдана активная практика знакомства горожан различных возрастов и социальных статусов с музеями, приобщение массовых аудиторий к осмотру музейных экспозиций, выработка внутренней потребности к посещению музея. Конечно, ведущие музеи, использующие различные средства внешней коммуникации, способны к привлечению широких слоев посетителей к «знаковым выставкам», к созданию информационных поводов, расширяющих число желающих посетить эти выставки. Провинциальные музеи, за исключением, пожалуй, музеев исторических городов – Мышкина, Ростова Великого, Сергиева Посада, Перми, Екатеринбурга и т. д., лишь начинают подобную деятельность. Они вписываются в систему визуальных коммуникаций малых городов, зачастую минуя освоение реального городского визуального пространства, сразу размещают свои сайты в интернете, формируя группы ак-

¹ Как живешь, интеллигенция? Социологические очерки / Р. И. Анисимов [и др.]. М., 2018. С. 198.

² Малые города в социальном пространстве России ... С. 157.

тивистов в социальных сетях, значение которых все более осознается представителями местных администраций как потенциальный ресурс социокультурного развития.

Подводя итог сказанному выше, можно утверждать, музеи являются потенциально важнейшим ресурсом сплоченности сообщества на основании локальной идентичности и осознания ее места в региональной и национальной социокультурной идентичности, формирования и развития культуры участия в разработке и реализации муниципальной и региональной культурной политики, основывающейся на принципах государственной культурной политики¹. Участие местных провинциальных музеев в развитии краеведения, координация этой деятельности, способствует становлению базовых оснований локальной идентичности, которые опираются на историко-культурное и природное наследие городов, отраженных в исторической памяти, включая персонифицированные образы знаменитых горожан, а также в сохранившихся материальных памятниках истории. А в мегаполисах музеи трансформируют «городское пространство вокруг музея», адаптируя его к социокультурным запросам горожан «и в проведении досуга, и в полезном времяпрепровождении, и в инженерно-транспортном обеспечении доступности и комфорта пребывания. Таким образом, музеи выступают драйверами городского развития»².

2.2 Роль и функции музея в местном сообществе: практика многоуровневого взаимодействия

Современные музеи, значение которых актуализовалось в культурной жизни столиц и провинции в новом тысячелетии, превратились в системообразующий фактор воспроизводства и развития культуры: «многие политики и

¹ См., подроб.: Саркисов В. А., Саркисова Е. Г. Музей в социокультурном пространстве современного города // Культурологический журнал. 2020. № 3. DOI: 10.34685/НЛ.2020.55.52.001.

² Мастеница Е. Н. Музей в социокультурном пространстве мегаполиса: преодоление границ // Сохранение, изучение и популяризация наследия: опыт участия и векторы развития: материалы всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Улан-Удэ, 2019. С. 69.

администраторы постепенно подменили идеи участия в культуре во имя развития личности и сообществ идеями возможного вклада культуры в экономическое и физическое возрождение городов и регионов»¹. При этом роль музеев особенно выросла в сельских поселениях и малых городах, в которых в результате проведенной в 2000-е гг. политики оптимизации клубных учреждений они превратились в центры сбережения и развития культуры, в особый формат социально-коммуникативной мобилизации актива местных сообществ, стремящихся к культурному участию в улучшении территорий своего проживания: «музей – это уникальный механизм, центральное место в культурной и духовной жизни местного, национального и международного сообщества; музей является образовательным ресурсом, генерируя и распространяя знания; оказывает значительное воздействие на экономическое и социальное развитие; музей способствует экономическому и социальному развитию ровно в той же мере, что инновации; музей укрепляет культурные идентичности, поддерживает социальную сплоченность; музей является медиатором в сфере межкультурного взаимодействия; музей продвигает региональные ценности в эпоху глобализации»².

В *сельской местности* России проживает свыше 25 % современного российского населения. Именно сельское население, укорененное в циклическом сельскохозяйственном производстве, является доминантным ресурсом сохранения и ретрансляции традиционной культуры и традиционных для российской цивилизации ценностей, которые в наименьшей степени подвержены влиянию глобальной массовой культуры и универсалистских глобалистских ценностей: «в противовес космополитичной, анонимной, подвижной, стрессогенной городской среде, сельская местность представляется территорией покоя, здоровья и отдыха, хранилищем вечных общечеловеческих ценностей и национальной природы и культуры»³. Сельская жизнь развивается в пределах

¹ Лэндри Ч., Пахтер М. Культура на перепутье. Культура и культурные институты в XXI в. М., 2003. С. 48.

² Будко А. А. Образ музея XXI в. // Труды СПбГУКИ. 2015. Т. 212. С. 17.

³ Никифорова Е. А. «Торговцы красотой»: заметки о ребрендинге эстонской деревни // Вдали от городов. Жизнь постсоветской деревни. СПб., 2013. С. 144–167.

локальной территории сельского поселения и тяготеет к районному центру, который является либо поселком городского типа, либо малым городом, аккумулирующим в себе основные инновационные социокультурные практики, которые затем реализуются в сельских поселениях. Малые города – центры культурной жизни района, именно они вбирают в себя наиболее активную часть сельского населения, оставаясь во многом своеобразной социокультурной мембраной между средними и крупными городами и селом.

В пользу такой трактовки нынешнего состояния взаимоотношений сельских жителей и мест их профессиональной реализации свидетельствуют данные социологических исследований, показывающих что 22 % сельских жителей работают в городах ¹. В сельской местности и в малых городах население образует локальные сообщества, включенные в традиционные родственные, соседские и земляческие социальные сети, связанные социально-коммуникативными взаимодействиями, обладающие общей системой неформального социального регулирования, базирующиеся на традиционных нормативно-ценностных устоях, адаптированных к социокультурной динамике в данном регионе и основанных на общем отрефлексированном социальном опыте и исторической памяти.

Местное сообщество в современной научной литературе принято рассматривать как важнейший нематериальный ресурс социального развития. Мировоззренческая основа жизни участников местного сообщества в данной диссертации понимается как «совокупность целей-принципов, образующих стратегическое ядро установок, олицетворяющих стрежень сознания и поведения людей и составляющих основополагающее, внутреннее содержание их жизни» ², эти цели могут быть реализованы только в согласовании социальной активности с деятельностью других акторов местного сообщества. Для сельских жителей важнейшим фактором существования местного сообщества являются социально-сетевые и социально-коммуникативные взаимоотношения:

¹ Смыслы сельской жизни (Опыт социологического анализа) / под ред. Ж. Т. Тощенко. М., 2016. С. 14.

² Там же. С. 19.

«в небольших населенных пунктах ограниченность социальных контактов в определенной степени способствует повышению их интенсивности, значимости, тесноты, позволяя легче преодолевать повседневные трудности», причем «тесное социальное взаимодействие и прочные связи между индивидами формируются в большей степени на основе эмоциональных, нежели рациональных отношений»¹. Однако следует иметь в виду, что во многом взаимоотношения в сельской местности строятся на основе целей самообеспечения и не трансформируются в гражданскую активность. Вместе с тем у сельских жителей социологи отмечают более высокий уровень консерватизма и следования традициям.

Сельские учреждения культуры традиционно «были местом собраний, просмотра кинофильмов, просто общения, которые обладали функцией поддержки этоса, присущего только деревне»². Сельская местность остается привлекательной для большей части ее жителей в силу таких причин, как комфортная среда существования, приверженность семейным традициям, тесный круг общения и взаимосвязей в сельском поселении. А «относительно низкая плотность населения способствует поддержанию “негородского” темпа и образа жизни»³.

Сельские территории, вовлеченные в орбиту современного развития, конечно, в актуальных условиях изменения российского общества не обладают потенциалом привлечения финансовых капиталов. А это, в свою очередь, направляет внимание на нематериальные социальные ресурсы, все еще слабо используемые в отечественной повседневной сельской жизни. Информационные, эмоциональные и социальные потенциальные ресурсы могут в перспективе стать важным социально-коммуникативным потенциалом участников местных сельских сообществ.

¹ Смыслы сельской жизни (Опыт социологического анализа) ... С. 126.

² Там же. С. 107.

³ Морозова Е. В., Мирошниченко И. В., Семенченко И. С. Развитие сельских местных сообществ: потенциал политики идентичности // Полис. Политические исследования. 2020. № 3. С. 58.

Например, в Апшеронском районе Краснодарского края, по данным социологического исследования, проведенного учеными Кубанского государственного университета и Национальным исследовательским институтом мировой экономики и международных отношений им. Е. М. Примакова РАН, доминантными драйверами местной общественной идентичности и культуротворческой деятельности в рамках позитивной реализации задач государственной культурной политики выступают «культурно-просветительские сети, объединяющие школы и учреждения культуры – дома культуры, музеи, библиотеки»¹. Несмотря на различие в материально-технических ресурсах, практически во всех звеньях этой культурно-просветительской сети основная роль принадлежит работникам сфер культуры и образования, подлинным энтузиастам и подвижникам развития локальной исторической памяти и социокультурной идентичности.

Основная нагрузка музейной работы в этом геокультурном ареале приходится на школьные музеи, состояние которых определяется прежде всего активностью учителей-энтузиастов, способностью вовлечь школьников в поисково-экскурсионную работу. Исследователи отмечают успешную деятельность школьного музея в станице Куринской, фонды которого пополняются новыми экспонатами благодаря бывшей учительнице истории Е. П. Георгиевской и вовлечению в поисковую деятельность администрации поселения, местного казачьего общества и школьников. В окрестностях этой станицы находится природный объект Белые скалы, место православного паломничества – святой источник пророка Илии. Все это формирует атмосферу реально функционирующего локального геокультурного пространства исторической памяти. А интегрирующим основанием локальной исторической идентичности, позволяющим преодолеть последствия раскола местного сообщества в эпоху Гражданской войны и рассказывания, является коллективная память о Великой Отечественной войне: «Все символические места, большинство

¹ Морозова Е. В., Мирошниченко И. В., Семенченко И. С. Развитие сельских местных сообществ: потенциал политики идентичности ... С. 67–68.

названий географических объектов и улиц, а также ключевые мероприятия связаны с оборонительными боями осени 1942 г.»¹. Кроме того, в школьном музее наряду с вещественными артефактами усилиями школьных учителей собраны записи воспоминаний об этих событиях участников войны и их родственников.

Важную роль в воспроизводстве и развитии социокультурного пространства играют *малые города*: «Сегодня малый город (численность населения до 50 тыс. человек) – это, как правило, поселок городского типа, с магазинчиками, с одноэтажными деревянными домами, с огородами и, в лучшем случае, клубом – центром культуры города, единственным местом для проведения свободного времени»². Из 1114 городов, расположенных на территории Российской Федерации, в 787 насчитывается меньше 50 тыс. человек. Это 12 % населения всей страны, или 16 млн жителей³.

Современные урбанисты подразделяют малые города на 3 категории – более развитые, менее развитые и депрессивные: «...именно качество среды обитания и комфортность проживания становятся все более значимыми факторами конкурентоспособности и привлекательности городов»⁴. В малых городах культурные ресурсы и возможности их использования ограничены. Жители таких населенных пунктов связаны с ведением личных подсобных хозяйств, сокращающих количество досугового времени. Да и сами возможности диверсификации сфер досуга и формы реализации потенциала творческой активности жителей малых городов незначительны⁵.

Распад Советского Союза в 1991 г. и трансформация российской экономики на принципах рыночного хозяйства привели к обнищанию малых городов. Они финансировались по остаточному принципу, а бизнес не стремился

¹ Морозова Е. В., Мирошниченко И. В., Семенченко И. С. Развитие сельских местных сообществ: потенциал политики идентичности ... С. 70.

² Пространственное развитие малых городов: социальные стратегии и практики / М. Ф. Черныш [и др.]. М., 2020. С. 113–114.

³ Маркин В. В., Малышев М. Л., Землянский Д. Ю. Малые города России: комплексный мониторинг развития. Ч. 2 // Мониторинг правоприменения. 2020. № 1. С. 61.

⁴ Там же. С. 71.

⁵ Пространственное развитие малых городов ... С. 115.

осваивать эти территории как в силу малого количество и низкой платежеспособности потенциальных покупателей (в сфере коммерции), так и количественной недостаточностью квалифицированных трудовых ресурсов. А «большая часть успешных предприятий, которые возникали в малых городах, работали на внешние рынки, прежде всего, столичные. И это, в том числе, ограничивало возможности воспроизводства именно местной, городской социальной жизни»¹. Поэтому актуализировался спрос на природные и социокультурные ресурсы, включая исторические, символически означенные и социально сконструированные с участием местных учреждений культуры, прежде всего музеев.

Именно в этот период получают распространение идеи использования, насколько это возможно, имеющихся у малых городов социокультурных ресурсов – сохранившихся и все еще доступных памятников старины, природных особенностей, символических ресурсов, отсылающих к знаковым историческим событиям. Создание привлекательных объектов туристского показа хоть не превратилось для большинства малых городов в источник их процветания, но помогло выжить в условиях крайне ограниченного финансирования. А деятельность активистов местных музейных сообществ способствовала возникновению очагов культурного участия и развитию локальной социокультурной идентичности, а также поддержанию жизнеспособности самих музеев и их сотрудников. Впрочем, треть российских поселений, включенных в перечень малых городов, не смогла использовать и эти ресурсы и все более превращалась в депрессивные локусы, не оставляя выбора местному населению, вынуждая его к переселению в средние и крупные города². Еще одним фактором, снижающим потенциальные возможности продуктивного досуга и культурного участия в разработке и реализации муниципального уровня государственной культурной политики, явилась вторичная занятость в тех малых городах,

¹ Малые города в социальном пространстве России / А. Ю. Ардалянова [и др.]. М., 2019. С. 105.

² Там же. С. 106.

где имелись государственные и муниципальные предприятия: «у каждого второго жителя малого города в структуре доходов присутствуют доходы от второй и сверхурочной занятости»¹.

Согласно данным социологических исследований, доминирующими мотивами участия жителей малых городов в культурно-досуговой деятельности являются: «возможность самовыражения и самореализации в творчестве (58 %), приобретение новых знаний и навыков (48 %) и расширение кругозора, обогащение разнообразными знаниями и жизненным опытом (39 %)»². Причем 26 % респондентов назвали в числе привлекательных для них мотивов «участие в общественной деятельности»³. Впрочем, наличие подобных мотивов не гарантирует активности горожан в реализации человеческого потенциала в муниципальной политике.

В идеале активность музея, с одной стороны, порождает в процессе его взаимодействия с местными властями и предпринимателями понимание возможностей его использования как едва ли не приоритетных в условиях ограниченности ресурсов потенциальных центров развития сельского поселения или малого города, а с другой стороны – формирует культурное участие гражданских активистов в жизни муниципалитета, разумеется, с поправками на «профиль музея, возраст организации, уровень подготовки кадров, тип населенного пункта, наличие определенных групп населения и т. д.»⁴.

Для преодоления отчуждения жителей муниципального сообщества малого города от реальной жизни необходима актуализация локальной идентичности, что связано с деятельностью учреждений и организаций социокультурной сферы – местных музеев, домов культуры и т. п. Малые города, сохраняя пространственную социально-культурную сеть российской цивилизации, по мнению 87 % опрошенных экспертов «способствуют воспроизводству общероссийских ценностей и норм жизни»⁵.

¹ Малые города в социальном пространстве России ... С. 122.

² Там же. С. 163.

³ Там же. С. 164.

⁴ Лобанова В. В. Музей как фактор развития территории // Музей и регион: [сб. ст.]. М., 2011. С. 107.

⁵ Маркин В. В., Малышев М. Л., Землянский Д. Ю. Малые города России ... С. 53.

Практически малые города имеют три основных ресурса реализации стратегии поступательного развития. «Наиболее перспективные экономические направления: создание условий для конкурентоспособной экономической деятельности, экологичное производство, развитие туризма»¹. При этом туризм связан с географическим расположением малого города и его транспортной доступностью, наличием памятников природного и культурного наследия, степенью их сохранности, вовлеченностью в российские программы внутреннего туризма.

В аспекте выбора различных стратегий развития малых городов одним из возможных основных или дополнительных векторов стратегии развития современного российского общества можно признать усовершенствование музеев как институций формирования локальной идентичности и объектов туристской деятельности.

Социокультурная идентичность *средних и крупных* российских городов и ресурсная роль музеев в них представляется не менее интересным социокультурным явлением. Это объясняется тем, что музеи в городах подобного типа работают в условиях социокультурной дифференциации городских пространств, в которых выделяются административный и исторический центры (если они не совпадают в условиях исторически сложившегося городского развития), спальные районы, промышленные районы.

Локальные социокультурные идентичности являются базовым основанием региональной социокультурной идентичности. Социокультурная идентичность формируется в процессе отрефлексированного самоосмысления посредством инструментов идентификации на основе представлений об актуальности и иерархическом распределении общественных аксиологических норм в границах региона, общей исторической судьбы, символизации природного и культурного наследия, которые закрепляются в массовом сознании наряду с коллективным бессознательным. «Музей – это уникальное общественное образование, призванное служить местом встреч и продуктивного

¹ Маркин В. В., Малышев М. Л., Землянский Д. Ю. Малые города России ... С. 337.

межкультурного взаимодействия, информационного и ценностного обмена между различными общностями, этносами, поколениями, профессиональными, возрастными, территориальными и иными субкультурами»¹. В условиях социокультурной динамики в процессе современной трансформации музейной деятельности происходит акцентирование на коммуникативной стратегии, формировании аксиологических оснований исторической памяти и социокультурной идентичности. При этом на приоритетные позиции выдвигается «культурный институт памяти, коммуникативная система, одной из основных целей которой является конструирование и передача исторических знаний на основе хранимого наследия»².

Региональное социокультурное пространство образует «реальное территориальное единство, возникающее как результат длительного взаимодействия природно-географических, культурно-исторических и социально-экономических факторов»³. В то время как крупные города и мегаполисы являются центрами распространения глобальных социокультурных практик и одновременно центрами столкновения различных аксиологических моделей (особенно в связи с массовым притоком трудовых мигрантов) и центрами поддержания баланса между аксиологическими ценностями национальных культур (в том числе и при доминирующей в этих процессах роли музеев) и мировыми культурными ценностями, как находящимися и экспонируемыми в музеях крупных городов, так и проявляющимися в социокультурных практиках диаспор мигрантов. Кроме того, под влиянием воздействия глобальной геймерской культуры и интернета в этих городах молодежь и взрослые образовали две различные субкультуры – «кнопко-геймерскую» и традиционную индустриальную⁴.

¹ Магузкова Е. П. Культурная идентичность: концептуализация понятия // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2014. № 2. С. 65.

² Скрипкина Л. И. Проблемы презентации исторического наследия: культурная и общественная миссия музея // Музей в региональном пространстве: презентация исторического наследия, культурная и общественная миссия: материалы всерос. науч.-практ. конф., посвящ. 125-летию Саратовского областного музея краеведения. Саратов, 2011. С. 4.

³ Дукельский В. Ю. Региональная культурная политика: в поисках оснований // Музей и регион: [сб. ст.]. М., 2011. С. 11.

⁴ Яницкий О. Н. Глобализация. Город. Человек. М., 2018. С. 57.

В этой ситуации необходимо иметь в виду, что «только коллективная идентичность, определяемая в рамках демократического процесса, может быть привлекательной и воспринятой всеми членами этого сообщества. Только послание, корреспондирующее с подлинной идентичностью местности и ее людей, может быть воспринято»¹ жителями страны как системного целого и эмоционально оценено в парадигме национальной социокультурной идентичности посетителями музеев.

Молодежь мегаполисов и крупных городов, согласно данным социологических исследований, доминантными маркерами общероссийской идентичности считает общность территории – 56 %, что объясняется полицивилизационностью населения этого типа городских поселений и особенностью досуговых практик. Историческое прошлое как маркер идентичности выделяют 40 % молодежи, родственные и дружеские связи – 27 % молодых людей².

Понятие социокультурной российской цивилизационной идентичности основывается на социальных параметрах культуры, удачно сформулированных, как представляется диссертанту, А. С. Филатовым. Они включают: «общее мировоззрением (с сохранением особых и единичных модификаций); особый менталитет, обеспечивающий самоидентификацию на уровне большой социальной группы (нации, суперэтноса, цивилизации); геоприродную специфику территории деятельности, влияющую на формирование способов взаимодействия людей; единый доступный язык, как необходимое средство социальной коммуникации и управления, хранения и обмена информацией, передачи социальных знаний»³. Кроме того, на наш взгляд, необходимо дополнить этот список разделяемыми всеми нормативно-ценностными ориентациями и представлениями о терминальных и инструментальных ценностях и общности

¹ Ваннини М. К. Музеи под открытым небом: полиморфная феноменология. Ситуация в Италии // Музеи-заповедники – музеи будущего: материалы междунар. науч.-практ. конф. Елабуга, 2015. С. 47.

² Российское общество и вызовы времени. Кн. 2 / под ред. М. К. Горшкова, В. В. Петухова. М., 2015. С. 201.

³ Филатов А. С. Российская цивилизация в современном мире: внутренние угрозы и внешние вызовы // Россия как государство-цивилизация: высшие цели и альтернативы развития. М., 2016. С. 106–107.

исторической судьбы, нашедших отражение в исторической памяти, памятниках культурного и природного наследия. Как свидетельствуют результаты недавнего социологического исследования, проведенного в 2020 г. в соответствии с проектом «Общероссийская идентичность и межэтнические отношения: социальная практика, публичный дискурс и управленческие решения» (рук. Л. М. Дробижева) в рамках программы научных исследований и прикладных работ по теме «Этнокультурное многообразие российского общества и укрепление общероссийской идентичности», «уровень поддержки мнения о цивилизационной самобытности России составляет более 70 %, что позволяет сделать вывод о высоком консолидационном потенциале этого ценностного ориентира, обеспечивающего культурное тождество современных россиян (в том числе и самых молодых) с россиянами иных исторических эпох»¹.

Вместе с тем 33 % русских опрошенных россиян полагают, что общее историческое прошлое является объединяющим фактором социокультурной идентичности, в то время как эту точку зрения разделяют 24 % представителей других этнокультурных сообществ².

По результатам социологического исследования 2020 г., 53,7 % респондентов обозначили праздники как важный фактор общности россиян, 40,9 % указали на песни, «которые все знают и поют», 37,8 % – на выдающиеся произведения художественной литературы, 31,3 % – на любимые кинокартины, 26,9 % – на народное творчество³. Стратегия государственной национальной политики отмечает значение цивилизационного культурного кода российской цивилизации, «который основан на сохранении и развитии русской культуры и языка, исторического и культурного наследия всех народов Российской Федерации»⁴.

¹ Кузнецов И. М. Консолидирующий потенциал ценностных ориентиров россиян // ИНАБ. Межнациональные отношения и российская идентичность в сложных условиях пандемии COVID-19. 2021. № 1. С. 32, 36.

² Фажеев П. В. Историко-культурные представления как консолидирующий компонент российской гражданской идентичности // ИНАБ. Межнациональные отношения и российская идентичность в сложных условиях пандемии COVID-19. 2021. № 1. С. 47.

³ Там же. С. 53.

⁴ Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» от 19.12.2012 № 1666 (ред. от 06.12.2018). URL:

Согласно точке зрения части современных социологов, «в перспективе речь может идти даже об отрыве идентичности от исторической памяти и становлении какой-то новой, постисторической идентичности»¹, возможно, на основе культурной общности. Как показывают данные социологических исследований, проведенных в 2010-х гг., идентичность с общностью в культуре связывают 37–47 % респондентов, с имеющими общее значение историческими событиями – 47 %².

В контексте сказанного необходимо отметить, что «российская идентичность поддерживается высокой эмоциональной наполненностью»³. Эта эмоциональная сторона восприятия прошлого и настоящего отражает, по всей видимости, общие тенденции в изменении социально-культурных паттернов современных людей. Эмоциональную вовлеченность и придание эмоциональных смыслов современному потребительскому поведению отмечают и отечественные и зарубежные маркетологи. Поэтому музейные экспозиции, как традиционные, так и с использованием мультимедийных технологий, виртуальные формируют у посетителей чувства эмпатии, сопричастности к свидетельствам общего исторического прошлого и актуализируют как в сознании представителей старших поколений, так, и это самое важное, в сознании молодежи⁴ понимание общероссийской социокультурной идентичности, являющееся одним из важных факторов социальной активности, культуры эмоциональной вовлеченности и культуры участия. Это способствует осознанию и позиционированию российской социокультурной идентичности как многосоставного поликультурного явления в глобальной культурной миросистеме.

Современные музеи используют не только традиционные формы документирования, но и расширяют спектр видов документируемых артефактов

<https://docs.cntd.ru/document/902387360>.

¹ Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа / М. К. Горшков [и др.]. М., 2018. С. 188.

² Там же. С. 198.

³ Там же. С. 197.

⁴ Цифры, которые сообщают социологические исследования, близки в различных социальных группах. (См.: Социология маркетинга / под ред. С. А. Баркова, В. И. Зубкова, А. В. Маркеевой. М., 2020. С. 42–43.).

материальной и духовной культуры (так называемое тематическое расширение документирования), что обусловлено развитием методов хранения и передачи информации. Например, в объекты музеефицирования включаются различные виды артефактов производства, ранее не являвшихся объектами документирования, в том числе и по тематическому принципу: музей ситца в Иваново (отдел Ивановского государственного историко-краеведческого музея имени Д. Г. Бурылина), музей льна и быта русской женщины в Коломне Московской области, музей «Смоленский лен» (Смоленск), музей-усадьба льна и бересты в Костроме, музей льна и конопли «Льняная губерния» в Печорах (Псковская область), музей льна в Мышкине (этнографическая экспозиция «Превращения льняного семечка»), музей золота в г. Березовский Свердловской области, музеи кованых изделий в Екатеринбурге и Тюмени, музей истории камнерезного и ювелирного искусства Урала в Екатеринбурге, музей истории плодового садоводства Среднего Урала (Усадьба Д. И. Казанцева) в Екатеринбурге, музей ретроавтомобилей в Краснодаре, музей русского фольклора в Москве, музеи фотографии в Москве, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде и других городах, музей Формулы 1 в Сочи, музей «Гранд Макет Россия» в Санкт-Петербурге, музеи эмоций в Москве и Санкт-Петербурге и т. д.¹

Современные музеи трансформируются в информационные культурно-образовательно-воспитательные центры организации досуга и музейной педагогики, локации социально-коммуникативных взаимодействий в процессах социализации и развития человеческого потенциала в ходе приобщения к артефактам культурного и природного наследия.

¹ Музей ивановского ситца // Ивановский государственный историко-краеведческий музей имени Д. Г. Бурылина. URL: <http://www.igikm.ru/o-muzee/muzej-ivanovskogo-sittsa/>; Музей льна и быта русской женщины. URL: <http://www.len-kolomna.ru/>; Музей «Смоленский лен». URL: http://www.smolensk-museum.ru/catalog/smolenskiy_lyon/; Музей-усадьба льна и бересты. URL: <http://linenmuseum.ru/>; «Льняная губерния». URL: <https://льнянаягуберния.рф/>; Мышкинский центр туризма. URL: <http://myshkintour.ru/index.php?s=1>; Музей истории плодового садоводства Среднего Урала. URL: <http://uole-museum.ru/museums/muzej-istorii-plodovogo-sadovodstva-srednego-urala/>; Музей золота. URL: <http://uole-museum.ru/museums/muzej-zolota/>; Гранд Макет Россия. URL: <https://grandmaket.ru/>; Музей эмоций. URL: <https://museumofemotions.ru/msk/> и др.

Осуществляются программы комплексного документирования, связанные с музеефикацией околomuзейных территорий. Околomuзейное пространство является одним из элементов музейной среды, включающей здание музея и, если имеются, другие постройки, садово-парковые площадки музейного комплекса, а также музейные предметы в запасниках и экспозициях. По определению А. Я. Селезневой, «околomuзейное пространство – совокупность музейной территории с расположенными на ней достопримечательными местами или ансамблями, парками и аллеями, примыкающими к ней улицами, экспозицией под открытым небом и другими объектами, составляющими музейную среду»¹. Например, в концепции развития Самарского областного историко-краеведческого музея имени П. В. Алабина представлена характеристика околomuзейного пространства, в котором выделяется «комплекс городской усадьбы, включая двор и помещения служб». Это музей городской по профилю и проблематике, реализующий и функцию информационного центра, он «как бы монополизирует информационные ресурсы прилегающей к нему исторической части города»². Концепция развития музея предполагает его визуальную интеграцию в окружающее архитектурно-коммуникативное пространство, предлагая дифференцированное использование разнородных по своим архитектурно-стилевым характеристикам музейных зданий для различных целевых аудиторий – Дом-музей В. И. Ленина (усадьба купца В. И. Рытикова) и Музей модерна (особняк А. П. Курлиной).

В развитии восприятия музейных экспонатов и околomuзейного пространства в современный период развития музеев наблюдаются две диалектически взаимосвязанные тенденции – развитие форм виртуального представительства, с одной стороны, и возрастающее стремление к непосредственному

¹ Селезнева А. Я. Околomuзейное пространство в культурно-образовательной деятельности музеев г. Орла // Музеи, библиотеки, архивы как центры современных источниковедческих исследований: сб. материалов IX междунар. музейных чтений «Современные проблемы музеологии». Орел, 2019. С. 267.

² Музей и коммуникация. Концепция развития Самарского областного историко-краеведческого музея им. П. В. Алабина. // Самарский областной историко-краеведческий музей имени П. В. Алабина. URL: <http://www.future.museum.ru/imp/projects/samara/site/concept/index.html>.

созерцанию и эмоциональному контакту с подлинными артефактами культурного наследия, с другой¹. Очевидно, эти взаимосвязанные тенденции отражают проективные концепции развития музеев в современном социокультурном пространстве – «музея постмедиальной эпохи» или «музея без стен», интегрированного в социокоммуникативное поле, и «темного музея» как «пространства публичного одиночества», «в котором происходит раскрытие личностного мира и его развитие как дерзновенное “похищение” накопленных культурой духовных ценностей»².

Как полагают современные исследователи, в деятельности музеев значимое место должно быть отведено разработке и реализации дифференцированных для различных целевых аудиторий комплексных программ организации досугово-образовательной деятельности, которые «конструируют идентичность в музейной институции»³.

Необходимо отметить роль и функции корпоративных и частных музеев. Корпоративные музеи, создающиеся при крупных предприятиях, банках, других корпоративных производствах и учреждениях участвуют в формировании корпоративной культуры (являясь ее частью) корпоративной идентичности, системы корпоративных коммуникаций и позитивного имиджа предприятия⁴. Например, корпоративные музеи «Ямбурггаздобычи», «Пермской ГРЭС», «Очаково», «Лукойла», «Газпрома», «Роснефти», «Банка России» и др.

Частные музеи возродились в современной России в результате трансформации российского общества в 1990-е гг. Выросшие из частного собирательства или возникшие как ответ на поиск возможностей коммодификации

¹ См.: Гафанова Ю. В. Пространство музея: постмодернистское прочтение // *Studia Culturae*. 2001. Вып. 1. № 1. С. 163–168.

² Балаш А. Н. Музей как «другое пространство культуры» // *Музей – памятник – наследие*. 2018. № 1. С. 20.

³ Толстикова И. И. Трансформация культурно-коммуникативного пространства музея в информационную эпоху // *Дискурс*. 2017. № 6. С. 12.

⁴ См.: Киру К. В. Корпоративный музей в системе стратегических корпоративных коммуникаций // *Корпоративные стратегические коммуникации*. Вып. 2: сб. науч. ст. Минск, 2016. С. 97–99; Сербина Н. В. Российские корпоративные музеи: перспективы развития и продвижения // *APRIORI*. Сер.: Гуманитарные науки. 2014. № 6. С. 29. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_22624499_55071084.pdf.

запросов населения и туристов на новые формы социокультурной деятельности, частные музеи, которые, как правило, регистрируются как индивидуальные предприятия, удовлетворяют нишевые потребности посетителей: «Музей мыши» в г. Мышкин Ярославской области, музей «Музыка и время» им. Джона Мостославского, музей имени Вадима Орлова (музей фарфора) в Ярославле, музей дипломатического корпуса в Вологде, музей «Династия семьи Шевелевых» в г. Каргополь Архангельской области, музей автоугона им. Руслана Дульцева-Деточкина в Барнауле, музей ложки во Владимире, музей кошки во Всеволожске Ленинградской области, музей спортивно-патриотического клуба «Архангел Михаил» в Екатеринбурге, музей «Филимоновская игрушка», музей «Гармони деда Филимона» в Туле, музей «Кружевная сказка» в г. Одоев Тульской области, музей советской игрушки «В детство» и др. ¹.

Музейные комплексы в современных городах стали организаторами визуальных городских проектов, включая виртуальные формы ². Например, в Новосибирске «креативное краеведение заимствует современные публичные формы презентаций – такие, как публичные акции, флеш-мобы и т. д. Перспективной представляется деятельность по стимулированию “нестандартного” краеведения через городские и региональные конкурсы, адресованные новым аудиториям. Они должны способствовать решению практических вопросов в области позитивных изменений в жизни местных сообществ, появлению новых туристических продуктов – маршрутов, выставочных проектов, а также образовательных программ, социальных сервисов и т. п.» ³.

¹ Музей мыши. URL: <https://www.myshgorod.com>; Музейный комплекс «Музыка и время» им. Джона Мостославского. URL: <https://музыкаивремя.рф/>; Музей имени Вадима Орлова (музей фарфора). URL: <https://www.orlovmuseum.ru/museum/porcelain/>; Музей дипломатического корпуса. URL: <https://musdip.org>; Музей «Династия семьи Шевелевых». URL: https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g1024758-d2615612-ReviewsMuseum_of_the_Shevelevy_Family_Kargopol_Kargopolsky_District_Arkhangelsk_Oblast_.html; Музей автоугона имени Руслана Дульцева-Деточкина. URL: <https://музейавтоугона.рф/>; Музей ложки. URL: <http://www.музей-ложки.рф/>; Музей кошки. URL: <https://www.catsmuseum.ru/>; Музей спортивно-патриотического клуба «Архангел Михаил». URL: <http://archangelmichaelclub.ru/ru/museum>; Музей «Филимоновская игрушка». URL: <http://www.filimonovo-museum.ru>; Музей «Гармони деда Филимона». URL: <http://www.harmonic-museum.ru>; Музей «Кружевная сказка». URL: <https://vk.com/krugevoskazka> и др.

² Колякова И. В. Музей и город: городские визуальные проекты как форма привлечения местных сообществ к сохранению наследия // Социология и социальная работа: современные образовательные и научно-исследовательские практики: сб. материалов науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. 30-летию социологического факультета Самарского университета. Самара, 2019. С. 372.

³ Антропов Е. В. Актуализация и визуализация историко-культурного наследия как форма

Визуальные формы самопрезентации городского сообщества в интернете отражают его становление, идентификацию с местом проживания, с городской локальностью, которую местные жители визуализируют, размещая фотографии и видеоролики в социальных сетях.

Городское социокультурное пространство насыщено визуальной символизированной информацией – памятниками архитектуры, отражающими различные эпохи и архитектурные стили, визуальными образами сконструированных ландшафтных, ландшафтно-архитектурных и малых архитектурных форм, витринной и наружной рекламой, граффити и т. п.¹ А. Н. Тетиор отводил визуальной среде доминирующее место в восприятии городского пространства².

Вместе с тем, нельзя не отметить, что большинство авторов понимают под визуальной средой города только внешнюю среду, забывая о функциональном потенциале внутренних помещений, их визуальной насыщенности и стилевом разнообразии, наличии огромного числа объектов и форм, придающих внешней стороне дополнительные символически означенные смыслы. При этом «ближайшей задачей на пути развития антропологически ориентированной урбанологии представляется выявление взаимосвязанных визуально-семиотических аспектов формирования и функционирования города как сложного социокультурного феномена. Иначе говоря, требуется рассмотреть и системно описать город в строго определенном ракурсе, который можно обозначить как визуально-семиотический»³.

Визуальное решение, в том числе и внутреннего визуального пространства, «...реализуется на многочисленных коммуникативных уровнях и, соответственно, дает разнообразный прагматический эффект: художественное изображение сообщает информацию, транслирует ценностные установки и

самопрезентации городского сообщества (на примере общественных практик Новосибирска) // Вестник НГУ. Сер.: История, филология. 2013. № 3. С. 143.

¹ Казарина Т. Ю. Современная культура в визуальном пространстве // Вестник КемГУКИ. 2015. № 30. С. 40.

² Тетиор А. Н. Экологическая инфраструктура. М., 2002. С. 158.

³ Аванесов С. С. Визуальная семиотика города: перспектива исследования городских текстов // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2016. № 4. С. 16.

приоритеты, генерирует эмоциональные состояния, индексирует локальные пространства и так далее»¹.

Музейные пространства и выставленные в них музейные предметы представляют собой идеальные визуальные социальные конструкты, погружающие зрителя в прошлое и вызывающие ассоциативные образы в настоящем, позволяющие постигать окружающий мир сквозь призму видения экспозиции его создателем, спроецировавшим реконструктивный символизированный текст о прошлом, который может иметь целый спектр толкований визуальных меморативных образов культурного наследия. Ракурс рассмотрения, в зависимости от позиции посетителя, может быть ориентирован на иллюстративные аспекты истории быта, на технологические аспекты производства музейного предмета, на эмоционально аранжированный образ личности владельца предмета или коллекции предметов в прошлом и т. д.

Музейный предмет можно рассматривать в качестве идеального, который в обыденном массовом сознании воспринимается как эквивалент реального знака², обозначающего предмет, который отражает предметную деятельность человека, а также в качестве материального свидетельства деятельности людей в прошлые эпохи. Это позволяет утверждать, что музейный предмет бинарен по своей природе.

Музейная экспозиция позволяет человеку идентифицировать себя с определенной культурой, следовательно, представить себя частью «особого универсума смысла и особого способа конструирования и передачи смысла»³. Визуализация меморативных образов прошлого, в том числе и с использованием современных технологий интерактивности и дополненной реальности,

¹ Аванесов С. С. Что можно назвать визуальной семиотикой? // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2014. № 1. С. 13.

² Леонтьев А. Н. Психология общения. Тарту, 1974. С. 50–51.

³ Therbom G. Cultural Belonging, Structural Location and Human Action. Explanation in Sociology and Social Science // Acta Sociological Journal of the Scandinavian Sociological Association. 1991. Vol. 34. Is. 3. P. 183.

приводит к расширению возможностей восприятия, с одной стороны, и к сжатию информации в визуализированных формах, с другой стороны¹. Необходимо отметить, что 80 % информации усваивается и осмысливается реципиентом именно в визуальной форме².

Музейные предметы конструируют в сознании посетителя музея вещественность предметной среды, в том числе и исторического прошлого, приобретающая либо утилитарное, либо символизированное значение в картине прошлого, которая формируется в сознании человека³. А сама символизация музейных предметов как визуальных объектов порождает в сознании воспринимающего определенные эмоции, которые обусловлены символическим означиванием экспонируемого музейного предмета⁴. «Конкретные предметы, не теряя своей конкретности, становятся знаками других предметов и явлений, т. е. их символически заменяют. Символы, главным образом визуальные, могут имитировать предмет...»⁵.

Дж. Г. Мид считал, что именно вещи являются медиативными посредниками в коммуникативном взаимодействии людей с историческим прошлым, которое символически означает, в том числе и в связи со статусом вещи как профанного или сакрального предмета, воспринимаемого в социокультурном контексте⁶. В современных условиях развертывания каналов музейной коммуникации они превращаются в инструмент полилога участников коммуникативного процесса, образующих сложные сетевые коммуникативные конфигурации. Акцент на визуальные формы коммуникации превращает музей из коммуникативно закрытого пространства, взаимодействующего с целевыми аудиториями, в актора открытых коммуникативных систем, который становится неперенным элементом городского визуального коммуникативного

¹ Nederveen P. J. Globalization and Culture. Three Paradigms // Economic and Political Weekly. 1996. Vol. XXXI. № 23. P. 1384–1416.

² Морозов В. П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация. М., 2007. С. 6.

³ Husserl E. Die Idee der Phänomenologie. Fünf Vorlesungen. Hamburg, 1986. S. 75.

⁴ Лангер С. Философия в новом ключе. Исследование символики разума, ритуала и искусства. М., 2000. С. 89.

⁵ Мальковская И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М., 2008. С. 107.

⁶ Мид Дж. Г. Социальное сознание и сознание смысла // Эпистемология и философия науки. 2013. № 1. С. 219–227.

поля. Причем как актер, генерирующий различные виды информации в рамках локальной городской культуры, музей осваивает не только поля когнитивно-образовательной и воспитательной деятельности, но и городское медийное пространство, обращаясь к различным медийным аудиториям.

Как полагает О. С. Сапанжа, современные музеи вовлечены в процесс реализации музейности через актуализацию музеалей, Этот процесс включает «музейное производство (связанное с активной деятельностью субъекта в сфере создания различных организационных форм хранения внегенетической информации через раскрытие потенциальной ценности музеалей) и музейное потребление (связанное с восприятием этих форм субъектом – следующим за музейным производством уровнем актуализации уже выявленной ценности музеалей)»¹.

Оказавшись активным актором медийного пространства современные музеи «редактируют свои новые границы, переосмысливают себя в новом пространстве»². Распространенным решением стала «организация музейными площадками визуальных городских проектов как городских, так и виртуальных»³. Это обусловлено становлением и развитием самоидентификации местных сообществ в начале XXI в., что нашло отражение в росте интереса к городскому локальному культурному наследию как реакции на обезличивающие тенденции глобализационных процессов. Городской локализм пробудил интерес местных сообществ к культурному и природному наследию, а музеи, поддерживая инициативу, выступили как площадки диалога и взаимодействия различных участников этих процессов. Вместе с тем музеи и в настоящее время артикулируют как позицию местных сообществ и активистов-общественников, так и местных органов городского самоуправления.

Таким образом, музей, вовлеченный в процессы социокультурной динамики, вынужден постоянно развивать различные направления медиативной

¹ Сапанжа О. С. Классификация музеев и морфология музейности: структура и динамика // Вопросы музеологии. 2012. № 1. С. 7.

² Ляшко А. В. Музей в ландшафте веб. К осмыслению музейного опыта социальных медиа // Науки о культуре в перспективе «Digital Humanities»: материалы междунар. конф. СПб., 2013. С. 401.

³ Колякова И. В. Музей и город ... С. 371.

деятельности, как правило, в визуализированных форматах, что, с одной стороны, расширяет каналы коммуникации и охват потенциальных целевых аудиторий, а с другой – ставит перед музеем новые задачи, ориентированные на разработку визуальных продуктов для массового потребителя, изменяет требования к технологическому обеспечению распространения визуального контента, позволяет открывать для широкой аудитории хранящиеся в фондах музеев музейные предметы как артефакты культурного исторического наследия, обращаться к исторической памяти.

Наряду с этим, «музей сегодня – это не только медиатор в вопросах производства, продвижения и потребления культурных продуктов, но и “фактор развития территории”»¹. Музеи участвуют в формировании городской идентичности, наполнении ее символическими смыслами, в развитии каналов социокультурной коммуникации не только внутри городского пространства, но и с приезжающими в город туристами, формируют облик города, его имидж.

В современных условиях развития различных форм коммуникации в городском визуальном коммуникативном пространстве посредством вывода на экраны сити-вижн творческих встреч с участием художников, музейных работников и экспертов стало возможным организовать трансляцию живых форм общения на массовые городские аудитории в парковых зонах и уличных пространствах.

Рассмотренные формы хорошо вписываются в различные направления культуры участия, актуализируя значение культурного и природного наследия, исторической памяти и приобщая массовую аудиторию к пониманию происходящих процессов, позволяя с помощью участия в обсуждении актуальных вопросов развития культуры и реализации государственной культурной политики в медийном пространстве и в ходе различного рода опросов общественности, инициированных как органами местного самоуправления, так и общественными организациями и активистами, приобщаться к выработке стратегии

¹ Чернега А. А. Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2013. № 1. С. 193.

и форм реализации социально значимых культурных проектов. При этом музей является не только одной из возможных площадок для внутригородских коммуникаций, но и активным производителем медийного контента, одним из центров экспертных оценок развития культуры, организатором и участником различного рода культуросберегающих и культуроразвивающих инициатив.

Раздвигая рамки возможностей участия, например при помощи различного рода визуальных платформ типа «Смотрим», интерактивных форм в различного рода дискуссиях на радиостанциях FM-формата, мессенджеров мобильной связи, современные музеи стали важным звеном в культурной жизни средних и крупных городов. В малых же городах музеи являются не только центром притяжения и организации городского актива общественников, но и важными ресурсными центрами их развития, дополняющими непосредственными формами визуальной коммуникации местные средства массовой информации.

Роль музеев в современной культуре и социокультурной идентичности можно представить и как дифференцирующую, и как интегрирующую, но в любой плоскости – как организующее начало, преодолевающее турбулентность и нестабильность множественных идентичностей¹.

Дифференцирующее начало связано с выделением культурных отличий и их позитивным маркированием в сознании посетителей музея. А интегрирующее начало – с ретрансляцией традиционных отрефлексированных историческим опытом аксиологических оснований артефактов культурного наследия, объединяющих эмпатией к историческим свершениям предшествующих поколений, позитивным представлением картины развития культуры в стране в целом и на данной территории, визуальными образами, подчеркивающими вклад представителей местного сообщества в культурное развитие российского социума, в противостоянии агрессии глобальной массовой культуры.

Массовая культура как культура глобальных стандартизированных социокультурных практик формирует стандартные формы мышления –

¹ Марков А. В. Постмодерн культуры и культура постмодерна. М., 2018. С. 95.

фреймы, в результате чего массовое общество становится управляемым и подчиняется диктату глобальных транснациональных корпораций, являющихся основными игроками политики глобализации и нуждающихся в стандартизированных потребительских сегментах. Как справедливо отмечает А. В. Костина, массовая культура характеризуется «способностью подчинять собственному формату все артефакты современной культуры, которые в массовом обществе обретают ценность исключительно при условии их функционирования в качестве продуктов массового потребления»¹. Именно культурная гетерогенность является условием поддержания экологии культуры и сохранения суверенности народов и государств. В этих процессах музеи являются важным форпостом поддержания культурного суверенитета и воспроизводства цивилизационных ценностей.

* * *

Проведенный анализ ресурсного потенциала современного музея в контексте его функциональной трансформации позволяет сделать следующие выводы:

1. Музеи являются потенциально важнейшим ресурсом сплоченности сообщества на основании локальной идентичности, осознания ее места в региональной и национальной социокультурной идентичности, формирования и развития культуры участия в разработке и реализации муниципальной и региональной культурной политики, основывающейся на принципах государственной культурной политики.

2. Функциональная трансформация современных музеев связана с их превращением в социально-коммуникативные центры воспроизводства культуры, легитимации культурной памяти и символизации культурного и природного наследия. Современный музей, визуально подтверждая подлинность объектов наследия и формируя у посетителей чувство общности обладания этими

¹ Костина А. В. Массовая культура: аспекты понимания // Знание. Понимание. Умение. 2006. № 1. С. 34.

символизированными значениями, способствует адаптации к инновационным тенденциям в современной культуре с помощью баланса между традиционными ценностями, их развитием, традиционной открытостью отечественной культуры в процессе кросс-культурных взаимодействий и инокультурными социальными паттернами, их усвоением и переработкой в различных областях повседневной жизни на основе социокультурного синтеза.

3. Ресурсный потенциал современного музея в местном сообществе дифференцирован на три иерархических уровня – локальный, региональный и общероссийский.

4. На локальном уровне ресурсный потенциал современного музея связан с формированием социокультурной идентичности и проявляется, прежде всего, как идентичность сельских поселений и малых городов, сплачивая местных активистов культурного участия и формируя ресурсный потенциал образовательной и социокультурной деятельности, тем самым являясь одним из значимых ресурсов социокультурного потенциала развития малых населенных пунктов, в том числе туристского и кадрового.

6. На региональном уровне ресурсный потенциал современного музея связан с формированием гражданской активности населения, что способствует развитию инвестиционной и туристской привлекательности региона, позиционирует регион в российском социокультурном конкурентном пространстве.

7. На общероссийском уровне социокультурная идентичность, в соответствии с общими тенденциями эволюции социокультурных практик, основанных на доминировании эмоциональной стороны восприятия культурного и природного наследия, вбирая в себя региональные социокультурные идентичности, образует ресурсно-конкурентный фактор в глобальном пространстве мировой геокультурной системы.

ГЛАВА 3

МУЗЕЙ В СОВРЕМЕННОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

3.1 Коммуникативная среда современного музея

Современный музей в условиях трансформации, развития информационных технологий и современных социально-коммуникативных практик превратился в специфический вид социокультурной коммуникативной системы¹, в рамках которой формируется специализированное и общедоступное коммуникативное пространство. По мнению М. Ю. Кряжевских, «коммуникационное пространство музея... категория, сочетающая характеристики культурного и информационного пространства в контексте деятельности музея или музейного объединения, включающая внутреннее пространство музейной коммуникации, в котором на уровне осмысления, создания и демонстрации экспозиции бесконечно моделируется культурный дискурс, и внешнее, в котором музей трансформирует его и представляет в виде бренда, участвуя тем самым в социальных, культурных и рыночных отношениях»².

Интерес к изучению коммуникационных процессов в музейной деятельности определяется доминирующей в гуманитарных науках тенденцией междисциплинарности, предполагающей осмысление проблем взаимодействия, развития в общественной и культурной сфере в широкой культурологической системе координат, а также изменившимся социокультурным значением музея, превратившегося на рубеже XX–XXI вв. в важную социально-коммуникативную площадку.

¹ Мастеница Е. Н. Феномен музея в философском наследии Н. Ф. Федорова // Вестник СПбГУКИ. 2011. № 3. С. 137–142.

² Кряжевских М. Ю. Модель коммуникационного пространства музея // Вестник ЧелГУ. 2012. № 4. С. 67.

На первый взгляд, коммуникативность музейной деятельности очевидна – взаимодействие музейного предмета и посетителя обуславливает акт коммуникации, однако продолжающиеся более полувека исследования музейной коммуникации свидетельствуют о многомерности этого процесса и требуют отдельных пояснений.

Понятие музейной коммуникации как системы, отличающейся специфическими чертами визуального и пространственного характера, введено в научный оборот Д. Ф. Камероном еще в 1968 г.¹ Большинство современных исследователей изначально рассматривают музейную коммуникацию как средство привлечения посетителей, то есть как способ продвижения музея в потенциальных целевых аудиториях в дискурсе маркетингового подхода². Позднее Е. Н. Мастеница предложила рассматривать музей как часть социокультурного пространства территории³, участвующую в формировании и развитии коммуникаций внутри сообщества⁴.

В связи с обретением музеем в новой парадигме общественного развития качественно иной роли – роли активного коммуникатора, исследования в области музейной коммуникации сейчас особенно актуальны. Перед современным музеем стоит задача обеспечения преемственности новой культурно-исторической парадигмой достижений минувших эпох, требующая перехода от доктрины «сохранения» к доктрине реинтеграции наследия в

¹ Cameron D. F. Viewpoint: The Museum as a Communication System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. Vol. XI. № 1. P. 33–40.

² См., напр.: Мастеница Е. Н. Эвристический потенциал коммуникационного подхода в музееведении // Труды СПбГУКИ. 2007. Т. 172. С. 297; Мастеница Е. Н. Музей как центр культурной коммуникации // Труды Государственного музея истории Санкт-Петербурга. Вып. 19: Музейная педагогика в современной музейной коммуникации. СПб., 2008. С. 5–15; Calderon M. J. Museum and Communication // Philippine Quarterly of Culture and Society. 1990. Vol. 18. № 2. P. 139–140; Ciwuk M. Y., Ninies A. D., Pawit M. Y. Museum as a Communication System // Proceedings of the International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018). Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Vol. 260. Paris, 2018. P. 1–6 и др.

³ Мастеница Е. Н. Феномен музея: опыт музеологической рефлексии // Вопросы музеологии. 2011. № 1. С. 20–30.

⁴ См.: Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. М., 2012. С. 8–20; Бутакова Д. А., Гаврилова Н. И. Музей в социокультурном пространстве города: особенности культурной коммуникации // Теория и практика общественного развития. 2011. № 8. С. 79–81; Гоняева Н. В., Старостова Л. Э. Музейная деятельность как социокультурный ресурс формирования имиджа города // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2015. Т. 144. № 4. С. 145–154; Коршунова Д. А. Музей как «локус медиации» культуры современного города // Culture and Civilization. 2017. Vol. 7. Is. 5A. P. 443–456.

коммуникативные практики современного общества ¹.

Современный музей является особым узловым пространством социально-коммуникативных взаимодействий людей, представляющих разнообразные социально-демографические сегменты современного городского сообщества, различные стили жизни, различные виды и формы коммуникативных интеракций: «музей – место воздействия друг на друга носителей разных систем знаний, идеалов, ценностей, устремлений...» ². Культурологический принцип в коммуникационном дискурсе музеологии предполагает, «что используемые в процессе знаки и символы, независимо от их материальных носителей, существуют в поле культурных значений и смыслов». Поэтому участники музейной коммуникации, субъекты, включенные в музейную коммуникацию, выступают как носители культурных позиций и норм, а музейные предметно-пространственные «послания» – «как культурные (или метакультурные) тексты», в широком смысле этого слова, адресованные различным целевым аудиториям музея ³.

Базовым основанием музейных «посланий» являются аксиологические смыслы, которым подчинены все остальные проявления социокультурных функций музея. Эмоциональное восприятие подлинности формирует чувство сопричастности к истории и ее отражению в музеефицированных объектах культурного и природного наследия, столь важное для формирования социокультурной идентичности. Именно производство тиражируемой эмоциональной составляющей в индивидуальном человеческом сознании превращает музей не только в важное средство рекреации, но и способствует усвоению эмоционально окрашенных ценностных смыслов, сохраняемых исторической памятью и передаваемых музейными коммуникациями в виде посланий диффе-

¹ Лихачев Д. С. Экология культуры // Экология и жизнь. 2012. № 6. С. 37–39; Babić D. Bridging the Boundaries between Museum and Heritage Studies // Museum International. 2016. Vol. 68. Is. 1–2: Museums, Heritage and Capacity Building. P. 15–28.

² Комлев Ю. Э. Коммуникационная структура и классификация субъектов музейной деятельности // Вестник МГУКИ. 2008. № 6. С. 222.

³ См.: Мастеница Е. Н. Эвристический потенциал коммуникационного подхода в музееведении ... С. 295.

ренцированным целевым аудиториям, умножению социально-культурного потенциала пользователей музейных коммуникаций в формате актуальной и виртуальной социальной реальности.

Как полагает Е. Н. Мастеница, системообразующим элементом в любой ситуации музейной коммуникации выступает «“разность культурных потенциалов” или культурно-историческая дистанция, имеющая синхронное и диахронное измерения»¹. В культурологическом аспекте коммуникативная среда современного музея «включает в себя: образование [education] и выставочную деятельность [exhibition], а также интерпретацию или медиацию [mediation]»². Структурно музейную коммуникацию можно представить как систему, устремленную «во внутрь» – внутренние музейные коммуникации – и «во вне» – внешние музейные коммуникации.

Внутримузейные коммуникации осуществляются чаще всего в рамках таких видов деятельности, как экспозиционно-выставочная, экскурсионная, лекционная, организация мероприятий и рекламно-информационная. Внутримузейные коммуникации в рамках социально-коммуникативных взаимодействий экспонатов и посетителей в экспозиционном пространстве важны, потому что люди ценят это взаимодействие, обращенное «к самой сущности человека, к его ценностям, верованиям и установкам»³. Это позволяет посетителям музея не только удовлетворить свои когнитивные потребности, но и в определенных пределах изменить восприятие прошлого, настоящего и будущего, испытывая «магию» воздействия музейных экспонатов, включающих «духовные, ментальные (эмоциональные), социальные и функциональные» стороны⁴.

¹ Мастеница Е. Н. Эвристический потенциал коммуникационного подхода в музееведении ... С. 297.

² Ключевые понятия музеологии / сост. А. Девалье, Ф. Мересс. М., С. 21.

³ Трофимова А. Ю. Бренд-культура как технология повышения конкурентоспособности музея // Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. М., 2010. С. 37.

⁴ McLean F. Marketing the Museum. London, 1997. P. 22.

Во внутримузейной сфере доминантной является коммуникация в системе «музейный экспонат – посетитель», представляющая артефакты культурного и природного наследия (в зависимости от профиля музейной экспозиции) и включающая целый ряд ментальных операций:

- во-первых, это восприятие экспоната и его интерпретация музейным работником;
- во-вторых, это организация экспонирования артефакта в символическом природном или социокультурном контексте с целью формирования содержания креолизованного текста, в широком смысле этого слова, в соответствии с замыслом, призванным символизировать фрагмент исторического прошлого, адаптированного к восприятию его современным посетителем (на основе музейно-образного представления) ¹;
- в-третьих, это коммуникация между музейным экспонатом, аккумулирующим опыт материальной деятельности, и посетителем музея в рамках индивидуального или коллективного восприятия и интерпретации смыслов музейных предметов в экспозиции ²;
- в-четвертых, это эмоционально-образное представление о музейных экспонатах или экспозиции ³.

Музей, будучи открытой коммуникационной системой в современном обществе, активно участвует и в публичных коммуникациях, выступая в роли одного из модераторов полилога акторов социокультурного развития в рамках

¹ Коренева А. Ю. Музейная экспозиция как текст: теоретические аспекты // *Пространство и время*. 2015. Т. 10. Вып. 1. URL: http://www.j-spacetime.com/actual%20content/t10v1/2227-9490e-aprov_r_e-ast10-1.2015.115.php.

² См.: Беззубова О. В. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса // *Коммуникация и образование*. СПб., 2004. С. 418; Грачева Е. С. Музей как поле социокультурной коммуникации: дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 2010; Долак Я. Музейная экспозиция – музейная коммуникация // *Вопросы музееведения*. 2010. № 1. С. 106–117; Ивушкина Е. Б., Дашкова Е. В. Коммуникационный подход в музееведении. Новочеркасск, 2005; Калугина Т. П. Истоки культурно-коммуникативной функции экспозиции художественного музея // *Музееведение. Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности*. М., 1989. С. 68–83; Пшеничная С. В. Музей как информационно-коммуникативная система: дис. ... канд. культурологии. М., 2000; Сапанжа О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации // *Известия РГПУ им. А. И. Герцена*. 2009. Вып. 103. С. 245–252.

³ Смирнов А. В. Современный музей: коммуникация или коммеморация // *Международный журнал исследований культуры*. 2016. № 3. С. 17–24. URL: https://old.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2016/ijcr_3-24-2016_smirnov%2017-24.pdf.

дискурса «культуры участия»¹. Современные музеи позволяют оперировать подлинными артефактами материальной и духовной культуры, обращаться к различным аспектам исторической памяти и социокультурной идентичности, создавая эмоциональный фон обсуждения общественно значимых проблем в формате социокультурного дискурса².

Музейные коммуникации во внешней среде подразделяются на следующие виды:

- институциональные коммуникации – коммуникации музея, учреждений и организаций различного уровня;
- медиакоммуникации – коммуникации музея со средствами массовой информации;
- музейные коммуникации в социальных сетях;
- межмузейные коммуникации;
- музейные коммуникации с бизнес-структурами;
- маркетинговые коммуникации музея;
- музейные коммуникации с местным сообществом;
- музейные коммуникации с общественными организациями³.

Внешние коммуникации музея, как правило, носят публичный характер. К области публичных коммуникаций относят каналы передачи информации, содержащей сообщения, вызывающие общественный интерес и позволяющие этой информации приобрести публичный статус. Публичная музейная коммуникация при этом позволяет «различным субъектам публичной сферы вступать во взаимоотношения между собой, сопоставлять точки зрения и ценности, чтобы достичь общей цели, заключающейся в осуществлении задач общественного интереса»⁴.

¹ Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов ... С. 8–20.

² Hopper-Greenhill E. A. New Communication model of Museum // *Museum Languages: Objects and Texts*. Leicester, N. Y., 1996. P. 67–74.

³ См.: Capriotti P. Museums' communication in small- and medium-sized cities // *Corporate Communications An International Journal*. 2010. № 15. P. 281–298; Nechita F. The New Concepts Shaping the Marketing Communication Strategies of Museums // *Bulletin of the Transilvania University of Braşov. Series VII: Social Sciences. Law*. 2014. Vol. 7. № 1. P. 269–278; Drotner K., Schröder K. C. *Museum Communication and Social Media: The Connected Museum*. London, 2017.

⁴ Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб., 2002. С. 15.

Систему публичных коммуникаций современного музея можно представить следующим образом:

- во-первых, коммуникации музея в публичном пространстве могут носить институциональный характер, если музей осуществляет их с институтами различного уровня, например с муниципальными, региональными властями или с институтами образования и культуры с целью развития публичных форм музейной педагогики и просветительской деятельности;
- во-вторых, одним из центров «музейной проблематики становится коммуникация с публикой / обществом, которая выступает мерилем успеха деятельности музея в целом»¹;
- в-третьих, это участие музеев в медиапространстве различных уровней;
- в-четвертых, это присутствие музея в цифровом информационном пространстве в качестве одного из акторов цифрового коммуникативного пространства; значимую роль в этом играет интернет-портал Министерства культуры России «Культура.РФ», на котором имеется раздел «Музеи»².

К вопросам культурного участия, обсуждаемым в сотрудничестве с музеями или на платформе музейного пространства, прежде всего в том случае, если музей является в данном населенном пункте доминирующим или даже единственным учреждением культуры, относятся:

- проблемы актуализации культурного и природного наследия (в той или иной мере связанные с локальной и региональной идентичностью, исторической памятью, имиджем территории);
- проблемы исторической памяти (в той или иной мере связанные с локальной и региональной идентичностью);

¹ Маликова Д. Н. Потребность в диалоге: новая модель взаимодействия музея с публикой // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. Екатеринбург, 2015. С. 352.

² Портал «Культура.РФ». URL: <https://www.culture.ru/>.

- проблемы локальной и региональной идентичности (в той или иной степени связанные с природным и культурным наследием, исторической памятью, имиджем населенного пункта и региона);
- проблемы форм и видов культурного участия (в той или иной мере связанные с коммодификацией объектов природного и культурного наследия, меморизацией объектов исторической памяти);
- проблемы имиджа населенного пункта и региона (в той или иной мере включающие в себя содержание предыдущих тезисов).

Наиболее явные и существенные изменения происходят прежде всего в коммуникации музея и общества, во внешнем аспекте музейной коммуникации ¹, но они касаются и изменений объектов и способов хранения, внутреннего аспекта ².

Представляется важным рассмотреть структуру музейной коммуникации, базовыми компонентами которой являются конвенциональные и неконвенциональные каналы коммуникации. Теоретической основой такого деления выступают семиотические исследования коммуникации Ю. М. Лотмана. С одной стороны, исследователь видит целесообразность выделения двух наиболее архаических социокультурных моделей отношений («магической» и «религиозной») с опорой на наблюдения различий исторических форм ³ организации коммуникации в культуре ⁴, в том числе и автокоммуникации ⁵, с другой – детально анализирует два различных типа коммуникационных каналов «Я → Он» и «Я → Я» ⁶.

Оговорившись предварительно, что типологическое деление на «магическую» и «религиозную» модели (системы) в достаточной степени условно, поскольку в реальных отношениях, как правило, встречаются их

¹ Сапанжа О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации ... С. 251.

² Смирнов А. В. Современный музей: коммуникация или коммеморация ... С. 17–24.

³ Лотман Ю. М. О роли типологических символов в истории культуры // Семиосфера. СПб., 2000. С. 372–373.

⁴ Лотман Ю. М. Статьи по типологии культуры // Семиосфера. СПб., 2000. С. 425–457.

⁵ Лотман Ю. М. О двух типах ориентированности культуры // Семиосфера. СПб., 2000. С. 425.

⁶ Лотман Ю. М. Автокоммуникация: «Я» и «Другой» как адресаты (О двух моделях коммуникации в системе культуры) // Семиосфера. СПб., 2000. С. 163–177.

различные комбинации, Ю. М. Лотман выделяет следующие типологические основания:

а) магическая система характеризуется взаимностью, принудительностью, эквивалентностью и договоренностью отношений ¹;

б) религиозный же акт строится не на обмене, а на безоговорочном вручении «себя во власть», система коммуникативных отношений характеризуется односторонностью, отсутствием принудительности (добровольно на основе безвозмездного дара), неэквивалентностью (нет эквивалента обмена – всегда дарится самое дорогое и полностью, следовательно, нет оснований для обмана, неэквивалентного обмена), отсутствием оснований для договора (всегда безвозмездный, безоговорочный дар) ².

Комбинаторику этих отношений в реальности можно допустить только при условии одновременного использования по меньшей мере двух видов каналов коммуникации: а) конвенциональный канал (магическая модель) строится на договорных отношениях, а б) неконвенциональный канал – на отношениях дара. Предложенное разграничение существенно, поскольку различия двух каналов связаны с качественной трансформацией передаваемой информации.

В этой сложной коммуникативной конструкции, с одной стороны (в схеме «Общество → Музей → Общество»: внешний аспект музейной коммуникации), музей выступает объектом (некоторым комплексным сообщением) социальной автокоммуникации, с другой (в схеме «Музей → Общество → Музей»: внутренний аспект музейной коммуникации) – коллективным субъектом автокоммуникации, для которого общество представляет собой сложный комплекс текстов, сообщений, выраженных как в историко-культурном наследии, так и в медийной, политической, правовой, образовательной, научной и других сферах социальной коммуникации.

¹ Лотман Ю. М. О роли типологических символов в истории культуры ... С. 372.

² Там же. С. 373.

Исходя из проанализированных теоретических оснований, раскрывающих сущность конвенциональных и неконвенциональных коммуникативных отношений, различия коммуникативных каналов, можно дать уточняющие определения конвенциональных и неконвенциональных каналов в структуре музейной коммуникации.

1. Конвенциональные каналы в структуре музейной коммуникации образуются в результате договорных отношений субъектов коммуникации, предназначены для обмена между ними равноценной информацией на основе оговоренного ценностного ее эквивалента и функционируют в условиях взаимного принуждения субъектов к исполнению договорных обязательств. Следует прежде всего указать, что благодаря конвенциональным каналам путем атрибуции устанавливается ценность объектов хранения. По тем же каналам осуществляется управление деятельностью музея, включая договорные его обязательства перед обществом, государственные и внутрикорпоративные нормативные акты, регулирующие музейную деятельность, и пр.

2. Неконвенциональные каналы в структуре музейной коммуникации образуются в результате отношений дара между субъектами коммуникации, предназначены для автокоммуникации одного из них на основе безусловного ценностного приоритета сообщения или же одного из субъектов и функционируют в условиях отсутствия взаимного принуждения субъектов к осуществлению или принятию дара. Необходимо прежде всего указать, что безусловная ценность объектов хранения обеспечивает постоянную открытость канала для автокоммуникации общества посредством обращения к культурному наследию в схеме «Общество → Музей → Общество»¹.

Представленная типология конвенциональных и неконвенциональных каналов в структуре музейной коммуникации позволяет определить базовые компоненты музейного коммуникационного процесса по двум основным

¹ См. подроб.: Саркисова Е. Г. Конвенциональные и неконвенциональные каналы в структуре музейной коммуникации // Вестник КемГУКИ. 2021. Вып. 54. С. 42–50.

направлениям («Общество → Музей → Общество»; «Музей → Общество → Музей»). В коммуникативной среде целесообразно выделять подсистемы внутренних и внешних музейных коммуникаций, последние чаще всего носят публичный характер, трансформируют представления о музеях как об институтах, ориентированных на сохранение артефактов исторического прошлого.

Несмотря на то, что практики дарения широко распространены как в повседневности, так и в информационном маркетинге музейной деятельности (наиболее крупный проект в этом отношении – международная акция «Ночь музеев»), этот аспект коммуникации остается малоизученным. Становится очевидным, что качество социальной коммуникации в неконвенциональных каналах непосредственно зависит от качества музейных объектов хранения. В неконвенциональных каналах «неодушевленный» субъект (совокупность объектов хранения) принимает непосредственное участие в коммуникации, влияя на трансформацию как содержания и специфики музейной деятельности, так и общественных культурных практик.

Музеи в современной культуре выступают как активные акторы социально-коммуникативных процессов, ориентированных на различные целевые аудитории. В свое время М. С. Каган отмечал, что музей можно рассматривать в качестве «специфической социально-культурной информационной системы», «органически включенной в структуру культуры»¹.

Важной характеристикой коммуникативной среды современного музея, возникающей как результат реализации информационно-коммуникативной функции, выступает музейная медиация, создающая с участием средств массовой информации каналы распространения и продвижения новых идей в сфере культурного участия, в том числе с использованием инновационных форм социокультурной деятельности.

При этом, по мнению диссертанта, следует разграничивать внутримузейную медиацию и внешнюю музейную медиацию. В первом случае в про-

¹ Каган М. С. Музей в системе культуры // Вопросы искусствознания. 1994. № 4. С. 445–460.

цессе коммуникативного взаимодействия участвуют экспонируемые музейные предметы в составе экспозиции, музейные работники (научные сотрудники, строители экспозиций, экскурсоводы) и посетители, которые коммуницируют по поводу смыслов экспозиции, возможных вариантов интерпретации концептуального подхода к формированию экспозиции и музейных предметов. Это несколько расширяет круг и смысл социально-коммуникативных взаимодействий в процессе посещения музея представителями целевых аудиторий (школьниками, участниками экскурсионных групп, индивидуальными посетителями). Такого рода социально-коммуникативные процессы могут осуществляться как в невербальной (преимущественно визуальной) форме, так и в форме креолизованных текстов – когда непосредственное визуальное знакомство с музейными экспозициями снабжается как текстовыми подписями и пояснениями, так и дополненной реальностью.

Кураторские проекты музеев основаны зачастую на непосредственном участии творческих деятелей в социально-коммуникативных взаимодействиях с куратором проекта от музея и с посетителями. Эта новая форма внутримузейной коммуникации представляет собой переходную форму к внешнемузейной коммуникации, когда внешние по отношению к музею субъекты процесса коммуникаций участвуют в различных формах взаимодействия.

Во внешней музейной медиации коммуникация осуществляется преимущественно в креолизованных формах, сопровождая визуальные статичные и динамичные изображения как вербальными текстами, так и различными формами креолизации контента. Такая коммуникация получает свое воплощение в местной прессе, рекламе, радио и телевизионных передачах новостного и образовательно-просветительского характера, в форме визуальных проекций, отражающих актуальные культурные события в музее и городе, в ивент-мероприятиях, организуемых с участием музея или на его территории.

Реализуя медиативные функции в коммуникативной среде, музей не только осуществляет системное взаимодействие с местным сообществом, но и трансформируется в центр культурных инициатив, вовлекающих различные

целевые группы в свои образовательные, просветительские, культуротворческие проекты¹, превращаясь в многопрофильную социально-коммуникативную площадку.

Музеи в современных условиях становятся динамичными акторами социальных процессов, медиаторами общественной активности различных социальных сегментов городских сообществ, даже если эти сегменты не входили ранее в состав целевых аудиторий музеев. И в то же время музей становится социально-коммуникативным интегратором и площадкой диалога разных социально-демографических групп: «Современный музей – это еще и то место, которое на практике создает или может создавать равные возможности для всех. Сюда могут прийти дети, люди среднего и пожилого возраста. Музей уравнивает нас в правах. Мы все можем получить доступ к культуре на том уровне, на каком мы ее готовы воспринимать. Музей предоставляет такую возможность и людям с особенностями развития... Он соединяет в себе, казалось бы, несоединимое. Человек может там раскрыться как личность, сообщество – как общность»².

Музей выступает как площадка для организации диалога представителей местного сообщества и сплочения различных групп населения в рамках местного сообщества, как базовый актер формирования региональной социокультурной идентичности, как координатор инновационных социальных проектов и образовательно-просветительской деятельности в местных сообществах. Среди инструментов этой деятельности выделяется создание попечительских советов и организация фандрайзинговой деятельности, работа по разработке и реализации грантовых проектов, координация волонтерской активности, музеефикация прилегающих к музею городских пространств, участие в организации продвижения имиджа города и развитии туристских дестинаций.

¹ См.: Коршунова Д. А. Музей как «локус медиации» культуры современного города ... С. 444.

² Орачева О. И. Музей должен жить в партнерстве с людьми: [интервью] // Портал Агентства социальной информации. URL: <https://www.asi.org.ru/2015/09/18/oksana-oracheva-muzej-dolzhen-zhit-v-partnerstve-s-lyudmi>.

При этом нельзя забывать, что музейная экспозиция остается «главной площадкой взаимодействия музея с публикой»¹.

Музеи участвуют в актуализации творчества художников, краеведов, искусствоведов, в продвижении их работ потенциальным представителям целевых аудиторий, например вузов (университетов, педагогических институтов, вузов культуры), посредством участия вузовских педагогов в комментировании экспонатов, экспозиций и творчества художников и мастеров народных промыслов.

Следует отметить, что в развитии современных средств массовой информации наблюдается стирание граней между традиционными и обновленными каналами коммуникации. Эта тенденция касается в том числе и музеев: «Музей становится медиа, новым средством массовой информации. Главная задача музеев теперь заключается не в демонстрации экспонатов, не в организации выставок, а в информировании аудитории, вовлечении в нелинейные многоаспектные истории с применением новейших мультимедийных форматов»².

Активное взаимодействие музеев и средств массовой информации, особенно провинциальных, ориентированных на местные события, которые выдвигаются в массовом сознании как актуальные, способствует формированию повестки дня, под которой понимается «круг сюжетов или тем, имеющих приоритетное значение для конкретного субъекта в определенный промежуток времени»³. Публичная, общественная повестка дня связана с обсуждением актуализированной в данный временной отрезок времени общественно значимой проблемы, которая привлекает к себе большинство вовлеченных в массовые коммуникации аудиторий. Вопросы, актуализируемые музеями посредством доступного для прямого коммуникативного, прежде всего, визуального

¹ Коршунова Д. А. Музей как «локус медиации» культуры современного города ... С. 447.

² Десяева Н. Д., Рязанова В. А. Концептуализация модели «СМК-музей»: постановка проблемы // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2019. Т. 24. № 1. С. 93.

³ Казаков А. А. Теория установления повестки дня: основные подходы и направления исследования в российской политической науке // Вестник Московского университета. Сер. 12: Политические науки. 2014. № 3. С. 47.

контакта, на основе обсуждения фактов исторического культурного, природного наследия либо на основе проводимых музеем образовательно-познавательных, досуговых мероприятий, имеющих важное значение для культурной жизни местного сообщества, привлекают к себе внимание местной публики. Это происходит в силу возможности непосредственного ознакомления с артефактами, помогающими раскрыть тот или иной вопрос, ставший поводом для обсуждения. Например, перспективы легендирования городских памятных мест и развития туризма, возрождение и развитие ремесел, народных промыслов, наименование улиц в честь известных людей города. Повестка дня, ориентированная на местного обывателя, активного гражданина, нуждается в подтверждении фактами, которые может предоставить местный музей. Планировка районов интенсивной застройки, бережение природных ландшафтов, исторических памятных зданий, сохранение традиционной культуры, проведение и организация праздничных и памятных мероприятий, экологические проблемы и прочее – все эти вопросы могут быть инициированы и представлены в публичном медиапространстве с привлечением музейных коммуникационных ресурсов: «Наряду с сохранением культурного достояния, музеи развивают инновационные методики его интерпретации: акции и перформансы, празднества, творческие встречи, рождественские и весенние балы, тематические лекции и мастер-классы»¹. Причем современные «музейные ресурсы, новые медиа и традиционные СМИ являются основными каналами трансляции и популяризации эстетической информации»².

Вместе с тем, необходимо отметить, что штатный состав провинциальных музеев, их многопрофильная профессиональная деятельность не позволяют в большинстве случаев создавать информативный профессиональный контент в новых медиа³.

¹ Рыжкова О. А. Музей в медиапространстве региона: жанры, инфоповоды и комментарии // Ученые записки НовГУ. 2019. № 3. С. 1. DOI: 10.34680/2411-7951.2019.3(21).3.

² Бережная А. М. Художественный музей в коммуникативном пространстве современности: ценностные ориентиры и практики // Мир русского слова. 2018. № 4. С. 117. DOI: 10.24411/1811-1629-2018-14115.

³ См., напр.: Каминская Т. Л. Арт-дискурс в региональных интернет-медиа // Вестник НовГУ. 2015. № 4–1. С. 13–15.

Проникнув и погрузившись в медиапространство, музеи столкнулись с необходимостью не только продвижения собственных экспозиций, проектов и образовательно-просветительских и досуговых программ, но и привлечения рекламодателей, использования потенциала музейных пространств и экспозиций для реализации рекламных проектов. Участие в формировании и развитии локальной и региональной идентичности и проектах создания туристских продуктов, внедрение новых технологий музейной работы, в том числе и в области организации досуга, повлекли за собой необходимость обустройства музейной инфраструктуры как дифференцированных досуговых комплексов. В процессах этих трансформаций музеи включились в конкурентную структуру культурных индустрий, что обусловило потребность в оптимизации и сбалансированности доходов и расходов бюджета непрофильной деятельности, создание различных форм привлечения внешних непрофильных источников финансирования, выработку новой стратегии развития, в том числе и расширения присутствия в публичном медиапространстве.

Со второй половины 2000-х гг. возникла новая тенденция – взаимодействие современных музеев и арт-локаций с различными брендами и продюсерскими компаниями, которые стали участвовать в коллаборациях как равные, как партнеры. Музеи начали предоставлять свои помещения для организации концертов, показов мод, различного рода экспозиций, совместных мероприятий.

Это особенно важно в условиях развития кроссплатформенного коммуникативного пространства, которое позволяет целевым аудиториям музеев и средств массовой информации получать интересующие их материалы из различных источников по различным каналам коммуникации, сопоставляя полученные факты, впечатления и формируя на их основе собственные представления. При этом музейные экспозиции и выставки, вне зависимости от формы коммуникативного взаимодействия с целевой аудиторией – коммуникативное взаимодействие с экспонатами в процессе посещения музея с участием или без участия медиативного посредника в лице экскурсовода, сотрудника музея,

лектора или в процессе виртуальной экскурсии с медиативным посредником в лице экскурсовода, сотрудника музея, лектора, блогера, журналиста, – это динамичный многолинейный процесс порождения новых смыслов с учетом используемого контента.

Однако вряд ли можно согласиться с утверждением Н. Д. Десяевой и В. А. Рязановой, что музей в современном информационно насыщенном мире превращается в средство массовой информации¹. По мнению диссертанта, музей – это один из акторов современного медиапространства, который играет важную роль в производстве социокультурной общественно значимой информации.

Таким образом, коммуникативная среда современного музея складывается в результате реализации информационно-коммуникативной функции музейной деятельности, которая в современных условиях социокультурного развития приобретает особую актуальность.

3.2 Музей в интернет-пространстве: актуальные практики

Эволюция информационной среды, обусловленная динамизмом социокультурного развития общества под влиянием процессов цифровизации и, соответственно, визуализации информации, привела к дигитализации музейной сферы, которая охватила различные аспекты деятельности. Это проявляется, во-первых, во внедрении в деятельность музеев интерактивных технологий, дополняющих и расширяющих экспозицию: интерактивные дисплеи, технологии дополненной реальности. Во-вторых, в создании интернет-сайтов, медиапорталов, в отдельных случаях – виртуальных музеев, целью которых является продвижение музея и экспонируемых в нем предметов к широкой аудитории

¹ Десяева Н. Д., Рязанова В. А. Концептуализация модели «СМК-музей» ... С. 93.

пользователей¹. В-третьих, в развитии разнообразных практик коммуникативной активности в интернете, имеющих особое значение в современных условиях социокультурного развития, связанных в том числе с фактором пандемии новой коронавирусной инфекции.

Сложное положение музеев в условиях жестких мер противодействия распространению COVID-19 актуализировало сферу развития цифровых технологий. Опыт кризиса обозначил их значительный потенциал в плане не только популяризации музейных коллекций, но и организации особого вида туризма и экскурсий². Интенсивно развивающееся сегодня цифровое пространство представляет собой одну из важнейших институциональных характеристик деятельности музеев.

Обстоятельный анализ влияния современных медиаресурсов на трансформацию музейной деятельности в аспекте формирования специализированного медиарынка, в котором тесно связаны между собой сетевое обслуживание и создание новых культурных ценностей, проведен О. В. Шлыковой. Она отмечает, что использование новых технологий раскрывает ресурсный потенциал не только работы с музейной аудиторией, но эффективной практики брендинга музеев, их фондов, коллекций и отдельных предметов хранения³.

¹ См.: Абдуллаева А. Список ссылок на виртуальные экскурсии по музеям России // Мирмол. URL: <https://mirmol.ru/blogs/spisok-ssylok-na-virtualnye-jekskursii-po-muzejam-rossii>; Она же. Список виртуальных музеев // Мирмол. URL: <https://mirmol.ru/blogs/spisok-virtualnyh-muzeev>; Виртуальный тур по музеям России // Культура.РФ. URL: <https://www.culture.ru/themes/252991/virtualnyi-tur-po-muzejam-rossii>; Виртуальная цифровая платформа Google Arts & Culture. URL: <https://artsandculture.google.com> (представлено 2000 музейных коллекций) и др.

² См., напр.: Ebbrecht-Hartmann T. Commemorating from a distance: the digital transformation of Holocaust memory in times of COVID-19 // *Media, Culture & Society*. 2021. Vol. 43. Is. 6. P. 1095–1112. DOI: 10.1177/0163443720983276; Iacovino A., De Paolis L. T., Ndou V. Technologies to Support Tourism Innovation and Cultural Heritage: Development of an Immersive Virtual Reality Application // *Virtual Reality, and Computer Graphics. AVR 2020*. Vol. 12243. Cham, 2020. P. 3–14. DOI: 10.1007/978-3-030-58468-9_1; Lo W. H., Cheng K. L. B. Does Virtual Reality Attract Visitors? The Mediating Effect of Presence on Consumer Response in Virtual Reality Tourism Advertising // *Technol Tourism*. 2020. Vol. 22. Is. 3. P. 537–562. DOI: 10.1007/s40558-020-00190-2; Manca S. Digital Memory in the Post-Witness Era: How Holocaust Museums Use Social Media as New Memory Ecologies // *Information*. 2021. Vol. 12. Is. 1. P. 31. DOI: 10.3390/info12010031; Rivero P., Navarro-Neri I., García-Ceballos S., Aso B. Spanish Archaeological Museums during COVID-19 (2020): An Edu-Communicative Analysis of Their Activity on Twitter through the Sustainable Development Goals // *Sustainability*. 2020. Vol. 12. Is. 19. P. 8224; Sousa B., Malheiro A., Liberato D., Liberato P. Movie Tourism and Attracting New Tourists in the Post-Pandemic Period: A Niche Marketing Perspective // *Advances in Tourism, Technology and Systems. ICOTTS 2020*. Vol. 208. Singapore, 2021. P. 373–384. DOI: 10.1007/978-981-33-4256-9_34 и др.

³ ккова О. В. Динамика культурных практик в современном музее // *Художественное образование и наука*. 2019. № 3. С. 118–123. DOI: 10.34684/hon.201903015.

Создание и продвижение интернет-сайта сегодня является самой распространенной формой информационной деятельности, направленной на реализацию информационно-коммуникативной функции музейной деятельности. При этом необходимо отметить, что количественный рост музейных сайтов актуализировал проблему изучения их качества, контента и иных структурно-содержательных характеристик.

Отечественные исследователи не часто обращаются к изучению вопросов качества музейных веб-ресурсов¹. Л. Я. Ноль раскрыл содержание сайтов музеев, которое включает «информацию о работе музея, историю музея, описание коллекции музея, характеристику экспозиции музея, информацию о выставочной деятельности, образовательные программы, сведения о научной деятельности, поисковую систему, гостевую книгу, данные о коммерческой деятельности (в том числе “Магазин в музее”»².

При этом сайты музеев могут существенно отличаться друг от друга по содержанию, наполнению, функционалу. Например, сайт Воронежского областного краеведческого музея достаточно информативен. Он имеет 7 основных разделов: «Музей», «Выставки и мероприятия», «Для детей», «Коллекции», «Посетителю», «Официально», «Контакты». На сайте представлены образовательные интерактивные программы для школьников: «Прежде Аз да Буки, а потом науки – как учили в старину» (6+), «Путешествие к истокам – программа по археологии» (7+), «В едином боевом строю» (7+). Кнопка «Музей» отправляет посетителей сайта по выставочным локациям: «Основное здание», «Отдел “Великая Отечественная война 1941–1945 гг.”» («Арсенал»), «Дом-музей А. Л. Дурова», «История создания российского флота» (копия корабля «Гото Предестинация» – первого корабля российского военно-морского флота), «Фонды». Каждый раздел, кроме последнего, содержит подразделы

¹ См., напр.: Гук Д. Ю., Харитонова Т. Ю., Богомазова Т. Г. Музей в современном информационном пространстве: потенциал социальных сетей // Евразийский союз ученых. Социологические науки. 2015. № 12. Ч. 5. С. 17–23; Гук Д. Ю., Определёнов В. В. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в межмузейных научных проектах: онтология и прогноз // Роль музеев в информационном обеспечении исторической науки: сб. ст. М.: Этерна, 2015. С. 374–386.

² Ноль Л. Я. Интернет-сайт в деятельности музеев // Вестник Академии детско-юношеского туризма и краеведения. 2013. № 4. С. 24.

«История здания», «Адрес, время работы», «Выставки и мероприятия», «Виртуальный тур»¹.

Сайт Калужского музея изобразительных искусств, с учетом художественной специфики, имеет основные разделы: «Новости и видео», «Галерея», «Информация о музее», «Коллекции и экспозиции», «Для Вашего досуга», «Музейные проекты», «Выставка-продажа», «Прейскурант», «Помощь музею и партнеры», «Отзывы», «Контакты», «Виртуальный филиал Русского музея», «Доступная среда», «Сувениры», «Политика сайта»².

Сайт Краснодарского государственного историко-археологического музея-заповедника имени Е. Д. Фелицына включает следующие разделы: «Главная», «О музее», «Выставки», «Экскурсии», «Проекты», «Наука», «Новости», «Филиалы», «Контакты», «Купить билет». На сайте размещена информация о постоянных выставках: «Древнее прошлое Кубани», «Морской калейдоскоп», «На рубежах государства Российского», «Краснодарский край 1945–1991 гг.», «Регалии и реликвии Кубанского казачьего войска», «Природа и экология Кубани», «Кубань в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.», «Государственный Кубанский казачий хор. Страницы истории XIX–XXI вв.», «Тайны каменных изваяний»³.

Более простыми по информационным возможностям являются сайты частных музеев. Для примера рассмотрим сайт Музея пастилы компании «Старые традиции» в г. Белев Тульской области, являющегося членом Ассоциации частных музеев России. Он имеет всего 5 кнопок: «Главная», «О нас (история музея)», «Экскурсии и цены», «Новости», «Контакты»⁴. Виртуальный образ Музея живой воды в с. Кувака Пензенской области, созданный на базе торгового дома «Кувака», производящего и разливающего природную минеральную воду, еще проще. Информация о нем представлена только на официальном сайте торгового дома. Кнопка «Музей» открывает доступ к экспозициям

¹ Воронежский областной краеведческий музей. URL: <http://museum-vrn.ru/>.

² Калужский музей изобразительных искусств. URL: <http://artmuseum.kaluga.ru/>.

³ Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына. URL: <https://felicina.ru/>.

⁴ Музей пастилы компании «Старые традиции». URL: <https://дом-традиций.рф/>.

и услугам: «Кувакская лавка», «Отзывы», «Контакты», «Свадебные экскурсии», «Взрослые экскурсии», «Детские экскурсии», «Семейные экскурсии»¹.

Крупные музеи и музеи общенационального значения создают собственные медиапорталы. Так, медиапортал Русского музея в Санкт-Петербурге представляет собой «открытую коллекцию мультимедийных ресурсов, в числе которых лекции по теории и истории русского изобразительного искусства, основам музейной деятельности, видео и мультимедиа фильмы, посвященные истории, коллекции и основным направлениям деятельности музея»².

Однако простой визуальный обзор сайтов музеев не является достаточно информативным. Формализованный анализ контента и функционала официального сайта и составленный на его основе коммуникационный профиль позволит выявить место музея в культурно-информационной среде региона, сделать выводы о реализации ресурсного потенциала фондового наследия, о степени включенности музея в культурную жизнь общества и, в итоге, о качестве его работы.

Методики оценки сайтов учреждений достаточно хорошо разработаны и широко применяются во многих странах³. На примере оценки сайтов музеев Краснодарского края диссертант предлагает авторизованную (адаптированную) программу оценки качества интернет-коммуникации сайта музея на основе апробированных и хорошо зарекомендовавших себя методик анализа сайтов Web-1 и Web-2. Отличительной особенностью оценки современных сайтов (Web-2) является концентрация внимания контент-анализа не на дизайне, придающем привлекательность экранной коммуникации, а на функциональном решении, облегчающем коммуникацию потребителя с организацией или даже непосредственно с ее услугами. В нашем случае речь идет об обеспечении доступности фондов музея средствами интернет-коммуникации.

¹ Музей живой воды // Торговый дом «Кувака». URL: <http://kuvaka.ru/muzei.html>.

² Медиапортал Русского музея. URL: <https://media.rusmuseum.ru/company/>.

³ См., напр.: Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. М., 2017; Шевердяев С. Н. Методика оценки сайтов российских органов власти. М., 2007; Баторов А. Р., Шлыкова О. В. Сайтостроение в учреждениях культуры Республики Саха (Якутия): независимая оценка качества ресурсов и услуг // Вестник Национальной библиотеки Республики Саха (Якутия). 2018. № 2. С. 47–49 и др.

В представленном исследовании за основу была взята методика оценки сайтов Университета Брауна¹ по интегральному показателю критериев, выявленных в содержании сайтов (суммирование баллов / оценок).

Представленность критерия зависит от количества имеющихся на сайте показателей, каждый из которых при наличии оценивался в один балл, отсутствие такого же показателя на другом сайте фиксировалось как ноль. Предполагается, что сбалансированная интернет-коммуникация музея не должна иметь нулевых значений оцениваемых критериев; если таковые обнаруживаются, как в нашем случае, то необходимо либо исключить критерий из анализа как несущественный, либо поставить задачу модернизации сайта музея с учетом предъявляемых требований. Общая сумма положительных оценок проанализированных сайтов музеев представляет эталонное значение интегрального показателя, равное 100 %. По отношению к этому значению определялась доля каждого критерия отдельного сайта с учетом нулевых значений. Доля интегрального показателя каждого критерия каждого музея, с учетом того, что остальные критерии не нулевые, не должна превышать 43 %, а сбалансированная интернет-коммуникация предполагает устойчивость показателей в пределах 10–20 %².

Авторское усовершенствование методики позволяет оценивать и сравнивать представленность музея в абсолютных значениях (баллы) и в интегральном значении (проценты). Помимо критериев, применяемых для оценки качества сайтов государственных учреждений, нами был добавлен критерий оценки форм социального партнерства, который включает в себя важные для эффективной работы любого музея показатели: специальные детские программы и экскурсии для школьников, студентов, людей с ограниченными возможностями; сотрудничество с другими музеями, библиотеками, учреждениями культуры, туристическими и экскурсионными организациями; информа-

¹ См.: West D. M. Digital Government: Technology and Public Sector Performance. N. J., 2005.

² Там же. P. 112.

ционное партнерство и взаимодействие со СМИ; сотрудничество с общественными организациями и деятелями культуры, с издательствами; наличие попечительского совета музея, грантовых программ и научных исследований, онлайн-опросов посетителей сайтов и музеев.

Таблица 3.1

Критерии оценки интернет-коммуникации музеев Краснодарского края

| Критерий | | Показатели |
|----------|--|--|
| k1 | Уровень информационности | адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на социальные сети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов |
| k2 | Цифровые услуги | виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера |
| k3 | Охрана персональных данных | наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных технических средств |
| k4 | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями |
| k5 | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке |
| k6 | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт |
| k7 | Наличие специальных интерактивных возможностей | обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям |
| k8 | Формы социального партнерства | специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов |

Для апробации усовершенствованной методики были выбраны официальные сайты музеев городов Краснодарского края, численность которых выше 100 тыс. человек (Анапы, Армавира, Геленджика, Краснодара, Новороссийска, Сочи), а также музеи малых городов и сельских территорий, имеющих статус исторического поселения (Ейск, ст. Тамань) ¹.

Процедура оценки интернет-коммуникации опирается на восемь ключевых критериев (см. Таблица 3.1), которые в целом соответствуют апробированным методикам анализа сайтов Web-2. Но нужно учитывать скорость развития информационных технологий и перспективы дальнейшего совершенствования средств интернет-коммуникации. Известны примеры применения на сайтах технологий искусственного интеллекта, которые предполагают совершенно иные критерии оценки эффективности.

Показатели оценки формируются путем предварительного контент-анализа сравниваемых сайтов. В нашем случае сравнивались сайты муниципальных и государственных музеев одного региона, но возможна оценка интернет-коммуникации музея в сравнении с качеством сайтов ведущих музеев России или мира.

После подсчета показателей и их оценки ², которая осуществлялась в баллах, было установлено значение интегрального показателя (сумма всех положительных баллов), что составило 100 % представленности интернет-коммуникации анализируемых музеев (см. Таблица 3.2).

На лепестковой диаграмме (см. Рисунок 3.1) наглядно представлено, что отсутствие на сайтах музеев охраны персональных данных, обеспечения доступа иноязычных пользователей, рекламы и доступа к дополнительным платным услугам (нулевые показатели) нарушают замкнутость контуров коммуникационного профиля. В результате кривые не представляют собой «правильный» замкнутый восьмиугольник, соответствующий восьми

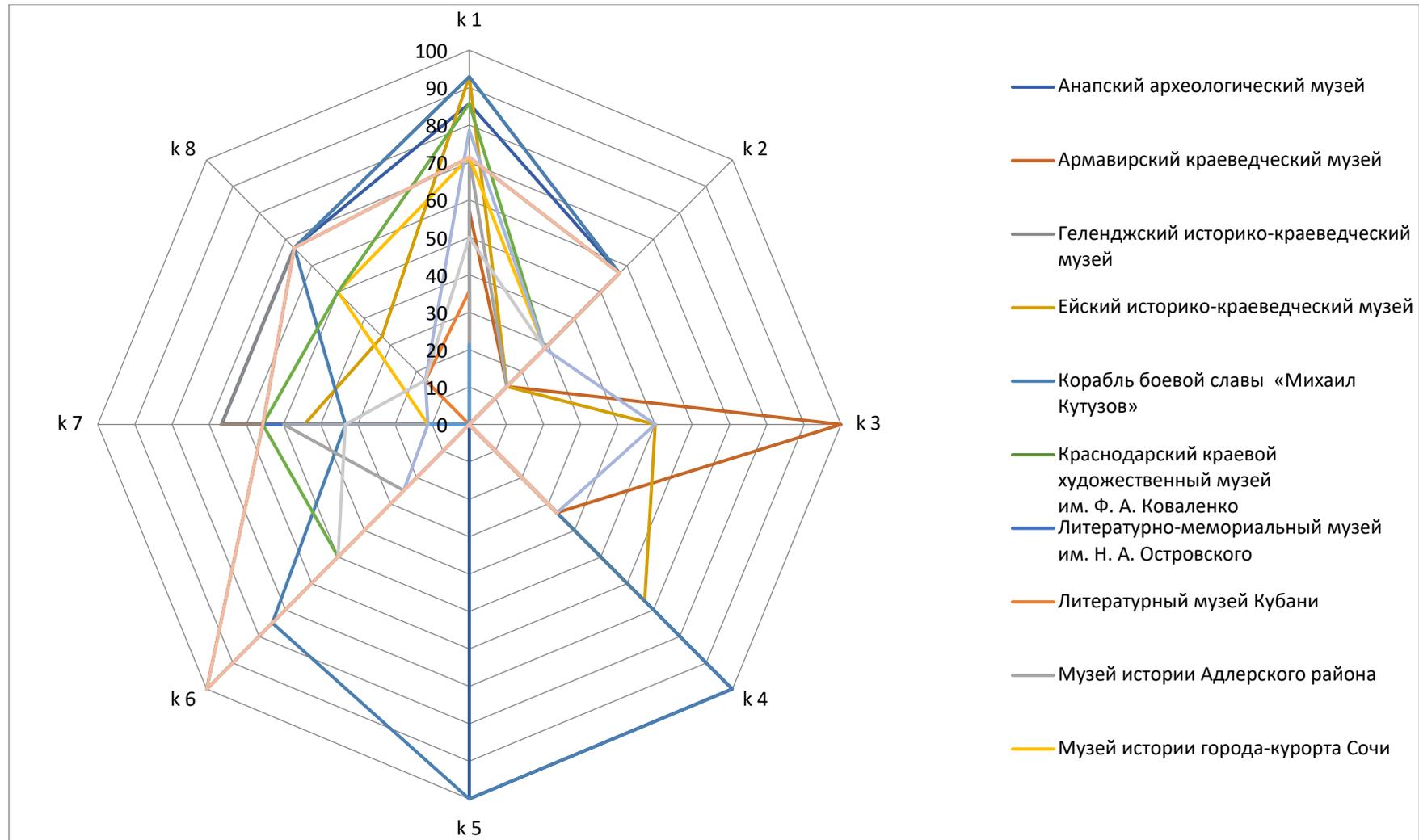
¹ Список музеев, включенных в выборку, представлен в Приложении 1.

² Расчеты коммуникационных профилей музеев представлены в Приложении 2.

Интегральные показатели оценки интернет-коммуникации музеев Краснодарского края

| Сайт музея | k1 | | k2 | | k3 | | k4 | | k5 | | k6 | | k7 | | k8 | |
|--|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|-----|------|-----|------|------|------|------|
| | абс. | % | абс. | % | абс. | % | абс. | % | абс. | % | абс. | % | абс. | % | абс. | % |
| Анапский археологический музей | 12 | 85,7 | 4 | 57,1 | 0 | 0 | 3 | 100 | 4 | 100 | 0 | 0 | 6 | 66,7 | 4 | 66,7 |
| Армавирский краеведческий музей | 8 | 57,1 | 1 | 14,3 | 2 | 100 | 1 | 33,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 66,7 | 0 | 0 |
| Геленджикский историко-краеведческий музей | 13 | 92,9 | 4 | 57,1 | 0 | 0 | 2 | 66,7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 66,7 | 4 | 66,7 |
| Ейский историко-краеведческий музей имени В. В. Самсонова | 13 | 92,9 | 1 | 14,3 | 1 | 50 | 2 | 66,7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 44,4 | 2 | 33,3 |
| Корабль боевой славы «Михаил Кутузов» | 13 | 92,9 | 4 | 57,1 | 0 | 0 | 3 | 100 | 4 | 100 | 3 | 75 | 3 | 33,3 | 4 | 66,7 |
| Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына | 10 | 71,4 | 4 | 57,1 | 0 | 0 | 1 | 33,3 | 0 | 0 | 4 | 100 | 5 | 55,6 | 4 | 66,7 |
| Краснодарский краевой художественный музей имени Ф. А. Коваленко | 11 | 78,6 | 4 | 57,1 | 0 | 0 | 1 | 33,3 | 2 | 50 | 0 | 0 | 1 | 11,1 | 3 | 50 |
| Литературно-мемориальный музей Н. А. Островского | 8 | 57,1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 55,6 | 0 | 0 |
| Литературный музей Кубани | 5 | 35,7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 16,7 |
| Музей истории Адлерского района | 10 | 71,4 | 1 | 14,3 | 0 | 0 | 1 | 33,3 | 0 | 0 | 1 | 25 | 3 | 50 | 0 | 0 |
| Музей истории города-курорта Сочи | 10 | 71,4 | 2 | 28,6 | 0 | 0 | 1 | 33,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 11,1 | 3 | 50 |
| Музей истории Хостинского района | 3 | 21,4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 33,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 11,1 | 0 | 0 |
| Новороссийский исторический музей-заповедник | 12 | 85,7 | 2 | 28,6 | 0 | 0 | 1 | 33,3 | 0 | 0 | 2 | 50 | 5 | 55,6 | 3 | 50 |
| Сочинский художественный музей | 11 | 78,6 | 2 | 28,6 | 1 | 50 | 1 | 33,3 | 0 | 0 | 1 | 25 | 1 | 11,1 | 1 | 16,7 |
| Таманский музейный комплекс | 7 | 50 | 2 | 28,6 | 0 | 0 | 1 | 33,3 | 0 | 0 | 2 | 50 | 3 | 33,3 | 1 | 16,7 |

Сравнительный анализ коммуникационных профилей официальных сайтов музеев Краснодарского края



критериям оценки, а имеют максимально сложную форму. Подобная ситуация требует модернизации сайтов с учетом современных требований.

Видно, в том числе, что низкие показатели отдельных критериев при высоком показателе одного из них (информативность, k_1) отражаются на диаграмме острым углом контура. Сбалансированная же интернет-коммуникация предполагает «сглаживание» острых углов профиля. Правильный восьмиугольник, конечно же, не получится, поскольку специфика деятельности музеев предполагает неравнозначность оцениваемых критериев: информативность, цифровые услуги и формы социального партнерства, безусловно, для музеев всегда будут важнее, к примеру, безопасности личных данных посетителей их сайтов. Но полное невнимание к отдельному критерию говорит о необходимости коррекции отношения руководителей музеев к собственной интернет-коммуникации. Желательно стремиться к стабильным интегральным показателям в пределах 10–20 %.

Расчет средневзвешенных показателей позволяет провести ранжирование сайтов музеев (см. Таблица 3.3), включенных в выборку. Представленный в процентном соотношении результат наглядно указывает на степень соответствия коммуникационного профиля современным требованиям. Максимальный средневзвешенный показатель – 6,25, соответствующий 100 %.

Наиболее сбалансированный коммуникационный профиль (средневзвешенный показатель – 4,25, соответствующий 68,0 %) принадлежит Новороссийскому филиалу Центрального военно-морского музея имени Петра Великого «Корабль боевой славы “Михаил Кутузов”». Как видно из представленных данных, сайт музея-корабля оказывается более развит и приспособлен к информационным запросам современного общества, его интернет-коммуникация стабильнее и эффективнее, позволяет охватывать более широкую аудиторию. Все же нужно отметить, что анализируемый сайт является частью портала Центрального военно-морского музея имени Петра Великого – одного из ведущих военно-мемориальных музеев страны.

Если же говорить о музеях собственно Краснодарского края (и в территориальном, и в организационно-правовом смысле), то явное лидерство принадлежит сайту Анапского археологического музея (средневзвешенный показатель – 4,13, соответствующий 66,1 %), являющегося филиалом Краснодарского государственного историко-археологического музея-заповедника имени Е. Д. Фелицына. При этом сайт головного учреждения в приведенной системе расчетов коммуникационных профилей занимает лишь 4-е место.

Таблица 3.3

**Ранжированные средневзвешенные показатели
коммуникационных профилей официальных
сайтов музеев Краснодарского края**

| Ранг | Сайт музея | Средневзвешенный показатель | |
|-------|--|-----------------------------|------|
| | | абс. | % |
| 1 | Корабль боевой славы «Михаил Кутузов» | 4,25 | 68,0 |
| 2 | Анапский археологический музей | 4,13 | 66,1 |
| 3 | Геленджикский историко-краеведческий музей | 3,63 | 58,0 |
| 4 | Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына | 3,5 | 56,0 |
| 5 | Новороссийский исторический музей-заповедник | 3,13 | 50,1 |
| 6 | Ейский историко-краеведческий музей имени В. В. Самсонова | 2,88 | 46,1 |
| 7 | Краснодарский краевой художественный музей имени Ф. А. Коваленко | 2,75 | 44,0 |
| 8–9 | Армавирский краеведческий музей | 2,25 | 36,0 |
| 8–9 | Сочинский художественный музей | 2,25 | 36,0 |
| 10 | Музей истории города-курорта Сочи | 2,13 | 34,1 |
| 11–12 | Таманский музейный комплекс | 2,0 | 32,0 |
| 11–12 | Музей истории Адлерского района | 2,0 | 32,0 |
| 13 | Литературно-мемориальный музей Н. А. Островского | 1,63 | 26,0 |
| 14 | Литературный музей Кубани | 0,75 | 12,0 |
| 15 | Музей истории Хостинского района | 0,63 | 10,1 |

Учитывая, что интернет-коммуникация музеев в условиях развития цифровой экономики и социокультурной сферы будет только нарастать, безусловно, необходимо постоянное совершенствование методик оценки

качества официальных сайтов. Важно, чтобы они были просты в использовании и адаптивны к интенсивному развитию информационных технологий. Всегда в приоритете будут те инструменты, которые не требуют дополнительных специальных навыков и доступны для самооценки музеями своего коммуникационного профиля в интернете.

С учетом динамики цифровизации современного общества отсутствие качественного образа музея в глобальном музейном медиапространстве равнозначно отсутствию региона на карте мира.

Информация в различных видах цифровых ресурсов институционализируется и становится еще одной формой бытия музея как социального института. Современные музеи, наряду с созданием интернет-сайтов, обратили внимание на возможность формирования виртуальных экспозиций. Как отмечают ученые, «оцифровка» музейных материалов «позволяет находить, извлекать и анализировать информацию на совершенно ином уровне; кодировать, описывать тенденции в огромных пластах данных; «нарезать» их под разными углами», варьируя подачу информации в зависимости от профиля пользователей¹. Так, Е. А. Петрунина полагает, что опыт работы ведущих музеев мира с цифровыми ресурсами своих собраний показал: посетители виртуальных экспозиций получают возможность «взаимодействовать с экспонатами, изменять их, давать им новое прочтение, отразить в них свое восприятие мира и показать собственную точку зрения на то, каким может быть музейный экспонат»². Этот вывод сделан на основе анализа работы Метрополитен-музея в Нью-Йорке в 2012 г., при этом исследователь приписывает виртуальной музейной экспозиции функции самостоятельного социального института, с чем вряд ли можно согласиться.

Вопросы, связанные с содержанием понятий «виртуальная экспозиция» и «виртуальный музей», требуют отдельного пояснения. Терминологическая

¹ См.: Кунцман А. Гражданские свободы, коллективная память и экология в век неизбежной цифры: слово о возможности будущего без информационных технологий // Сканирование горизонтов: роль информационных технологий в будущем гражданского общества. М., 2020. С. 82.

² Петрунина Е. А. Музей и Интернет: социально-философский анализ // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Познание. 2020. № 1. С. 93.

неопределенность зачастую приводит к путанице и совмещению двух этих направлений современной музейной деятельности. Виртуальные музейные экспозиции нецелесообразно отождествлять с виртуальными музеями, как это предлагает Д. Н. Дзюба¹. Виртуальный музей создается как специальная сетевая институция, в то время как виртуальная экспозиция является важной составляющей и дополняющей частью основной экспозиционной локации музея, адаптирующей его возможности к динамике развития цифровой культурной среды.

При этом важно понимание того, что цифровые виртуальные экспозиции «не должны заслонять подлинников»² – они, подобно художественным альбомам XX века, создают повод для посещения музея и ознакомления с подлинниками, находящимися в музейной экспозиции. Несмотря на то, что «цифровой вид не в полной мере способен передать атрибутивные характеристики и свойства традиционного музейного предмета»³, к сожалению, далеко не у всех посетителей виртуальных музейных ресурсов возникает желание побывать в музее, в ряде случаев интерес к виртуальным экспозициям носит самодостаточный характер⁴.

Как отмечают И. С. Пилко и С. В. Савкина, цифровые экспозиции, размещенные на сайтах музеев и определенные их создателями как виртуальные выставки, «не обладают характеристиками, присущими электронным выставкам. Наиболее значимыми из них можно назвать интерактивность и мультимедийность – комбинирование различных видов информации, таких как текст, графика, звук, видеоизображение, анимация»⁵. При этом виртуальное пространство представляет собой «открытую

¹ Дзюба Д. Н. Феномен музея в виртуальном культурном пространстве // Общество: философия, история, культура. 2017. № 3. С. 72.

² Кочетова Е. В Русском музее ждут такой же ажиотаж на выставке Айвазовского, как в Москве // Life. URL: <https://life.ru/p/921709>.

³ Рыбак К. Е. Глобальная прозрачность: музейный предмет в цифровую эпоху // Современные тенденции развития музеев и музееведения. Новосибирск, 2014. С. 184.

⁴ См.: Грицук А. П., Каврук Д. В., Кутыркина Л. В., Осипова А. В. Коммуникационные стратегии российских музеев в Интернет-пространстве: проблема эффективности // Реклама: теория и практика. 2020. № 1. С. 62.

⁵ Пилко И. С., Савкина С. В. Электронные выставки музеев: специфические особенности, видовая классификация // Вестник КемГУКИ. 2014. Вып. 29. С. 210.

самоорганизующуюся систему, включающую в себя культурные информационные потоки и информационные поля, находящиеся во взаимодействии»¹.

Образуемые виртуальные музеи, как отмечают отечественные исследователи, «создаются для предоставления посетителям удаленного доступа к объектам культурного наследия, распространению культурных ценностей, приобщению к культуре. Согласно музейной статистике, находящейся в открытом доступе, посещаемость виртуальных музеев высока»². Как представляется диссертанту, посетителей виртуальных музеев нельзя определять как виртуальных пользователей. Вопреки представлениям В. Н. Касьянова, они не виртуальны, а реальны, хотя и пользуются технологиями удаленного доступа на основе информационных технологий³.

Виртуальные музеи рассматриваются в современной культурологии в качестве новой культурной формы⁴. Согласно точке зрения А. В. Лебедева, существуют два типа виртуальных музеев: локализованный в интернете (сетевой) и расположенный в музейном помещении с мультимедийными экспозициями⁵. По нашему мнению, к виртуальным музеям может быть причислен только музей, имеющий локализацию в сети, и позволяющий вести взаимодействие сотрудников и посетителей. Причем социальные роли в процессе функционирования такого музея могут изменяться. В то время как стационарно расположенный в здании музей, содержащий мультимедийные экспонаты, все же ближе к традиционным музейно-экспозиционным формам⁶. Виртуальные музеи могут содержать изображения и информацию об утраченных памятниках истории и культуры и реально существующих в

¹ Попов В. Д. Информациология и информационная политика. М., 2001. С.18.

² Иванова О. В. Формы взаимодействия музеев и общеобразовательных организаций в условиях информационного общества // Ценности и смыслы. 2018. № 6. С. 133.

³ См.: Касьянов В. Н. Музеи и Интернет // Современные информационные технологии и письменное наследие: от древних текстов к электронным библиотекам. EL'MANUSCRIPT-08. Казань, 2008. С. 69–70.

⁴ Максимова Т. Е. Виртуальные музеи: анализ понятия // Вестник МГУКИ. 2012. № 2. С. 198–200.

⁵ Лебедев А. В. Виртуальные музеи и виртуализация музея // Мир музея. 2010. № 10. С. 5–9.

⁶ Василина Д. С. Виртуальный музей как феномен современной культуры // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3. С. 99; ср.: Туртыгина К. М. Виртуальный музей как форма представительства в Интернет-пространстве // Многомерность общества: цифровой поворот в гуманитарном знании. Екатеринбург, 2019. С. 130–132.

действующих музейных экспозициях или хранящихся в фондах музеев. Он позволяет включаться в работу широкому кругу музейных работников и различных целевых аудиторий, образуя особый сегмент институций культурного наследия.

В виртуальном музее основной экспозиционной площадкой становится экран электронного гаджета, являющийся точкой доступа в сетевое музейное поле. Виртуальный музей отличают пять признаков: во первых, дизайн интерфейса, который должен быть понятен всем участникам виртуальной коммуникации и содержать интересный контент; во-вторых, трансмедийность, ориентированная на возможности использования контента для многообразных форм коммуникативного взаимодействия на различных электронных устройствах; в-третьих, трансцендентность – способность взаимодействия с акторами коммуникационных интеракций в социальных сетях и таргетирования целевых аудиторий; в-четвертых, вовлеченность, то есть использование игровых форм из компьютерных игр; в-пятых, пластичность, то есть возможность адаптирования материалов виртуального музея к запросам пользователей¹.

При этом однако не следует забывать, что непосредственное знакомство с музейными предметами в составе музейной экспозиции, которая представляется ряду исследователей как традиционная и вытесняемая виртуальными посещениями социальная практика, тем не менее не заменима визуальными виртуальными социально-коммуникативными практиками в связи с возможностями редактирования материалов виртуальной экспозиции, в том числе и в процессе их демонстрации. Широкое распространение получили технологии дополненной реальности, используемые при непосредственной коммуникации с музейными предметами. Эти технологии реализованы Министерством культуры РФ в рамках национального проекта «Культура» в приложении «Артефакт – гид по музеям России» в App Store и

¹ Хавалкина А. Ю. Анализ концепции модели СМК-музей на примере просветительского медиапроекта Argamas // Вестник науки и образования. 2019. № 14. Ч. 2. С. 58–66.

Google Play, которое проводит коллективные и индивидуальные экскурсии с использованием технологий дополненной реальности в Государственном музее изобразительных искусств имени А. С. Пушкина, Государственном Русском музее, Государственной Третьяковской галерее, Дальневосточном художественном музее, Курской картинной галерее имени А. А. Дейнеки, Краснодарском музее имени Ф. А. Коваленко, Мордовском музее изобразительных искусств и др. ¹.

Важное значение имеют коммуникационные стратегии музеев в интернет-пространстве, чаще всего они связаны с проблемами актуализации культурного наследия и исторической памяти. Эти стратегии могут быть различными.

К маркерам интернет-активности музеев относятся: присутствие на сайте музея виртуальных туров и онлайн-экскурсий, возможности приобретения билетов для посещения музея и бесконтактной записи на экскурсии, наличие специальных групп и профилей в социальных сетях.

При этом в понимании структуры и специфики виртуальных туров нет единства даже у самих музеев. Например, виртуальный тур Краснодарского художественного музея имени Ф. А. Коваленко в системе google-карт включает лишь одно изображение внутреннего интерьера музейного помещения ², а остальные фотографии посвящены памятникам архитектурного культурного наследия и достопримечательным местам Краснодара ³, несколько фотографий интерьера содержит виртуальный тур музея в системе «Яндекс» ⁴. Но у музея имеется профиль в Instagram с 1734 подписчиками и канал на YouTube с циклом «Музейные истории», в которых

¹ Artefact. Гид по музеям России с дополненной реальностью. URL: <https://ar.culture.ru/ru/museums-catalog#popular>.

² Краснодарский художественный музей имени Ф. А. Коваленко : виртуальный тур. URL: <https://kovalenkomuseum.ru/virtualnaya-ekskursiya/virtualnyj-tur>.

³ См.: Краснодарский краевой художественный музей имени Ф. А. Коваленко. URL: <https://www.google.com/maps/place/Краснодарский+краевой+художественный+музей+имени+Коваленко/@45.0233561,38.965577,15z/data=!4m5!3m4!1s0x40f04f8352454373:0xdfddfe32fe01e0d1!8m2!3d45.017812214d38.9678622>.

⁴ Виртуальный тур Краснодарского краевого художественного музея им. Ф. А. Коваленко. URL: <https://yandex.ru/map-widget/v1/-/CKQze-py%22>.

рассказывается о создании картин, хранящихся в музее ¹.

Калужский музей изобразительных искусств также использует видеосервис YouTube при организации программ, ориентированных на картины, экспонируемые в музее. Например, видеолекции «Вокруг искусства в 10 дней» ².

Смоленский государственный музей-заповедник под виртуальным туром также понимает ссылки на несколько размещенных фотографий, в которых отражены интерьеры музейных залов. Таких «виртуальных туров» три – «Виртуальный тур по музею-усадьбе М. И. Глинки», «Виртуальная экскурсия по музею “Смоленщина в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.”», «Виртуальный тур “Подарок к 100-летию Художественной галереи”». Музей на канале YouTube ведет цикл лекций «Мой музей. Интервью» и «Смоленские сказки». На его страничку в Twitter подписано 2 тыс. человек ³.

Слайдовая форма обозначения виртуальных экскурсий практикуется у большинства провинциальных музеев, испытывающих трудности с привлечением специалистов по созданию таких форм коммуникации с потенциальной аудиторией ⁴. Хорошо организованные виртуальные экскурсии на YouTube имеет Государственная Третьяковская галерея, у которой 181 тыс. подписчиков. На канале имеются рубрики «#TretyakovDOC – документальные фильмы и закулисы из жизни музея», «#TretyakovLIVE – экскурсии, лекции и дискуссии в прямом эфире», «#TretyakovEDU – лекции и дискуссии в записи», «#TretyakovKIDS – сказки и концерты для всей семьи». Группа музея в социальной сети «ВКонтакте» имеет 210 тыс. подписчиков, в Twitter – 314 тыс. подписчиков ⁵.

¹ Музей имени Ф. А. Коваленко. URL: https://www.instagram.com/kovalenko_museum/?hl=ru; Музей Коваленко. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCbjSnIXnSQ1V4pDYR3myLRA>.

² Калужский музей изобразительных искусств. URL: https://www.youtube.com/channel/UCkgF4pkfw_QBRJnvOA-QqBg.

³ Смоленский государственный музей-заповедник. URL: <http://vtour.smolensk-museum.ru/>; URL: <https://www.youtube.com/channel/UCh40SjMVkZt5ceTOjQ3Keow>; URL: <https://twitter.com/smolmuseum>.

⁴ Гризук А. П., Каврук Д. В., Кутыркина Л. В., Осипова А. В. Коммуникационные стратегии российских музеев в Интернет-пространстве: проблема эффективности ... С. 63.

⁵ Третьяковская галерея. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCCJR2fHtwpHs5eYimbCNQA>;

В Русском музее используют и другие медиаресурсы – Виртуальный Русский музей представлен в Facebook (подписано 1367 человек), в Instagram (328,3 тыс.), группа в социальной сети «Одноклассники» (23 тыс.), в социальной сети «ВКонтакте» (5 тыс.), страничка «Русский музей» в Twitter (22 тыс.)¹.

Государственный Эрмитаж в рамках программы «Виртуальный визит» представлен 103 панорамными видами экспозиционных залов. Группа в социальной сети «ВКонтакте» представлена 325 тыс. подписчиков, страница Эрмитаж / Hermitage в Twitter имеет 770 тыс. подписчиков, в Instagram – 719,4 тыс., в социальной сети «Одноклассники» – 15 тыс., в Facebook – 101,8 тыс.².

Социальные сети используются музеями не столько в качестве аналога виртуального музея, а, скорее, как медиопосредник между музеем и потенциальной пользовательской аудиторией, в качестве коммуникативной локации продвижения музея, его проектов и рекламной площадки. Как показывают данные социологических исследований 2018–2019 гг., «онлайн-посещение коррелирует с динамикой офлайн-посещений более, нежели с динамикой активности в социальных сетях, но рост активности в социальных сетях приводит, в свою очередь, к росту числа переходов на сайты музеев»³.

Таким образом, активность в социальных сетях и наличие специализированных профилей на публичных коммуникационных интернет-площадках занимает значительное место в реализации коммуникационных стратегий. Согласно точке зрения современных российских социологов,

Государственная Третьяковская галерея. URL: <https://vk.com/tretyakovgallery>; Tretyakov gallery. URL: <https://twitter.com/tretyakovgal>.

¹ Виртуальный Русский музей. URL: <https://www.facebook.com/virtualrm>; URL: https://www.instagram.com/russian_museum/; URL: <https://ok.ru/rusmuseumvrm>; URL: <https://vk.com/virtualrm>; Русский музей. URL: https://twitter.com/rus_museum.

² Государственный Эрмитаж: виртуальный визит. URL: https://hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/panorama/virtual_visit/panoramas-a-1/?lng=ru; Государственный Эрмитаж / Hermitage. URL: https://vk.com/hermitage_museum; URL: https://twitter.com/state_hermitage; URL: <https://ok.ru/hermitagemuseum>; URL: https://Official_page.@state.hermitage; URL: <https://www.facebook.com/state.hermitage/>.

³ Грицук А. П., Каврук Д. В., Кутыркина Л. В., Осипова А. В. Коммуникационные стратегии российских музеев в Интернет-пространстве: проблема эффективности ... С. 72–73.

коммуникативная активность музеев может приводить к двум возможным результатам – увеличению посещаемости музеев в традиционном формате, с одной стороны, и возрастанию виртуальных посещений, с другой стороны ¹.

Развитие коммуникативной активности приводит к формированию позитивного имиджа музеев как социально-культурных коммуникативных центров, генерирующих креативные идеи в сфере досуга, культурного наследия и динамики современного социокультурного развития, как организационно-коммуникативных акторов групп в социальных сетях, продвигающих музейные проекты, культуру участия в реализации государственной культурной политики, продуцирующих волонтерскую активность пользователей социальных сетей, выступающих с предложениями интересных идей в сфере культурной жизни.

В системе коммуникативной активности музеев в интернет-пространстве все большее значение приобретает такая актуальная практика, как сторителлинг. Это создание контекста подачи информации и генерирование на основе этого событийного контента ². Формируется нарратив по типу сценариев – *narrative script*, которые включают в себя и эмоциональные компоненты ³. Этот контент может носить как социально сконструированный характер с использованием мифологизации событий и действующих лиц, так и включать исторические факты, может полностью основываться на реальных исторических событиях, приобретающих метафорическое значение под определенным углом зрения их создателей.

Конструирование ситуации эмоциональной вовлеченности пользователей позволяет эффективнее ретранслировать аксиологические смыслы передаваемой музеем информации, создавать предпосылки для усвоения традиционных моделей социального поведения. Это способствует формированию и развитию культуры участия, эмпатии по отношению к

¹ Гризук А. П., Каврук Д. В., Кутыркина Л. В., Осипова А. В. Коммуникационные стратегии российских музеев в Интернет-пространстве: проблема эффективности ... С. 75.

² Десяева Н. Д., Рязанова В. А. Концептуализация модели «СМК-музей» ... С. 94.

³ Zillmann D. *Empathy: Affect from Bearing witness to the Emotions of Others // Responding in the Screen: Reception and Reaction Processes*. Hillsdale (NJ), 1991. P. 281–303.

историческим персонажам и событиям, имплантации в массовое сознание аудиторий, коммуницирующих с музейной информацией, ретранслируемых смыслов, подкрепленных отрефлексированным историческим опытом предшествующих поколений и интенциями государственной культурной политики с учетом региональной социокультурной специфики и особенностей социокультурной ситуации в стране.

Не менее важным для музейной практики оказывается и контекст проведения массовых сетевых мероприятий, или сеттинг, то есть дизайн обстановки и возможность изменения угла зрения и масштабирования отдельных визуальных элементов среды, в которой это действие разворачивается и происходит, что сближает эмоциональное восприятие происходящего с восприятием элементов компьютерных игр¹: «Парадокс новых медиа, осваивающих совокупность функций виртуального мира, в идеале – в их генетической близости к компьютерным играм, а не к традиционным медиа»².

Современные виртуальные выставки и музеи представляют собой своеобразные экранные пространства, которые способны производить эмоциональные эффекты, сходные с эффектами компьютерных игр. Рефлексивно запущенные посетителем виртуальной экспозиции экранные действия, аналогично действиям игрока в компьютерной игре, предполагают развертывание логико-познавательной деятельности в виртуальном времени-пространстве³. Чувство эмпатии проявляется в новых медиа посредством вовлеченности акторов в само действие, что позволяет говорить не только о культурном участии, но и о эмоциональной составляющей мультимедийных музейных коммуникаций. Однако при этом нельзя согласиться с мнением

¹ См.: Северный С. Сеттинг – это обстановка, в которой развивается действие // FB.RU. URL: <https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/350788/setting---eto-obstanovka-v-kotoroy-razvivaetsya-deystvie>; Тебякина Е. Е. Игра как форма коммуникации: антропологические особенности // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2017. Т. 6. № 3А. С. 220–230.

² Волкова И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22. № 2. С. 313.

³ Волкова И. И., Гужвий Д. А. Интерактивный подход к измерению эффективности контента в новых медиа: постановка проблемы // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22. № 3. С. 532–543.

Н. В. Десяевой и В. А. Рязановой, что в современную эпоху развития цифровой культуры «главная задача музеев теперь заключается не в демонстрации экспонатов, не в организации выставок, а в информировании аудитории, вовлечении в нелинейные многоаспектные истории с применением новейших мультимедийных форматов»¹.

Изменение ориентации музейных коммуникативных стратегий в интернет-пространстве обусловлено и изменением потребительского поведения современных людей в целом, для которых эмоциональное погружение в процесс покупки товаров и услуг стало одной из досуговых практик, на что обратили внимание зарубежные маркетологи².

Изменились и отношения между производителями информации и ее потребителями в силу распространения сетевых форм взаимодействия: «всеобщая медиатизация привела к тому, что управляемость информационными потоками не только не снизилась, а возросла, но эта управляемость другого рода – она задается... цифровыми платформами (поисковиками, социальными медиа, маркетплейсами и т. д.), на которых осуществляется взаимодействие»³. Причем особо значимым стал контент, который сопровождает оцениваемую информацию, – ему, а не традиционным формам рекламы, доверяет 92 % потребителей⁴. Поэтому очень важными представляются отзывы посетителей мультимедийных сетевых ресурсов современных музеев и обратная связь с потенциальными целевыми аудиториями.

Динамика, которую придает в том числе и эволюции социокультурной сферы современного общества цифровое развитие, побуждает музеи, как и другие учреждения и организации культуры, формировать новые коммуникативные стратегии с учетом вариативности досуговой активности

¹ Десяева Н. В., Рязанова В. А. Концептуализация модели «СМК-музей» ... С. 93.

² См.: Court D., Elzinga D., Mulder S., Vetvik O. J. The Consumer Designer Journey // McKinsey Quarterly, 2009. June. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>.

³ Социология маркетинга / под ред. С. А. Баркова, В. И. Зубкова, А. В. Маркеевой. М., 2020. С. 21.

⁴ Там же. С. 23.

потенциальных целевых аудиторий, призванные разнообразить получаемые эмоциональные впечатления в условиях рутинизации и стандартизации повседневной рабочей деятельности. В этих условиях музеи вынуждены придавать большее значение средствам эмоционального воздействия на различные профили реальных и потенциальных целевых аудиторий и использовать сценарии, режиссуру подачи информации, дизайн информации и контента, средства визуализации и аудио-сопровождения, метафорические разработки персонажей. Например, в государственном музее-заповеднике «Петергоф» «интерактивные экспозиции стилизованы под исторические интерьеры, создающие эффект средовой составляющей образовательных программ, где реконструируются повседневные исторические практики... прошлых столетий»¹.

При этом посетители актуальных и виртуальных музейных экспозиций, с одной стороны, с удовольствием погружаются в предлагаемую им легендарную, мифологизированную трактовку информации, а с другой стороны, стараясь казаться рациональными, передают выбор данных цифровым платформам и агрегаторам, которые выстраивают свою коммуникативную политику посредством основ нейросетевого управления информационными потоками.

Центральным звеном в управлении паттернами досугового поведения людей с начала XXI в. стали индивидуальные впечатления: «Впечатления по сути своей личностны. Они затрагивают человека на эмоциональном, физическом, интеллектуальном или даже на духовном уровне. ...Когда он покупает впечатление, он платит за незабываемые минуты своей жизни», сформированные музеем (как в режиссерском решении театральной постановки или кинофильма), «т. е. за собственные чувства и ощущения»². Музеи являются генераторами впечатлений³, а использование «игрового

¹ Ковриков Р. В. Инновационные аспекты взаимодействия музея-заповедника и зрителя в XXI веке, ГМЗ «Петергоф» // Вестник СПбГУКИ. 2016. № 4. С. 79.

² Гилмор Д. Х., Пайн II Д. Б. Экономика впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие. М., 2020. С. 46.

³ Паал М. Маркетинг. Управление музеем: практическое руководство. Париж, 2004.

компонента в музейно-выставочных проектах» генерирует «эмоциональное восприятие аудиторией предметного мира, способствуя пониманию места человека в историко-культурном процессе»¹.

Такая технология управления поведением целевых аудиторий получила в практике современного управления название Customer Experience Management – СЕМ, она ориентирована на «процесс проживания клиентом жизни, пока он взаимодействует» с музеем «с самой первой точки до бесконечности»².

Как отмечал Ж. Бодрийяр, в современном обществе доминантное положение занимает коммуникация между людьми, которая содержит маркирующие социальный статус и социальные ресурсы личности символы и знаки³. Современные музеи, используя сочетание различных технологических и социально-технологических решений, активно участвуют как в первичной, так и во вторичной социализации посетителей, усиливают свою роль агентов социализации, раскрывая информационно-коммуникативный потенциал своей деятельности: «...индивид осваивает принятые в данном социокультурном поле навыки, нормы, средства коммуникации, т. е. усваивает потребительскую культуру и субкультуру»⁴.

Современные музеи в этих условиях создают электронные каталоги и реестры культурного наследия, доступные для различных массовых целевых аудиторий проекты, в которых осуществляется проявление визуальных музейных предметов в актуальной реальности, что позволяет посетителям «испытывать ощущения как в реальной среде» и при этом «управлять виртуальной средой»⁵.

Погружаясь в мир виртуальной реальности, современный посетитель

¹ Шорина Д. Е. Интерактивность конкурсных проектов как основа современной экспозиционно-выставочной деятельности российских музеев // Общество. Среда. Развитие. 2018. № 1. С. 56.

² Нохрин Р. Customer experience management – что это? // VC.RY. URL: <https://vc.ru/marketing/83294-customer-experiencemanagement-cto-eto-cx-cem>.

³ См.: Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2019.

⁴ Ильин В. И. Социология потребления. М., 2019. С. 148.

⁵ Елинер И. Г. Интерактивность как квинтэссенция мультимедийного произведения // Труды СПбГУКИ. 2013. Т. 200. С. 20.

превращается в активного участника происходящего в веб-пространстве музея, эмоционально проживая присутствие в музейной среде ¹. По мнению А. В. Лебедева, это приводит к возникновению «экспозиционной равновесности материальных и виртуальных объектов» ², что воспринимается отдельными музейоведами как угроза самой социокультурной сути музея ³.

В заключение следует отметить, что эволюция информационной среды, обусловленная динамизмом социокультурного развития общества под влиянием процессов цифровизации и, соответственно, визуализации информации, привела к развитию в музейной сфере цифровизации, которая охватила различные аспекты деятельности – как внутримузеевскую сферу, так и коммуникативную активность музея во внешней среде.

Музеи разрабатывают интернет-сайты, которые содержат информацию по истории их создания, деятельности, взаимодействию с партнерами, в ряде случаев, если это региональные или общенациональные музеи, виртуальные экспозиции и экскурсии. Крупные музеи национального значения создают свои медиапорталы.

В роли медиатора между музеем и потенциальной пользовательской аудиторией используются социальные сети – для продвижения музея и его проектов и в качестве рекламной площадки.

Следует отметить возрастание роли эмоциональной составляющей музейной коммуникативной активности, что соответствует общекультурной тенденции увеличения значимости эмоциональной вовлеченности в современных потребительских практиках. Таким образом, современные музеи, позиционируя свою деятельность в интернет-пространстве, используют сочетание различных коммуникационных стратегий и практик,

¹ Милованов К. Ю. Педагогическая роль музеев в социокультурном пространстве современной России // Ценности и смыслы. 2013. № 6. С. 90.

² Лебедев А. В. Виртуальные музеи и виртуализация музея ... С. 6.

³ См.: Набиуллин А. Ф., Шакиев А. С., Мухтов И. Г. Проблемы внедрения стационарных интерактивных мультимедиа систем в музейные экспозиции: риски и решения // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2018. № 31. С. 141–142; Тихонова С. В. Память Интернета и социальная память: перспектива слияния // Философия времени: онтологические начала и ценностные дискурсы. Саратов, 2018. С. 68–73.

технологических и социально-технологических решений, активно участвуют как в первичной, так и во вторичной социализации посетителей, усиливают свою роль агентов социализации.

* * *

Резюмируя содержание третьей главы диссертационного исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Функциональная трансформация музея как института современного общества актуализирует значение информационно-коммуникативной функции музейной деятельности, приобретающей в условиях современного социокультурного развития, в том числе связанных с пандемией COVID-19, особенно важное значение.

2. Коммуникативная среда современного музея, являясь открытой системой, объединяет разнообразные социокультурные практики в систему взаимосвязанных и взаимодополняющих культурологических, социальных, технологических составляющих процесса развития музейной деятельности. Музей как социальный институт активно участвует в публичных коммуникациях в рамках дискурса «культуры участия», обращается к различным аспектам исторической памяти и социокультурной идентичности.

3. В коммуникативной среде современного музея целесообразно выделять подсистемы внутренних и внешних музейных коммуникаций, последние чаще всего носят публичный характер, трансформируют представления о музеях как об институтах, ориентированных на сохранение артефактов исторического прошлого. Авторская типология конвенциональных и неконвенциональных каналов в структуре музейной коммуникации позволяет определить базовые компоненты коммуникационного процесса по двум основным каналам («Общество → Музей → Общество»; «Музей → Общество → Музей»).

4. Коммуникативная среда музея делает его узловым пространством социально-коммуникативных взаимодействий, представляющих разнообразные социально-демографические сегменты современного

общества, площадкой для организации диалога и медиатором социальной активности в конкурентной структуре культурных индустрий. В условиях XXI в. музеи превращаются в одного из акторов современного медиапространства, который играет важную роль в производстве социокультурной общественно значимой информации.

5. Эволюция информационной среды и связанная с ней специфика социокультурной среды современного общества обусловила развитие цифровизации музейной сферы, проявляющейся во внедрении интерактивных технологий, создании сайтов, медиапорталов и виртуальных музеев, распространении практик коммуникативной активности в интернете. Сложное положение музеев в период пандемии новой коронавирусной инфекции актуализировало проблему совершенствования медиапространства музея и развития потенциала цифровых технологий не только в плане популяризации музейных коллекций, но и организации особого вида экскурсий.

6. Учитывая общую динамику цифровизации общества, сбалансированная интернет-коммуникация музея и соответствие его официального сайта современным требованиям является необходимым условием формирования качественного образа музея в глобальном медиапространстве. Проведенный анализ официальных сайтов и составленные диссертантом на его основе коммуникационные профили 15 музеев Краснодарского края позволяют создать систему практических рекомендаций, направленных на модернизацию информационно-коммуникационной деятельности современного музея.

7. Виртуальные музейные экспозиции нецелесообразно отождествлять с виртуальными музеями, которые представляют собой автономные интернет-площадки и не имеют стационарной локализации с основной экспозицией и фондами.

8. Развитие коммуникативной активности приводит к формированию позитивного имиджа музеев как социально-культурных коммуникативных центров, генерирующих креативные идеи в сфере досуга,

культурного наследия. Реализуя специализированный набор практик в процессе позиционирования своей деятельности в интернете, музей не только продвигает собственные проекты, но и участвует в реализации государственной культурной политики, продуцирует волонтерскую активность участников социальных сетей, выступающих с предложениями интересных идей в сфере культурной жизни.

9. Музей как институт современного общества, реализуя информационно-коммуникационную функцию и используя сочетание различных социально-технологических решений, активно участвует как в первичной, так и во вторичной социализации посетителей, усиливая свою роль агентов социализации, развития образовательной и просветительской деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социокультурная сфера общества является фундаментом всех основных элементов социальной системы – социально-экономической, социально-политической, потому что обеспечивает сохранение аксиологической цивилизационной матрицы. Эволюция современной социокультурной сферы обусловлена как эндогенными факторами, связанными с воспроизводством культуры и ее адаптацией к происходящим в глобальной миросистеме изменениями, так и с экзогенными, воздействующими извне на социокультурную жизнь внутри локальных сообществ.

Изменение роли и статуса музея в современном мире влечет за собой трансформацию функций музея, определяя развитие музеологии как отрасли гуманитарного знания. Изучение функциональной трансформации музея как социального института позволило определить его место и роль в современном обществе, дать развернутые характеристики изменившейся специфике и содержанию его деятельности.

Музеи, оставаясь центрами изучения и хранения культурного наследия, превратились сегодня в важный ресурс социального развития, включающий различные направления значимой социокультурной деятельности. Музеи в настоящее время представляют собой многофункциональные культурные комплексы, реализующие ряд социальных функций в современном обществе: отбор музейных образцов культурного и природного наследия для их последующего хранения и научного изучения; хранение, научное изучение и интерпретация музейных предметов; воспроизводство культуры; образовательно-воспитательная функция; информационно-коммуникативная функция; организация досуговой деятельности; ресурсная функция. В условиях современного социокультурного развития ресурсная и информационно-коммуникативная функции музеев привлекают к себе значительное внимание теоретиков и практиков.

Музеи в современном обществе стали не только частью локального и регионального культурного пространства, но и значимым субъектом сохранения и поддержания традиционных досуговых практик и генерирования инновационных паттернов современной социокультурной деятельности. Кроме того, они играют важную роль в современной медийной сфере, продуцируя событийные поводы в информационном пространстве, ретранслируя и, что важно, интерпретируя артефакты культурного и природного наследия, наполняя их глубинными социальными смыслами.

Музеи, став важным элементом современной социокультурной жизни общества, трансформировались в коммуникативные пространства полилога с участием музейных работников, ученых и специалистов, гражданских активистов-общественников и посетителей, представляющих различные социально-демографические группы. В сельских поселениях и малых городах музеи становятся активными акторами реализации государственной культурной политики, содействуют вовлечению различных слоев населения в процесс «культурного участия», являются ресурсными основаниями организации и развития туристской деятельности.

Примеры исторически сложившихся малых городов – Мышкина Ярославской области, Белева Тульской области, Переяславля-Залесского Ярославской области, Суздаля Владимирской области, Сергиева Посада Московской области являются вдохновляющим примером для организации легендирования городских достопримечательностей и развития внутреннего и международного туризма в Российской Федерации.

Объединяя представителей разновозрастных групп населения, музеи стали локациями первичной и вторичной социализации, они вовлекают людей в социально значимую волонтерскую общественную деятельность, которая позволяет привлекать попечителей и меценатов из числа предпринимателей.

Современные музеи, учитывая возможности информационных технологий и основные тенденции в цифровизации сферы культуры, создают новые культурные формы – виртуальные музеи и экспозиции, положив успешное

начало не только коллекционированию и собирательству материальных объектов, но и развитию хранения и использования цифровых продуктов деятельности современного общества. Музеи объединяют группы своих посетителей и добровольных помощников в социальных сетях, размещают в них визуальные ресурсы, организуют просветительскую работу в удаленных цифровых форматах.

Как отмечают исследователи, музеи не только используют в своей работе современные информационные технологии, создавая интерактивные и виртуальные мультимедийные экспозиции, сопровождая их современным контентом с применением дополненной и виртуальной реальности, но и активно воздействуют на развитие информационной культуры населения, актуализируя историческую память, объекты культурного и природного наследия в массовом сознании, формируя социокультурную идентичность в локальном и региональном социокультурных пространствах и внося свой вклад в поддержание и развитие национальной социокультурной идентичности.

Музеи играют значимую роль и в организации и развитии досуговой деятельности. Они поддерживают традиционные формы досуга, сохранившиеся в обществе, в адаптированном к современным условиям жизни виде, возрождают незаслуженно забытые формы досуга и творческой самореализации, создают новые с использованием современных информационных технологий. В этой области своей деятельности музеи выполняют роль медиатора между традиционными и инновационными формами организации и проведения досуговых мероприятий, реализуют творческие проекты.

Современные музеи стремятся соответствовать запросам своих посетителей, раскрывая потенциал удовлетворения разнообразных потребностей, – организуют специальные рекреационные пространства на территории музея, предоставляют музейные территории для проведения праздников, создают центры дополнительного образования, в том числе и в сфере возрождения

народных ремесленных промыслов, организуя производство и реализацию сувенирной продукции и решая проблемы занятости, особенно в малых населенных пунктах.

В современном обществе музеи стали подлинными участниками реализации государственной и муниципальной культурной политики, социальными институтами формирования и развития гражданской культуры и гражданского общества, одними из центров распространения инноваций и их адаптации к условиям реалий российской жизни, проводниками в распространении и укоренении современных социальных практик, участниками туристической деятельности и международных кросс-культурных взаимодействий.

Таким образом, трансформация функций современного музея обогащает предметное поле музеологии, что, в свою очередь, открывает новые горизонты развития самого музея. Решение стоящих перед современными музеями задач напрямую связано с теоретическим и практическим осмыслением новых форм музейного функционирования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абалмасова, Н. Е. Опора на символы в формировании региональной идентичности / Н. Е. Абалмасова, Э. А. Паин // Известия РАН. Сер.: Географическая. – 2011. – № 6. – С. 17–29. – Текст : непосредственный.
2. Абдуллаева, А. Список виртуальных музеев / А. Абдуллаева. – Текст : электронный // Мирмол : сетевое издание. – URL: <https://mirmol.ru/blogs/spisok-virtualnyh-muzeev/> (дата обращения: 23.07.2021).
3. Абдуллаева, А. Список ссылок на виртуальные экскурсии по музеям России / А. Абдуллаева. – Текст : электронный // Мирмол : сетевое издание. – URL: <https://mirmol.ru/blogs/spisok-ssylok-na-virtualnye-jekskursii-po-muzejam-rossii/> (дата обращения: 23.07.2021).
4. Абушенко, В. Л. Аксиология / В. Л. Абушенко. – Текст : непосредственный // Всемирная энциклопедия: Философия. XX век / глав. науч. ред., ред., сост. А. А. Грицанов. – Москва : АСТ ; Минск : Харвест, Современный литератор, 2002. – С. 21.
5. Аванесов, С. С. Что можно назвать визуальной семиотикой? / С. С. Аванесов. – Текст : непосредственный // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. – 2014. – № 1. – С. 10–22.
6. Аванесов, С. С. Музей в социокультурном пространстве города: перспектива исследования городских текстов / С. С. Аванесов. – Текст : непосредственный // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. – 2016. – № 4. – С. 9–22.
7. Агапова, Д. Культура участия: миллионы диалогов / Д. Агапова. – Текст : непосредственный // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия / отв. ред. А. Щербакова ; сост. Н. Копелянская. – Москва : Творческая группа «Музейные решения», 2012. – С. 8–20.

8. Аглиуллина, Л. Т. Культурно-образовательная деятельность в музее : метод. пособие / Л. Т. Аглиуллина, М. Б. Сафиуллина. – Казань : Национальный музей Республики Татарстан, 2018. – 54 с. – Текст : непосредственный.
9. Агошков, А. В. Нематериальное культурное наследие: традиции и инновации / А. В. Агошков. – Нижний Новгород : [Б. и.], 2001. – 23 с. – Текст : непосредственный.
10. Акулич, Е. М. Музей как социальный институт : специальность 22.00.04 «Социальная структура, социальные институты и процессы» : дис. ... д-ра социол. наук. / Акулич Евгений Михайлович ; Тюменский государственный университет. – Тюмень, 2004. – 409 с. – Текст : непосредственный.
11. Акулич, Е. М. Музей как социокультурное явление / Е. М. Акулич. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2004. – № 10 (146). – С. 89–91.
12. Александров, Д. А. Этнический состав школ и миграционный статус школьников в России / Д. А. Александров, В. А. Иванюшина, Е. В. Казарцева. – Текст : непосредственный // Вопросы образования. – 2015. – № 2. – С. 173–195.
13. Алексеева, В. Г. Ценностные ориентации как фактор жизнедеятельности и развития личности / В. Г. Алексеева. – Текст : непосредственный // Психологический журнал. – 1984. – Т. 5. – № 5. – С. 63–70.
14. Ананьев, В. Г. Джон Коттон Дана: от «музейной скуки» к «новому музею» / В. Г. Ананьев. – Текст : непосредственный // Музей. – 2017. – № 3. – С. 10–12.
15. Ананьев, В. Г. Зарубежная музеология: интеллектуальные парадигмы и институциональные структуры : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : дис. ... д-ра культурологии / Ананьев Виталий Геннадиевич ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург, 2019. – 385 с. – Текст : непосредственный.

16. Антонова, Н. В. Проблема личностной идентичности в западной психологии / Н. В. Антонова. – Текст : непосредственный // Вопросы психологии. – 1996. – № 1. – С. 131–143.
17. Антропов, Е. В. Актуализация и визуализация историко-культурного наследия как форма самопрезентации городского сообщества (на примере общественных практик Новосибирска) / Е. В. Антропов. – Текст : электронный // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер.: История, филология. – 2013. – № 3. – С. 140–148.
18. Артемов, Е. Г. Музейно-педагогические технологии / Е. Г. Артемов. – Санкт-Петербург : ФГУК ГМПИР, 2006. – 203 с. – Текст : непосредственный.
19. Асанова, З. С. Организация досуга людей пожилого возраста средствами любительского творчества / З. С. Асанова, С. Ш. Умеркаева. – Текст : электронный // Концепт : науч.-метод. электронный журнал. – 2015. – Т. 13. – С. 1676–1680. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/85336.htm>. (дата обращения: 07.08.2021).
20. Астафьева, О. Н. Музей в современной культуре: пересечение эстетического и практического / О. Н. Астафьева. – Текст : непосредственный // Музей в социокультурных реалиях : материалы XXV науч.-методолог. семинара «Культура и культурная политика». – Вып. 5. – Москва : Изд-во РАГС, 2008. – С. 11–31.
21. Астафьева, О. Н. Культурология. Теория культуры : учеб. пособие / О. Н. Астафьева, Т. Г. Грушевицкая, А. П. Садохин. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 487 с. – Текст : непосредственный.
22. Астафьева, О. Н. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития / О. Н. Астафьева, Е. В. Никонорова, О. В. Шлыкова. – Текст : непосредственный // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15. – № 5. – С. 516–531. – DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-5-516-531.

23. Бакушина, Е. С. Архитектура современных музейных зданий. Формирование смысловых моделей / Е. С. Бакушина. – Текст : непосредственный // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 34. – С. 102–108.

24. Бакушинский, А. В. Музейно-эстетические экскурсии / А. В. Бакушинский. – Москва : Государственное изд-во, 1919. – 20 с. – Текст : непосредственный.

25. Бакушинский, А. В. Искусство и музеи. Современные музеи искусства и музеи будущего / А. В. Бакушинский. – Текст : непосредственный // Бакушинский А. В. Исследования и труды. Избранные искусствоведческие труды. – Москва : Советский художник, 1981. – С. 130–136.

26. Бакушинский, А. В. Художественное творчество и воспитание / А. В. Бакушинский. – Москва : Изд. дом «Карапуз», 2009. – 302 с. – Текст : непосредственный.

27. Балаш, А. Н. Вещь в музее: размышления о судьбе «предмета музейного значения» / А. Н. Балаш. – Текст : непосредственный // Вопросы музеелогии. – 2013. – № 1. – С. 19–24.

28. Балаш, А. Н. Музей как «другое пространство культуры» / А. Н. Балаш. – Текст : непосредственный // Музей – памятник – наследие. – 2018. – № 1. – С. 12–21.

29. Балаш, А. Н. Современная художественная выставка как междисциплинарный проект / А. Н. Балаш. – Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2019. – № 3. – С. 16–21. – DOI: 10.30725/2619-0303-2019-2-16-21.

30. Баранюк, М. Посети музей : всероссийский виртуальный портал / М. Баранюк. – Текст : электронный // Vinchi Interactive : [веб-сайт]. – URL: <https://vinchi-interactive.ru/blog/vserossijskij-virtualnyij-portal-poseti-muzej.html> (дата обращения: 30.10.2021).

31. Баторов, А. Р. Сайтостроение в учреждениях культуры Республики Саха (Якутия): независимая оценка качества ресурсов и услуг / А. Р. Баторов, О. В. Шлыкова. – Текст : непосредственный // Вестник Национальной библиотеки Республики Саха (Якутия). – 2018. – № 2. – С. 47–49.
32. Бауман, З. Текущая современность / З. Бауман ; [пер. с англ. С. А. Комаров]. – Москва : Питер, 2008. – 238 с. – Текст : непосредственный.
33. Башилов, В. М. Историко-культурное наследие малых городов России как стратегический ресурс развития территории / В. М. Башилов. – Текст : электронный // Ржевская епархия. Русская Православная Церковь. Московский Патриархат : портал. – URL: <http://ржевскаяепархия.рф/2015/11/14/istoriko-kulturnoe-nasledie-malyx-gorodov-rossii-kak-strategicheskij-resurs-razvitiya-territorii/> (дата обращения: 21.08.2021).
34. Бедаш, Е. А. Концепция социального пространства Анри Лефевра / Е. А. Бедаш. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2012. – № 11. – С. 219–224.
35. Беззубова, О. В. Музей как инстанция художественного, научного и идеологического дискурсов : специальность 09.00.13 «Философия и история религии, философская антропология, философия культуры» : дис. ... канд. филос. наук / Беззубова Ольга Владимировна ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург, 2002. – 166 с. – Текст : непосредственный.
36. Беззубова, О. В. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса / О. В. Беззубова. – Текст : непосредственный // Коммуникация и образование : сб. ст. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2004. – С. 418–427.
37. Беззубова, О. В. Некоторые аспекты теоретического осмысления музея как феномена культуры / О. В. Беззубова. – Текст : непосредственный // Триумф музея?: сб. ст. – Санкт-Петербург: Осипов, 2005. – С. 6–27.
38. Белик, А. А. Культурная (социальная) антропология : учеб. пособие / А. А. Белик. – Москва : РГГУ, 2009. – 613 с. – Текст : непосредственный.

39. Белов, А. «Миссия современной культурной институции – быть площадкой, которая принимает любые форматы» / А. Белов. – Текст : электронный // Артгид : [веб-сайт]. – URL: <https://artguide.com/posts/2015> (дата обращения: 12.07.2021).

40. Беляева, М. Новые музейные коммуникации: цифровая перезагрузка / М. Беляева, Т. Ладыгина. – Текст : электронный // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2018. – № 4. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/09KLSK418.pdf> (дата обращения: 07.08.2021).

41. Бергер, П. Социальное конструирование реальности : трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – Москва : Московский философский фонд, 1995. – 322 с. – Текст : непосредственный.

42. Бергер, П. Социология: Биографический подход / П. Бергер, Б. Бергер. – Текст : непосредственный // Личностно-ориентированная социология / [П. Бергер, Б. Бергер, Р. Коллинз ; пер. с англ. В. Ф. Анурина]. – Москва : Академический Проект, 2004. – 605 с. – С. 88–89.

43. Бережная, А. М. Художественный музей в коммуникативном пространстве современности: ценностные ориентиры и практики / А. М. Бережная. – Текст : электронный // Мир русского слова. – 2018. – № 4. – С. 115–120. – DOI: 10.24411/1811-1629-2018-14115.

44. Бжезинский, З. Глобальное господство или глобальное лидерство / З. Бжезинский. – Москва : Международные отношения, 2005. – 262 с. – Текст : непосредственный.

45. Богатырев, Е. А. Музей как фактор формирования духовной культурной идентичности населения современного российского мегаполиса / Е. А. Богатырев. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2009. – № 6. – С. 86–91.

46. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – Москва : Рудомино, 1995. – 168 с. – Текст : непосредственный.

47. Бодрийяр, Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр. – Москва : АСТ, 2019. – 330 с. – Текст : непосредственный.

48. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / под. ред. К. Динни. – Москва : Манн, Иванов и Фарбер, 2013. – 331 с. – Текст : непосредственный.

49. Бубнов, Ю. А. Историческая память как проявление гуманистического смысла культуры / Ю. А. Бубнов. – Текст : непосредственный // Университетская площадь. – 2008. – № 1. – С. 49–53.

50. Будко, А. А. Образ музея XXI века / А. А. Будко. – Текст : непосредственный // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2015. – Т. 212. – С. 11–18.

51. Буров, Н. В. Музей как социальный институт культурно-исторического и нравственно-эстетического воспитания / Н. В. Буров. – Текст : непосредственный // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры и искусств. – 2013. – Т. 195. – С. 305–307.

52. Бутакова, Д. А. Музей в социокультурном пространстве города: особенности культурной коммуникации / Д. А. Бутакова, Н. И. Гаврилова. – Текст : непосредственный // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 8. – С. 79–81.

53. Вандышев, М. Н. Как обучать детей мигрантов – вместе или отдельно? Опыт педагогов Свердловской области / М. Н. Вандышев. – Текст : непосредственный // Вопросы образования. – 2019. – № 2. – С. 179–198.

54. Ваннини, М. К. Музеи под открытым небом: полиморфная феноменология. Ситуация в Италии / М. К. Ваннини. – Текст : непосредственный // Музеи-заповедники – музеи будущего : междунар. науч.-практ. конф. (г. Елабуга, 18–22 ноября 2014 г.) : материалы и доклады. – Елабуга : ЕлТИК, 2015. – С. 45–61.

55. Ванслова, Е. Г. Динамика социальных функций советских музеев (по материалам экспертного опроса) / Е. Г. Ванслова. – Текст : непосредственный // Музееведение. Вопросы теории и методики : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и.], 1987. – С. 25–41. (Труды НИИ культуры).

56. Василенко, Е. О. Социальные изменения практик культурного туризма в условиях глобализации / Е. О. Василенко. – Текст : электронный // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2018. – № 1. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/01SCSK118.pdf/> (дата обращения: 07.08.2021).

57. Василина, Д. С. Виртуальный музей как феномен современной культуры / Д. С. Василина. – Текст : электронный // Международный журнал исследований культуры. – 2016. – № 3. – С. 96–102.

58. Васильева, Т. В. Генезис музейной педагогики в социокультурном образовательном контексте / Т. В. Васильева, С. В. Соболев, О. Г. Панченко. – Текст : непосредственный // Вестник Чувашского государственного педагогического университета имени И. Я. Яковлева. – 2010. – № 4. – С. 26–34.

59. Вебер, М. Избранное. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер. – Текст : непосредственный / сост. Ю. Н. Давыдов. – Москва ; Санкт-Петербург : Центр гуманитарных инициатив, 2017. – 656 с.

60. Вельцер, Х. История, память и современность прошлого / Х. Вельцер. – Текст : непосредственный // Неприкосновенный запас. – 2005. – № 2–3. – С. 28–35.

61. Вендина, О. Малые города России: сходство исторических судеб и различия траекторий развития / О. Вендина. – Текст : электронный // ДемоскопWeekly : [веб-сайт]. – 2014. – № 611–612. – URL: <http://demoscope.ru/weekly/2014/0611/analit01.php> (дата обращения: 22.07.2021).

62. Верецкая, А. И. Музей в социокультурном пространстве города: особенности культурной коммуникации / А. И. Верецкая, Д. А. Бутакова, Н. И. Гаврилова. – Текст : непосредственный // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 8. – С. 79–81.

63. Визгалов, Д. В. Брендинг города / Д. В. Визгалов. – Москва : Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с. – Текст : непосредственный.

64. Виртуальный тур по музеям России. – Изображение : электронное // Культура.РФ : портал. – URL: <https://www.culture.ru/themes/252991/virtualnyi-tur-po-muzeyam-rossii> (дата обращения: 12.08.2021).
65. Вокруг искусства. – Видео : электронное. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wWDFtnKxsrc> (дата обращения: 12.08.2021).
66. Волкова, Е. В. Концептуализация музейного дизайна: основные подходы / Е. В. Волкова. – Текст : непосредственный // Общество. Среда. Развитие. – 2017. – № 4. – С. 82–89.
67. Волкова, И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве / И. И. Волкова. – Текст : непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Литературоведение. Журналистика. – 2017. – Т. 22. – № 2. – С. 312–320.
68. Волкова, И. И. Интерактивный подход к измерению эффективности контента в новых медиа: постановка проблемы / И. И. Волкова, Д. А. Гужвий. – Текст : непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Литературоведение. Журналистика. – 2017. – Т. 22. – № 3. – С. 532–543.
69. Воробьева, С. Л. Комплектование археологических коллекций в музеях: правовые аспекты и практический опыт : науч.-метод. пособие / С. Л. Воробьева. – Уфа : Национальный музей Республики Башкортостан, 2019. – 160 с. – Текст : непосредственный.
70. Воронежский областной краеведческий музей : сайт. – Текст. Изображение : электронные. – URL: <http://museum-vrn.ru/> (дата обращения: 23.07.2021).
71. Газалова, К. М. Музей как социальный институт в России XX столетия / К. М. Газалова. – Текст : непосредственный // Музей в современном мире: традиционализм и новаторство: сб. ст. – Москва : Гос. истор. музей, 1999. – С. 8–28. (Труды Государственного исторического музея; Вып. 104).

72. Ган, О. Н. Проектная деятельность музея как способ актуализации историко-культурного наследия / О. Н. Ган. – Текст : непосредственный // Вестник СПбГУКИ. – 2014. – № 3. – С. 151–154.

73. Гарибова, А. Д. Медиа-тренды в музеях / А. Д. Гарибова, М. М. Михеева. – Текст : электронный // Молодой ученый. – 2017. – № 17. – С. 400–405. – URL: <https://moluch.ru/archive/151/42953/> (дата обращения: 31.07.2021).

74. Гафанова, Ю. В. Пространство музея: постмодернистское прочтение / Ю. В. Гафанова. – Текст : непосредственный // Studia Culturae : альманах. – 2001. – Вып. 1. – № 1. – С. 163–168.

75. Гафар, Т. В. Художественный музей как субъект образовательного процесса / Т. В. Гафар. – Текст : непосредственный // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2010. – № 8. – С. 20–23.

76. Гафар, Т. В. Образование в современном музее: типы программ и направления развития / Т. В. Гафар. – Текст : непосредственный // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. – Москва : Музейные решения, 2012. – С. 29–38.

77. Гилмор, Д. Х. Экономика впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие / Д. Х. Гилмор, И. Д. Б. Пайн. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 381 с. – Текст : непосредственный.

78. Гиль, А. Ю. Изменения в деятельности музеев с учетом тенденций развития современного общества / А. Ю. Гиль. – Текст : электронный // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 364. – С. 49–53.

79. Глазунов, Д. Д. Государство Россия. Институт или институт / Д. Д. Глазунов. – Текст : непосредственный // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования : материалы XXII междунар. конф. памяти проф. Л. Н. Когана (г. Екатеринбург, 21–23 марта 2019 г.). – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2019. – С. 1152–1158.

80. Гнедовский, М. Б. Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования / М. Б. Гнедовский, В. Ю. Дукельский. – Текст : непосредственный // Музейное дело: Музей – культура – общество: сб. науч. тр. – Вып. 21. – Москва : Центральный музей революции, 1992. – С. 16–18.

81. Головнев, А. В. Музейное мышление: соблазн открытия и инстинкт хранения / А. В. Головнев. – Текст : электронный // Кунсткамера. – 2019. – № 3. – С. 9–18. – DOI 10.31250/2618-8619-2019-3(5)-9-18.

82. Головнева, Е. В. Конструирование региональной идентичности в современной культуре (на материале Сибирского региона) : специальность 09.00.13 «Философская антропология, философия культуры (философские науки)» : дис. ... д-ра филос. наук / Головнева Елена Валентиновна ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2018. – 339 с. – Текст : непосредственный.

83. Головнева, Е. В. Мифологизация как способ конструирования городской идентичности (Екатеринбург на интернет-форумах) / Е. В. Головнева. – Текст : непосредственный // Уральский исторический вестник. – 2016. – № 3. – С. 43–52.

84. Гоняева, Н. В. Музейная деятельность как социокультурный ресурс формирования имиджа города / Н. В. Гоняева, Л. Э. Старостова. – Текст : непосредственный // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – Т. 144. – № 4. – С. 145–154.

85. Гордин, В. Э. Совершенствование музейного менеджмента на основе развития событийной деятельности / В. Э. Гордин, Л. В. Хорева, М. А. Дедова. – Текст : непосредственный // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. – № 4. – С. 73–82.

86. Горнова, Г. В. Коллективная память и практики коммеморации в формировании городской идентичности / Г. В. Горнова. – Текст : электронный // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2017. – № 2. – С. 18–21.

87. Город и деревня в Европейской России: сто лет перемен : монографич. сб. / [ред.-сост. Т. Нефедова, П. Полян, А. Трейвиш]. – Москва : ОГИ, 2001. – 558 с. – Текст : непосредственный.

88. Городские локальные идентичности как основа формирования устойчивых местных сообществ. Исследование общегородских идентичностей жителей Владимира, Смоленска, Ярославля : итоговый аналитический отчет о результатах массовых опросов населения / [Н. В. Задорин и др.]. – Москва : АДАПТ, 2015. – 121 с. – Текст : непосредственный.

89. Государственный музей истории религии : сайт. – Текст. Изображение : электронные. – URL: <https://gmir.ru/> (дата обращения: 07.08.2021).

90. Государственный центральный музей современной истории : сайт. – Текст. Изображение : электронные. – URL: <https://sovhistory.ru/> (дата обращения: 23.07.2021).

91. Государственный Эрмитаж : виртуальный визит. – Изображение : электронное. – URL: https://hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/panorama/virtual_visit/panoramas-a-1/?lng=ru (дата обращения: 12.08.2021).

92. Грачева, Е. С. Музей как поле социокультурной коммуникации : специальность 26.00.06 «Социология культуры» : дис. ... канд. социол. наук / Грачева Екатерина Сергеевна ; Саратовский государственный технический университет. – Саратов, 2010. – 178 с. – Текст : непосредственный.

93. Грибан, И. В. Историческая память как исследовательская проблема: анализ современных подходов / И. В. Грибан. – Текст : непосредственный // Бюллетень науки и практики. – 2016. – № 11. – С. 334–342.

94. Гринько, И. А. «Музейные границы» и формирование новых идентичностей / И. А. Гринько. – Текст : непосредственный // Самарский научный вестник. – 2016. – № 4. – С. 149–153.

95. Гринько, И. А. Музеи и мифы: новая система взаимоотношений / И. А. Гринько. – Текст : электронный // История. Электронный научно-образовательный журнал. – 2018. – Т. 9. – Вып. 6. – DOI: 10.18254/S0002235-7-1.

96. Гринько, И. А. Нарративы в музейном пространстве: новые практики / И. А. Гринько. – Текст : непосредственный // Томский журнал лингвистических и антропологических исследований. – 2017. – № 3. – С. 58–64.
97. Гринько, И. А. Музей в создании образа города: анализ инструментария / И. А. Гринько. – Текст : непосредственный // Брендирование территорий: между маркетингом и фольклором : материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, 2–3 декабря 2016 г.). – Москва : Дело; РАНХиГС, 2016. – С. 20–23.
98. Грицанов, А. А. Проблема человека и его идентичности в современной культурологии / А. А. Грицанов. – Текст : непосредственный // Вопросы социальной теории. – 2010. – № 4. – С. 111–128.
99. Грицук, А. П. Коммуникационные стратегии российских музеев в Интернет-пространстве: проблема эффективности / А. П. Грицук, Д. В. Каврук, Л. В. Кутыркина, А. В. Осипова. – Текст : непосредственный // Реклама: теория и практика. – 2020. – № 1. – С. 58–78.
100. Гришин, А. И. Экономические эффекты реализации комплексных программ развития малых исторических поселений (на примере г. Касимов Рязанской области) / А. И. Гришин, И. А. Строганов. – Текст : непосредственный // Статистика и экономика. – 2018. – № 5. – С. 15–26.
101. Гройс, Б. О музеях современного искусства / Б. Гройс. – Текст : электронный // Художественный журнал. – 1999. – № 23. – URL: <http://moscowartmagazine.com/issue/74> (дата обращения: 12.07.2021).
102. Грусман, В. М. Музей в системе формирования национально-государственной идеи / В. М. Грусман. – Санкт-Петербург : Российский этнографический музей, 2007. – 264 с. – Текст : непосредственный.
103. Грусман, В. М. Музей в системе формирования национально-государственной идеи : специальность 13.00.05 «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности» : дис. ... д-ра пед. наук / Грусман Владимир Моисеевич ; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. – Санкт-Петербург, 2007. – 386 с. – Текст : непосредственный.

104. Грусман, В. М. Реализация культурно-исторической направленности деятельности музеев в обществе XXI в. / В. М. Грусман. – Текст : электронный // Этносоциум и межнациональная культура. – 2007. – № 6. – С. 140–148. – URL: <https://ethnosocium.ru/grusman-v-m-realizatsiya-kulturno-istoricheskoi-napravlenosti-deyatelnosti-muzeev> (дата обращения: 07.08.2021).

105. Гук, Д. Ю. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в межмузейных научных проектах: онтология и прогноз / Д. Ю. Гук, В. В. Определёнов. – Текст : непосредственный // Роль музеев в информационном обеспечении исторической науки : сб. ст. – Москва : Этерна, 2015. – С. 374–386.

106. Гук, Д. Ю. Музей в современном информационном пространстве: потенциал социальных сетей / Д. Ю. Гук, Т. Ю. Харитоновна, Т. Г. Богомазова. – Текст : непосредственный // Евразийский союз ученых. Социологические науки. – 2015. – № 12-5. – Ч. 5. – С. 17–23.

107. Гюйсен, А. Бегство от амнезии. Музей как массмедиа / А. Гюйсен. – Текст : непосредственный // Искусство (The Art Magazine). – 2012. – № 2. – С. 36–51.

108. Данилевский, Н. Я. Россия и Европа / Н. Я. Данилевский. – Санкт-Петербург : Глагол, 1995. – 514 с. – Текст : непосредственный.

109. Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа : науч. издание / М. К. Горшков, В. В. Петухов, А. Л. Андреев [и др.] ; под ред. М. К. Горшкова, В. В. Петухова. – Москва : Весь мир, 2018. – 384 с. – Текст : непосредственный.

110. Демчук, Н. В. Местное сообщество: интерпретация понятия / Н. В. Демчук. – Текст : непосредственный // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2019. – № 2. – С. 111–120.

111. Демшина, А. Ю. Визуальные искусства в ситуации глобализации культуры: институциональный аспект / А. Ю. Демшина. – Санкт-Петербург : Астерион, 2010. – 190 с. – Текст : непосредственный.

112. Денисова, Г. С. Структура региональной идентичности городского и сельского населения Ростовской области / Г. С. Денисова. – Текст : непосредственный // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2010. – № 1. – С. 82–90.

113. Десяева, Н. В. Концептуализация модели «СМК-музей»: постановка проблемы // Н. В. Десяева, В. А. Рязанова. – Текст : непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Литературоведение. Журналистика. – 2019. – Т. 24. – № 1. – С. 93–102.

114. Джеймс, П. Все возможные миры. История географических идей / П. Джеймс, Дж. Мартин. – Москва : Прогресс, 1988. – 672 с. – Текст : непосредственный.

115. Дзюба, Д. Н. Феномен музея в виртуальном культурном пространстве / Д. Н. Дзюба. – Текст : непосредственный // Общество: философия, история, культура. – 2017. – № 3. – С. 71–74.

116. Диди-Юберман, Ж. То, что мы видим, то, что смотрит на нас / Ж. Диди-Юберман. – Санкт-Петербург : Наука, 2001. – 264 с. – Текст : непосредственный.

117. Долак, Я. Музейная экспозиция – музейная коммуникация / Я. Долак. – Текст : непосредственный // Вопросы музеологии. – 2010. – № 1. – С. 106–117.

118. Дони́на, И. Н. Музей в социокультурной адаптации инвалидов : специальность 24.00.03 «Музееведение, реставрация и консервация историко-культурных объектов» : дис. ... канд. культурологии / Дони́на Ирина Николаевна ; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. – Санкт-Петербург, 2014. – 223 с. – Текст : непосредственный.

119. Драгунский, Д. В. Национальная идентичность: инфраструктурно-институциональный подход / Д. В. Драгунский. – Текст : непосредственный // Проблемы идентичности: человек и общество на пороге третьего тысячелетия. – Москва : Содействие сотрудничеству Института им. Дж. Кеннана с учеными в области социальных и гуманитарных наук, 2003. – С. 63–68.

120. Другой интернет: цифровизация малых городов России. – Текст : электронный // Высшая школа урбанистики имени А. А. Высоковского : [веб-сайт]. – URL: <https://urban.hse.ru/news/220104443.html> (дата обращения: 22.07.2021).

121. Дукельский, В. Ю. Музейные коллекции и предметный мир культуры / В. Ю. Дукельский. – Текст : непосредственный // Некоторые проблемы исследований современной культуры : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и.], 1987. – С. 26–34. (Труды НИИ культуры).

122. Дукельский, В. Ю. Музей и культурно-историческая среда / В. Ю. Дукельский. – Текст : непосредственный // Музееведение: Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности: сб. науч. тр. – Москва : [Б. и.], 1989. – С. 107–116. (Труды НИИ культуры).

123. Дукельский, В. Ю. Музеи в мире культурных проектов / В. Ю. Дукельский. – Текст : непосредственный // Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практ. пособ. – Москва : Традиция, 2001. – С. 89–97.

124. Дукельский, В. Ю. Региональная культурная политика: в поисках оснований / В. Ю. Дукельский. – Текст : непосредственный // Музей и регион : [сб. ст.]. – Москва : [Б. и.], 2011. – С. 11–35.

125. Дулина, Н. В. Культурная память как механизм идентификации в социокультурном пространстве города (на примере г. Волгограда) / Н. В. Дулина. – Текст : непосредственный // XXII Уральские социологические исследования. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона : материалы всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17–18 марта 2020 г.). – Екатеринбург : Изд-во Уральский ун-та, 2020. – С. 404–408.

126. Дунаева, С. В. Философский аспект трансформации роли музея как социального института и его положение в современном обществе / С. В. Дунаева. – Текст : непосредственный // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. – 2011. – № 3. – С. 197–204.

127. Евстифеев, Р. В. Исследования локальных идентичностей: теоретические подходы и перспективные направления / Р. В. Евстифеев. – Текст :

непосредственный // Научный результат. Социология и управление. – 2017. – Т. 3. – № 2. – С. 3–9.

128. Единые правила организации комплектования, учета, хранения и использования музейных предметов и музейных коллекций. – Текст : электронный. – URL: <https://sudact.ru/law/prikaz-minkultury-rossii-ot-23072020-n-827/edinye-pravila-organizatsii-komplektovaniia-ucheta/> (дата обращения: 07.08.2021).

129. Елинер, И. Г. Интерактивность как квинтэссенция мультимедийного произведения / И. Г. Елинер. – Текст : непосредственный // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – Т. 200. – С. 19–23.

130. «Есть ли счастье от культуры в провинции, и если есть, то какое, кому и от какой» : антрополог Павел Куприянов о том, как музеи становятся «драйверами территории» в российской глубинке. – Текст : электронный // Реальное время : портал. – URL: <https://realnoevremya.ru/articles/162470-pavel-kupriyanov-o-tom-kak-zhivut-muzei-v-rossiyskoj-glubinke> (дата обращения: 17.08.2021).

131. Жукова, Е. Д. Сущность и содержание понятия «социокультурное воспроизводство» / Е. Д. Жукова. – Текст : непосредственный // Человек в мире культуры. – 2015. – № 3. – С. 9–18.

132. Закс, А. Б. Динамика социальных функций музеев СССР / А. Б. Закс. – Текст : непосредственный // Музееведение. Музеи мира : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и], 1991. – С. 51–62. (Труды НИИ культуры).

133. Замятин, Д. Н. Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические подходы / Д. Н. Замятин, Н. Ю. Замятина, И. И. Митин. – Москва : Институт Наследия, 2008. – 760 с. – Текст : непосредственный.

134. Зиновьева, Ю. В. Взаимодействие музея и общества как социокультурная проблема : специальность 24.00.03 «Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов» : дис. ... канд. культурологии /

Зиновьева Юлия Владимировна ; Санкт-Петербургский государственный университет культуры искусств. – Санкт-Петербург, 2000. – 269 с. – Текст : непосредственный.

135. Зиновьева, Ю. В. Стратегии коммуникации музея: 20 лет постсоветской трансформации / Ю. В. Зиновьева. – Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 3. – С. 102–107.

136. Зотов, В. В. Российское пространство публичных коммуникаций: основные причины разрывов / В. В. Зотов, В. П. Бабинцев, Ж. А. Шаповал, А. В. Губанов. – Текст : непосредственный // Коммуникология. – 2017. – Т. 5. – № 6. – С. 61–76.

137. Иванова, О. В. Формы взаимодействия музеев и общеобразовательных организаций в условиях информационного общества / О. В. Иванова. – Текст : непосредственный // Ценности и смыслы. – 2018. – № 6. – С. 130–142.

138. Ивушкина, Е. Б. Коммуникационный подход в музееведении / Е. Б. Ивушкина, Е. В. Дашкова. – Новочеркасск : ЮРГТУ, 2005. – 28 с. – Текст : непосредственный.

139. Идентичность: Личность, общество, политика : энциклопедическое издание / отв. ред. И. С. Семененко. – Москва : Весь Мир, 2017. – 992 с. – Текст : непосредственный.

140. Иксанова, И. В. Опыт разработки модели регионального музейного объединения. – Текст : непосредственный // Музееведение. Вопросы теории и методики : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и.], 1987. – С. 121–137. (Труды НИИ культуры).

141. Иксанова, И. В. Музей образовательного учреждения Москвы. Сегодня и завтра / И. В. Иксанова. – Текст : непосредственный // Вестник академии детско-юношеского туризма и краеведения. – 2013. – № 4. – С. 94–100.

142. Ильин, В. И. Социология потребления : учеб. для академ. бакалавриата / В. И. Ильин. – Москва : Юрайт, 2019. – 433 с. – Текст : непосредственный.

143. Ильина, Т. В. Городская идентичность: механизм формирования / Т. В. Ильина. – Текст : непосредственный // Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 4–10. – С. 1463–1465.

144. Именнова, Л. С. Музей в информационную эпоху // Л. С. Именнова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – № 6. – С. 39–45.

145. Именнова, Л. С. Музей в социокультурной системе общества: миссия, тенденции, перспективы : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : дис. ... д-ра культурологии / Именнова Любовь Сергеевна ; Московский государственный университет культуры и искусств. – Москва, 2011. – 350 с. – Текст : непосредственный.

146. Именнова, Л. С. Культурный туризм и музей как формы организации досуга / Л. С. Именнова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусства. – 2011. – № 2. – С. 133–138.

147. Иншаков, О. В. Институтация и институт: проблемы категориальной дифференциации и интеграции / О. В. Иншаков. – Текст : непосредственный // Экономическая наука современной России. – 2010. – № 3. – С. 26–38.

148. Исторический город Ялуторовск : материалы к программе сохранения и использования историко-культурного наследия города и его окружения / Российский НИИ культурного и природного наследия ; [Н. М. Ведерникова и др.] ; отв. ред. П. М. Шульгин. – Москва : Институт наследия, 1997. – 205 с. – Текст : непосредственный.

149. Каган, М. С. Не состарилась ли «Весна» Боттичелли? / М. С. Каган. – Текст : непосредственный // Советский музей. – 1989. – № 2. – С. 41–42.

150. Каган, М. С. Музей в системе культуры / М. С. Каган. – Текст : непосредственный // Вопросы искусствознания. – 1994. – № 4. – С. 445–460.

151. Каган, М. С. Философская теория ценности / М. С. Каган. – Санкт-Петербург : Петрополис, 1997. – 205 с. – Текст : непосредственный.

152. Каган, М. С. Философия культуры. Становление и развитие / М. С. Каган ; под ред. М. С. Кагана [и др.]. – Санкт-Петербург : Лань, 1998. – 448 с. – Текст : непосредственный.

153. Казаков, А. А. Теория установления повестки дня: основные подходы и направления исследования в российской политической науке / А. А. Казаков. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Сер. 12: Политические науки. – 2014. – № 3. – С. 41–56.

154. Казакова, Г. М. Российская региональная идентичность: культурологический дискурс / Г. М. Казакова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусства. – 2008. – № 6. – С. 16–20.

155. Казарина, Т. Ю. Современная культура в визуальном пространстве / Т. Ю. Казарина. – Текст : непосредственный // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусства. – 2015. – № 30. – С. 39–48.

156. Как живешь, интеллигенция? Социологические очерки : коллективная монография / Р. И. Анисимов, М. Б. Буланова, И. В. Воробьева [и др.] ; отв. ред. Ж. Т. Тощенко. – Москва : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2018. – 360 с. – Текст : непосредственный.

157. Как российские музеи ведут себя в соцсетях. – Текст : электронный. – URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/search/2020/10/28/286368.phtml> (дата обращения: 29.07.2021).

158. Калугина, Т. П. Истоки культурно-коммуникативной функции экспозиции художественного музея / Т. П. Калугина. – Текст : непосредственный // Музееведение. Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и.], 1989. – С. 68–83. (Труды НИИ культуры).

159. Калугина, Т. П. Музей и «музеефикаторский» тип культуры / Т. П. Калугина. – Текст : непосредственный // В диапазоне гуманитарного знания. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – С. 243–254.
160. Калугина, Т. П. Художественный музей как феномен культуры / Т. П. Калугина. – Санкт-Петербург : Петрополис, 2001. – 224 с. – Текст : непосредственный.
161. Калужский музей изобразительных искусств : сайт. – Текст : электронный. – URL: <http://artmuseum.kaluga.ru/> (дата обращения: 23.07.2021).
162. Каминская, Т. Л. Арт-дискурс в региональных интернет-медиа / Т. Л. Каминская. – Текст : непосредственный // Вестник Новгородского государственного университета. – 2015. – № 4-1. – С. 13–15.
163. Канныкин, С. В. Бытие текста в культуре : специальность 09.00.11 «Социальная философия» : автореф. дис. ... канд. филос. наук / Канныкин Станислав Владимирович. – Воронеж, 2002. – 23 с. – Текст : непосредственный.
164. Касьянов, В. Н. Музеи и Интернет / В. Н. Касьянов. – Текст : непосредственный // Современные информационные технологии и письменное наследие: от древних текстов к электронным библиотекам. EL'MANUSCRIPT-08 : материалы междунар. науч. конф. (Казань, 25–30 августа 2008 г.). – Казань : Изд-во Казанского гос. ун-та, 2008. – С. 67–84.
165. Каткова, К. Ф. Музей в преодолении кризиса идентичности современного российского общества / К. Ф. Каткова. – Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры . – 2015. – № 1. – С. 34–38.
166. Кацапова, И. А. Современный этап глобализации: прогнозы и возможности / И. А. Кацапова. – Текст : непосредственный // Выбор долгосрочной стратегии в условиях глобальной нестабильности и цивилизационное наследие России : коллективная монография по материалам XV Международных Панаринских чтений / отв. ред. В. Н. Расторгуев ; науч. ред. А. В. Никандров. – Москва : Институт Наследия, 2018. – С. 136–143.

167. Киреева, Л. Н. Социально-воспитательная деятельность музея в условиях малого города : специальность 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания (социальная работа)» : дис. ... канд. пед. наук / Киреева Лилия Николаевна ; Институт педагогики социальной работы РАО. – Москва, 2003. – 188 с. – Текст : непосредственный.

168. Киру, К. В. Корпоративный музей в системе стратегических корпоративных коммуникаций / К. В. Киру. – Текст: непосредственный // Корпоративные стратегические коммуникации : сб. науч. ст. – Вып. 2. – Минск : Изд. центр БГУ, 2016. – С. 97–99.

169. Кирьянова, И. Социальная адаптация в контексте культурно-образовательной деятельности музея / И. Кирьянова. – Текст : непосредственный // Музейная эпистема : сб. ст. – Санкт-Петербург : [Б. и.], 2009. – С. 60–69.

170. Клементьева, Н. В. Информационные технологии в современном музейном пространстве / Н. В. Клементьева. – Текст : электронный // Научное обозрение : электронный журнал. – 2018. – № 1. – URL: <https://srjournal.ru/2018/id93/> (дата обращения: 30.11.2021).

171. Климов, Л. А. Нематериальное культурное наследие: к вопросу о содержании понятия / Л. А. Климов. – Текст : непосредственный // Вопросы культурологии. – 2011. – № 9. – С. 15–19.

172. Климова, С. Г. Стереотипы в определении «своих» и «чужих» / С. Г. Климова. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2000. – № 12. – С. 13–22.

173. Ключевые понятия музеологии / сост. А. Девалье, Ф. Мересс. – Москва : Август Борг, 2012. – 104 с. – Текст : непосредственный.

174. Ковриков, Р. В. Музейная коммуникация в сохранении культурного наследия в музеях-заповедниках / Р. В. Ковриков. – Текст : непосредственный // Педагогика искусства. – 2019. – № 3. – С. 178–185.

175. Ковриков, Р. В. Инновационные аспекты взаимодействия музея-заповедника и зрителя в XXI в., ГМЗ «Петергоф» / Р. В. Ковриков. – Текст :

непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 4. – С. 77–80.

176. Коган, Л. Н. Личность. Культура. Общество. Избранные труды 1961–1997 гг. / Л. Н. Коган. – Екатеринбург : Маска, 2009. – 706 с. – Текст : непосредственный.

177. Козлова, О. А. Роль вуза в социокультурном развитии малых и средних городов России / О. А. Козлова, Н. С. Суханова. – Текст : непосредственный // Муниципалитет: экономика и управление. – 2014. – № 1. – С. 78–84.

178. Колякова, И. В. Музей и город: городские визуальные проекты как форма привлечения местных сообществ к сохранению наследия / И. В. Колякова. – Текст : непосредственный // Социология и социальная работа: современные образовательные и научно-исследовательские практики : сб. материалов науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. 30-летию социологического факультета Самарского университета (Самара, 14–15 ноября 2019 г.). – Самара : Самарама, 2019. – С. 371–377.

179. Комлев, Ю. Э. Коммуникационная структура и классификация субъектов музейной деятельности / Ю. Э. Комлев. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2008. – № 6. – С. 221–226.

180. Комлев, Ю. Э. Музей как социально-культурный центр региона / Ю. Э. Комлев. – Текст : электронный // Аналитика культурологии. – 2011. – Вып. № 2 – URL: <http://analculturolog.ru/journal/archive/item/701-the-museum-as-a-cultural-center-social.html> (дата обращения: 17.08.2021).

181. Комлев, Ю. Э. Формирование и развитие музейных коммуникаций в культурном пространстве региона : специальность: 24.00.03 «Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов» : дис. ... д-ра культурологии / Комлев Юрий Эдуардович ; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. – Санкт-Петербург, 2012. – 485 с. – Текст : непосредственный.

182. Конвенция об охране нематериального культурного наследия. Принята 17 октября 2003 года Генеральной конференцией Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. – Текст : электронный. // ЮНЕСКО. – URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv.shtml (дата обращения: 18.06.2021).

183. Копелянская, Н. Г. Музей как социальный модератор, или зачем музею нужна общественная дискуссия? / Н. Г. Копелянская. – Текст : непосредственный // Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. – Москва : [Б. и.], 2010. – С. 97–106.

184. Коренева, А. Ю. Музейная экспозиция как текст: теоретические аспекты / А. Ю. Коренева. – Текст : электронный // Пространство и Время : альманах. – 2015. – Т. 10. – Вып. 1. – URL: http://www.j-spacetime.com/actual%20content/t10v1/2227-9490e-aprov_r_e-ast10-1.2015.115.php (дата обращения: 25.07.2021).

185. Корнилова, К. С. Аудитория российских музеев: характеристика, тенденции и особенности развития / К. С. Корнилова, П. С. Громова. – Текст : электронный // Медиаскоп. – 2020. – Вып. 1. – DOI: 10.30547/mediascope.1.2020.10.

186. Короткова, М. В. Театр и музей: использование приемов театрализации в культурно-образовательной деятельности музея / М. В. Короткова. – Текст : непосредственный // Наука и школа. – 2018. – № 4. – С. 128–132.

187. Короткова, М. В. Культура участия и партиципаторные стратегии в музейной педагогике / М. В. Короткова. – Текст : непосредственный // Наука и школа. – 2020. – № 4. – С. 98–102.

188. Коршунова, Д. А. Музей как «локус медиации» культуры современного города / Д. А. Коршунова. – Текст : непосредственный // Культура и цивилизация. – 2017. – Т. 7. – № 5А. – С. 443–456.

189. Костина, А. В. Массовая культура: аспекты понимания / А. В. Костина. – Текст : непосредственный // Знание. Понимание. Умение. – 2006. – № 1. – С. 28–35.

190. Костина, А. В. Соотношение традиционности и творчества как основа социокультурной динамики / А. В. Костина. – Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2018. – 144 с. – Текст : непосредственный.

191. Костина, А. В. Национальная культура – этническая культура – массовая культура: «Баланс интересов» в современном обществе / А. В. Костина. – Москва : Ленард, 2019. – 216 с. – Текст : непосредственный.

192. Костина, А. В. Культурология: история, теория и методология культуры / А. В. Костина. – Москва : МосГУ, 2019. – 322 с. – Текст : непосредственный.

193. Краснова, Е. А. Современная интерпретация текста музейной экспозиции / Е. А. Краснова. – Текст : непосредственный // Культура – открытый формат – 2013. – Минск : БГУ, 2013. – С. 25–29.

194. Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник им. Е. Д. Фелицина : сайт. – Текст. Изображение : электронные. – URL: <https://felicina.ru/> (дата обращения: 23.07.2021).

195. Краснодарский художественный музей имени Ф. А. Коваленко : сайт. – Текст. Изображение : электронные. – URL: <http://kovalenkomuseum.ru/> (дата обращения: 12.08.2021).

196. Кривоносов, А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривоносов. – Санкт-Петербург : Петербургское востоковедение, 2002. – 288 с. – Текст : непосредственный.

197. Крылов, М. П. Региональная идентичность в историческом ядре Европейской России / М. П. Крылов. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2005. – № 3 (251). – С. 13–25.

198. Кряжевских, М. Ю. Коммуникационное пространство музея: формирование культурного дискурса : специальность 24.00.01 «Теория и история

культуры» : автореф. дис. ... канд. культурологии / Кряжевских Марина Юрьевна ; Челябинская государственная академия культуры и искусств. – Челябинск, 2012. – 129 с. – Текст : непосредственный.

199. Кряжевских, М. Ю. Модель коммуникационного пространства музея / М. Ю. Кряжевских. – Текст : непосредственный // Вестник ЧелГУ. Философия. Социология. Культурология. – 2012. – № 4 (258). – С. 64–67.

200. Кузнецов, И. М. Консолидирующий потенциал ценностных ориентиров россиян / И. М. Кузнецов. – Текст : непосредственный // Международные отношения и российская идентичность в сложных условиях пандемии COVID-19 : информационно-аналитический бюллетень. – 2021. – № 1. – С. 32–36.

201. Кузнецова, Е. В. Культура и коммуникативные практики современности: проблемы и противоречия / Е. В. Кузнецова. – Текст : непосредственный // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2017. – Вып. 3. – С. 368–373.

202. Кузнецова, Е. С. Роль коммуникации в современных музейных практиках / Е. С. Кузнецова. – Текст : непосредственный // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры : материалы всерос. науч.-метод. конф. (Оренбург, 03–05 февраля 2016 г.). – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2016. – С. 2367–2371.

203. Кузнецова, П. Ю. Население муниципальных образований как местное сообщество: структуралистско-конструктивистский подход к анализу / П. Ю. Кузнецова. – Текст : непосредственный // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2018. – № 1. – С. 184–189.

204. Кузьмин, А. С. О диалектике функций историко-культурного музея (музей как средство межкультурной трансляции и внутрикультурной рефлексии) / А. С. Кузьмин, Е. Е. Кузьмина. – Текст : непосредственный // Музееведение. Музеи мира : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и], 1991. – С. 66–71. (Труды НИИ культуры).

205. Кузьмина, Е. Е. Культурные традиции народов Сибири и музей / Е. Е. Кузьмина. – Текст : непосредственный // Вестник музейной комиссии. – Москва : Наука, 1990. – Вып. 1. – С. 19–39.

206. Кузьмина, Е. Е. Национальная культурная политика Великобритании и музей : пособие для аспирантов / Е. Е. Кузьмина. – Москва : [Б. и.], 1992. – 63 с. – Текст : непосредственный.

207. Культура.РФ : портал. – Текст : электронный. – URL: <https://www.culture.ru/> (дата обращения: 12.08.2021).

208. Кунцман, А. Гражданские свободы, коллективная память и экология в век неизбежной цифры: слово о возможности будущего без информационных технологий / А. Кунцман. – Текст : непосредственный // Сканирование горизонтов: роль информационных технологий в будущем гражданского общества : сб. ст. – Москва : Когито-Центр, 2020. – С. 76–97.

209. Курохтина, С. Р. Визуальное пространство города: семиотический подход / С. Р. Курохтина. – Текст : непосредственный // Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Философия. Психология. Педагогика. – 2020. – Т. 20. – Вып. 4. – С. 364–368.

210. Ладыгина, Т. А. Роль краеведческого музея в брендинге малого города: коммуникативный аспект (из опыта Красноуфимска) / Т. А. Ладыгина. – Текст : непосредственный // Открытый город: через вовлеченность – к изменениям : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Екатеринбург, 2–3 декабря 2016 г.). – Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства, 2017. – С. 39–43.

211. Лангер, С. Философия в новом ключе. Исследование символики разума, ритуала и искусства / С. Лангер. – Москва : Республика, 2000. – 286 с. – Текст : непосредственный.

212. Лапин, Н. И. Базовое взаимодействие людей и гражданско-общественная культура как предмет изучения / Н. И. Лапин. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2021. – № 5. – С. 104–115.

213. Лапин, Н. И. Социокультурный подход и социетально-функциональные структуры / Н. И. Лапин. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2000. – № 7. – С. 3–12.
214. Лаппо, Г. М. Города России. Взгляд географа / Г. М. Лаппо. – Москва : Новый хронограф, 2012. – 504 с. – Текст : непосредственный.
215. Ласкина, И. И. Современный музей как фактор развития / И. И. Ласкина. – Текст : электронный // Бюджет. – 2013. – № 3. – URL: <https://bujet.ru/article/222913.php?print=Y> (дата обращения: 17.08.2021).
216. Латур, Б. Пересборка социального : введение в акторно-сетевую теорию / Б. Латур ; пер. с англ. И. Полонской. – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 381 с. – Текст : непосредственный.
217. Лебедев, А. В. Виртуальные музеи и виртуализация музея / А. В. Лебедев. – Текст : непосредственный // Мир музея. – 2010. – № 10. – С. 5–9.
218. Лебедев, А. В. О пользе музейных концепций / А. В. Лебедев. – Текст : непосредственный // Вестник. Зодчий. 21 век. – 2014. – № 2. – С. 80–83.
219. Лёвочкина, Н. А. Региональная идентичность: понятие и сущность / Н. А. Лёвочкина. – Текст : непосредственный // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 1. – С. 446–453.
220. Леонтьев, А. Н. Психология общения / А. Н. Леонтьев. – Тарту : Изд-во Тартуского гос. ун-та, 1974. – 281 с. – Текст : непосредственный.
221. Лермонтова, Е. Н. Феноменологический анализ музейной среды по материалам отечественных и зарубежных музеологов / Е. Н. Лермонтова. – Текст : непосредственный // Вестник Бурятского государственного университета. – 2015. – № 14. – С. 122–126.
222. Липатова, Л. Н. Миграция населения в контексте экономической безопасности и социальной стабильности / Л. Н. Липатова, В. Н. Градусова. – Текст : непосредственный // Управленческое консультирование. – 2020. – № 1. – С. 56–72.

223. Лихачёв, Д. С. Экология культуры / Д. С. Лихачёв. – Текст : непосредственный // Экология и жизнь. – 2012. – № 6. – С. 37–39.
224. Лобанова, В. В. Музей как фактор развития территории / В. В. Лобанова. – Текст : непосредственный // Музей и регион : [сб. ст.]. – Москва : [Б. и.], 2011. – С. 105–156.
225. Логвинова, Е. В. Понятие публичной коммуникации и ее структура / Е. В. Логвинова. – Текст : непосредственный // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХИГС. – 2014. – Т. 5. – № 1. – С. 243–247.
226. Лотман, Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург : Искусство–СПБ, 2000. – 703 с. – Текст : непосредственный.
227. Лотман, Ю. М. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. – Москва : Гнозис ; Прогресс, 1992. – 270 с. – Текст : непосредственный.
228. Луман, Н. Л. Общество как социальная система / Н. Л. Луман. – Москва : Логос, 2004. – 232 с. – Текст : непосредственный.
229. Луначарский А. В. Об изобразительном искусстве / А. В. Луначарский. – Москва : Искусство, 1982. – Т. 2. – 380 с. – Текст : непосредственный.
230. Лыкова, В. В. Историческая память в современной России: проблемы трансформации / В. В. Лыкова. – Текст : электронный // Ученые записки : электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2007. – № 2. – URL: https://api-mag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/74/ (дата обращения: 15.08.2021).
231. Лэндри, Ч. Культура на перепутье. Культура и культурные институты в XXI веке / Ч. Лэндри, М. Пахтер. – Москва : Классика-XXI, 2003. – 89 с. – Текст : непосредственный.
232. Ляшко, А. В. Музей в ландшафте веб. К осмыслению музейного опыта социальных медиа / А. В. Ляшко. – Текст : непосредственный // Науки о культуре в перспективе « Digital Humanities » : материалы междунар. конф. (г. Санкт-Петербург, 3–5 октября 2013 г.). – Санкт-Петербург : Астерион, 2013. – С. 401–409.

233. Мазуренко, И. В. Сохранение национально-культурной идентичности в условиях глобализации: социально-философский анализ / И. В. Мазуренко. – Текст : непосредственный // Социология власти. – 2008. – № 6. – С. 192–201.

234. Максимова, А. С. Развитие подходов к изучению музеев в социальных и гуманитарных науках / А. С. Максимова. – Текст : непосредственный // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2019. – № 22. – С. 118–146.

235. Максимова, Т. Е. Виртуальные музеи: анализ понятия / Т. Е. Максимова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры искусств. – 2012. – № 2 (46). – С. 196–200.

236. Маликова, Д. Н. Потребность в диалоге: новая модель взаимодействия музея с публикой / Д. Н. Маликова. – Текст : непосредственный // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования: кол. монография. – Екатеринбург : Ин-т современных технологий управления, 2015. – С. 346–355.

237. Малинова, О. В. Коммеморация исторических событий как инструмент символической политики: возможности сравнительного анализа / О. В. Малинова. – Текст : непосредственный // Политика. – 2017. – № 4. – С. 6–22.

238. Малинова, О. Ю. Актуальность прошлого: история, память и политика идентичности / О. Ю. Малинова. – Текст : непосредственный // Дискурсология: методология, теория, практика. – 2016. – Т. 1. – № 10 (10). – С. 156–166.

239. Малиновский, Б. Функциональный анализ / Б. Малиновский ; пер. В. Г. Николаева. – Текст : непосредственный // Антология исследований культуры. – Санкт-Петербург : Университетская книга, 1997. – Т. 1. – С. 681–702.

240. Малиновский, Б. Научные принципы и методы исследования культурного изменения / Б. Малиновский ; пер. В. Г. Николаева. – Текст : непосредственный // Антология исследований культуры. – Санкт-Петербург : Университетская книга, 1997. – Т. 1. – С. 371–384.

241. Малкина, Л. Н. К вопросу о культурном наследии / Л. Н. Малкина. – Текст : непосредственный // Вестник Иркутского государственного технологического университета. – 2014. – № 3. – С. 283–284.

242. Малые города в социальном пространстве России : [монография] / А. Ю. Ардальянова, П. В. Бизюков, Р. Г. Браславский [и др.] ; отв. ред. В. В. Маркин, М. Ф. Черныш ; предисл. акад. М. К. Горшков. – Москва : ФНИСЦ РАН, 2019. – 545 с. – Текст : непосредственный.

243. Мальковская, И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы / И. А. Мальковская. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. – 238 с. – Текст : непосредственный.

244. Мануильский, М. А. Архитектоника идентичности / М. А. Мануильский. – Текст : непосредственный // Человек. – 2018. – № 4. – С. 10–23.

245. Манчини, П. Сравнивая медиасистемы. Три модели СМИ и политики / П. Манчини, Д. Халлин ; пер. с англ. – Москва : Центр, 2010. – С. 143–368 с. – Текст : непосредственный.

246. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Аслунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с. – Текст : непосредственный.

247. Маркин, В. В. Малые города России: комплексный мониторинг развития : в 2 ч. / В. В. Маркин, М. Л. Малышев, Д. Ю. Землянский. – Текст : непосредственный // Мониторинг правоприменения. – 2019. – № 4. – С. 46–55. – 2020. – № 1. – С. 61–74.

248. Марков, А. В. Постмодерн культуры и культура постмодерна / А. В. Марков. – Москва : РИПОЛ классик, 2018. – 254 с. – Текст : непосредственный.

249. Маркова, И. И. Российский художественный музей в современном социокультурном пространстве: стратегии коммуникации : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : дис. ... канд. культурологии / Маркова Ирина Игоревна ; Российский государственный гуманитарный университет. – Москва, 2011. – 218 с. – Текст : непосредственный.

250. Мастеница, Е. Н. Эвристический потенциал коммуникационного подхода в музееведении / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2007. – Т. 172. – С. 295–302.

251. Мастеница, Е. Н. Музей как центр культурной коммуникации / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Труды Государственного музея истории Санкт-Петербурга. – Вып. 19 : Музейная педагогика в современной музейной коммуникации : материалы науч.-практ. конф. / сост. И. А. Карпенко. – Санкт-Петербург : ГМИ СПб, 2008. – С. 5–15.

252. Мастеница, Е. Н. Интерпретация культурного наследия в музее: гуманитарный дискурс / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2011. – Т. 206. – С. 6–9.

253. Мастеница, Е. Н. Культурное пространство города как предмет исследования и объект познания: междисциплинарный подход / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Петербургские исследования. – 2011. – № 3. – С. 128–147.

254. Мастеница, Е. Н. Феномен музея: опыт музеологической рефлексии / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Вопросы музеологии. – 2011. – № 1. – С. 20–30.

255. Мастеница, Е. Н. Феномен музея в философском наследии Н. Ф. Федорова / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – № 3. – 2011. – С. 137–142.

256. Мастеница, Е. Н. Музеефикация городской среды: подходы и методы / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 10. – Ч. I. – С. 137–141.

257. Мастеница, Е. Н. Музейный предмет как объект культуры: актуальные проблемы интерпретации / Е. Н. Мастеница, Л. М. Шляхтина. – Текст : непосредственный // Рубежи памяти: музей и наследие современной культуры : сб. тр. междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, 24–26 апреля 2014 г.). – Санкт-Петербург : Изд-во РХГА, 2015. – С. 178–190.

258. Мастеница, Е. Н. Социальные функции музея в глобальном мире / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2015. – Т. 210. – С. 229–236.

259. Мастеница, Е. Н. Музей в социокультурном пространстве мегаполиса: преодоление границ / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Сохранение, изучение и популяризация наследия: опыт участия и векторы развития : материалы всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф. (Улан-Удэ, 18 апреля 2019 г.). – Улан-Удэ : ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный институт культуры», 2019. – С. 68–72.

260. Мастеница, Е. Н. Социокультурные практики музеев малых городов России как фактор регионального развития / Е. Н. Мастеница. – Текст : непосредственный // Общество. Среда. Развитие. – 2020. – № 2. – С. 72–78.

261. Матузкова, Е. П. Культурная идентичность: к определению понятия / Е. П. Матузкова. – Текст : непосредственный // Вестник Балтийского федерального университета имени И. Канта. – 2014. – Вып. 2. – С. 62–68.

262. Медведева, А. Н. Культурно-исторический потенциал малых индустриальных городов в комплексном развитии территории / А. Н. Медведева, В. А. Ларионова. – Текст : непосредственный // Российские регионы в фокусе перемен : сб. докладов со специальных мероприятий XII междунар. конф. (Екатеринбург, 15–17 ноября 2018 г.). – Екатеринбург : Изд-во УМЦ УПИ, 2018. – С. 105–111.

263. Медиапортал Русского музея : сайт. – Текст : электронный. – URL: <https://media.rusmuseum.ru/company/> (дата обращения: 12.08.2021).
264. Менш, П. ван. К методологии музеологии / П. ван Менш. – Санкт-Петербург : Перспектива, 2018. – 447 с. – Текст : непосредственный.
265. Мердок, Дж. П. Фундаментальные характеристики культуры / Дж. П. Мердок. – Текст : непосредственный // Антология исследований культуры. – Москва ; Санкт-Петербург : Центр гуманитарных исследований, 2008. – Т. 1 : Интерпретации культуры. – С. 49–56.
266. Мертон, Р. К. Социальная теория и социальная структура / Р. К. Мертон. – Москва : АСТ ; Хранитель, 2006. – 873 с. – Текст : непосредственный.
267. Мид, Дж. Г. Социальное сознание и сознание смысла / Дж. Г. Мид ; пер. с англ. Р. Э. Бараш. – Текст : непосредственный // Эпистемология и философия науки. – 2013. – № 1. – С. 219–227.
268. Микешина, Л. А. Современное развитие понятия «ценность» / Л. А. Микешина. – Текст : непосредственный // Ценности и смыслы. – 2009. – № 1. – С. 6–17.
269. Милованов, К. Ю. Педагогическая роль музеев в социокультурном пространстве современной России / К. Ю. Милованов. – Текст : непосредственный // Ценности и смыслы. – 2013. – № 6. – С. 84–100.
270. Мой музей : интервью. – Изображение : видео. – URL: <https://www.youtube.com/channel/UCh40SjMVkZt5ceTOjQ3Keow> (дата обращения: 12.08.2021).
271. Морковкин, Ю. В. Стратегия развития учреждения культуры. Рыночные модели хозяйственной деятельности на примере Рязанского историко-архитектурного музея-заповедника / Ю. В. Морковкин. – Текст : непосредственный // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2004. – № 3. – С. 25–35.

272. Морозов, В. П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация / В. П. Морозов. – Москва : Институт психологии РАН, 1998. – 164 с. – Текст : непосредственный.
273. Морозова, Е. В. Локальная идентичность: формы актуализации и типы / Е. В. Морозова. – Текст : непосредственный // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2008. – Т. 4. – № 4. – С. 139–151.
274. Морозова, Е. В. Развитие сельских местных сообществ: потенциал политики идентичности / Е. В. Морозова, И. В. Мирошниченко, И. С. Семенченко. – Текст : непосредственный // Полис. Политические исследования. – 2020. – № 3. – С. 56–77.
275. Москвина, И. К. Политика и проблемы коммеморации в современной культуре России / И. К. Москвина. – Текст : непосредственный // Труды СПбГИК. – 2008. – Т. 180. – С. 268–274.
276. Музеи в условиях миграции : серия просветительских мероприятий. – Текст : электронный // Garage : портал. – URL: <https://garagemca.org/ru/event/museums-and-migration-environment-a-series-of-educational-events> (дата обращения: 21.08.2021).
277. Музей и коммуникация. Концепция развития Самарского областного историко-краеведческого музея им. П. В. Алабина / под ред. Н. А. Никишина и В. Н. Сорокина. – Текст : непосредственный. – Самара : Самарский областной историко-краеведческий музей им. П. В. Алабина ; Москва : Лаборатория музейного проектирования Российского института культурологии, 1998. – 140 с.
278. Музеи и посетители: как взаимодействовать в посткарантинный период : аналитическая записка / В. Э. Гордин, И. А. Сизова, А. Н. Куделькина, А. А. Воронина. – Москва : ГУ НИИ ВШЭ, 2020. – 30 с. – Текст : электронный. – URL: <http://hse.ru/mirror/pubs/share/377608708> (дата обращения: 14.08.2021).
279. Музей и регион : [сб. ст.] / отв. ред. А. В. Лебедев ; сост. В. Ю. Дукельский. – Москва : [Б. и.], 2011. – 336 с. – Текст : непосредственный.

280. Музей и школа: пособ. для учителя / Е. Г. Ванслова, А. К. Ломунова, Э. А. Павлюченко [и др.] ; отв. ред. Т. А. Кудрина. – Москва : Просвещение, 1985. – 192 с. – Текст : непосредственный.

281. Музей как место формирования комьюнити: беседа искусствоведа Валерия Леденева с философом Борисом Гройсом. – Текст : электронный // Диалог искусств. – 2014. – № 5. – URL: <https://di.mmoma.ru/news?mid=766&id=149> (дата обращения: 13.07.2021).

282. Музей на селе – больше, чем музей! – Текст : электронный // Дороги мира : портал. – URL: <https://worldroads.ru/muzej-na-sele-bolshe-chem-muzej> (дата обращения: 21.08.2021).

283. Музеи. – Текст : электронный // Культура РФ : портал. – URL: <https://www.culture.ru/museums/institutes/location-russia> (дата обращения: 12.07.2021).

284. Музеи: спасательный круг для российской глубинки. – Текст : электронный. – URL: https://kapital-rus.ru/articles/article/muzei_spasatelnyj_krug_dlya_rossijskoj_glubinki/ (дата обращения: 12.07.2021).

285. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики: [сб. науч. ст.] / отв. ред. В. Ю. Дукельский. – Москва : [Б. и.], 2010. – 199 с. – Текст : непосредственный.

286. Музейное дело и туризм как факторы развития российской глубинки : материалы II Всерос. науч.-практ. форума (Тотьма, 10–13 сентября 2015 г.) / под общ. ред. А. А. Чернеги. – Тотьма : Тотемское музейное объединение, 2015. – 349 с. – Текст : непосредственный.

287. Музейные истории. – Изображение : видео. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=hcwsBNmN_fm (дата обращения: 12.08.2021).

288. Мэмфорд, Л. Миф машины. Техника и развитие человечества / Л. Мэмфорд. – Москва : Логос, 2001. – 404 с. – Текст : непосредственный.

289. Набиева, У. Н. Культурное наследие как ресурс устойчивого развития / У. Н. Набиева, А. Р. Русидзе. – Текст : электронный // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Естественные и точные науки. – 2010. – № 2. – С. 98–101.

290. Набиуллин, А. Ф. Проблемы внедрения стационарных интерактивных мультимедиа систем в музейные экспозиции: риски и решения / А. Ф. Набиуллин, А. С. Шакиов, И. Г. Мухтов. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2018. – № 31. – С. 235–243.

291. Нагорский, Н. В. Музей в духовной жизни общества / Н. В. Нагорский. – Санкт-Петербург : Изд-во «П-2», 2004. – 432 с. – Текст : непосредственный.

292. Нагорский, Н. В. Музей как институт социально-культурной деятельности / Н. В. Нагорский. – Санкт-Петербург : [Б. и.], 1998. – 258 с. – Текст : непосредственный.

293. Нагорский, Н. В. Музей как открытая социально-педагогическая система : 13.00.05 «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности» : автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Нагорский Николай Викторович ; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. – Санкт-Петербург, 2005. – 40 с. – Текст : непосредственный.

294. Население России: численность, динамика, статистика. – Текст : электронный. – URL: <http://www.statdata.ru/russia#:~:text=Общая%20численность%20населения%20России%20на,-%2037%20186%20120%20человек> (дата обращения: 23.06.2021).

295. Никифорова, Е. «Торговцы красотой»: заметки о ребрендинге эстонской деревни / Е. Никифорова. – Текст : непосредственный // Вдали от городов: Жизнь постсоветской деревни: [сб. ст.]. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2013. – С. 144–167.

296. Никифорова, Л. В. Чертоги власти. Дворец в пространстве культуры / Л. В. Никифорова. – Санкт-Петербург : Искусство-СПБ, 2011. – 703 с. – Текст : непосредственный.

297. Никифорова, С. В. Музей как «третье место» в культурном пространстве села / С. В. Никифорова, М. А. Иванова. – Текст : электронный // Человек и культура. – 2020. – № 1. – С. 62–72. – DOI: 10.25136/2409-8744.2020.1.32074

298. Никишин, Н. А. Ведомственные и корпоративные музеи: тонкая грань различий / Н. А. Никишин. – Текст : непосредственный // Корпоративные музеи сегодня: сб. докладов II междунар. науч. конф. (г. Мурманск, 2–4 июля 2015 г.). – Москва : ИКОМ, 2016. – С. 29–37.

299. Никишин, Н. А. Субъекты и формы музейной коммуникации в пространстве корпоративного социума / Н. А. Никишин. – Текст : непосредственный // Корпоративные музеи сегодня: сб. докладов III Междунар. науч. конф. (г. Калининград, 15–17 декабря 2016 г.). – Москва : ИКОМ, 2016. – С. 21–27.

300. Никонова, А. А. Роль музея в формировании культурной идентичности / А. А. Никонова. – Текст : непосредственный // Вопросы музеологии. – 2010. – № 2. – С. 119–123.

301. Ноль, Л. Я. Новые тенденции в строительстве сайта крупного музея / Л. Я. Ноль. – Текст : непосредственный // Культурное наследие и информационные технологии: культурное наследие: путь к единству : сб. тезисов XIV междунар. ежегод. конф. АДИТ–2010 (г. Краснодар, 7–11 июня 2010 г.). – Краснодар : Краснодарский худ. музей, 2010. – С. 38–39.

302. Ноль, Л. Я. Интернет-сайт в деятельности музеев / Л. Я. Ноль. – Текст : непосредственный // Вестник Академии детско-юношеского туризма и краеведения. – 2013. – № 4 (109). – С. 23–27.

303. Норкин, Р. Customer experience management – что это? / Р. Норкин. – Текст : электронный // VC.RU. – URL: <https://vc.ru/marketing/83294-customer-experiencemanagement-что-это-сх-сем> (дата обращения: 26.07.2021).

304. О проблемах и перспективах развития музейного дела в Российской Федерации : результаты комплексного социологического исследования : анализ мнений музейного сообщества и населения РФ (реальных и потенциальных посетителей) / Министерство культуры Российской Федерации, РОСIZO, Институт Наследия. – М. : Институт Наследия, 2019. – 282 с. – DOI: 10.34685/НИ.2019.42.57.001. – Текст : электронный.

305. Образные характеристики городской среды как ресурс развития территории : материалы всерос. науч.-практ. конф. (г. Омск, 1 октября 2020 г.) / отв. ред. Ю. Р. Горелова, О. В. Петренко. – Омск : Сибирский филиал Института Наследия, 2020. – 392 с. – Текст : непосредственный.

306. Образовательная миграция. Школы, вузы, музеи России как агенты адаптации и интеграции : коллективная монография / под ред. Е. Ю. Кошелевой. – Томск : Изд-во Томского университета, 2019. – 248 с. – Текст : непосредственный.

307. Овчинникова, З. А. Музей в контексте социально-культурных трансформаций информационного общества / З. А. Овчинникова. – Текст : непосредственный // Вестник культуры и искусств. – 2017. – № 3. – С. 43–48.

308. ОГБУК «Смоленский государственный музей-заповедник» : сайт. – Текст. Изображение : электронные. – URL: <http://www.smolensk-museum.ru/> (дата обращения: 12.08.2021).

309. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Р. Ольденбург ; [пер. с англ. А. Широкановой]. – Москва : Новое литературное обозрение, 2018. – 454 с. – Текст : непосредственный.

310. Орачева О. И. Музей должен жить в партнерстве с людьми : [интервью] / О. И. Орачева. – Текст : электронный // Агентство социальной информации : портал. – URL: <https://www.asi.org.ru/2015/09/18/oksana-oracheva-muzej-dolzhen-zhit-v-partnerstve-s-lyudmi> (дата обращения: 24.08.2021).

311. Орлова, Э. А. Концепции идентичности / идентификации в социально-научном знании / Э. А. Орлова. – Текст : непосредственный // Вопросы социальной теории. – 2010. – Т. 4. – С. 87–111.

312. Орлова, Э. А. Социальная и культурная антропология : учебник и практикум для академического бакалавриата / Э. А. Орлова. – Москва : Юрайт, 2016. – 336 с. – Текст : непосредственный.

313. Орлова, Э. А. Социология культуры / Э. А. Орлова. – Киров : Константа ; Москва : Академический проект, 2012. – 574 с. – Текст : непосредственный.

314. Основы музееведения : [учеб. пособ. для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 052800 «Музейное дело и охрана памятников»] / отв. ред. Э. А. Шулепова. – Москва: Едиториал УРСС, 2005. – 501 с. – Текст : непосредственный.

315. Паал, М. Маркетинг. Управление музеем : практическое руководство / М. Паал. – Париж : ИКОМ, 2004. – 163 с. – Текст : непосредственный.

316. Павлова, О. Н. Идентичность: история развития взглядов и ее структурные особенности / О. Н. Павлова. – Москва : Идея, 2001. – 124 с. – Текст : непосредственный.

317. Памятник и современность. Памятники в контексте историко-культурной среды: сб. науч. тр. / отв. ред. А. Н. Дьячков. – Москва : [Б. и.], 1990. – 142 с. – Текст : непосредственный. (Труды НИИ культуры).

318. Парсонс, Т. Система современных обществ / Т. Парсонс ; пер. с англ. Л. А. Седова, А. Д. Ковалева ; под ред. М. С. Ковалевой. – Москва : Аспект-Пресс, 1998. – 270 с. – Текст : непосредственный.

319. Петрунина, Е. А. Музей и Интернет: социально-философский анализ / Е. А. Петрунина. – Текст : непосредственный // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Познание. – 2020. – № 1. – С. 90–94.

320. Пилиппович, В. Эпоха глобализации и кризис идентичности / В. Пилиппович. – Текст : непосредственный // История отечественной и мировой психологической мысли. Постигая прошлое, понимать настоящее, предвидеть будущее : материалы междунар. конф. по истории психологии «IV Московские встречи» (г. Москва, 26–29 июня 2006 г.). – Москва : Ин-т психологии РАН, 2006. – С. 492–498.

321. Пилко, И. С. Электронные выставки музеев: специфические особенности, видовая классификация / И. С. Пилко, С. В. Савкина. – Текст : непосредственный // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – № 29. – С. 208–217.

322. Пищулин, Ю. П. Развитие социальных функций советского музея / Ю. Д. Пищулин. – Текст : непосредственный // Ленинские принципы культурного строительства и современность: сб. ст. – Москва: [Б. и.], 1978. – С. 102–111. (Труды НИИ культуры; Вып. 74).

323. Пищулин, Ю. П. Социальные функции современного музея / Ю. П. Пищулин, Д. А. Равикович. – Текст : непосредственный // Терминологические проблемы музееведения: музейные термины : сб. науч. тр. – Москва : Центральный музей революции, 1986. – С. 3–10.

324. Платформа дополненной реальности для российских музеев ARTEFACT. – Текст : электронный. – URL: ar.culture.ru (дата обращения: 24.08.2021).

325. Плотичкина, Н. В. Сельская идентичность как «идентичность с местом» / Н. В. Плотичкина. – Текст : электронный // Ethnocultural Identity As a Strategic Resource of Consciousness of Society in the Conditions of Globalization: materials of the VII international scientific conference on September 28–29, 2019. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2019. – С. 34–38. – URL: http://sociosphera.com/publication/conference/2019/112/selskaya_identichnost_kak_identichnost_s_mestom/ (дата обращения: 23.06.2021).

326. Политика памяти в современной России и странах Восточной Европы. Акторы. Институты. Нарративы : коллективная монография / под ред.

А. И. Миллера, Д. В. Ефременко. – Санкт-Петербург : Европейский университет в Санкт-Петербурге, 2020. – 632 с. – Текст : непосредственный.

327. Поляков, Т. П. Экспозиционная деятельность музеев в контексте реализации «Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года» : монография / Т. П. Поляков, Т. А. Зотова, Ю. В. Пустовойт [и др.]. – Москва : Институт Наследия, 2021. – 438 с. – Текст : непосредственный.

328. Полякова, Е. А. Музей в контексте актуализационно-адаптационных процессов / Е. А. Полякова. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 388. – С. 86–93.

329. Полякова, Е. А. Развитие музея как образовательной формы культуры / Е. А. Полякова. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. История. – 2014. – № 6. – С. 129–136.

330. Попов, В. Д. Информациология и информационная политика / В. Д. Попов. – Москва : Изд-во РАГС, 2001. – 116 с. – Текст : непосредственный.

331. Попова, Е. Т. Музей как центр диалогического соучастия / Е. Т. Попова. – Текст : непосредственный // Труды Государственного музея истории Санкт-Петербурга. Вып. 19. Музейная педагогика в современной музейной коммуникации : материалы науч.-практ. конф. – Санкт-Петербург : ГМИ СПб, 2008. – С. 99–101.

332. Попова, О. П. Теоретико-методологические подходы и модели концептуализации идентичности / О. П. Попова. – Текст : непосредственный // Идентичность: Личность, общество, политика : энциклопедическое издание / Л. А. Андреева, А. Л. Бардин, И. И. Баринов [и др.]. – Москва : Весь Мир, 2017. – С. 44–49.

333. «Постепенно музеи отходят от режима оберегания ценностей от широкой публики» : социолог Алиса Максимова о судьбе музеев в малых городах России. – Текст : электронный // Реальное время : портал. – URL: <https://realnoevremya.ru/articles/145245-sociolog-alisa-maksimova-o-sudbe-muzeev-v-malyh-gorodah> (дата обращения: 21.08.2021).

334. Приемская, Е. Вернуть жизнь ухватом: зачем жители создают музеи умирающих деревень. Попытки сохранить народную память нередко помогают вдохнуть жизнь в русскую глубинку / Е. Приемская. – Текст : непосредственный // Известия. – 2019. – 19 января. – URL: <https://iz.ru/834182/evgeniia-priemskaia/vernut-zhizn-ukhvatom-zachem-zhiteli-sozdaiut-muzei-umiraiushchikh-dereven> (дата обращения: 24.08.2021).

335. Пространственное развитие малых городов: социальные стратегии и практики : [монография] / М. Ф. Черныш, В. В. Маркин, А. Ю. Ардальянова [и др.] ; отв. ред. М. Ф. Черныш, В. В. Маркин ; предисл. М. К. Горшков ; ФНИСЦ РАН. – Москва : ФНИСЦ РАН, 2020. – 523 с. – Текст : непосредственный.

336. Пруель, Н. А. Миграция в современной России: масштабы, основные направления и проблемы / Н. А. Пруель, Н. Л. Липатова, В. Н. Градусова. – Текст : непосредственный // Регионоведение. – 2020. – Т. 28. – № 1 (110). – С. 133–158.

337. Пшеничная, С. В. Музей как информационно-коммуникативная система : специальность 24.00.03 «Музееведение, реставрация и консервация историко-культурных объектов» : дис. ... канд. культурологии / Пшеничная Светлана Викторовна; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств . – Санкт-Петербург, 2000. – 220 с. – Текст : непосредственный.

338. Пшеничная, С. В. Музей как социокультурный феномен. Информационно-коммуникативная модель / С. В. Пшеничная. – Санкт-Петербург : Образование, 1999. – 196 с. – Текст : непосредственный.

339. Равикович, Д. А. Социальные функции краеведческого музея / Д. А. Равикович. – Текст : непосредственный // Вопросы социологического исследования в области музееведения: Музей и посетитель / сост. В. А. Проппин. – Москва : [Б. и.], 1979. – С. 16–38.

340. Равикович, Д. А. Социальные функции и информационная система музеев / Д. А. Равикович. – Текст : непосредственный // Теоретические вопросы научно-просветительной работы музеев (по материалам социологических исследований) : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и], 1984. – С. 8–26. (Труды НИИ культуры; Вып. 133).

341. Равикович, Д. А. Социальные функции и типология музеев / Д. А. Равикович. – Текст : непосредственный // Музееведение. Вопросы теории и методики : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и.], 1987. – С. 10–24. (Труды НИИ культуры).

342. Равикович, Д. А. Социальные функции музея / Д. А. Равикович. – Текст : непосредственный // Российская музейная энциклопедия. – Москва : Прогресс; Рипол классик, 2001. – Т. 2. – С. 201.

343. Радклиф-Браун, А. Р. Сравнительный метод в социальной антропологии / А. Р. Радклиф-Браун ; пер. В. Г. Николаева. – Текст : непосредственный // Антология исследований культуры. Т. 1: Исследования культуры. – Санкт-Петербург : Университетская книга, 1997. – С. 636–653.

344. Разгон, А. М. Музеи / А. М. Разгон. – Текст : непосредственный // Большая советская энциклопедия : в 30-ти т. – Москва : Советская энциклопедия, 1974. – Т. 17. – С. 84–86.

345. Разгон, А. М. К вопросу о научном комплектовании фондов в музеях исторического и краеведческого профиля / А. М. Разгон. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы изучения фондов музея по истории советского общества: сб. ст. – Москва: [Б. и.], 1982. – С. 7–54. (Труды Государственного исторического музея; Вып. 55).

346. Разгон, А. М. Общетеоретические вопросы музееведения в научной литературе социалистических стран (Музееведение как научная дисциплина) / А. М. Разгон. – Москва : Просвещение, 1984. – 40 с. – Текст : непосредственный.

347. Разгон, А. М. Место музееведения в системе наук / А. М. Разгон. – Текст : непосредственный // Музей и современность : сб. науч. тр. – Москва : Центральный музей революции, 1986. – С. 43–47.

348. Разлогов, К. Э. Множественность идентичностей в культуре / К. Э. Разлогов. – Текст : непосредственный // Проблемы историко-культурной идентичности в полиэтнических обществах : тезисы докладов всероссийской научной школы (г. Омск, 6–8 сентября 2011 г.). – Омск : Изд-во Омского государственного университета, 2011. – С. 3.

349. Резолюции, принятые на Генеральной Ассамблее Международного совета музеев (ИКОМ) в Милане, Италия, 9 июля 2016 года. – Текст : электронный. – URL: <https://icom-russia.com/data/ustavnye-dokumenty/rezolyutsii-ikom/> (дата обращения: 18.06.2021).

350. Родионов, С. Г. Практика продвижения музеев Кемеровской области в виртуальной среде / С. Г. Родионов, В. В. Андреев, Д. Д. Родионова. – Текст : непосредственный // Ярославский педагогический вестник. – 2017. – № 6. – С. 376–381.

351. Розенберг, Н. В. Культурный потенциал региона как фактор формирования культурной идентичности / Н. В. Розенберг. – Текст : электронный // Аналитика культурологии. – 2008. – № 2. – URL: http://analiculolog.ru/journal/archive/item/505-article_38-3.html (дата обращения: 28.08.2021).

352. Розенталь, Л. В. По залам художественных музеев: в помощь музейному зрителю / Л. В. Розенталь. – [Ленинград] : Прибой, 1929. – 148 с. – Текст : непосредственный.

353. Розин, В. М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир / В. М. Розин. – Москва : URSS, 2016. – 272 с. – Текст : непосредственный.

354. Розов, Н. С. Культура. Ценности и развитие образования (основы гуманитарного образования в высшей школе) / Н. С. Розов. – Москва : Исследовательский центр по проблемам управления качеством подготовки специалистов, 1992. – 155 с. – Текст : непосредственный.

355. Российский статистический ежегодник 2020. – Текст : электронный // Федеральная служба государственной статистики : сайт. – URL: https://gks.ru/bgd/regl/b20_13/Main.htm (дата обращения: 23.06.2021).

356. Российское общество и вызовы времени. Кн. 2 / под ред. М. К. Горшкова, В. В. Петухова. – Москва : Весь мир, 2015. – 432 с. – Текст : непосредственный.

357. Российская музейная энциклопедия : в 2-х т. / Рос. ин-т культурологии; редкол.: В. Л. Янин и др. гл. ред. А. А. Сундиева. – Москва : Прогресс; Рипол классик, 2001. – Т. 1: А – М. – 416 с.; Т. 2: Н – Я. – 436 с. – Текст : непосредственный.

358. Руднев, В. П. Прочь от реальности: Исследования по философии текста / В. П. Руднев. – Москва : Аграф, 2000. – 428 с. – Текст : непосредственный.

359. Рыбак, К. Е. Музей в нормативной системе (историко-культурологический анализ) : специальность 24.00.03 «Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов» : дис. ... д-ра культурологии / Рыбак Кирилл Евгеньевич ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург, 2006. – 287 с. – Текст : непосредственный.

360. Рыбак, К. Е. Глобальная прозрачность: музейный предмет в цифровую эпоху / К. Е. Рыбак. – Текст : непосредственный // Современные тенденции развития музеев и музееведения : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. – Новосибирск : Автограф, 2014. – С. 181–185.

361. Рыбак, К. Е. Способы и этапы комплектования музейного фонда: законная экспроприация в советской России (1917–1920-е гг.) / К. Е. Рыбак. – Текст : электронный // Наследие веков. – 2020. – № 1. – С. 123–146. – DOI: 10.36343/SB.2020.21.1.012.

362. Рыбак, К. Е. Роль и место общественных музеев в музейной сети / К. Е. Рыбак. – Москва : Институт Наследия, 2021. – 134 с. – Текст : электронный. – Сер. «Музееведческие очерки». – DOI: 10.34685/NI.2021.45.88.002.

363. Рыжкова, О. А. Музей в медиапространстве региона: жанры, инфоповоды и комментарии / О. А. Рыжкова. – Текст : электронный // Ученые записки Новгородского государственного университета. – 2019. – № 3. – С. 3. – DOI: 10.34680/2411-7951.2019.3(21).3.

364. Рюзен, Й. Кризис, травма и идентичность / Й. Рюзен. – Текст : непосредственный // Цепь времен: проблемы исторического сознания : сб. ст. памяти академика М. А. Барга. – Москва : ИВИ РАН, 2005. – С. 38–62.

365. Рязанова, В. А. К вопросу о коммуникативном потенциале музейного пространства / В. А. Рязанова, А. А. Сергеева. – Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. – 2017. – Т. 22. – № 4. – С. 696–702.

366. Савельева, И. М. «Историческая память»: к вопросу о границах понятия / И. М. Савельева, А. В. Полетаев. – Текст : непосредственный // Феномен прошлого. – Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – С. 170–221.

367. Савоскул, С. С. Краеведение и локальная идентичность (на примере малых городов Центральной России) / С. С. Савоскул. – Текст : непосредственный // Этнографическое обозрение. – 2011. – № 6. – С. 83–97.

368. Саймон, Н. Партиципаторный музей / Н. Саймон ; [пер. А. Глебовской]. – Москва : АД МАРГИНЕМ Пресс, 2017. – 439 с. – Текст : непосредственный.

369. Самарина, Н. Г. Музейная коммуникация в контексте культурной памяти и культурного наследия / Н. Г. Самарина. – Текст : непосредственный // Вопросы музеологии. – 2013. – № 2. – С. 45–55.

370. Сапанжа, О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации / О. С. Сапанжа. – Текст : непосредственный // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2009. – № 103. – С. 245–252.

371. Сапанжа, О. С. Культурологическое измерение музея: морфология музейности / О. С. Сапанжа. – Текст : непосредственный // Вопросы музеологии. – 2011. – № 2 (4). – С. 3–13.

372. Сапанжа, О. С. Классификация музеев и морфология музейности: структура и динамика / О. С. Сапанжа. – Текст : непосредственный // Вопросы музеологии. – 2012. – № 1 (5). – С. 3–12.

373. Сапанжа, О. С. Музеология: историография и методология / О. С. Сапанжа. – Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2014. – 104 с. – Текст : непосредственный.

374. Саркисов, В. А. Музей в социокультурном пространстве современного города / В. А. Саркисов, Е. Г. Саркисова. – Текст : электронный // Культурологический журнал. – 2020. – № 3 (41). – DOI: 10.34685/НЛ.2020.55.52.001.

375. Саркисова, Е. Г. Коммуникационные практики музеев в период пандемии / Е. Г. Саркисова. – Текст: электронный // Культурологический журнал. – 2020. – № 4. – DOI: 10.34685/НЛ.2020.28.88.006.

376. Саркисова, Е. Г. Музейное пространство в реальном и виртуальном коммуникативных полях: грани восприятия / Е. Г. Саркисова. – Текст : электронный // Наследие веков. – 2020. – № 3. – С. 141–153. – DOI: 10.36343/SB.2020.23.3.011.

377. Саркисова, Е. Г. Трансформация ценностного потенциала музейного предмета в условиях Интернета / Е. Г. Саркисова. – Текст : электронный // Культурное наследие России. – 2020. – № 4. – С. 61–68. – DOI: 10.34685/НЛ.2020.31.4.008.

378. Саркисова, Е. Г. Конвенциональные и неконвенциональные каналы в структуре музейной коммуникации / Е. Г. Саркисова. – Текст : электронный // Вестник Кемеровского государственного университета культуры. – 2021. – № 54. – С. 42–50. – DOI: 10.31773/2078-1768-2021-54-42-50.

379. Саркисова, Е. Г. Музеи Краснодарского края в современном коммуникационном пространстве: методика и практика сравнительного анализа официальных сайтов / Е. Г. Саркисова. – Текст : непосредственный // Музейное дело в России: традиции и современные тенденции. Фелицынские чтения – XXIII : материалы науч.-практ. конф. (г. Краснодар, 21–23 сентября 2021 г.). – Краснодар : Вика-Принт, 2021. – С. 228–234.

380. Саркисова, Е. Г. Музейный комплекс Краснодарского края: состояние и перспективы развития / Е. Г. Саркисова. – Текст: электронный // Журнал Института Наследия. – 2021. – № 2. – DOI: 10.34685/НИ.2021.30.69.003.

381. Саркисова, Е. Г. Музейная аудитория в цифровую эпоху: новые подходы и практики / Е. Г. Саркисова. – Текст : непосредственный // Культурное наследие Северного Кавказа как ресурс межнационального согласия: сб. науч. ст. – М.: Ин-т Наследия, 2021. – С. 336–341. – DOI: 10.34685/НИ.2021.95.54.020.

382. Свод годовых сведений о деятельности музеев. – Текст : электронный // АИС Статистика. – URL: <https://stat.mkrf.ru/indicators> (дата обращения: 21.08.2021).

383. Северный, С. Сеттинг – это обстановка, в которой развивается действие / С. Северный. – Текст : электронный // FB.RU : сайт. – URL: <https://fb.ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/350788/setting---eto-obstanovka-v-kotoroy-razvivaetsya-deystvie> (дата обращения: 12.08.2021).

384. Селезнева, А. Я. Околomuзейное пространство в культурно-образовательной деятельности музеев г. Орла / А. Я. Селезнева. – Текст : непосредственный // Музеи, библиотеки, архивы как центры современных источниковедческих исследований : сб. материалов IX Международных музейных чтений «Современные проблемы музеологии» / науч. ред. и сост. Е. Ю. Степанова. – Орел : Орловский государственный институт культуры, 2019. – С. 267–270.

385. Селиванов, В. В. Предмет и структура музейной социологии: опыт решения проблемы / В. В. Селиванов. – Текст : непосредственный // Художественный музей и город. Новые формы деятельности. – Москва : [Б. и.], 1988. – С. 23–39.

386. Селиванов, В. В. Музей и учебный класс / В. В. Селиванов. – Текст : непосредственный // Международный музейно-педагогический семинар «Здравствуй, музей!» : тезисы / Государственный Русский музей. – Санкт-Петербург : [Б. и.], 1995. – С. 160–162.

387. Селиверстова, Н. А. Культурное воспроизводство: вопросы методологии и методики исследования / Н. А. Селиверстова. – Текст : непосредственный // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – № 3. – С. 59–63.

388. Семенов, И. С. Идентичность в предметном поле политической науки / И. С. Семенов. – Текст : непосредственный // Идентичность как предмет политического анализа : сб. ст. по итогам всерос. науч.-теорет. конф. (ИМЭМО РАН, 21–22 октября 2010 г.). – Москва : ИМЭМО РАН, 2011. – С. 8–12.

389. Сербина, Н. В. Российские корпоративные музеи: перспективы развития и продвижения / Н. В. Сербина. – Текст : электронный // APRIORI. Сер.: Гуманитарные науки. – 2014. – № 6. – С. 29. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_22624499_55071084.pdf. (дата обращения: 23.08.2021).

390. Сергейчик, Е. М. Историческая идентичность: территория и карта / Е. М. Сергейчик. – Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. – 2016. – Сер. 17. – Вып. 1. – С. 63–71.

391. Середина, Е. В. Роль музеев в формировании территориальных рекреационных систем : специальность 11.00.02 «Экономическая, социальная и политическая география» : автореф. дис. ... канд. географ. наук / Середина Елена Владимировна. – Москва, 1995. – 20 с. – Текст : непосредственный.

392. Сеттинг – это обстановка, в которой развивается действие. – Текст : электронный. – URL: <https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/350788/setting---eto-obstanovka-v-kotoroy-razvivaetsya-deystvie> (дата обращения: 29.08.2021).

393. Сивирин, Б. С. Социальная квазиреальность или виртуальная реальность? / Б. С. Сивирин. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2003. – № 2 (226). – С. 39–45.

394. Симонова, О. А. К формированию социологии идентичности / О. А. Симонова. – Текст : непосредственный // Социологический журнал. – 2008. – № 3. – С. 45–61.

395. Скрипкина, Л. И. Проблемы презентации исторического наследия: культурная и общественная миссия музея / Л. И. Скрипкина. – Текст : непосредственный // Музей в региональном пространстве: презентация исторического наследия, культурная и общественная миссия : материалы всерос. науч.-практ. конф., посвящ. 125-летию Саратовского областного музея краеведения (г. Саратов, 13–15 декабря 2011 г.). – Саратов : Изд-во «Новый ветер», 2011. – С. 3–13.

396. Словарь актуальных музейных терминов / авт.-сост. М. Е. Каулен [и др.] ; рук. авт. кол. И. В. Чувилова. – Текст : непосредственный // Музей. – 2009. – № 5. – С. 47–68.

397. Смирнов, А. В. Современный музей: коммуникация или коммеморация / А. В. Смирнов. – Текст : электронный // Международный журнал исследований культуры. – 2016. – № 3. – С. 17–24. – URL: https://old.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2016/ijcr_3-24-2016_smirnov%2017-24.pdf (дата обращения: 12.09.2021).

398. Смирнова, Э. В. Трансформация функций музея в современном социокультурном пространстве / Э. В. Смирнова. – Текст : непосредственный // Magister Dixit. – 2014. – № 2. – С. 84–89.

399. Смирнягин, Л. В. Эволюция места в ходе «производства пространства» / Л. В. Смирнягин. – Текст : непосредственный // Символическая политика. – Вып. 4. Социальное конструирование пространства. – Москва : ИНИОН РАН, 2016. – С. 84–105.

400. Смолев, Д. Рейтинг российских музеев – 2020: когда музеи были офлайн-музеями / Д. Смолев. – Текст : электронный // The Art Newspaper Russia. – 2020. – 29 апр. – URL: <https://www.theartnewspaper.ru/posts/8055/> (дата обращения: 12.08.2021).

401. Смыкова, Е. Ю. Теоретико-методологические подходы к изучению музея как социокультурного феномена / Е. Ю. Смыкова. – Текст : непосредственный // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия. – 2015. – № 1. – С. 27–38.

402. Смыслы сельской жизни (Опыт социологического анализа) / под ред. Ж. Т. Тощенко. – Москва : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2016. – 368 с. – Текст : непосредственный.

403. Событие в истории, памяти и нарративах идентичности / под ред. Л. П. Репиной. – Москва : Аквилон, 2017. – 400 с. – Текст : непосредственный.

404. Современный музей как важный ресурс развития города и региона : материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 1000-летию Казани и 110-летию Национального музея Республики Татарстан (г. Казань, 12–17 сент. 2005 г.) / ред. Г. С. Муханов [и др.]. – Казань : Школа, 2005. – 379 с. – Текст : непосредственный.

405. Созвездие малых городов России : портал. – Текст : электронный. – URL: http://amtg-rus.ru/about_us/ (дата обращения: 21.08.2021).

406. Сорокин, П. А. Человек. Цивилизация. Общество / П. А. Сорокин ; [общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонова]. – Москва : Политиздат, 1992. – 542 с. – Текст : непосредственный.

407. Социальное пространство современного города / под ред. Г. Б. Кораблевой, А. В. Меренкова. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2015. – 252 с. – Текст : непосредственный.

408. Социальные функции музея: споры о будущем. Материалы дискуссии в отделе музееведения НИИ культуры / Е. Г. Ванслова, М. Б. Гнедовский, В. Ю. Дукельский, А. Н. Дьячков, И. В. Иксанова, Н. Г. Макарова, Д. Л. Равикович, А. И. Фролов. – Текст : непосредственный // Музееведение. На пути к музею XXI в.: сб. ст. – Москва: [Б. и.], 1989. – С. 186–204. (Труды НИИ культуры).

409. Социология маркетинга : учеб. пособие и практикум / под ред. С. А. Баркова, В. И. Зубкова, А. В. Маркеевой. – Москва : У Никитских ворот, 2020. – 692 с. – Текст : непосредственный.

410. Стародубцева, М. Н. Партиципаторный музей в контексте искусства соучастия / М. Н. Стародубцева, М. Г. Чистякова. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. Сер.: Философские науки. – 2019. – № 12. – Вып. 54. – С. 105–110.

411. Статистика миграции по данным Росстат. – Текст: электронный // Статистика и показатели региональные и федеральные : портал. – URL: <https://rosinfostat.ru/migratsia/> (дата обращения: 21.08.2021).

412. Степин, В. С. Цивилизация и культура / В. С. Степин. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 2011. – 407 с. – Текст : непосредственный.

413. Столяров, Б. А. Музейная педагогика: история, теория, практика / Б. А. Столяров. – Москва : Высшая школа, 2004. – 216 с. – Текст : непосредственный.

414. Странский, З. Музей, искусство и перспективы развития человечества / З. Странский. – Текст : непосредственный // Музейное дело. Музей – культура – общество : сб. науч. тр. – Москва : Центральный музей революции, 1992. – С. 247–258.

415. Странский, З. Понимание музееведения / З. Странский. – Текст : непосредственный // Музееведение. Музеи мира : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и], 1991. – С. 8–26. (Труды НИИ культуры).

416. Сущность феномена музея и его функций. Социокультурные функции музея. Современные подходы к их определению. – Текст : электронный // Искусствоед.ру : сетевой ресурс об искусстве и культуре. – URL: <https://iskusstvoed.ru/2018/08/18/sushhnost-fenomena-muzeja-i-ego-funkcij/> (дата обращения: 26.06.2021).

417. Тебякина, Е. Е. Игра как форма коммуникации: антропологические особенности / Е. Е. Тебякина. – Текст : непосредственный // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2017. – Т. 6. – № 3А. – С. 220–230.

418. Тетиор, А. Н. Экологическая инфраструктура / А. Н. Тетиор. – Москва : Московский государственный университет природообустройства, 2002. – 420 с. – Текст : непосредственный.

419. Тихонова, С. В. Память Интернета и социальная память: перспектива слияния / С. В. Тихонова. – Текст : непосредственный // Философия времени: онтологические начала и ценностные дискурсы : сб. науч. тр. всерос. конф. VII Аскинские чтения. (Саратов, 21 октября 2016 г.). – Саратов : КУБиК, 2017. – С. 68–73.

420. Тишков, В. А. Реквием по этносу : исследования по социально-культурной антропологии / В. А. Тишков. – Москва : Наука, 2003. – 544 с. – Текст : непосредственный.

421. Толстикова, И. И. Трансформация культурно-коммуникативного пространства музея в информационную эпоху / И. И. Толстикова. – Текст : непосредственный // Дискурс. – 2017. – № 6. – С. 11–18.

422. Томилов, Н. А. Музееведение и музеи России : избр. науч. работы : в 2 ч. / Н. А. Томилов. – Омск : Изд-во Омского государственного ун-та, 2016. – Ч. 1. – 368 с. – Текст : непосредственный.

423. Трофимова, А. Ю. Бренд-культура как технология повышения конкурентоспособности музея / А. Ю. Трофимова. – Текст : непосредственный // Музейная коммуникация: модели, технологии, практики : [сб. ст.]. – Москва : [Б. и.], 2010. – С. 25–50.

424. Туртыгина, К. М. Виртуальный музей как форма представительства в Интернет-пространстве / К. М. Туртыгина. – Текст : непосредственный // Многомерность общества: цифровой поворот в гуманитарном знании. 3-й молодежный конвент : материалы междунар. студ. конф. (Екатеринбург, 14–16 марта 2019 г.). – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2019. – С. 130–132.

425. Тхагапсоев, Х. Г. Идентичность как навигатор сознания / Х. Г. Тхагапсоев, Л. М. Мосолова, И. В. Леонов, В. Л. Соловьева. – Санкт-Петербург : Астерион, 2016. – 169 с. – Текст : непосредственный.

426. Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до

2025 года» (с изменениями на 6 декабря 2018 года). – Текст : электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902387360> (дата обращения: 15.07.2021).

427. Успенский, Б. А. Семиотика искусства / Б. А. Успенский. – Москва : Школа «Языки русской культуры», 1995. – 360 с. – Текст : непосредственный.

428. Устав Международного совета музеев (ИКОМ). – Текст : электронный. – URL: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (дата обращения: 25.06.2021).

429. Фажеев, П. В. Историко-культурные представления как консолидирующий компонент российской гражданской идентичности / П. В. Фажеев. – Текст : непосредственный // ИНАБ. Межнациональные отношения и российская идентичность в сложных условиях пандемии COVID-19. – 2021. – № 1. – С. 46–57.

430. Федеральный закон от 05.04.2021 № 85-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об образовании в Российской Федерации”». – Текст : электронный // Справочно-информационная система «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_381385/ (дата обращения: 23.08.2021).

431. Федеральный закон от 26.05.1996 № 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации». – Текст : электронный // Справочно-информационная система «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10496 (дата обращения: 18.06.2021).

432. Фёдоров, Н. Ф. Музей, его смысл и назначение / Н. Ф. Фёдоров. – Текст : непосредственный // Сочинения / общ. ред. А. В. Гулыга ; вступ. ст., прим. и сост. С. Г. Семенов. – Москва : Мысль, 1982. – С. 575–604.

433. Федотова, А. А. Социокультурные функции художественных музеев России в 1960–1980-е гг. / А. А. Федотова. – Текст : непосредственный //

Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2018. – № 2 (35). – С. 124–129.

434. Фейблман, Дж. Типы культуры / Дж. Фейблман. – Текст : непосредственный // Антология исследований культуры. Т. 1. Исследования культуры. – Санкт-Петербург : Университетская книга, 1997. – С. 203–224.

435. Филатов, А. С. Российская цивилизация в современном мире: внутренние угрозы и внешние вызовы / А. С. Филатов. – Текст : непосредственный // Россия как государство-цивилизация: высшие цели и альтернативы развития : коллективная монография по материалам Юбилейных междунар. Панаринских чтений, посвящ. 75-летию со дня рождения А. С. Панарина / отв. ред. В. Н. Расторгуев ; науч. ред. А. В. Никандров. – Москва : Институт Наследия, 2016. – С. 98–113.

436. Филиппов, А. Ф. Социология пространства / А. Ф. Филиппов. – Санкт-Петербург : Владимир Даль, 2008. – 285 с. – Текст : непосредственный.

437. Философия музея: учеб. пособ. / под ред. М. Б. Пиотровского [и др.]. – Москва : ИНФРА-М, 2013. – 192 с. – Текст : непосредственный.

438. Флиер, А. Я. История культуры как смена доминантных типов идентичности / А. Я. Флиер. – Текст : непосредственный // Личность. Культура. Общество. – 2012. – Т. XIV. – Вып. 2. – № 71–72. – С. 99–108.

439. Флиер, А. Я. Избранные работы по теории культуры : сб. науч. тр. / А. Я. Флиер. – Москва : Артем ; Изд-во «Согласие», 2014. – 558 с. – Текст : непосредственный.

440. Флиер, А. Я. Культурология для культурологов : учеб. пособие / А. Я. Флиер. – Москва : Академический Проект, 2000. – 496 с. – Текст : непосредственный.

441. Флоренский, П. А. Храмовое действо как синтез искусств / П. А. Флоренский. – Текст : непосредственный // Флоренский П. А. Избранные труды по искусству. – Москва : Русская книга ; Мифрил, 1993. – С. 199–215.

442. Фортунатова, В. А. Культурологизм как свойство современного научного знания / В. А. Фортунатова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные проблемы культурологи. Т. I. Теория культуры. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2008. – С. 75–85.

443. Фролов, А. И. Из истории становления музееведческих центров России / А. И. Фролов. – Текст : непосредственный // Музей и власть. В 2 ч. Ч. II: Из жизни музеев : сб. науч. тр. – Москва : [Б. и.], 1991. – С. 62–103. (Труды НИИ культуры).

444. Фролов, А. И. Московские музеи / А. И. Фролов. – Москва : Муравей, 1999. – 376 с. – Текст: непосредственный.

445. Хавалкина, А. Ю. Анализ концепции модели СМК – музей на примере просветительского медиапроекта Arzamas / А. Ю. Хавалкина. – Текст : непосредственный // Вестник науки и образования. – 2019. – № 14 (68). – Ч. 2. – С. 58–66.

446. Хагуров, А. А. Социология российского села / А. А. Хагуров. – Москва : ИС РАН, 2012. – 389 с. – Текст : непосредственный.

447. Хадсон, К. Влиятельные музеи / К. Хадсон ; пер. с англ. Л. Мотылева. – Новосибирск : Сибирский хронограф, 2001. – 194 с. – Текст : непосредственный.

448. Хаттон, П. Х. История как искусство памяти / П. Х. Хаттон. – Санкт-Петербург : Владимир Даль, 2004. – 424 с. – Текст : непосредственный.

449. Хлыщева, Е. В. Фронтир идентичностей: проблема культурных границ / Е. В. Хлыщева. – Текст : непосредственный // Журнал фронтирных исследований. – 2018. – № 2. – С. 61–69.

450. Хомякова, И. Г. Поль Отле (1868–1944) и его предвидения информационно-коммуникационных технологий: по материалам зарубежных публикаций / И. Г. Хомякова. – Текст : электронный // Культура и образование. – 2013. – № 3. – URL: <http://vestnik-rzi.ru/2013/11/1091> (дата обращения: 12.03.2021).

451. Хомякова, И. Г. Проект глобального информационного центра «Мунданеум» Поля Отле в оценке современных зарубежных исследователей / И. Г. Хомякова. – Текст : электронный // Культура и образование. – 2013. – № 4. – URL: <http://vestnik-rzi.ru/2013/12/1187> (дата обращения: 12.03.2021).

452. Худякова, Л. А. Музей между утопией и *ischronie*: Б. Делош о сущности музейной институции / Л. А. Худякова. – Текст : непосредственный // Вестник СПбГУ. – Сер. 2. – 2013. – Вып. 4. – С. 145–152.

453. Цыплякова, Д. И. Визуальные исследования в предметном поле современной культурологии / Д. И. Цыплякова. – Текст : непосредственный // Вопросы культурологии. – 2021. – № 1. – С. 40–44.

454. Чебаненко, Т. А. Социальные функции музея на современном этапе исторического развития общества / Т. А. Чебаненко. – Текст : электронный // Таврические студии. – 2012. – № 3. – С. 23–28. – URL: <https://kukiit.ru/docs/ts/no3/4.pdf>.

455. Черкаева, О. Е. Вопросы терминологии: «музейная сеть» и «музейный ландшафт» / О. Е. Черкаева. – Текст : электронный // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2018. – № 3 (36). – С. 90–94.

456. Черкаева, О. Е. Современный музейный ландшафт и новые тенденции музейной деятельности / О. Е. Черкаева. – Текст : электронный // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2019. – № 4 (41). – С. 131–136.

457. Чернега, А. А. Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе / А. А. Чернега. – Текст : непосредственный // Вестник Пермского университета: философия, психология, социология. – 2013. – № 1 (13). – С. 190–197.

458. Чернявская, О. С. Город как коммуникативное пространство / О. С. Чернявская. – Текст : непосредственный // Город меняющийся: траектории развития и культурные пространства : сб. ст. – Пермь : [Б. и.], 2011. – С. 24–34.

459. Черняева, Т. Город: производство идентичностей / Т. Черняева. – Текст : непосредственный // Гражданин мира или пленник территории? К проблеме идентичности современного человека. – Москва : Новое литературное обозрение, 2006. – С. 116–137.

460. Чуворкина, О. А. Социальные грани современного музея или арт-институция на службе у человека / О. А. Чуворкина. – Текст : непосредственный // Артикульт. – 2011. – № 3 (3). – С. 1–8.

461. Чугунова, А. В. Музейная архитектура в контексте современной культуры / А. В. Чугунова. – Текст : непосредственный // Вопросы музееведения. – 2010. – № 1. – С. 34–43.

462. Чугунова, И. В. Концепция развития Егорьевского историко-художественного музея / И. В. Чугунова. – Текст : электронный. – URL: <http://dolgorudnymuseum.ru/chugunova-i-v-kontsepsiya-razvitiya-egorevskogo-istoriko-hudozhestvennogo-muzeya/> (дата обращения: 28.08.2021).

463. Чумаков, А. Н. Массовая культура как порождение и спутник глобализации / А. Н. Чумаков. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Сер. XXVII: Глобалистика и геополитика. – 2015. – № 1/2. – С. 120–131.

464. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – Москва : Инфра-М, 2017. – 341 с. – Текст : непосредственный.

465. Шабаев, Ю. П. Париж, Сайгон и Западный Берлин в одном городе: множественность образов и идентичностей в культурном пространстве столицы Коми / Ю. П. Шабаев. – Текст : непосредственный // Антропология города. Вып. 1: Культурные символы и образы в городском пространстве. Этничность и городская идентичность. – Сыктывкар : Институт ЯЛИ Коми НЦ УрО РАН, 2013. – С. 10–41.

466. Шаталова, М. Москва сворачивает программу «Музеи для мигрантов». Гастарбайтеры не хотят бесплатно приобщаться к истории столицы /

М. Шаталова. – Текст : электронный // Известия. – 2013. – 6 мая. – URL: <https://iz.ru/news/549717> (дата обращения: 21.08.2021).

467. Шевердяев, С. Н. Методика оценки сайтов российских органов власти / С. Н. Шевердяев. – Москва : ГУ ВШЭ, 2007. – 64 с. – Текст : непосредственный.

468. Шерешева, М. Ю. Роль музеев в развитии туризма с участием малых городов (на примере Владимирской области) / М. Ю. Шерешева, М. Ю. Колков. – Текст : непосредственный // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – Т. 1. – № 1. – С. 120–133.

469. Шлыкова, О. В. Социокультурная среда интернета: новые ценности и коммуникативные смыслы / О. В. Шлыкова. – Текст : непосредственный // Обсерватория культуры. – 2015. – Т. 12. – № 4. – С. 86–98.

470. Шлыкова, О. В. Динамика культурных практик в современном музее / О. В. Шлыкова. – Текст : электронный // Художественное образование и наука. – 2019. – № 3. – С. 118–123. – DOI: 10.34684/hon.201903015.

471. Шлыкова, О. В. Цифровое потребление культурного контента в условиях «новой нормы» дистанционного мира / О. В. Шлыкова. – Текст : электронный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2020. – № 5. – С. 160–169. – DOI: 10.24412/1997-0803-2020-597-160-169.

472. Шлыкова, О. В. Цифровые практики паблик-арта: коммуникативные стратегии «умного» города / О. В. Шлыкова. – Текст : непосредственный // Вестник культуры и искусств. – 2021. – № 3. – С. 124–134.

473. Шляхтина, Л. М. Основы музейного дела: теория и практика : учеб. пособие / Л. М. Шляхтина. – Москва : Высшая школа, 2005. – 182 с. – Текст : непосредственный.

474. Шляхтина, Л. М. Современный музей: идеи и реалии / Л. М. Шляхтина. – Текст : непосредственный // Вопросы музеологии. – 2011. – № 2. – С. 14–19.

475. Шляхтина, Л. М. Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение? / Л. М. Шляхтина. – Текст : непосредственный // Вопросы музеологии. – 2013. – № 2 (8). – С. 206–212.

476. Шляхтина, Л. М. Музейная педагогика : учеб.-метод. пособие / Л. М. Шляхтина. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2021. – 60 с. – Текст : непосредственный.

477. Шола, Т. Вечность здесь больше не живет. Толковый словарь музейных грехов / Т. Шола ; пер. Н. Копелянская, Е. Петрова. – Тула : Музей-усадьба «Ясная Поляна», 2013. – 360 с. – Текст : непосредственный.

478. Шорина, Д. Е. Интерактивность конкурсных проектов как основа современной экспозиционно-выставочной деятельности российских музеев / Д. Е. Шорина. – Текст : непосредственный // Общество. Среда. Развитие. – 2018. – № 1. – С. 52–57.

479. Шуб, М. Л. Феномен коммеморации: опыт культурологического анализа практик публичного поминовения (на примере наименования улиц Челябинска) / М. Л. Шуб. – Текст : непосредственный // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15. – № 2. – С. 161–169.

480. Шульгин, П. М. Комплексные региональные программы сохранения и использования культурного и природного наследия / П. М. Шульгин, В. И. Азар, Ю. А. Веденин ; отв. ред. П. М. Шульгин. – Москва : Институт наследия, 1994. – 173 с. – Текст : непосредственный.

481. Шульгин, П. М. Историко-культурное наследие как особый ресурс региона и фактор его социально-экономического развития / П. М. Шульгин. – Текст : непосредственный // Мир России. – 2004. – Т. 13. – № 2. – С. 115–133.

482. Шульгин, П. М. Стратегия формирования культурного каркаса страны и использования культурного наследия в качестве драйвера социально-экономического развития российских регионов / П. М. Шульгин. – Текст : непосредственный // Наследие и современность. – 2019. – Т. 2. – № 4. – С. 8–31.

483. Эшворт, Г. Дж. От истории к наследию – от наследия к идентичности: в поисках понятий и мод / Г. Дж. Эшворт. – Текст : непосредственный // Неприкосновенный запас. – 2017. – № 4 (114). – С. 154–171.

484. Юренева, Т. Ю. Музей в мировой культуре / Т. Ю. Юренева. – Москва : Русское слово, 2003. – 536 с. – Текст : непосредственный.

485. Юренева, Т. Ю. Музееведение : учеб. для студентов гуманитарных специальностей вузов / Т. Ю. Юренева. – Москва : Академический проект, 2004. – 559 с. – Текст : непосредственный.

486. Юренева, Т. Ю. Музейная сеть России: основные характеристики и проблемы изучения / Т. Ю. Юренева. – Текст : электронный // Культурное наследие России. – 2019. – № 4. – С. 55–61. – DOI: 10.34685/НН.2019.27.4.008.

487. Юренева, Т. Ю. Изучение музейной аудитории: социологические исследования 1920-х – 1930-х гг. / Т. Ю. Юренева. – Текст : электронный // Культурное наследие России. – 2020. – № 4. – С. 47–54. – DOI 10.34685/НН.2020.31.4.006.

488. Юренева, Т. Ю. Музееведение : учеб. для подготовки кадров высш. квалификации / Т. Ю. Юренева. – Москва : Институт Наследия, 2020. – 440 с. – Текст : непосредственный.

489. Юсупов, Т. Реальные Чуваки: как живут в самой веселой деревне России. На каноническую русскую глубинку это совсем не похоже / Т. Юсупов. – Текст : электронный // Известия. – 2018. – 7 октября. – URL: https://iz.ru/796208/timur-iusupov/realnye-chuvaki-kak-zhivut-v-samoi-veseloi-derevne-rossii?utm_source=smi2 (дата обращения: 12.09.2021).

490. Юхневич, М. Ю. Я поведу тебя в музей : учеб. пособие по музейной педагогике / М. Ю. Юхневич. – Москва : Российский институт культурологии, 2001. – 223 с. – Текст : непосредственный.

491. Юхневич, М. Ю. Главный игрок на поле музейной коммуникации / М. Ю. Юхневич. – Текст : непосредственный // Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. – Москва : [Б. и.], 2010. – С. 108–118.

492. Яницкий, О. Н. Глобализация. Город. Человек : [монография] / О. Н. Яницкий ; предисл. Л. М. Дробижевой. – Текст : непосредственный. – Москва : ФНИСЦ РАН, 2018. – 177 с.
493. Artefact. Гид по музеям России с дополненной реальностью. – Текст. Изображение : электронные. – URL: <https://ar.culture.ru/ru/museums-catalog#popular> (дата обращения: 12.08.2021).
494. Archer, M. S. Culture and agency: the place of culture in social theory / M. S. Archer. – [Rev. ed.]. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – XXIX. – 351 p. – Text : direct.
495. Assmann, J. Das kulturelle Gedächtnis : Schrift, Erinnerung u polit. Identität in frühen Hochkulturen / J. Assmann. – München : Beck, Cop. 1992. – 344 s. – Text : direct.
496. Babić, D. Bridging the Boundaries between Museum and Heritage Studies / D. Babić. – Text : direct // Museum International. – 2016. – Vol. 68. – Is. 1–2 : Museums, Heritage and Capacity Building. – P. 15–28.
497. Bayart, J.-F. The Illusion of Cultural Identity / J.-F. Bayart. – Chicago : University of Chicago Press, 2005. xiii + 303 p. – Text : direct.
498. Bennett, T. The Birth of the Museum: History, Theory, Politics / T. Bennett. – London : Routledge, 1995. – 278 p. – Text : direct.
499. Bourdieu, P. L' amour de l'art. Lês musées d' art européen et leur public / P. Bourdieu, P. Darbel, D. Schnapper. – Paris : Les Éditions de Minuit, 1969. – 247 p. – Text : direct.
500. Calderon, M. J. Museum and Communication M. J. Calderon. – Text : direct // Philiphine Quarterly of Culture and Society. – 1990. – Vol. 18. – № 2. – P. 139–140.
501. Cameron, D. A Viewpoint: The Museum as a Communication System and Implications for Museum Education / D. Cameron. – Text : direct // Curator. – 1968. – Vol. XI. – № 1. – P. 33–40.

502. Capriotti, P. Museums' communication in small- and medium-sized cities / P. Capriotti. – Text : direct // Corporate Communications. International Journal. – 2010. – № 15. – P. 281–298.

503. Ciwuk, M. Y. Museum as a Communication System / M. Y. Ciwuk, A. D. Ninies, M. Y. Pawit. – Text : direct // Proceedings of the International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018). Advances in Social Science, Education and Humanities Research. – Vol. 260. – Paris : Atlantis Press, 2018. – P. 1–6.

504. Concepts in Communications and Cultural Studies / T. O'Sullivan, J. Hartley, D. Saunders [et all]. – London ; New York : Routledge, 1994. – 356 p. – Text : direct.

505. Court, D. The Consumer Designer Journey / D. Court, D. Elzinga, S. Mulder, O. J. Vetvik. – Text : electronic // McKinsey Quarterly, 2009. June. – URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>.

506. Dana, J. C. The New Museum. Selected Writings of John Cotton Dana / J. C. Dana. – N. J. : Newark Museum Association ; Washington, DC : American Association of Museums, 1999. – 262 p. – Text : direct.

507. Deloche, B. Définition du musée / B. Deloche. – Text : direct // Vers une redéfinition du musée? – Paris : L' Harmattan, 2007. – P. 93–101.

508. Drotner, K. Museum Communication and Social Media: The Connected Museum / K. Drotner, K. C. Schrøder. – London : Routledge, 2017. – 226 p. – Text : direct.

509. Ebbrecht-Hartmann, T. Commemorating from a distance: the digital transformation of Holocaust memory in times of COVID-19 / T. Ebbrecht-Hartmann // Media, Culture & Society. – 2021. – Vol. 43. – Is. 6. – P. 1095–1112. – DOI: 10.1177/0163443720983276.

510. Google Arts & Culture : виртуальная цифровая платформа. – Изображение : электронное. – URL: artsandculture.google.com (дата обращения: 23.07.2021).

511. Groh, A. Cultural identity and the body / A. Groh. – Text : electronic // Revista Psicologia e Saúde. – 2019. – Vol. 11. – № 2. – P. 3–22. – URL: <http://dx.doi.org/10.20435/pssa.v11i2.907>.

512. Hall, S. Representation: cultural representation and signifying practice / S. Hall. – London : Sage Publication; Thousand Oaks – New Delhi : Sage Publications In association with the Open University. 1997. – 400 p. – Text : direct.

513. Hartley, J. A Short History of Cultural Studies / J. Hartley. – London ; New York : Routledge, 2002. – 200 p. – Text : direct.

514. Hartley, J. Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts / J. Hartley. – London ; New York : Routledge, 2004. – 277 p. – Text : direct.

515. Hese, T. Außerschulische Lernorte im Geschichtsunterricht: Das Museum / T. Hese. – Text : direct // Geschichte erfahren im Museum: Historica et didactica: Fortbildung Geschichte, 2015. Heft 6. – S. 3–22.

516. Hooper-Greenhill, E. Culture and meaning in the museum / E. Hooper-Greenhill. – Text : direct // Museums and the Interpretation of Visual Culture. – London : Routledge, 2020. – P. 1–22.

517. Hooper-Greenhill, E. A. New Communication Model for Museums. Museum Languages: Objects & Texts / E. A. Hooper-Greenhill. – Leicester : Leicester University Press, 1999. xii, – 220 p. – Text : direct.

518. How to Win at Digital Transformation: Insight from a Global Survey of Top Executives. – Text : electronic // Forbes Insights Home. – URL: https://www.forbes.com/forbesinsights/hds_digital_maturity/.

519. Hudson, K. A Social History of Museums: What the Visitors Thought / K. Hudson. – London; Basingtone: The Macmillan Press LTD, 1975. – 275 p. – Text : direct.

520. Hudson, K. Museum of influence / K. Hudson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 220 p. – Text : direct.

521. Husserl, E. B. Die Idee der Phänomenologie. Fünf Vorlesungen / E. B. Husserl. – Hamburg : Felix Meiner Verlag, 1986. – XII, – 96 s. – Text : direct.

522. Iacovino, A. Technologies to Support Tourism Innovation and Cultural Heritage: Development of an Immersive Virtual Reality Application / A. Iacovino, L. T. De Paolis, V. Ndou // *Virtual Reality, and Computer Graphics. AVR 2020: Lecture Notes in Computer Science*. Vol 12243. – Cham : Springer, 2020. – P. 3–14. – DOI: 10.1007/978-3-030-58468-9_1.

523. ICOM. International council of museums. – URL: <https://icom.museum/en/news/icom-define-consultation-2-what-should-be-part-of-the-new-museum-definition/>.

524. Lefebvre, H. *The Production of Space* / H. Lefebvre. – Oxford : Blackwell, 1991. – 454 p. – Text : direct.

525. Lo, W. H. Does Virtual Reality Attract Visitors? The Mediating Effect of Presence on Consumer Response in Virtual Reality Tourism Advertising / W. H. Lo, K. L. B. Cheng. – Text : direct // *Technol Tourism*. – 2020. – Vol. 22. – Is. 3. P. 537–562. – DOI: 10.1007/s40558-020-00190-2.

526. Manca, S. Digital Memory in the Post-Witness Era: How Holocaust Museums Use Social Media as New Memory Ecologies / S. Manca // *Information*. – 2021. – Vol. 12. – Is. 1. – P. 31. – DOI: 10.3390/info12010031.

527. Marstine, J. *New Museum Theory and Practice: An Introduction* / J. Marstine. – Oxford : Blackwell Publishing, 2006. – P. 1. – 338 p. – Text : direct.

528. Mayes, R. Doing cultural work: local postcard production and place identity in a rural shire / R. Mayes. – Text : direct // *Journal of Rural Studies*. – 2010. – № 26. – P. 1–11.

529. McLean, F. *Marketing the Museum* / F. McLean. – London : Routledge, 1997. – 257 p. – Text : direct.

530. Merton, R. K. Manifest and Latent Functions / R. K. Merton. – Text : direct // Merton R. K. *Social Theory and Social Structure*. – New York : The Free Press, 1968. – P. 73–138.

531. Moxey, K. Visual Studies and the Iconic Turn / K. Moxey. – Text : direct // *Journal of Visual Culture*. – 2008. – № 7. – P. 131–146.

532. Nechita, F. The New Concepts Shaping the Marketing Communication Strategies of Museums / F. Nechita. – Text : direct // Bulletin of the Transilvania University of Braşov. Series VII: Social Sciences. Law. – 2014. – Vol. 7 (56). – № 1. – P. 269–278.

533. Nederveen, P. J. Globalization and Culture. Three Paradigms / P. J. Nederveen. – Text : direct // Economic and Political Weekly. – 1996. – Vol. XXXI. – № 23. – P. 1384–1416.

534. Newman, P. The lines that continue to separate us: borders in our ‘borderless’ world P. Newman. – Text : direct // Progress in Human Geography. – 2006. – № 30 (2). – P. 143–161.

535. Otlet, P. Traité de documentation : le livre sur le livre, théorie et pratique / P. Otlet. – Bruxelles, 1934. – Text : direct.

536. Paasi, A. Re-visiting the region and regional identity. Theoretical reflections with empirical illustrations / A. Paasi. – Text : direct // Barndon R., Oye I. and Asbjorn E.(eds). The Archeology of Regional Technologies. – London : The Edwin Mellen Press, 2010. – P. 15–33.

537. Parker, S. Urban Theory and Urban Experience: Encountering the City / S. Parker. – London ; New York : Routledge, 2004. – IX, – 2004 p. – Text : direct.

538. Pastore, S. Beyond the Modern Museum. A Theoretical Framework for a Museal Landscape Analysis / S. Pastore. – Text : direct // Defining the Museum: Challenges and Compromises of the 21-st Century. ICOFOM Study Series. – 2020. – Vol. 48. – Is. 2. – P. 178–192. – DOI: 10/4000/iss.2720.

539. Paulsen, M. B. Toward a Reconceptualization o Sholarship: A Human Action System with Functonal Imperatives / M. B. Paulsen, K. A. Feldman. – Text : direct // Journal of Higher Education. – 1995. – Vol. 66. – P. 615–640.

540. Ruizhong, Li, Mediating the Social-Cultural Function of Museums: A Case Study of the Digital Exhibition of “Landscape with the Fall of Icarus”. – Text : electronic // CCTP711: Semiotics and Cognitive Technologyю – URL: <https://blogs.commonsgeorgetown.edu/cctp-711-fall2016/2016/12/18/a-case->

study-on-digital-exhibition-of-paintings-a-metamediation-of-the-social-cultural-function-of-museums-ruizhong-li/ .

541. Rivero, P. Spanish Archaeological Museums during COVID-19 (2020): An Edu-Communicative Analysis of Their Activity on Twitter through the Sustainable Development Goals / P. Rivero, I. Navarro-Neri, S. García-Ceballos, B. Aso // Sustainability. – 2020. – Vol. 12. – Is. 19. – P. 8224. – DOI: 10.3390/su12198224.

542. Rocher, G. Talcott Parsons and American Sociology / G. Rocher. – New York : Barnes & Noble, 1975. – 186 p. – Text : direct.

543. Rokeach, M. The Nature of Human Values / M. Rokeach. – New York : The Free Press, 1975. – 438 p. – Text : direct.

544. Schwartz, S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries / S. H. Schwartz. – Text : direct // Advances in experimental social Psychology. – Vol. 25. – London : Academic Press, 1992. – P. 1–65.

545. Scott, C. Measuring Social Value / C. Scott. – Text : direct // Museum management and marketing. Inequality. – London ; New York : Routledge, 2007. – P. 41–55.

546. Sloner-Weiss, K. Local Heroes. The Political Economy of Russian Regional Governance / K. Sloner-Weiss. – Text : direct. – Princeton: 1997. – P. 151–168.

547. Šola, T. Reflections on a crucial problem for museums / T. Šola // Sofka V. ed. Museology and identity. ICOFOM Study Series. – 1986. – Vol. 10. – P. 15–18.

548. Sousa, B. Movie Tourism and Attracting New Tourists in the Post-Pandemic Period: A Niche Marketing Perspective / B. Sousa, A. Malheiro, D. Liberato, P. Liberato // Advances in Tourism, Technology and Systems. ICOTTS 2020: Smart Innovation, Systems and Technologies. Vol. 208. – Singapore : Springer, 2021. – P. 373–384. – DOI: 10.1007/978-981-33-4256-9_34.

549. Staupe, G. Einführung: Museen – Orte des Sehens und des Lernens, der Muse und der Bildung / G. Staupe. – Text : direct // Das Museum als Lern- und

Erfahrungsraum. Grundlagen und Praxisbeispiele, Schriften des deutschen Hygiene-Museums Dresden. Bd. 10. – Böhlau – Wien. 2012. Böhlau Verlag GmbH; Colorado University KG. – S. 7–15.

550. Therbom, G. Cultural belonging, structural location and human action. Explanation in sociology and social science / G. Therbom. – Text : direct // Acta Sociological Journal of the Scandinavian Sociological Association. – 1991. – Vol. 34. – № 3. – P. 60–75.

551. Welzer, H. Das kommunikative Gedächtnis. Eine Theorie der Erinnerung. – München : C. H. Beck Verlag, 2017. – 255 s. – Text : direct.

552. West, D. M. Digital Government: Technology and Public Sector Performance / D. M. West. – N. J. : Princeton University Press, 2005. – 265 p. – Text : direct.

553. Williams, R. M. Change and stability in values and value systems: a Sociological Perspective / R. M. Williams. – Text : direct // Understanding Human Values: Individual and Societal / ed. M. Rokeach. – New York : The Free Press, 1979. – P. 15–46.

554. Williams, R. M. Change and stability in values and value systems: a Sociological Perspective / R. M. Williams. – Text : direct // Rokeach M. (Ed.). Understanding Human Values: Individual and Societal. – New York : The Free Press, 1979. – P. 15–46.

555. Yelenevskaya, M. Introduction / M. Yelenevskaya, L. Fialkova. – Text : electronic // Cultural Analysis. – 2011. – Vol. 10. – URL: socrates.berkeley.edu/

556. Zillmann, D. Empathy: Affect from bearing witness to the emotions of others / D. Zillmann. – Text : direct // Bryant J. (Eds.), Zillmann D. Responding in the screen: Reception and reaction processes. – Hillsdale (NJ) : Lawrence Erlbaum Associates, 1991. – P. 281–303.

ПРИЛОЖЕНИЕ

**СПИСОК МУЗЕЕВ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ, ВКЛЮЧЕННЫХ В ВЫБОРКУ**

| № п/п | Официальное наименование | Адрес | Официальный сайт |
|--------------|---|---|---|
| 1. | Анапский археологический музей «Горгиппия» – филиал ГБУК Краснодарского края «Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына» | Анапа, Набережная ул., д. 4 | https://museumanapa.ru |
| 2. | МБУК «Армавирский краеведческий музей» | Армавир, ул. Ленина, д. 114 | https://arkmus.krd.muzkult.ru |
| 3. | МБУК «Геленджикский историко-краеведческий музей» | Геленджик, ул. Островского, д. 1 | https://gelmusey.ru |
| 4. | МБУК «Ейский историко-краеведческий музей имени В. В. Самсонова» | Ейск, ул. Свердлова, д. 104/1 | https://muzeisamsonova.ru |
| 5. | Корабль боевой славы «Михаил Кутузов» – филиал ФГБУКиИ «Центральный военно-морской музей имени Петра Великого» | Новороссийск, Набережная Адмирала Серебрякова, д. 2А | https://navalmuseum.ru/filials/cruiser_mikhail_kutuzov |
| 6. | ГБУК Краснодарского края «Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник им. Е. Д. Фелицына» | Краснодар, ул. Гимназическая, д. 67 | https://felicina.ru |
| 7. | ГБУК Краснодарского края «Краснодарский краевой художественный музей имени Ф. А. Коваленко» | Краснодар, ул. Красная, д. 13 | https://kovalenkomuseum.ru |
| 8. | МБУК «Литературно-мемориальный музей Н. Островского в городе Сочи» | <u>Сочи</u> , ул. П. Корчагина, д. 4 | http://www.muzei-ostrovskogo.ru |
| 9. | Литературный музей Кубани – отдел ГБУК Краснодарского края «Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына» | Краснодар, ул. Поставая, д. 39/1 | https://litmuzkuban.ru |
| 10. | МБУК «Музей истории Адлерского района» | Сочи, ул. Таврическая, д. 9 | http://museumadler.ru |
| 11. | МБУК «Музей истории города-курорта Сочи» | Сочи, ул. Воровского, д. 54/11 | http://museumsochi.ru |
| 12. | МБУК «Музей истории Хостинского района» | Сочи, ул. 50 лет СССР, д. 28 | http://khostamuseum.ru |
| 13. | ГБУК Краснодарского края «Новороссийский исторический музей-заповедник» | Новороссийск, ул. Советов, д. 58 | https://novomuseum.ru |

| | | | |
|-----|---|--|---|
| 14. | МБУК «Сочинский художественный музей имени Дмитрия Дмитриевича Жилинского» | Сочи, Курортный пр., д. 51 | https://sochiartmuseum.com |
| 15. | Таманский музейный комплекс ГБУК Краснодарского края «Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына» | Ст. Тамань Темрюкского района, ул. Карла Маркса, д. 100 | https://тамань-музей.рф |

**РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ
АНАПСКОГО АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО МУЗЕЯ «ГОРГИПСИЯ»**

организационно-правовой статус: филиал государственного бюджетного учреждения культуры Краснодарского края «Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына»; адрес: Россия, Краснодарский край, Анапа, ул. Набережная, д. 4; телефоны: +7 (86133) 4-31-54, +7 (86133) 4-58-76, +7 (86133) 5-64-04; официальный сайт: <https://museumanapa.ru>; электронная почта: museum-anapa@mail.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информативности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 12 | 85,7 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 4 | 57,1 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 3 | 100 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 4 | 100 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 6 | 66,7 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 4 | 66,7 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ АРМАВИРСКОГО КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ

организационно-правовой статус: муниципальное бюджетное учреждение культуры муниципального образования город Армавир; адрес: Россия, Краснодарский край, Армавир, ул. Ленина, д. 114; телефоны: +7 (86137) 3-33-49, +7 (86137) 3-74-03; официальный сайт: <https://arkmus.krd.muzkult.ru>; электронная почта: arkmus@mail.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|----------|-------------|
| 1. | Уровень информационности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 8 | 57,1 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 1 | 14,3 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 2 | 100 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 6 | 66,7 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 0 | 0 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ ГЕЛЕНДЖИКСКОГО ИСТОРИКО-КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ

организационно-правовой статус: муниципальное бюджетное учреждение культуры муниципального образования город-курорт Геленджик; адрес: Россия, Краснодарский край, Геленджик, ул. Островского, д. 1; телефоны: +7 (86141) 2-13-62, +7 (86141) 3-52-87; официальный сайт: <https://gelmusey.ru>; электронная почта: info@gelmusey.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информационности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 13 | 92,9 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 4 | 57,1 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 2 | 66,7 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 6 | 66,7 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 4 | 66,7 |

**РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ
ЕЙСКОГО ИСТОРИКО-КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ ИМЕНИ В. В. САМСОНОВА**

организационно-правовой статус: муниципальное бюджетное учреждение культуры муниципального образования Ейский район; адрес: Россия, Краснодарский край, Ейск, ул. Свердлова, д. 104/1; телефоны: +7 (86132) 2-53-04, +7 (86132) 2-55-58; официальный сайт: <https://muzeisamsonova.ru>; электронная почта: yeiskmuseum@yandex.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информационности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 13 | 92,9 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 1 | 14,3 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 1 | 50 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 2 | 66,7 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 4 | 44,4 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 2 | 33,3 |

**РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ
МУЗЕЯ «КОРАБЛЬ БОЕВОЙ СЛАВЫ “МИХАИЛ КУТУЗОВ”**

организационно-правовой статус: филиал федерального государственного бюджетного учреждения культуры и искусства «Центральный военно-морской музей имен Петра Великого»; адрес: Россия, Краснодарский край, Новороссийск, Набережная Адмирала Серебрякова, д. 2А; телефон: +7 (9384) 03-44-82; официальный сайт: https://navalmuseum.ru/filials/cruiser_mikhail_kutuzov; электронная почта: navalmuseum_dm@mil.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информационности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 13 | 92,9 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 4 | 57,1 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 3 | 100 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 4 | 100 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 3 | 75,0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 3 | 33,3 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 4 | 66,7 |

**РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ
КРАСНОДАРСКОГО ИСТОРИКО-АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА ИМЕНИ Е. Д. ФЕЛИЦИНА**

организационно-правовой статус: государственное бюджетное учреждение культуры Краснодарского края; адрес: Россия, Краснодарский край, Краснодар, ул. Гимназическая, д. 67; телефон: +7 (861) 262-31-05; официальный сайт: <https://felicina.ru/>; электронная почта: info@felicina.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информационности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 10 | 71,4 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 4 | 57,1 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 4 | 100 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 5 | 55,6 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 4 | 66,7 |

**РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ
КРАСНОДАРСКОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ ИМЕНИ Ф. А. КОВАЛЕНКО**

организационно-правовой статус: государственное бюджетное учреждение культуры Краснодарского края; адрес: Россия, Краснодарский край, Краснодар, Краснодар, ул. Красная, д. 13; телефон: +7 (861) 262-31-05; официальный сайт: <https://kovalenkomuseum.ru>; электронная почта: art@kxmuseum.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информационности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 11 | 78,6 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 4 | 57,1 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 2 | 50,0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 1 | 11,1 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 3 | 50,0 |

**РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ
ЛИТЕРАТУРНО-МЕМОРИАЛЬНОГО МУЗЕЯ Н. ОСТРОВСКОГО В ГОРОДЕ СОЧИ**

организационно-правовой статус: муниципальное бюджетное учреждение культуры муниципального образования город-курорт Сочи; адрес: Россия, Краснодарский край, Сочи, ул. П. Корчагина, д. 4; телефон: +7 (862) 262-20-85; официальный сайт: <http://www.muzei-ostrovskogo.ru>; электронная почта: musei.nik@rambler.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|----------|-------------|
| 1. | Уровень информационности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 8 | 57,1 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 0 | 0 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 0 | 0 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 5 | 55,6 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 0 | 0 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ ЛИТЕРАТУРНОГО МУЗЕЯ КУБАНИ

организационно-правовой статус: филиал государственного бюджетного учреждения культуры Краснодарского края «Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына»; адрес: Россия, Краснодар, ул. Постовая, д. 39/1; телефон: +7 (861) 267-18-76; официальный сайт: <https://litmuzkuban.ru>; электронная почта: lit@felicina.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|----------|-------------|
| 1. | Уровень информативности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 5 | 35,7 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 0 | 0 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 0 | 0 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 0 | 0 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 1 | 16,7 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ МУЗЕЯ ИСТОРИИ АДЛЕРСКОГО РАЙОНА

организационно-правовой статус: муниципальное бюджетное учреждение культуры муниципального образования город-курорт Сочи; адрес: Россия, Краснодарский край, Сочи, ул. Таврическая, д. 9; телефон: +7 (918) 319-66-06; официальный сайт: <http://museumadler.ru/index>; электронная почта: museumadler@yandex.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информативности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 10 | 71,4 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 1 | 14,3 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 1 | 25 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 3 | 50 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 0 | 0 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ МУЗЕЯ ИСТОРИИ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ

организационно-правовой статус: муниципальное бюджетное учреждение культуры муниципального образования город-курорт Сочи; адрес: Россия, Краснодарский край, Сочи, ул. Воровского, д. 54/11; телефон: +7 (8622) 64-23-31; официальный сайт: <http://museumsochi.ru>; электронная почта: museumsochi2016@mail.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информационности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 10 | 71,4 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 2 | 28,6 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 1 | 11,1 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 3 | 50 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ МУЗЕЯ ИСТОРИИ ХОСТИНСКОГО РАЙОНА

организационно-правовой статус: муниципальное бюджетное учреждение культуры муниципального образования город-курорт Сочи; адрес: Россия, Краснодарский край, Сочи, ул. 50 лет СССР, д. 28; телефон: +7 (862) 265-34-85; официальный сайт: <http://khostamuseum.ru>; электронная почта: mucbukhosta@mail.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|----------|-------------|
| 1. | Уровень информативности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 3 | 21,4 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 0 | 0 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 0 | 0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 1 | 11,1 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 0 | 0 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ НОВОРОССИЙСКОГО ИСТОРИЧЕСКОГО МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА

организационно-правовой статус: государственное бюджетное учреждение культуры Краснодарского края; адрес: Россия, Краснодарский край, Новороссийск, ул. Советов, д. 58; телефон: +7 (8617) 61-42-74; официальный сайт: <https://novomuseum.ru>; электронная почта: nimz@mail.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информативности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 12 | 85,7 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 2 | 28,6 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 2 | 50,0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 5 | 55,6 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 3 | 50,0 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ СОЧИНСКОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ ИМЕНИ Д. Д. ЖИЛИНСКОГО

организационно-правовой статус: муниципальное бюджетное учреждение культуры муниципального образования город-курорт Сочи; адрес: Россия, Краснодарский край, Сочи, Курортный проспект, д. 51; телефон: +7 (862) 262-29-85; официальный сайт: <https://sochiartmuseum.com>; электронная почта: sochiartmuseum@bk.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|-----------|-------------|
| 1. | Уровень информативности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 11 | 78,6 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 2 | 28,6 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 1 | 50,0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 1 | 25,0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 1 | 1,11 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 1 | 16,7 |

РАСЧЕТ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОФИЛЯ ТАМАНСКОГО МУЗЕЙНОГО КОМПЛЕКСА

организационно-правовой статус: филиал государственного бюджетного учреждения культуры Краснодарского края «Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е. Д. Фелицына»; адрес: Россия, Краснодарский край, Темрюкский район, с. Тамань, ул. Карла Маркса, д. 100; телефон: +7 (86148) 31-1-83; официальный сайт: <https://тамань-музей.рф>; электронная почта: tam_arxeol@mail.ru

| Критерии | | Показатели | Баллы | % |
|----------|--|--|----------|-------------|
| 1. | Уровень информативности | Адрес, телефон, электронная почта; режим работы; карта-схема; ссылки на соцсети учреждения; ссылки на канал на YouTube; ссылки на другие сайты; базы данных; публикации; аудиофайлы, видеофайлы; календарь мероприятий; описание экскурсионных программ; описание лекционных программ; описание и представленность фондов; анонсы новых музейных продуктов | 7 | 50,0 |
| 2. | Цифровые услуги | Виртуальные экскурсии; заказ и приобретение билетов онлайн; подписка на новости и публикации; безналичная оплата на сайте; вакансии учреждения; бронирование гостиницы; заказ трансфера | 2 | 28,6 |
| 3. | Охрана персональных данных | Наличие условий и формы регистрации пользователей; наличие условий и формы регистрации специальных тех. средств | 0 | 0 |
| 4. | Обеспечение доступа людям с ограниченными возможностями | Представленность информации об услугах для людей с особыми потребностями; наличие версии для слабовидящих; наличие специальных программ и продуктов для людей с особыми потребностями | 1 | 33,3 |
| 5. | Обеспечение доступа иноязычных пользователей | Представленность информации на английском языке; представленность услуг на английском языке; представленность информации на другом иностранном языке; представленность услуг на другом иностранном языке | 0 | 0 |
| 6. | Наличие рекламы и доступа к дополнительным платным услугам | Реклама сторонних организаций; наличие дополнительных платных услуг; реклама платных услуг; доступность платных услуг через сайт | 2 | 50,0 |
| 7. | Наличие специальных интерактивных возможностей | Обратная связь онлайн; возможность публикации отзыва; опросы и анкетирование посетителей; механизмы поиска нужных опций, карта сайта; возможность комментария; почтовая рассылка новостей; персонализация данных (личный кабинет); мобильная версия сайта; доступ к мобильным приложениям | 3 | 3,33 |
| 8. | Формы социального партнерства | Специальные детские программы и экскурсии; специальные программы для пенсионеров; межмузейные проекты; сотрудничество с учреждениями культуры; сотрудничество с общественными организациями; наличие попечительских советов | 1 | 16,7 |

