

4. Целищева, М.А. История зданий городской больницы с начала XX в. до конца 1930-х гг., 1940-е гг. XX в. – XXI в. (г. Барнаул) / М.А. Целищева // Сохранение и изучение культурного наследия Алтайского края : материалы XVIII и XIX региональных научно-практических конференций / отв. ред. Г.А. Кубарева, В.П. Семибратов. – Барнаул : АЗБУКА, 2013. – С. 411 – 424.
5. Целищева, М.А. Недвижимое имущество семьи Асановых / М.А. Целищева // Бийский Вестник. – Бийск : БИЯ. – 2012. – № 1(33). – С. 181 – 184.
6. Панина, О. Учителя и ученики рисовальной школы / О. Панина // Алтайский благодатный край. – Можайск : ОАО «Можайский полиграфический комбинат», 2007. – Вып. 8. – С. 314.
7. Каширина, Л.В. Горная аптека – памятник истории и архитектуры / Л.В. Каширина, М.А. Целищева // Краеведческие записки. Вып. 9. – Барнаул : ОАО «ИПП «Алтай», 2011. – С. 215 – 220.
8. Коротков, И. Литературный дворец / И. Коротков // Алтайский благодатный край. – Можайск : ОАО «Можайский полиграфический комбинат». – 2007. – Вып. 8. – С. 512 – 513.
9. Звоник, Е.Ю. История строительства здания городской думы и управы в г. Барнауле / Е.Ю. Звоник // Труды Алтайского государственного краеведческого музея. Том 2. – Барнаул : ООО ИД «Алтайпресс», 2006. – С. 90.
10. Звоник, Е.Ю. История строительства здания радонолечебницы № 1 (ванного корпуса) в Белокурихе / Е.Ю. Звоник, Л.В. Каширина // Сохранение и изучение культурного наследия Алтайского края : материалы региональной научно-практической конференции / отв.ред. Л.А. Никитина, В.П. Семибратов. – Барнаул : Алт. полиграф. комбинат, 2009. – С. 168.
11. Максимова, О. Село наше большое / О. Максимова // Алтайский благодатный край. – Можайск : ОАО «Можайский полиграфический комбинат», 2007. – Вып. 8. – С. 426 – 431.
12. Ревякин, В.И. Музеи мира / В.И. Ревякин. – М. : Информэкспресс, 1993. – С. 6.
13. Юренева, Т.Ю. Музей в мировой культуре / Т.Ю. Юренева. – М. : Русское слово-РС, 2003. – С. 9.

О. Н. Шелегина, И. В. Чувилова

РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА «ИНТЕГРАЦИЯ РОССИЙСКИХ МУЗЕЕВ В РЕГИОНАЛЬНОЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО»

В статье представлены результаты и перспективы реализации открытого междисциплинарного проекта «Интеграция российских музеев в региональное социокультурное пространство». Отражены проектный социологический инструментарий, статистические данные, связанные с музейной аудиторией в Рязанской и Новосибирской областях. Определено развитие проекта, с учетом мирового опыта, в соответствии с концепцией музея как коммуникационного протокола.

Ключевые слова: междисциплинарный проект «Интеграция российских музеев в региональное социокультурное пространство», музейная аудитория, музей как коммуникационный протокол.

На современном этапе социокультурного развития регионы обращаются к своему локальному наследию как неперемennomу условию становления самосознания социума и важному фактору развития территорий. При этом музей начинает выступать не только как центр по сохранению, изучению и актуализации наследия региона, но и как институт социальной адаптации для местного сообщества. Однако взаимосвязи между характером музеефикации наследия и состоянием социальных, культурных, духовных аспектов жизни местного социума практически не изучены, что ставит на повестку дня необходимость их комплексного исследования, придает особую значимость социологическим аспектам изучения проблем актуализации наследия.

Совместной научной разработкой Сектора музейной энциклопедии Российского института культурологии (Москва)¹ и Научного совета по музеям Сибирского отделения Российской Академии наук (Институт истории СО РАН, Новосибирск) является открытый междис-

¹ Ныне – исследовательская группа «Российская музейная энциклопедия». Группа проводит обучающие семинары, направленные на формирование соответствующего исследовательского направления в региональных музеях и практики регулярного изучения музейной аудитории.

циплинарный проект «Интеграция российских музеев в региональное социокультурное пространство». Проект носит новационный характер и направлен на изучение оптимизации механизма взаимодействия музеев и местного сообщества; одним из направлений этой работы является проведение комплексных исследований музейной аудитории. Это открывает новые возможности для создания более ясных и доступных экспозиций, повышения эффективности работы всех типов музейных учреждений с учетом дифференцированного подхода к посетителям. В этом долгосрочном проекте объединяются различные исследовательские программы, направленные на актуализацию историко-культурного наследия в интересах местного сообщества и, как результат, на увеличение «объема» этого наследия в сфере общественного потребления (воспитания, образования, формирования национальной идентичности, социальной стабильности в обществе и т. д.).

Само название проекта показывает, что ключевым моментом нашего исследования стала ориентация на местное сообщество и обозначение места музея в пространстве региона. **Музеи как ресурс территориального развития** – на сегодня это ведущая тема проекта².

Исходя из понимания исследовательской проблемы и ее прикладного значения, одним из первых осуществленных (и продолжающихся) исследований стало «Музей и посетитель–2012». В нем приняли участие специалисты и была задействована музейная аудитория из Рязанской и Новосибирской областей, регионов, весьма непохожих друг на друга. Рязань – один из старейших российских городов с богатой историей; Рязанская область по уровню социально-экономического развития, разработанному Министерством регионального развития РФ, относится к депрессивным регионам. Новосибирск – наукоград, город с высоким научным потенциалом, где функционирует СО РАН. Особенностью музейного мира Новосибирска (и всей Сибири) является активность научных академических музеев, нередко задающая тон всем остальным.

В рамках исследования были проведены: анкетирование потенциального и реального посетителя музея, экспертов, разработана анкета для опроса интернет-аудитории, осуществлялось наблюдение в залах музея, проводились кабинетные исследования и фокус-группы. Весь инструментарий исследования разработан рабочей группой проекта³ (анкеты, карточки наблюдений и т. п.). Как можно видеть, часть методов, которые мы использовали, традиционна для социологических исследований. Однако каждый из них был дополнен, скорректирован в соответствии с поставленными задачами и современными социокультурными реалиями. Также были апробированы новые методы.

Проектный социологический инструментарий был сформирован с учетом отечественного и зарубежного опыта проведения исследований музейной аудитории. Среди использованных методов:

1. Опросные методы:

1.1. Количественные методы (на основе специально разработанных анкет):

прямые – уличные опросы в местах скопления целевой аудитории, опросы в помещении (квартирах, по месту работы), по месту локации (то есть в музее);

опросы с использованием средств связи – телефонные опросы, опросы по почте (в том числе электронной), интернет-опросы (в связи с переходом от понятия «посетитель» к более широкому – «аудитория», в том числе «цифровая культурная аудитория» (*digital cultural audience*)). Следует подчеркнуть, что на сегодняшний момент общедоступных интернет-

² В апреле 2013 г. была проведена одноименная конференция в г. Рязань. Материалы опубликованы в сборнике: Музеи как ресурс территориального развития: Международная научно-практическая конференция. Рязань, 25-28 апреля 2013 г.: материалы и доклады / отв. ред. О.Е. Черкаева. Рязань, 2013.

³ В рабочую группу проекта входят М.Е. Каулен, И.В. Чувилова, О.Е. Черкаева (исследовательская группа «Российская музейная энциклопедия»), О.Н. Астафьева (профессор РАНХиГС при Президенте РФ), О.А. Ефанова (доцент кафедры социологии управления РАНХиГС при Президенте РФ), О.Н. Шелегина (зам. председателя Научного Совета по музеям СО РАН), С.Э. Габидулина (психолог, Центр психологии, Торонто).

сервисов, реализующих подобные функции не существует, что существенно затрудняет работу социологов. Целевая аудитория может направляться на опросы с музейных сайтов и других страниц различных культурологических и иных Интернет-ресурсов. В качестве респондентов при количественных опросах выступают физические лица, которые представляют себя лично, без конкретной привязки к должности или профессии, являющиеся реальными либо потенциальными посетителями музеев.

1.2. Качественные опросные методы:

глубинные интервью, дающие возможность в результате беседы интервьюера с респондентом получить наиболее полную информацию о мотивах, причинах действий, отношении к событиям, фактам, явлениям в деятельности конкретного музея, в музейной сфере в целом;

фокус-группы – групповое интервью в форме дискуссии с целевыми группами музейной аудитории, которые определяются в соответствии с задачами исследования, с региональной спецификой и т.д. (например, педагоги, учащиеся, ученые), которое проводит опытный модератор, основываясь на заранее подготовленном сценарии. Всем участникам предоставляется возможность высказаться, дискутировать в соответствии с предложенной тематикой. С согласия участников исследования производится аудио-запись;

экспертные опросы – участие специалистов в области музейного дела и в сфере управления культурой и образованием в сборе предварительной информации о проблеме исследования (зондаж), анализе (в том числе оценки степени достоверности массового опроса) и решении рассматриваемой проблемы для прогноза развития того или иного явления.

2. Неопросные методы:

наблюдение – непосредственное восприятие и регистрация явлений и процессов в музейной сфере. Для изучения музейной аудитории используются включенные наблюдения, осуществляющиеся при непосредственном участии исследователей, а также опосредованная регистрация процессов, фактов, явлений в музейной сфере (невключенные наблюдения). Метод представляет интерес в связи с апробацией и адаптацией в российской практике опыта изучения посетителей, связанных с поведенческими и когнитивными проблемами;

кабинетные исследования – сбор и анализ вторичной информации из различных источников, например, музейной документации, программ социокультурного развития территорий, республиканского и местного законодательства, ведомственных баз данных, данных статистических исследований, в т.ч. интернет-ресурсов, печатных средств массовой информации.

3. Экспериментальные методы, в частности, *метод социологического воображения*, позволяющий взглянуть на масштабные исторические события через призму индивидуальной судьбы, а на индивидуальную судьбу через призму масштабных исторических событий. Он может представлять интерес для изучения влияния музейных экспозиций на формирование исторического сознания, региональной идентичности, внедрения партисипативных технологий в российскую музейную практику.

4. Психологические методы, в частности, метод тестирования на основе семантического дифференциала.

Приведем некоторые результаты исследования.

На основании результатов опроса можно проследить преобладающий интерес населения к историческим и краеведческим музеям. Среди респондентов, предпочитающих исторические музеи, больше всего посетителей 30 – 55 лет (то есть самой активной части населения). Краеведческие музеи и музеи-заповедники чаще предпочитают представители старшей возрастной группы (55 лет и старше), а естественнонаучные – младшей (16 – 29 лет). Об активном интересе к истории свидетельствуют и материалы фокус-групп: «Заинтересовывать надо самой историей, а не музейными экспонатами» (фокус-группа со студентами). Очевидно, что основная мотивация большинства посетителей – получение исчерпывающей информации об истории страны.

Результаты опросов свидетельствует, что досуговая активность реальной музейной аудитории заметно отличается от показателей потенциальных посетителей. Это относится, прежде всего, к активным формам внедомашнего проведения досуга. Представители реальной музейной аудитории в три раза чаще посещают театры, ходят в кинотеатры и на концерты, то есть выше общий образовательный уровень.

В то же время следует отметить, что посещение музеев не входит в число приоритетных форм проведения досуга и у опрошенных посетителей музеев. Так, этот вид досуговой активности отметили как предпочтительный 28,6 % респондентов из числа реальной музейной аудитории. Следует также отметить, что среди указавших музеи в качестве предпочтительной формы проведения досуга большинство составляют жители небольших городов и поселков городского типа.

Можно предположить, что это связано с преобладанием среди респондентов, проживающих в небольших городах и поселках городского типа, людей старшей возрастной группы, – по результатам видно, что именно они составляют большинство часто посещающих музеи респондентов. Кроме того, в небольших городах меньше возможностей для проведения активного досуга, – таких как посещение театров, концертов и кинотеатров.

Обращает на себя внимание значительная дифференциация предпочитающих музеи респондентов по возрастным группам. Меньше всего их оказалось в молодежной группе, а больше всего – в старшей. И это несмотря на то, что количество респондентов молодежной группы в реализованной выборке составляет большинство опрошенных (43,9 %), тогда как респонденты старшей возрастной группы составляют 18,9 %.

Большое значение в планировании музейной работы имеет выявление факторов, способствующих привлечению посетителей. Результаты опроса показывают, что более половины (52,4 %) опрошенных отметили в качестве такого фактора выставку на интересную для них тему. Далее со значительным отрывом следуют яркое событие, мероприятие (36,6 %) и новая экспозиция (35,2 %). Такая форма работы, как цикл лекций и экскурсий оказалась наименее интересной для потенциальных посетителей (5 %).

Рабочей группой была разработана также анкета для экспертов, включающая 45 вопросов, в том числе связанных с проблемами актуализации регионального наследия. К примеру, анкета включала в себя такие вопросы, как: *Какие новые музеи, на Ваш взгляд, могут дополнить музейный ландшафт области? В чем Вы видите основной недостаток административно-управленческой деятельности в сфере культуры?*

Согласно проведенного параллельного опроса в Рязанской и Новосибирской областях ответ на вопрос: *Какую форму музеефикации Вы считаете предпочтительной для сохранения историко-культурного и природного наследия вашего города (поселка, села)?*⁴ позволил получить следующие результаты:

	Рязань	Новосибирск	Всего
Выборочная музеефикация зон исторической застройки	51,2	55,2	52,8
Историко-культурный заповедник	37,2	48,3	41,7
Экомuseum	18,6	20,7	19,4
Природный заповедник	11,6	13,8	12,5
Другое	2,3	6,9	4,2

Обращает на себя внимание, что в Новосибирской области для населения большее значение имеет создание историко-культурных заповедников, а музеефикация зон исторической застройки признается важной формой в обоих регионах.

⁴ Сумма ответов не равна 100%, так как по методике опроса можно было выбрать несколько вариантов.

В целом, исследование позволило выявить важные аспекты работы с наследием, ключевые моменты взаимоотношения музеев с местным сообществом, в том числе, с сельским населением регионов, позволило сделать ряд ценных выводов и составить рекомендации для музейных специалистов, органов государственной власти и местного самоуправления⁵. Мы можем теперь существенно расширить наше знание о музейной потребности аудитории, понимание процессов актуализации историко-культурного наследия.

На сегодняшний день посещение музеев в структуре досуга реальной музейной аудитории сельских поселений составляет всего 14,3 % (в небольшом городе – 35,6 %) – многие жители села вынуждены отказываться от посещения музеев из-за дальности расстояния. К примеру, на 2746 сельских населенных пунктов Рязанской области насчитывается всего 13 музеев, расположенных в сельской местности. При этом, сельский музей, особенно в отдаленных поселениях, играет совершенно особую роль, заменяя клуб, дом культуры, являясь местом постоянного общения. Небольшие музеи на селе не только способствуют организации досуга населения и повышают его культурный уровень, – они становятся важным фактором повышения качества жизни и самооценки жителей. Для осуществления принципа доступности музейных услуг необходимо разработать программу оптимизации размещения музеев и учреждений музейного типа в сельской местности. Такая программа потребует предварительных исследований возможностей размещения небольших музеев в пунктах, связанных удобным сообщением с поселениями области, выявления историко-культурных и природных объектов для потенциальной музеефикации и т. п.

Например, одна из перспективных форм музеефикации – средовые музеи – наиболее динамичная, активно развивающаяся, как в количественном, так и в содержательном аспекте. Такие музеи могут соответствовать всем трем возможным моделям взаимодействия музея и общества: являться системообразующим предприятием; играть значимую роль в развитии территории, являясь площадкой для культурных инициатив и создавая новые ценности, формируя местные бренды; выступать в качестве инструмента повышения качества жизни.

Небольшие местные, в т.ч. сельские, музеи реализуют важные функции просветительного, воспитательного и познавательного центра. Инициирование и разработка местными органами управления культуры и образования универсального для сельской местности **Музейно-информационного центра** по истории и современному освоению территорий с использованием традиционных и инновационных музейных технологий, способствовало бы решению проблем по сохранению историко-культурного наследия, являющегося своеобразным стратегическим ресурсом нашего государства.

Не менее важное, а зачастую первостепенное значение для реализации культурных инициатив имеет грамотно выстроена региональная культурная политика. К примеру, в Новосибирской области насчитывается 44 музея (то есть один музей на 61 тыс. человек), что является достаточно низким показателем обеспеченности населения музеями. Функционирование 32-х муниципальных музеев в районах и городах области, подчиняющихся органам местного самоуправления и носящих преимущественно историко-краеведческий характер, является определяющим для музейной сети Новосибирской области. В рамках областной целевой программы «Развитие культуры в сельской местности на 2004 – 2011 гг.» была реализована подпрограмма «Сохранение культурного наследия сел Новосибирской области», осуществляется ведомственная целевая программа «Новосибирск – культурная столица» на 2011 – 2013 годы⁶.

Очевидно также, что в современной ситуации для эффективного решения ряда научно-методических и практических задач по реализации культурной политики и интеграции музе-

⁵ См.: Каулен М.Е., Черкаева О.Е., Чувилова И.В. Перспективы внедрения результатов социологического исследования «Музей и посетитель-2012» в практику // Новации в музейном мире. Музей как коммуникационный протокол: Сб. науч. ст. / Отв. ред. И.В. Чувилова, О.Н. Шелегина. Новосибирск, 2013. С. 213-234.

⁶ [электронный ресурс]. URL: <http://mk.nso.ru/Pages/default.aspx> (дата обращения: 30.09. 2012).

ев в региональное социокультурное пространство необходимо формирование новых подходов, включающих создание и апробацию моделей музейных пространств разного уровня.

Так, на проведенной в рамках исследования фокус-группе с учеными СО РАН (модератор – Шелегина О.Н.) значительный интерес вызвал проект создания Музея Сибири. По мнению молодых ученых, в Музее Сибири обязательно должны быть отражены природа, культура, наука и техника, так как в регионе много наукоемких производств, высокотехнологичные отрасли промышленности. Была также подчеркнута необходимость демонстрации культуры жизнеобеспечения всех народов Сибири, в том числе и в интерактивной и виртуальной форме, «чтобы человек попадал» в этнокультурную среду, приобщался к наследию». Учеными были высказаны пожелания о выделении в проектируемом музее научно-исследовательского и презентационного блоков.

Таким образом, качественный опросный метод – фокус-группа – позволил выявить в целом позитивное отношение к разработке проекта Музей Сибири, определить комплексную (визуально-виртуальную с элементами средовой) модель его функционирования, содержательные ключевые позиции, способы организации фондового ресурса, проблемы реализации проекта, обусловленные его масштабностью. Как видно, формы и способы актуализации наследия в проекте Музей Сибири, требуют дальнейшего изучения и обсуждения, с учетом проблем изучения наследия, технологий его презентации, создания соответствующего имиджа региона.

Имидж Сибирского региона в проектируемом музее может формироваться посредством визуализации ассоциативных рядов: исторического, географического, индустриального, модернистского, а также позиционирования городов-символов историко-культурного пространства: Барнаул, Нерчинск – форпосты горнорудной промышленности; Тобольск, Иркутск, Омск – культурные столицы Сибири в разные периоды ее истории; Томск – «сибирские Афины»; Новониколаевск – Новосибирск – самый крупный промышленный, научный, культурный центр за Уралом. Следует подчеркнуть, что в рамках проекта «Музей Сибири» существенную роль играют социологические аспекты изучения проблемы актуализации наследия, связанные с его мифологизацией (имманентные, трансцендентные и локальные мифы). Презентация на основе современных музейных технологий позитивного образа Сибири может вызвать экономический эффект, связанный с развитием туристических потоков и привлечением инвестиций; культурно-образовательный, а также охранно-реконструктивный, обеспечивающий реставрацию культурного наследия и превращение его в культурный ресурс.

Модель комплексного изучения музейного посетителя, выделение социологических аспектов изучения проблемы актуализации регионального наследия в проекте «Интеграция российских музеев в региональное социокультурное пространство» получила поддержку в профессиональной среде отечественных специалистов, признание на международном уровне⁷. Это вселяет надежду на изменение ситуации в работе с музейной аудиторией в нашей стране, позволяет продолжить на новом уровне изучение музея как культурно- и социообразующего ядра различных территориальных образований, приобщающего посетителей ко всему спектру историко-культурного наследия, повышая тем самым уровень гражданской инициативы и ответственности.

⁷ Kaulen M., Cherkaeva O., Chuvilova I., Lamin V., Shelegina O. Studying the opinion of visitors: an historical analysis in Russia // Empowering the visitor: process, progress, protest. ICOFOM Study Series – ISS 41. Tunis, 2012. P. 228-236.