

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
Институт спорта, туризма и сервиса
Кафедра туризма и социально-культурного сервиса

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, заведующий научно-просветительским отделом Краеведческого музея Колейского городского округа
_____/О.А. Репина/
«__»_____ 2020 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,
д.п.н., профессор
_____/Т.Н. Третьякова/
«__»_____ 2020 г.

История и современные тенденции музейного дела в контексте туризма

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–43.03.02.2020.118.ПЗ ВКР**

Руководитель ВКР, к.п.н., доцент
_____/И.А. Фрейнкина/
«__»_____ 2020 г.

Автор ВКР, студент группы СТЗ-357
_____/Н.А. Бердюгина/
«__»_____ 2020 г.

Нормоконтролер, ст. преподаватель
_____/М.Н. Малыженко/
«__»_____ 2020 г.

АННОТАЦИЯ

Бердюгина Н.А. История и современные тенденции развития музейного дела в контексте туризма – Челябинск: ЮУрГУ, СТЗ–357, 2020. – 152 с., библиогр. список – 88 наим., 6 прил., 2 презентации – диск CD-RW.

Работа выполнена с целью повышения аттрактивности Копейского краеведческого музея путем внедрения интерактивных социально-культурных технологий.

В первой главе изложены теоретические результаты ВКР. На начальном этапе охарактеризовано музейное дело как научная проблема. Приведены статистические данные, отражающие тенденции в выборе тематики научных исследований по музейному делу. Определены наиболее актуальные направления отрасли: музейный маркетинг и менеджмент, научное прогнозирование и сохранение объектов культурного наследия, развитие информационных технологий и интеграция в туризм. Также рассмотрены новые подходы к экспозиционированию и экскурсионной деятельности. Нами охарактеризована иерархия управления музейным делом в области. Установлены стратегические планы развития отрасли. Проанализирована история развития музейного дела Челябинской области и его современное состояние. Это позволило выявить отличительные черты и уникальные экспозиции музеев региона, которые позволят привлечь на территорию дополнительный туристический поток.

Во второй главе выпускной квалификационной работы описаны предпосылки интеграции музейного дела и туризма. Произведен анализ экономической, социальной эффективности, а также эффективности взаимоотношений в туристско-экскурсионной деятельности музеев региона. Также нами предложены пути повышения аттрактивности

музеев. В процессе исследования изучены современные тенденции музейного дела, на основе чего разработаны модели: внешней коммуникации музея и создания музейно-анимационной программы.

Модель создания анимационных программ нашла свое применение при разработке музейно-анимационных программ, направленных на повышение attractiveness Краеведческого музея Копейского городского округа. Сформированные в период выпускной квалификационной работы сценарии одобрены дирекцией учреждения, а их реализация внесена в план мероприятий на 2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	
1.1 Музейное дело как научная проблема.....	11
1.2 История музейного дела региона.....	20
1.3 Организация музейного дела в регионе.....	39
Выводы по главе один.....	46
2 ОРГАНИЗАЦИЯ МУЗЕЙНОГО ДЕЛА В КОНТЕКСТЕ ТУРИЗМА	
2.1 Интеграция музейного дела и туризма.....	48
2.2 Анализ туристско-экскурсионной эффективности региональных музеев.....	60
2.3 Современные тенденции и пути повышения музейной аттрактивности	74
Выводы по главе два.....	91
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	93
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	97
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Перечень музеев Челябинской области.....	107
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Анкета для анализа туристско-экскурсионной эффективности региональных музеев.....	133
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Организационная структура Краеведческого музея Копейского городского округа.....	135
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Сценарий Дня Рождения в музее – конкурсно- игровая программа «Зов джунглей».....	136
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Сценарий военно-патриотического эскейп-квеста «Последнее дело героя Огнева».....	146
ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Акт внедрения музейно-анимационных программ	152
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж. Презентация (CD-RW) к защите	
ПРИЛОЖЕНИЕ И. Презентация (CD-RW) по теме ВКР	

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современной рыночной экономики туризм вносит существенный вклад в бюджет города, региона, страны, а в ряде небольших населенных пунктов с ограниченной ресурсной базой является главным катализатором развития. Сегодня туризм занимает одно из ведущих мест в региональных стратегиях долгосрочного социально-экономического развития и государственных программах, направленных на стабильное развитие территорий. Это подтверждает федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)». На данный момент возможности туризма используются не в полной мере, что наиболее ярко проявляется в отношении малых городов, находящихся на периферии внимания региональных администраций. К развитию внутреннего туризма особенно важно привлекать музеи, использующие современные подходы к музейному делу. Это позволит создавать уникальный турпродукт.

Музейный туризм во всем мире получил второе дыхание благодаря существенной трансформации музея. Музейная деятельность приобретает всё большее социокультурное значение, растет ее роль в сохранении и интерпретации культурного наследия, в сложных процессах социальной адаптации и культурной идентификации, в образовательном процессе, в организации досуга. Современные музеи выступают центрами образования, коммуникации, культурной информации и творческих инноваций.

Современная социокультурная ситуация побуждает музеи к поиску своеобразия, к необходимости генерировать новые знания, идеи, ценности. Важным становится разнообразие форм интерпретации аккумулированной в музее информации, а не её односторонняя трактовка. Это привело к бурному развитию музейной педагогики и возрастанию роли музейного проектирования.

Однако появление разнообразных музеев, а также развитие новых направлений и форм музейной деятельности происходит стихийно. На данном этапе развития музейного дела существует противоречие в научно-теоретическом аспекте. А именно, практика значительно опережает теорию. Из чего вытекает необходимость в установлении и осмыслении возникновения и трансформации музейных потребностей, определении тенденций развития музейного дела.

Противоречие на социально-экономическом уровне проявляется в том, что:

- музеи сегодня вынуждены конкурировать с коммерческими досугово-развлекательными центрами за внимание потребителя, но не обладают достаточной материальной, финансовой и кадровой базой;

- музеи Челябинской области обладают туристским потенциалом, но количество туристских программ с их привлечением на рынке крайне мало.

Всё это обозначило проблему исследования, которая заключается в изучении истории и современных тенденций музейного дела в контексте туризма и поиске путей повышения аттрактивности музеев для интеграции их в программы регионального туризма.

Гипотеза исследования основана на предположении, что рассмотрение музейного дела в контексте туризма:

- с позиций исторического подхода;
- с позиций туристско-экскурсионной эффективности;

позволит выявить современные тенденции музейного дела и охарактеризовать пути повышения музейной аттрактивности.

Нормативно-правовой базой выпускной квалификационной работы являются законы РФ [68, 69], распоряжения Правительства [57, 58], Глобальный этический кодекс туризма [15].

Теоретической базой исследования стали труды специалистов разных областей знания. Вопросами периодизации и истории музейного дела занимались М.В. Девейкис, Н.А. Томилов, Ю.М. Лотман. Исследовательские

подходы музееведения изучали Н.М. Дмитриенко, Э.И. Черняк, Н.М. Карамзин. Историю становления музейного дела в Челябинской области исследовали Н.А. Антипин, А.Г. Алятина, И.П. Морозова, И.Г. Малкова. Проблемам терминологии в музейном деле посвящены работы А.П. Балена, С.Г. Нездойминова, Н.Ф. Федорова. Вопросы современного состояния музейного дела, а также контактов музеев, друг с другом и другими учреждениями, их вовлеченность в коммерческую деятельность, в том числе и туристскую, нашли отражение в трудах Е.В. Вишневской и В.В. Перелыгиной.

Инновационные музейные технологии в контексте туризма изучали В.А. Козлова и П.Н. Насруллаева. Их применению к музеям малых городов с ограниченными ресурсами посвящены работы М.Ю. Шершевой и М.Ю. Колкова. Анимационную деятельность в различных видах туризма изучали: Т.Н. Третьякова, В.С. Никитина, В.С. Плотникова, Я. И. Никонова, Л.И. Титова, С.А. Корсакова, Д.А. Ильясова, Н.А. Лифенко. Наиболее значимым для диссертационного исследования стал анализ научных трудов, связанных с разработкой анимационных программ для музеев Е.А. Киселева, Т.Б. Лисициной, Н.Ю. Климовой.

Цель выпускной квалификационной работы – охарактеризовать историю и современные тенденции музейного дела в контексте туризма.

Объект – организация музейного дела на основе исторического подхода.

Предмет – выявление современных тенденций и путей повышения музейной аттрактивности на основе анализа туристско-экскурсионной эффективности региональных музеев.

Задачи выпускной квалификационной работы:

- охарактеризовать музейное дело как научную проблему на основе исторического-подхода;
- проанализировать туристско-экскурсионную эффективность региональных музеев;

- выявить и охарактеризовать тенденции музейного дела и предложить модель разработки музейно-анимационных программ как средства повышения аттрактивности музеев.

Методы выпускной квалификационной работы: описание, наблюдение, анализ, синтез, анкетирование, аналогия, моделирование, дедукция, индукция, классификация. Выбранные методы реализовывались посредством общенаучных принципов: логического и объективности, а также исторического подхода.

Новизна выпускной квалификационной работы состоит в модели разработки музейно-анимационных программ.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в проведении анализа положительного и отрицательного опыта, развития музейного дела в стране и регионе. Нами систематизированы по ряду параметров музеи Челябинской области; изложены пути интеграции музейного дела в туризм; изучены современные тенденции музейного дела, на основе чего разработана модель разработки музейно-анимационной программы. Предложены к реализации музейно-анимационные программы, сформированные на базе экспозиционного материала Краеведческого музея Копейского городского округа. Однако их адаптация способна повысить аттрактивность практически любого малобюджетного краеведческого музея. Первая музейно-анимационная программа называется «Зов джунглей» и направлена на привлечение дополнительных средств в учреждение за счет проведения конкурсно-игровых программ к детским Дням рождения. Вторая программа «Последнее дело героя Огнева» представляет из себя военно-патриотический эскейп-квест в «Зале войны» для подростков, молодежи и семейной аудитории. Она преследует цель расширения аудитории и формирования современного имиджа музея.

Базой исследования являются:

- потребители туристско-экскурсионных услуг музеев Челябинской области;

- музеи Челябинской области, как ресурсы для развития музейного туризма региона;

- Краеведческий музей Копейского городского округа, как база для разработки сценариев по предложенной модели музейно-анимационных программ.

Этапы исследования.

- 1 этап (с 7 октября 2017 г. по 1 февраля 2018 г.) – подготовительный: изучение литературы, выбор и обоснование темы выпускной квалификационной работы, постановка цели и задач.

- 2 этап (со 2 февраля 2018 г. по 1 октября 2019 г.) – определение методов исследования, проведение экспериментальной работы, синтез теоретических положений.

- 3 этап (со 2 октября 2019 г. по 4 февраля 2020 г.) – обсуждение и систематизация материалов исследования, апробация по средствам статей, оформление и предоставление выпускной квалификационной работы на кафедру «Туризма и социально-культурного сервиса», защита.

На защиту выносятся следующие положения:

1) история развития музейного дела предопределила современные тенденции в музейном деле: популяризация музеев под открытым небом; появление детских музеев и развитие музейной педагогики; развитие экспериментальных и эко музеев; создание специальных околмузейных и внутримузейных структур; интеграция музеев различной направленности;

2) экспозиции музеев в регионе в основном представлены краеведческими музеями, в которых наиболее популярны залы: природы, этнографии, минералов и ВОВ;

3) туристско-экскурсионная эффективность музеев находится на следующем уровне:

- социальная эффективность – 71%;
- экономическая эффективность – прирост экскурсантов 11,6%;

- эффективности взаимоотношений – 13%;

4) характеризуя музейное дело в контексте туризма, мы выделили две формы взаимодействия музея и турбизнеса: музей – экскурсионное бюро и музей – подрядчик туроператора (первая форма позволяет музею самостоятельно разрабатывать стратегию музейной аттрактивности для туристов, быть более независимым с точки зрения получения дохода);

5) путями повышения музейной аттрактивности являются: подразделение программ исходя из возраста, материального благосостояния, уровня образования экскурсантов; разработка циклических образовательных программ; создание театрализованных, игровых, соревновательных программ, в которых посетитель становится действующим лицом; внедрение комплексных программ сочетающих несколько видов искусства; создание коллабораций с другими музеями;

б) модель разработки музейно-анимационной программы представляет собой технологический процесс проектирования музейно-анимационной программы.

Апробация и внедрение результатов выпускной квалификационной работы подтверждается публикациями:

- статья «Интеграция музейного дела и туризма (на примере Копейского городского округа Челябинской области)» в сборнике «Информация как двигатель научного прогресса», Волгоград: Издательства «Аэтерна» 2019;

- статья «Современные тенденции музейного дела в контексте туризма» в сборнике «Материалы и методы инновационных научно-практических исследований и разработок», Калуга: Издательство «Омега сайнс» 2019;

- актом внедрения из Краеведческого музея Копейского городского округа.

Всё вышеизложенное определило структуру и содержание выпускной квалификационной работы, которая состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка из 88 источников и приложений.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 Музейное дело как научная проблема

В данном параграфе представлен обзор диссертационных исследований по музейному делу. Также дана характеристика проблемам отрасли, связанным с периодизацией, терминологией, музейным маркетингом и менеджментом, мультимедийными и информационными технологиями, научным прогнозированием и ресурсным обеспечением. Нами изучены вопросы интеграции музейного дела в туризм и сохранения памятников культурного наследия.

Анализируя научные диссертации российских ученых, была рассмотрена статистика с 1990 г. по 2019 г., согласно которой в данный период защищено 959 кандидатских и докторских диссертационных исследований, посвященных изучению музейного дела. Максимальное число диссертаций, посвященных вопросам музейного дела приходится на 2011 г. – 191 работа, а минимальное на период 1993–1996 гг. Так, в 1991 г. в результате известных коренных политических и социально-экономических преобразований в стране произошел отход от идеологических установок, закрепившихся в музейном деле после I-го Всероссийского музейного съезда (1930 г.): изменилось отношение к музею, его месту, роли, функциям и статусу в обществе. В период с 1991 по 1997 г. включительно было защищено 50 диссертаций по музейному делу, которые свидетельствуют о возрастающем интересе к музейной деятельности в новых реалиях. В период с 1998 по 2005 г. наблюдается рост числа диссертационных исследований, посвященных музейному делу (в это время было защищено 159 диссертаций), что подтверждает тенденцию активизации интереса к музейной отрасли. Работы данных лет посвящены как традиционным направлениям музейного дела, так и новым актуальным проблемам, возникшим в ходе изменения политического режима: музейный менеджмент в условиях рыночной экономики: социологических и маркетинговых

исследований в формировании имиджа учреждения культуры, музейная педагогика и возрастные дифференциальные технологии, информационные технологии и нормативно правовая база музейной деятельности. С 2006 по 2012 г. было защищено максимальное число диссертаций по музейной тематике – 458 работ. В последние годы наблюдается значительное снижение интереса к музейному делу в научных кругах: в период с 2013 по 2019 г. защищено лишь 289 диссертаций. Причиной тому служит установление стабильности в отрасли, снижение необходимости в экстренном поиске новых способов ведения деятельности. Тематика исследований за последние 10 лет охватывает такие вопросы как: история формирования музеев, их коллекций, деятельность музеев в определенных временных и политических условиях, социальные и социокультурные функции музеев, музей в социокультурном пространстве регионов, место и роль музея в обществе и культуре, роль общественности в жизни музеев, взаимодействие музея с другими социальными институтами, философское осмысление существования музея, его деятельности, психологическое восприятие различных видов деятельности музея посетителями, государственная и региональная политика в области музейного дела, воспитание патриотизма музейными средствами, музей в системе формирования национально-государственной идеи, экономико-финансовые вопросы музеев, музейные менеджмент и маркетинг, информационные технологии в различных сферах музейной деятельности, отдельные виды музеев (общественные, школьные как самостоятельный вид общественных музеев, ведомственные и пр.), музейная педагогика, взаимодействие музеев и науки, нормативно-правовое регулирование музейной деятельности и т.д. [65].

Музейное дело как научную проблему рассматривают специалисты разных областей знания. Так для историков остается актуальным вопрос периодизации развития музейного дела. Музеевед М.В. Девейкис отмечает: «Периодизация является важнейшим элементом музейной теории. История музейного дела использует методы и достижения, прежде всего

исторической науки. Она рассматривает предмет своего изучения, начиная от возникновения в течение длительного промежутка времени, прослеживая его эволюцию, выделяя главные этапы его развития. Периодизация истории музейного дела способствует осмыслению этого процесса, выявлению закономерностей и тенденций, позволяет обобщить результаты каждого периода. При этом важное значение имеет установление обоснованных критериев деления исторического процесса на отдельные этапы» [21]. Для советских ученых была свойственна периодизация, базирующаяся на формациях и предполагающая 5 этапов, а именно: первобытнообщинный, рабовладельческий, феодальный, капиталистический и социалистический. Нужно отметить, что каждый этап превосходит предыдущий в экономическом и социальном плане.

Доктор исторических наук Томилов Н.А. в своих трудах выделял лишь 3 периода:

- донаучный (с XVI века до середины XIX века);
- период, связанный с возникновением музееведения в рамках буржуазной науки (с середины XIX века до 1917 г.);
- марксистское музееведение – (с 1917 г. до 1980 г.).

Однако вопросы вызывает продолжительность донаучного периода (два с половиной века) и момент начала музейного дела в России. Возможно, периодизацию следует начинать не с XVI века, а с 1714 года (момента образования первого в стране музея). Ещё одним недочетом можно считать отсутствие периодов после 1980 г., притом, что в России произошли кардинальные изменения во всех сферах государственного устройства. В качестве актуальной альтернативы периодизации Томилова можно предложить следующую, основанную на ключевых исторических событиях.

- 1) Дореволюционный период (1714–1917 гг.).
- 2) Советский период (1917–1990 гг.).
- 3) Переходный период (с 1990–2000 г.).
- 4) Новая эра в музейном деле (с 2000 г. по настоящее время).

Культуролог и литературовед Ю.М. Лотман в своих работах объяснял позднее становление в России музейного дела тем, что в стране со времен Средневековья «на вершине духовной жизни стояло Слово». По его мнению, это стало причиной верховенства в культуре литературы «к совершенно неизвестному в Европе авторитету словесного искусства – литературы». А остальные искусства: живопись, музыка, архитектура, ваяние – выступали в качестве профессией, ремеслом. Как отмечают Н.М. Дмитриенко и Э.И. Черняк: «Добавим в список «ремесел» и музейное дело, которое, тем не менее, занимало все более расширявшееся культурное пространство и поэтому не могло не привлекать исследовательского внимания Н.М. Карамзина. Первым в России затронувший музейную проблематику, разработавший особый исследовательский прием, много позже трансформировавшийся в музееведческий подход, Н.М. Карамзин стоял у истоков музееведения, предопределил обращения других русских историков к изучению музейного дела» [24].

Несмотря на многовековую историю музейного дела, до сих пор остается проблема терминологии, в том числе разнятся трактовки базового понятия музей. Анализ научной литературы показывает, что термин музей сегодня трактуется как учреждение с постоянным местом расположения, которое служит на благо развития общества, будучи открытым для публики. Международный совет музеев толкует данное понятие следующим образом: «Музеи приобретают, сберегают, изучают экспонаты, проводят выставки и презентации с целью обучения, развлечения и духовного и материального насыщения человека». А.П. Бален и С.Г. Нездойминов в своих трудах ссылаются на философа Н. Ф. Федорова. Он писал, что музеи собирают, объединяют людей и духовный мир и ставят человека выше вещей. Он понимал музей как «овеществленную память, означающую родство поколений, как единство между настоящим и прошлым». Ему принадлежит утверждение объединяющей функции музея, значимости музея в выявлении (через него) общечеловеческих начал. Философ Н.Ф. Федоров акцентировал

внимание на нравственном значении музея, демократизации музейного общения, объединяющего экскурсовода и посетителя. Исторический анализ возникновения музеев, аспектов их деятельности позволил ему выявить и актуализировать отдельные положения теории музееведения. Складывается определение музея как многофункционального заведения, способного различными путями служить обществу, главным назначением которого является сохранение достопримечательностей прошлого для будущих поколений [12].

В изучении музейного дела, интерес к которому набирает обороты, прослеживается взаимосвязь между историческим этапом и основными проблемами музееведения, возникшего в России в конце XIX – первых десятилетий XX в. В данный период основными научными направлениями были: история музейного дела, музейная деятельность (функционирование музеев), история материальной культуры (история быта), методология, археографии и музеологии, истории музейной сети, профильных групп музеев. В конце 1920-х гг. с утверждением марксистско-ленинской концепции музейного дела музеи берут на себя роль центров документирования и пропаганды социалистического строительства. В рамках господствующей концепции некоторые музееведы предпринимали попытки осветить музейную деятельность на основе исторических источников, обеспечивали накопление исторических сведений, до сих пор не утративших научного значения. Однако их работы все меньше отвечали официальным требованиям, характеризовались как аполитичные, нуждавшиеся в пересмотре и корректировке. Поэтому существует проблема «Белых пятен» в историографии отдельных дисциплин [23].

Е.В. Вишневская и В.В. Перелыгина, характеризуя современное состояние музейного дела, отмечают усложнение системы внутренней и внешней коммуникации учреждений их включенность в рыночные отношения [15]. Снижение государственного финансирования явилось первопричиной для поиска нетривиальных стратегий развития музейного

дела, освоения новых технологий и переподготовки кадров в 1990-х гг. Изменения во внешней среде повлияли на административную структуру учреждений. Так в музеях стали появляться отделы маркетинга, направленные на расширение аудитории. Постепенно модернизировалась и система менеджмента в области культуры. Укреплялась позиция административного аппарата. Все это привело к возрастанию научных трудов по практике эффективного менеджмента.

Сокращение финансирования также выступило катализатором освоения техники фандрейзинга. В Европе уже давно функционируют законодательно закрепленные схемы, стимулирующие бизнес инвестировать в культуру, образование и искусство. Взамен предприниматели получают налоговые послабления. В России музей может добиться экономической поддержки через правительственные или региональные программы на конкурсной основе. Например, грант президента, фонда Тимченко или Потанина «Меняющийся музей в меняющемся мире», премия Комеча, компании «Северсталь». Из-за сложностей во внешней политике сокращаются международные благотворительные программы в сфере культуры. Хотя и сегодня на территории страны ведутся экскурсии по экспозициям открытым совместными усилиями с международными фондами. Умение убедить спонсоров в выгоды сотрудничества во много определяет бюджет музея.

Ещё одним направлением музейного дела, возникшем на рубеже веков, стало изучение и внедрение информационно-визуальных технологий. Освоение новых достижений техники и обучение кадров требует внедрение в музейную деятельность информационных технологий, которые уже вошли в учетно-фондовую, научную, экспозиционно-выставочную, реставрационную, издательскую деятельность столичных музеев, а теперь доходят до регионов. Электронные базы данных позволяют сократить время на занесение в архив информации, а также облегчают процесс ее поиска, передачи и изменения. Благодаря автоматизированной информационной системе (АИС) в музеях создаются синхронизированные базы данных музейных коллекций, которые

регулярно дополняются. Инновационные технологии облегчают процесс моделирования выставочного пространства в формате 3D. Процесс компьютеризации способствует развитию издательской деятельности музеев: научно-популярная литература, энциклопедии по краеведению, каталоги, журналы и газеты. Большинство учреждений культуры ведут просветительскую деятельность через официальный сайт или сообщества в социальных сетях, публикуя информацию о выставках, экспонатах и мероприятиях.

На сегодняшний день одно из наиболее распространенных направлений использования мультимедийных технологий в области социальнокультурного сервиса и туризм – это создание и использование 3D-путешествий. Виртуальные экскурсии и путешествия, это презентации, которые позволяют зрителям осмотреть основные интересующие их объекты (музеи, достопримечательности) еще до реального их посещения. Крупные музеи внедряют в экспозиционную деятельность технологии дополненной реальности. Очень полезным оборудованием для экскурсий по музею можно назвать аудиогид. Это устройство представляет собой mp3-плеер со звуковыми дорожками. Экскурсант следует по экспозиции последовательно и прослушивает материал в наушниках. Таким образом, отпадает необходимость устраивать экскурсию для одного человека, кроме того, он может прослушать только те моменты, которые ему интересны и нужном темпе. Использование сенсорных киосков в деятельности музеев привлекает посетителя приятным дизайном и интересной экранной заставкой, приглашающей совершить виртуальное путешествие по всем залам музея. Эта система представляет собой типовое программно-аппаратное решение, предназначенное для ознакомления посетителей с фондами и экспозициями музея. Информационное наполнение киоска зависит от пожеланий сотрудников музея. Это может быть гид по всем музейным экспозициям или электронный каталог коллекций. Вся информация, представленная в киоске, хорошо структурирована. Использование мультимедийных проекторных

систем в музеях позволит перемещать проекцию по стене, демонстрируют движение объектов. Такие мультимедийные инсталляции служат для создания дополнительного интереса у посетителей.

Активное сотрудничество музеев со сферой туризма также является следствием сокращения государственного финансирования. Современный туризм отличается разнообразием форм, видов и разновидностей. По мнению американского учёного В.Смита существуют шесть категорий туризма: этнический, культурный, исторический, экологический, рекреационный, деловой. К проблемам интеграции музейного дела в туризм в трудах обращался В.А. Квартальнов полагающий, что главная задача историко-культурного туризма состоит в том, чтобы познакомиться с достижениями культуры, науки и техники (музеи, галереи, культовые сооружения, архитектурные ансамбли и т.п.), посетить исторические места и сооружения. Музейный туризм, безусловно, не является изначально традиционным направлением деятельности музеев, а является скорее вынужденным экономическим решением. Ряд авторов отмечает, что на переломе XX и XXI столетий существенно меняется миссия музеев во всем мире. Мировая практика показывает, что развитие музеев идет по пути превращения их в комплексные культурно-исторические и досуговые центры [50].

У музеев малых городов другой путь развития. Сегодня для привлечения внимания они обращаются к методам театрализации и игры. Ученые из Владимирской области М.Ю. Шершева и М.Ю. Колков исследовали проблему ограниченных ресурсов муниципальных музеев. Ими предложены варианты интеграции музейных экскурсий в туристские маршруты и способы привлечения турпотока в такие населенные пункты. Исследователи пришли к выводу, что интерактивные программы, креативный комплексный подход к нетрадиционному музейному показу помогает привлечь все возрастные и социальные группы. Благодаря этому аудитория муниципальных музеев может расти и создавать дополнительные возможности для развития малых российских городов. Музеи могут вносить существенный вклад в

формирование потребительского опыта в малом городе и в создание запоминающихся впечатлений при взаимодействии туриста с предлагаемым туристским продуктом [76].

Зарубежные ученые говорят о скором преодолении замкнутости музеев. Здесь следует сказать о научном прогнозировании. Например, Н. Морс в статье о будущем музеев предполагает, что они из отдельно отведенных зданий шагнут в социальные учреждения: больницы, дома престарелых, приюты. Однако это потребует новых навыков от сотрудников [88]. М. Остерман полагает, что границы музея помогут раздвинуть передовые технологии: ведь непрерывный рост инноваций несет много последствий для музеев. В частности, новые технологии могут улучшить устный перевод, расширить доступ к ресурсам и способствовать поддержке, интеграции в социум людей с ограниченными возможностями. Техника сделает информацию более доступной, разнообразной. Инновации позволяют индивидуализировать подход в обслуживании, удовлетворять разнообразные запросы посетителей [87].

Ещё одним научным направлением в музейном деле, является работа по сохранению памятников культурного наследия. Средства выделяются на реконструкцию религиозных сооружений и архитектуры до революционной застройки. Современная государственная политика в области культуры в качестве одной из задач выделила деидеологизацию и духовное возрождение российского общества. Программа мероприятий предполагает деятельность по восстановлению исторической роли объектов историко-культурного наследия в контексте культуры, не идеологии.

Составлен перспективный план мер по охране исторических памятников федерального и регионального значения. Определены факторы влияния на данное направление музейного дела. К внутренним факторам относятся: проводимая государством политика по отношению к историко-культурному наследию, сложившиеся в обществе традиции отношения к памятникам истории и культуры, коммерциализация культуры. К внешним факторам

относятся: глобализация культурных явлений в мире, распространение массовой культуры под воздействием укрепляющихся международных связей и вхождением России в мировое культурное пространство. В 2002 г. принят федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» [28].

Резюмируя выше изложенное, музейное дело сегодня в научных трудах уже не рассматривается как проводник идеологии, а анализируется как современное социально-культурное досуговое учреждение. Актуальны такие направления как музейный маркетинг и реклама, музейный туризм, инновационные технологии в музейном деле, новые подходы к экспозиционированию. В контексте туризма наиболее значимы проблемы, связанные с низкой посещаемостью музеев и сложностями интеграции музейных программ в уже сформированные туристские продукты.

1.2 История музейного дела региона

В данном параграфе описаны изменения, происходящие в системе управления музеями в стране, которые предопределили развитие музейного дела Челябинской области. Нами в хронологическом порядке изложена история становления и развития музейного дела региона.

В дореволюционной России органа управления музейным делом не существовало. Музеи принадлежали различным ведомствам, органам самоуправления, земствам, частным лицам, осуществлявшим управление и финансирование. В первой половине XIX в. с реформами центрального правительственного аппарата и образованием министерств академические музеи были переданы в Министерство народного просвещения, музеи дворцовые в ведомство Министерства Императорского двора. В этот же период обязательными стали документы: «правила», «положения», «уставы», определявшие цели, задачи, структуру, источники финансирования каждого музея. Управление сетью местных музеев было возложено на попечительские

советы учреждений, которые их создавали. Решение о необходимости создания специального органа по управлению музейным делом принято в 1912 г. на Предварительном съезде музейных деятелей. После Февральской революции в июне 1917 г. были учреждены художественно-исторические комиссии, находившиеся в ведении бывшего Министерства Императорского двора. Главной их задачей являлось сохранение культурного наследия страны.

Централизованное руководство музейной деятельностью начиная с 1918 г. осуществлялось отделом по делам музеев и охране памятников искусства Наркомпроса РСФСР. Также функционировало музейное подразделение в научном отделе, ведавшее естественнонаучными музеями и техническими музеями; отдел по делам музеев и охране памятников искусства и старины. Местные органы управления музейным делом создавались при отделах народного образования местных Советов. Будучи автономными в пределах своей территории, они действовали под руководством Наркомпроса. С годами процесс централизации только усиливался. В 1921 г. управление всеми музеями Наркомпроса было сосредоточено в Главном комитете по делам музеев и охраны памятников искусства и старины (Главмузее), который в 1922 г. при реорганизации Наркомпроса был преобразован в Отдел по делам музеев и охране памятников искусства и старины Главного управления научными, музейными и научнохудожественными учреждениями. Наркомпрос воздействовал на подчиненные ведомства путём методического руководства, создания межведомственных совещаний и комиссий. С образованием в 1922 г. СССР управление музеями в союзных республиках формировалось как в РСФСР.

Во 2-й половине 1920-х гг. из-за политических изменений музеи становятся частью политико-просветительного аппарата и осуществляют пропаганду сложившейся системы. В 1927 г. музейный отдел был реорганизован: ликвидированы подотделы, сокращены штаты, функции

учёта архитектурных памятников переданы в Центральные государственные реставрационные мастерские, археологических – в Академию истории материальной культуры. В 1930 г. по причине реорганизации Наркомпроса РСФСР ликвидированы Главнаука и находившийся в её структуре музейный отдел. Взамен в составе сектора науки Наркомпроса создана музейная группа. В 1933 г. отдел музеев восстановлен и превращен в орган проведения в жизнь политических и организационных установок путём циркуляров и указаний. Во 2-й половине 1930-х гг. произошло разделение управления музеями:

- естественноисторические, исторические, краеведческие, литературные музеи остались в ведении музейного отдела Наркомпроса РСФСР;
- художественные, театральные, музыкальные музеи перешли в ведомство Всесоюзного комитета по делам искусств при Совнаркоме СССР.

Децентрализация управления музеями, восприятие музея как политико-просветительского учреждения, отсутствие внимания к музейной специфике негативно сказались на развитии музеев. В годы Великой Отечественной войны органы управления музеями руководили сохранением коллекций, учётом Государственного музейного фонда, комплектацией материалов о войне, организацией идейно-воспитательной работы.

В феврале 1945 г. был создан Комитет по делам культурно-просветительской работы, в рамках которого организовано Управление музеями. Это событие закрепило музеи в системе культурно-просветительской работы. В ведение Управления перешли музеи, находившиеся ранее в подчинении Наркомпроса. Аналогичные реформы произошли в союзных республиках. Однако в 1953 г. система управления музеями претерпела новые изменения по причине создания министерств культуры СССР, союзных и автономных республик. Основными органами руководства музеями в системе Министерства культуры СССР стали Управление культурно-просветительских учреждений и Управление изобразительных искусств и охраны памятников (в 1957–1963 гг. оба

управления существовали как отделы). В 1963 г. в управлениях были созданы музейные отделы.

В 1983 г. Музейный отдел Управления культурно-просветительных учреждений преобразован в Управление музеев Министерства культуры СССР. Руководство музейной сетью страны централизованно осуществляли министерства культуры союзных и автономных республик, управления культуры облисполкомов и отделы культуры районных и горисполкомов Советов народных депутатов. Музеи союзного значения находились в прямом подчинении Министерства культуры СССР. В разработке теоретической и методологической базы музейной деятельности органы управления опирались на музееведческие центры. Центральные консультативные органы при Министерстве культуры СССР: Научно-методический совет по работе музеев и Всесоюзный межведомственный совет по работе музеев. Управление музеями на всесоюзном, региональном и местном уровнях осуществлялось под руководством партийного аппарата.

Для управления музеями в середине 1960-х – середине 1980-х гг. характерно внедрение в практику единых принципов организационной и штатной структуры, целей, содержания и форм работы музеев. Этому способствовали утверждённые Министерством культуры СССР типовые положения: «Положение о краеведческом музее союзной, автономной республики, края, области, национального округа, района» (1965), «Типовое положение о литературных музеях» (1965), «Положение о мемориальном музее» (1967), «Типовое положение об историческом музее» (1968), «Типовое положение о музее, работающем на общественных началах» (1978).

После 1985 г. начался демонтаж административно-командной системы управления культурой, и в частности музейным делом. В 1988 г. в структуре Министерства культуры СССР было создано Главное управление культурномассовой работы, библиотечного и музейного дела, которое получило полномочия направлять, координировать и стимулировать развитие музейного дела так, чтобы его конкретные процессы определялись на местах.

С 1992 г. в связи с распадом СССР и упразднением Министерства культуры СССР функции управления в сфере культуры перешли к Министерству культуры РФ (на региональном уровне в комитеты и отделы культуры при областных и городских администрациях). В его структуре существует Управление по делам музеев, задача которого содействие обеспечению оптимальных условий развития музеев в стране через реализацию специальных программ, налаживание музейных взаимосвязей внутри России и за рубежом путём организации и обмена выставками, проведения конференций и совещаний, привлечение специалистов к разработке концепций музейного дела и перспективных моделей музейных учреждений

Все вышеизложенные изменения в системе управления музеями оказали влияние на развитие музейного дела Челябинской области. Старейшим музеем области является Златоустовский краеведческий музей, основанный в 1825 году как музей Златоустовского горного округа. Учреждение находится в бывшем доме горного начальника. Наибольшей аттрактивностью обладают коллекции златоустовской гравюры на стали и холодного оружия, кусинского и каслинского литья. Заслуживают внимания посетителей и доспехи Александра II. Музейный фонд регулярно пополнялся и сегодня насчитывает более 72 тысяч единиц хранения.

Первая попытка организовать музей непосредственно в г. Челябинске была предпринята лишь в 1913–1914 гг. В ходе исследовательской краеведческой работы И. М. Крашенинниковым собраны геологическая и нумизматическая коллекции. К сожалению потомков, геологическая коллекция была утеряна в 1914–1915 гг., уцелела лишь малая часть экспонатов без этикетаж. Вторая попытка организовать Общество изучения местного края и местный музей была сделана группой учащихся г. Челябинска в 1918 г. 18 апреля группа из 19 активистов-учредителей провела организационное собрание «Приуральского общества изучения местного края в г. Челябинске». Позднее число членов Общества возросло до 48 деятелей, 15 человек членов-сотрудников. Новое Общество приняло

измененный устав Уральского общества любителей естествознания, переработало его и окончательно утвердило летом 1919 г. На первичном этапе развития Общество ставило перед собой следующие задачи:

- исследовать юго-восточное Приуралье, входящее в пределы Оренбургской губернии;
- организовать местный краеведческий музей с сопутствующей инфраструктурой: библиотеки, станции, лаборатории.

На практике работа коллектива проявилась:

- в поиске путей для получения финансовых средств;
- в выяснении судьбы коллекций прежних исследователей края;
- в формировании базы для Челябинского губернского музея: собраны коллекции по геологии, минералогии, палеонтологии, археологии и ботанике;
- в создании библиотеки музея из 154 единиц;
- было положено начало лекционной работы в музее, который был открыт для посетителей три раза в неделю.

В период с 1919 по 1921 гг. общество приостанавливало работу из-за Гражданской войны, эвакуации и проблем с поиском нового помещения. В этот период документация «Приуральского общества», приходно-расходные книги, квитанционные книги и архив были переданы в Челябинский губернский музей. Вопрос возобновления работы Общества изучения местного края снова был актуализирован в 1922 г., когда Челябинский губернский музей получил прочную материальную основу: двухэтажное здание из камня; финансирование Челябинским губернным экономическим совещанием. В том же году были открыты первые отделы музея: местной природы (минералы, геология, палеонтология, животный и растительный мир края); истории, археологии и этнографии; промышленно-экономический и сельскохозяйственный [8, с. 92].

Несмотря на возникающие проблемы на начальном этапе, музей получил высокую оценку Народного комиссара просвещения А.В. Луначарского,

посетившего музей 9 января 1924 года. В листовке, выпущенной музеем по этому поводу, изложено: «Луначарским было выражено удивление по поводу того, что несмотря на свою юность, музей имеет ряд ценных коллекций... На прощанье товарищ Луначарский предложил обращаться в необходимых случаях к нему лично и в книге посетителей музея сделал следующую запись: «Посетил музей, составленный с большой любовью и знанием дела. От души желаю молодому делу быстрого развития. Нарком по просвещению А. Луначарский».

Одним из ведущих специалистов в первые годы существования музея был С. Н. Дурылин. Директор музея И.Г. Горохов не побоялся принять его на работу, несмотря на высылку молодого ученого из Москвы за религиозные убеждения. С.Н. Дурылин, трудясь в музее ученым археологом в 1923–1924 гг., проводил исследования курганов эпохи бронзы; систематизировал нумизматическую коллекцию; положил начало этнографической. В 1924–1925 гг. он руководил археологическими раскопками близ Челябинска. В 1930-е годы Горохов привлек для работы в музее другого крупного ученого-археолога К.В. Сальникова, который впоследствии отметит, что только благодаря поддержке И.Г. Горохова, его вниманию к изучению истории края, Челябинский музей выдвинулся в ряды лучших провинциальных научно-исследовательских организаций, занимающихся вопросами археологии. Теперь многие годы ни одна работа по вопросам палеолита, эпохи бронзы и скифо-сарматского времени в Приуралье не обходилась без привлечения материалов Челябинского музея.

1930-е годы были трудным временем в истории музея: на 3,5 года растянулся перевод музея в здание бывшей Свято-Троицкой церкви. В ноябре 1929 года здание Троицкой церкви было передано музею, но ненадолго. В сентябре 1931 года распоряжением председателя горсовета экспонаты и имущество музея перевезли в здание закрытого к этому времени Христорожественского собора. Постройка середины XVIII века оказалась для музея неподходящим зданием из-за сырости, низкой

температуры и слабой освещенности. Поэтому было принято новое решение: музей переместить обратно в Троицкую церковь, а собор снести. Так в июне 1932 г. музей был вновь возвращен на прежнее место и уже находился в здании Троицкой церкви вплоть до возвращения здания верующим.

В эти же годы было упразднено Приуральское общество изучения местного края, разделившее судьбу аналогичных учреждений на территории СССР, что нанесло огромный удар по развитию краеведения. Не избежал музей и репрессий 1930-х годов: в 1937 году были арестованы сотрудники музея, среди них: Д.М. Бабин, И.Н. Сверчков, М.А. Протасов. В эти годы изменилась позиция руководства в стране и на местах по отношению к музеям. Они рассматривались как идеологические учреждения, обязанные в первую очередь пропагандировать достижения советского строя. В Челябинском музее появились отделы и экспозиции, рассказывающие о строительстве крупных гигантов индустрии, социалистическом соревновании, передовиках производства и т.д. Вопросы изучения истории и природы края отошли на второй план.

Однако главные трудности музеев ожидали в годы Великой Отечественной войны. Экспозиции были демонтированы, значительная часть коллекций перебазирована. Главной задачей музейщиков являлось сохранение коллекций. С 1944 года в Челябинском областном краеведческом музее функционировали выставки, посвященные подвигу народа в годы войны. В 1945 г. Верховный Совет СССР наградил И. Г. Горохова медалью «За доблестный труд в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.».

После Великой Отечественной войны в СССР активно велось восстановление разрушенных музеев и строительство новых (см. таблицу 1). На Южном Урале в послевоенные годы количество музеев увеличивается с 11 в 1945 году до 16 в 1951 году и за два последующих года сокращается на две единицы – до 14. Такой несущественный прирост музеев объясняется тем, что даже не каждый уже существовавший музей мог функционировать в послевоенные годы. Так в Челябинской области в 1948 г. Кыштымский

краеведческий музей был закрыт из-за отсутствия здания, в Троицком музее 1948–1951 гг. велись ремонтные работы; с 1949 по 1951 год Катав-Ивановский музей не работал в связи с изменением экспозиции.

Таблица 1 – Количество музеев в Челябинской области в послевоенный период

Год	Количество музеев в Челябинской обл. в шт.
1945	8
1946	8
1947	9
1948	9
1949	10
1950	10
1951	10
1952	9
1953	9

Челябинский областной краеведческий музей в 1947 году открыл для посетителей две выставки: «Челябинск в годы Великой Отечественной войны» и «Челябинск за 30 лет Советской власти». Согласно историческим данным они вызвали ажиотаж у местных жителей. Ещё одним достижением музея стали 11 выставок-передвижек на разнообразные темы, проведенные за 1947 г. Например, «Полезные ископаемые Челябинской области», «Организация индивидуального огорода», «Уход за овощными культурами», «Борьба с вредителями овощных культур», «Челябинск – фронту». Упор в работе музей делал на формирование у детей и других групп посетителей уважения к труду и истории родного края. С 1951 администрацией учреждения налажена связь с научными учреждениями: кафедра археологии Уральского государственного университета, Челябинский педагогический институт, Челябинский отдел Географического общества СССР.

Краеведческий музей выстроил коммуникацию с Ильменским государственным заповедником имени В. И. Ленина (переписка); с музеями области – обмен опытом работы, помощь в приобретении материалов, выдача приборов и определенных коллекций.

В музеях региона были собраны археологические коллекции, отражающие общественную жизнь народов, населявших Оренбургскую и Челябинскую области. Историческую значимость имели экспонаты, относящиеся к Оренбургу XVIII века, экспонаты периода пугачевского восстания; этнографические коллекции – одежда, утварь русских поселенцев, башкир, казахов, татар, мордвы, оренбургских и уральских казаков. Совместно с музеями Челябинской области массово велась краеведческая работа. К ней привлекались учащиеся школ, техникумов, вузов. Основными формами музейной деятельности являлись: выставки, лекции, конференции. Учреждения старались приобрести уникальные экспонаты у коллекционеров, местного населения и других музейщиков. Сдерживающим фактором для научной работы выступала идеология. Экспозиции строились на основе классового подхода, прославляли коммунистическую партию и Сталина. Российская и мировая история искажались и замалчивались [6].

В период «оттепели» (хронологические рамки 1953–1964) подход к музейному делу меняется. После смерти Сталина стартовал процесс развенчания культа личности вождя, а после XX съезда КПСС возникла возможность нового осмысления истории. Под руководством И.Г. Горохова продолжался рост и совершенствование Челябинского государственного краеведческого музея. В это время учреждение ставило перед собой новые задачи, усложняло профессиональную деятельность. Из официальной документации музея: «учет коллекций и другая фондовая документация велась образцово по меркам требований того времени». Главным нормативным документом в музейном деле на территории Южного Урала с 1947 по 1967 г являлась Инструкция по учету музейных фондов. В отчете о работе Челябинского краеведческого музея за 1958 г. зафиксировано: «На

1 января 1959 года внесено: в инвентарную книгу основного фонда – 1624 коллекции и предметов, в инвентарную книгу научно-вспомогательных материалов 1062 коллекции и предметов». В 1959 г. на инвентарный учет поступило материалов «основного фонда 2957 предметов, материалов научно-вспомогательного фонда – 2278 предметов. Всего 5235 предметов». В статье «Развитие культуры Челябинской области после XX съезда КПСС» отмечено: «В нашей области работает шесть музеев, предполагается открыть в 1959 году музей в Сатке».

Согласно статистике на всей территории Челябинской области росло число посетителей музеев. По данным Государственного архива Челябинской области, в 1958 г. Миасский краеведческий музей посетило 36421 человека, в том числе 288 организованных групп, которые были обслужены экскурсоводами музея. За год проведено 73 консультации по краеведческим вопросам. Среди посетителей 14800 учащихся. Музей имел полный профиль краеведческого музея, состоял из трех отделов: природы, истории дореволюционного прошлого, истории советского периода. Согласно данным того же архива, в 1963 г. был открыт Каслинский краеведческий музей, который в тот же год посетило 1161 человека. А краеведческий музей Аши на общественных началах за 1963 г. посетило 21788 человек, проведено 6 туристических экскурсий.

Резюмируя музейную деятельность в период «оттепели», отметим, что школьники продолжают выступать основной аудиторией музеев. Новой формой деятельности становятся пионерские сборы. Наметилась тенденция к пополнению экспонатов. Развиваются туристские экскурсии на базе музеев [48].

Массовое строительство музеев приходится на вторую половину 60-х – 80-е года XX века. Перечислим музеи Челябинска и подробнее остановимся на специализации наиболее значимых музеев других населенных пунктов Челябинской области.

Начнем с Копейского краеведческого музея, открытого в 1967 г. Выставочная площадь учреждения 532 кв. м: четыре зала постоянной экспозиции и три выставочных зала для сменных экспозиций. Посетители побывают в залах геологии, природы, этнографии, а также в «Зале войны».

В том же году основан «Историко-художественный музей города Трехгорный» и «Уфалейский городской историко-краеведческий музей». В первом на данный момент более 32 тысяч экспонатов: большая коллекция уральских минералов, редкие книги и документы, собрание миниатюрных книг Анатолия Коненко, Каслинское художественное литье, Златоустовская гравюра на стали. А во втором около 17 тысяч предметов: атрибуты старинного быта, каслинское литье, кузнецовский фарфор и старинные книги.

В 1970 двери для посетителей открыл «Варненский краеведческий музей им. В.И. Савина». Экспозиция включает традиционные разделы: быт, природа, история местного населения, роль земляков в победе в Великой Отечественной войне. Наиболее интересны археологические находки: древний меч, наконечник стрелы, височная подвеска, сосуды, каменная баба. Можно увидеть здесь и заглушку от космического корабля.

Открытие «Музея Магнитогорского металлургического комбината» приходится на 1973 год. Экспозиция рассказывает об истории комбината, от его строительства и развитии вплоть до наших дней. В музее много функционирующих макетов. А в 1975 г. в Магнитогорске заработал «Музей-квартира Б.А. Ручьева», которая посвящена жизни и творчеству поэта, литературной жизни города Магнитогорска.

В Катав-Ивановске краеведческий музей появился в 1975 г., а статус государственного он приобрел в 1978 г. С 1990 г. находится в особняке князей Белосельских-Белозерских, бывших владельцев Катав-Ивановского железоделательного завода (памятник архитектуры XIX века). На второй этаж музея ведет чугунная лестница. Музей рассказывает об истории города, о старом быте, есть отдел природы, проходят и временные выставки. В музее

13,5 тысяч единиц хранения. Особенно ценной считается коллекция из 777-ми серебряных монет, обнаруженных в 1920-е годы.

Магнитогорская картинная галерея основана 1979 г. Это единственный музей художественного профиля в Магнитогорске. Галерея постоянно работает с выдающимися профессиональными художниками-живописцами, графиками и скульпторами. В ней проводятся передвижные выставки, меняющиеся каждый месяц. Сотрудниками галереи организуются различные мероприятия: концерты, мастер-классы, лекции, экскурсии, игра «музейное ориентирование».

Открытие «Кунашакского историко-краеведческого музея» приходится на 1977 г. В фондах музея более двух тысяч экспонатов. Среди них старые предметы быта башкир, предметы земледелия, национальные костюмы и музыкальные инструменты. Однако больший интерес представляет метеорит Кунашак, упавший в Кунашакском районе.

В 1985 году открылся «Нагайбакский районный историко-краеведческий музей им. А.М. Маметьева». Местом его размещения стал дом отставного офицера Оренбургского казачьего войска 1860-х годов постройки. В фондах учреждения около 3,5 тыс. экспонатов. Музей посвящен истории казаков-нагайбаков, быту и хозяйству.

В 1987 году в большом казачьем доме А.М. Тинибаева открыт «Музей истории села Париж» площадью 169 кв.м. В музее четыре зала и небольшая картинная галерея. Восстановлен интерьер казачьей избы, представлена история казачества, рассказывается о земляках и участниках Великой Отечественной войны.

В это же время начал свою работу «Октябрьский историко-краеведческий музей». В экспозиции представлена флора, фауна, минералы Октябрьского района, рассказывается об истории этих мест. Представлены работы местных мастеров.

Отметим, что для музейного дела Челябинска в данный период характерно появление профильных музеев и музеев крупных

производственных и образовательных организаций: Музей истории медицины, Музей археологии и этнографии ЧелГУ, Музей истории Южно-Уральской железной дороги (ЮУЖД), Музей истории эксплуатационного локомотивного депо, Музей истории ЮУрГУ, Музей памяти воинов-интернационалистов, Музей истории «Челябэнерго», Музей истории трудовой славы ОАО «ЧЭМК». Общее число музеев в регионе в 80-е годы равно 13-ти.

В научных кругах в это время на смену термину «теория» пришла «методология» музейного дела, которая включала общую теорию музееведения, теорию документирования, теорию научно-фондовой работы, теорию музейной коммуникации. Что касается прикладного музееведения, то оно вобрало: научную методику, технику, организацию и управление музеями.

В начале 90-х с распадом СССР и крахом идеологии коммунизма экспозиции музеев становятся разнообразнее, провокационнее и информативнее. Музеи учатся функционировать самостоятельно, подчиняясь собственным музейным уставам и правилам. Музейные сети расширяются, профильные структуры музеев также изменяются, развивается рекламная и маркетинговая деятельность. По причине сложной экономической ситуации открытие новых музеев приходится лишь на вторую половину десятилетия. Небольшие краеведческие музеи начали свою работу в Карталах, Снежинске и Нагайбакском районе. А музей природы национального парка «Таганай» из-за недостаточного финансирования создавался буквально всем миром. Открылся он в 1999 году. Находится в Таганайском лесничестве. В музее три большие коллекции: минералогическая, зоологическая и ботаническая. Есть и палеонтологические находки [22]. К концу века на территории Челябинской области существовало 25 музеев.

В начале XXI в. музеям региона удалось сохранить коллекции и избежать сокращение кадров, несмотря на социально-экономические проблемы в стране. Наиболее крупные учреждения области совершили прорыв и стали

оказывать услуги в сфере дополнительного образования и туризма. До 2010 г. существовали пробелы в законодательной базе, регламентирующей музейную деятельность. Значимая часть музеев была не зарегистрирована. Особенно данная проблема коснулась частных и общественных музеев. Ряд муниципальных учреждений из-за неопределенного административно-правового статуса не вошли в музейный фонд Российской Федерации и лишились федеральных и региональных субсидий. Деятельность учреждений культуры региона регламентируется Законом Челябинской области от 28.10.2004 г. за № 296-ЗО «О деятельности в сфере культуры на территории Челябинской области».

По количеству музеев на 10 января 2011 года Челябинская область занимает восьмое место среди регионов страны. На начало 2011 года в Челябинской области функционируют 47 музеев (сокращение количества музеев по сравнению с предыдущими годами произошло по причине объединения музеев Нагайбакского района в единое музейное учреждение). Три музея области являются государственными: Челябинский исторический музей Южного Урала; Музей искусств г. Челябинска; музей историко-культурного заповедника «Аркаим». В муниципальном ведомстве находятся 44 учреждения. Краеведческую специализацию имеют 37 музеев; художественную направленность – 4 музея; естественно-научную – 2 учреждения; 4 учреждения функционируют как музейно-выставочные центры. Историко-краеведческие музеи удерживают лидерство в общем количестве музейных учреждений по количеству единиц музейных фондов и занимаемым площадям.

Не имели юридического статуса на 3 июня 2011 года 8 музеев Челябинской области: Музей природы г. Аша, Музейно-выставочный центр г. Аша, музей истории Агаповского района, Троицкий краеведческий музей, Октябрьский историко-краеведческий музей, районный историко-краеведческий музей с. Кунашак, музейно-краеведческий центр г. Куса, Чебаркульский районный музей им. С. Герасимова. Имеют договор с

Роскультурой о передаче музейных предметов в безвозмездное пользование: ГУК «Челябинский областной краеведческий музей», Красноармейский краеведческий музей, музей имени В. К. Егорова, краеведческий музей Катав-Ивановского муниципального района.

Основной музейный фонд всех музейных учреждений Челябинской области в 2009 году составил 620 068 единиц хранения, вместе с научно-вспомогательным фондом – около 1 млн. единиц. По результатам ревизии и проверки сохранности и наличия фондовых предметов была установлена недостача в 22 тыс. коллекционных единиц, которая объясняется отсутствием централизованного списания по имеющимся основаниям утраченных предметов. Из них около 40% предметов основного фонда и более 60% вспомогательного фонда в основном утративших музейную ценность предметов. Проблема объясняется отсутствием в штате некоторых муниципальных музеев ставок хранителей.

Большинство музеев Челябинской области не имели на 2010 г. лицензии на хранение и экспонирование оружия (лицензия имеется в Челябинском областном краеведческом музее, в музее города Сатка, подготовлены документы в Копейске). Значительным вкладом в организацию работы музеев стало внедрение программы «КАМИС», которая организует электронный учет фондовых предметов и облегчает анализ хранящихся в музеях коллекций, помогает не только организовать учет, но и проведение выставок, движение различных музейных документов. Сегодня в программу «КАМИС» занесено более 146 тысяч экспонатов. Однако в ряде музеев программа не установлена из-за отсутствия компьютеров необходимой мощности.

Музеи Челябинской области расположены в 93 зданиях, из них целенаправленно возведены – три, в памятниках федерального значения располагаются три музея, в памятниках регионального значения – 19. В оперативном управлении находятся 90 зданий, арендуются – два. Требуют капитального ремонта и реставрации 20 зданий, три музейных здания

находятся в аварийном состоянии (Касли, Кыштым, Озерск). В 2009–2010 годах во многих городах и районах области проведены текущие ремонты зданий музеев, приведены в порядок прилегающие к зданиям территории. Во многих сельских музеях существуют проблемы с пожарной и сторожевой безопасностью.

Основные показатели деятельности музеев, объем предлагаемых услуг населению в данный период соответствуют показателям деятельности музеев Уральского региона. С 2009 года активно ведется научно-исследовательская и научно-просветительская работа, посвященная победе в Великой Отечественной войне. Возрождая интерес к традиционной культуре, народным обычаям Златоустовский краеведческий музей разработал цикл этнографических праздников и экскурсию по исторической части города по маршруту городского трамвая. Прослеживается тенденция увеличения количества передвижных выставок. Во многих музеях области произошло обновление экспозиций, хотя эту работу необходимо продолжить с привлечением серьезных средств, для приобретения современного музейного оборудования. Материальная база большинства музеев по-прежнему остается в неудовлетворительном состоянии, большинство музеев нуждаются в обновлении оборудования, оснащении техническими средствами. Экспозиции муниципальных музеев в основном построены на макетах и вспомогательном материале. Активизация музейной деятельности и внимание администрации к проблемам музеев в 2011 году выражается, прежде всего, в работе Министерства культуры Челябинской области над документом «Нормативы минимального ресурсного обеспечения общедоступных музеев», принятие которого определит – какие учреждения музейного типа достойны быть государственными музеями.

На сегодняшний день на территории Челябинской области работает свыше 120 музеев, в то время как в 2000 г. их было лишь 42. Музеи активно сотрудничают с туристическими, образовательными и досуговыми организациями. Муниципальные музеи решают проблему индивидуализации.

В последнее время популярный музей – это развлекательно-познавательный центр, необычный и непохожий на остальных музеев, который мог появиться только в конкретном городе и связанный с историей и культурой места [45].

Подводя итоги развития музейного дела в Челябинской области, можно заключить, что на него повлияли мировые тенденции и политические изменения, происходящие в стране. В роли локомотива на протяжении почти века выступал Государственный исторический музей Южного Урала, который продолжает диктовать тенденции в музейном деле области, активно сотрудничая с коллекционерами, музеями Москвы и Санкт-Петербурга. Ключевой фигурой в развитии краеведческой и музейной работы для Челябинска стал И.Г. Горохов.

1.3 Организация музейного дела в регионе

В параграфе будет рассмотрена иерархия административных структур региона: начиная с Министерства культуры Челябинской области и заканчивая дирекциями конкретных музеев. Также нами дана характеристика организаций содействующих развитию музейного дела, и выделены типичные и отличительные черты музейного дела области.

На региональном уровне управление музеями области осуществляется Министерством культуры Челябинской области. Это орган исполнительной власти, осуществляющий государственную политику в сфере культуры и искусства. На данный момент министром культуры Челябинской области является А.В. Бетехтин.

Среди направлений деятельности министерства культуры области, связанных с музейным делом, можно выделить:

- разработку областных целевых программ в сфере музейной деятельности и охраны объектов культурного наследия;
- проведение комплексного анализа и прогнозирования тенденций развития музейного дела на территории Челябинской области;

- реализацию экономических реформ в сфере культуры;
- методическую и консультативную работу, обеспечение развития информационной системы;
- помощь в проведении научно-исследовательской работы, внедрение современных отечественных и зарубежных технологий;
- сохранение и развитие народного, художественного творчества, промыслов и ремесел, обеспечение разнообразия культурно-досуговой деятельности населения Челябинской области;
- содействие ведению выставочной деятельности в сфере культуры;
- приобретение произведений изобразительного и декоративно-прикладного искусства в целях пополнения музейных коллекций, а также осуществление финансирования работ по созданию указанных произведений;
- государственный учет и охрану недвижимых памятников истории и культуры в пределах полномочий, предоставленных законодательством Российской Федерации и Челябинской области;
- учет, сохранение, пополнение, реставрацию, использование и популяризацию государственных музейных фондов, внедрение современных систем безопасности и информатизации музеев Челябинской области;
- содействие в подготовке, переподготовке и повышении квалификации кадров;
- награждение государственными наградами Российской Федерации, присвоение почетных званий Российской Федерации; награждение ведомственными знаками отличия, наградами и премиями Челябинской области;
- лицензирование, аттестацию, аккредитацию заведений культуры Челябинской области.

На муниципальном уровне управление музейной деятельностью осуществляют управления культуры при администрации населенных пунктов. Назначение директоров музеев происходит «сверху»: через местные

власти, если музей городской, или через федеральные, если музей федерального значения. Возможны два варианта. В первом случае директора назначают из числа опытных работников музея. У претендента на должность обычно есть лоббисты, которые настаивают на назначении именно этого кандидата. Во втором случае власти выбирают директора из числа старожилов музея, и тогда им становился либо главный хранитель, либо заведующий отделом. В обоих случаях мнения сотрудников, а тем более общественности учитывается крайне редко.

Помимо Министерства культуры Челябинской области развитию музейного дела региона способствуют образовательные организации. Так получить высшее образование музееведа можно в Челябинске в Челябинском государственном институте культуры.

Не менее значим вклад в процветание отрасли Центра историко-культурного наследия, функционирующего с 1990 г. Его появление обусловлено смещением интереса в исторической науке с большой истории (государства в целом) к истории малой (регионов и населенных пунктов). На момент создания в Челябинске был областной краеведческий музей, а учреждения, занимающегося историей города и ее сохранением, не было.

Благодаря кругу энтузиастов во главе с историком и краеведом Владимиром Боже и был создан центр. Сегодня его сотрудники проводят разнообразные социально-культурные мероприятия, ориентированные на непрофессиональную аудиторию. В их основу положены тематические сюжеты, дифференцированные для разных возрастных групп. Однако наиболее понятной и привычной формой работы по-прежнему остаются выставки, базирующиеся на богатом музейном фонде. Главную ценность представляют материалы Е. В. Александрова, архитектора, который, можно сказать, построил Челябинск, так как многие здания, идеи планировки принадлежат ему или созданы им в соавторстве с коллегами. Наиболее прогрессивной формой популяризации истории города являются квесты, реализуемые Центром историко-культурного наследия. Это различные

загадки и задания, на выполнение которых зачастую уходит достаточно много времени (например, найти определенные места в городе, сфотографироваться с ними или узнать что-то о них). Такие мероприятия проводятся бесплатно для посетителей и пользуются популярностью.

Не менее важным направлением деятельности центра является работа по сохранению объектов культурного наследия города. Согласно Федеральному закону № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», организации, в чьем распоряжении находятся памятники истории культуры, обязаны проводить мероприятия по их ремонту, реконструкции или реставрации.

В собственности города находится не так много объектов культурного наследия, но это объекты знаковые, и многие из них являются символами города. Некоторые из этих памятников требуют достаточно значительных затрат по поддержанию должного вида. Центр историко-культурного наследия выступает заказчиком ремонтных работ в отношении объектов культурного наследия. Работы, над такими объектами, имеют жесткие требования и ряд ограничений по подрядчикам, которые имеют право на них работать. Что касается тех объектов, находящихся в руках частных владельцев, полномочиями по их охране (по всей Челябинской области) обладает Государственный комитет охраны объектов культурного наследия Челябинской области. Они имеют право обязать собственника принять какие-то меры по приведению объекта в надлежащий вид [85].

Ещё одной организацией вносящей значимый вклад в развитие музейного дела Челябинской области является Ассоциация музеев Южного Урала. Она объединяет десятки государственных и частных учреждений, способствуя привлечению южноуральцев к истории региона. Ежегодно организация проводит семинар «Вектор взаимодействия», на который съезжаются ведущие музейщики. В 2019 году он прошел в Миассе и собрал представителей двух десятков музейных учреждений (от Аркаима до Еманжелинска, Карабаша, Чебаркуля, Кусы, Челябинска, Копейска...).

Специалисты обсудили, как обстоят дела в музейной сфере Южного Урала, как должны развиваться музеи и в чем их миссия. Среди спикеров были: начальник отдела охраны объектов культурного наследия Надежда Степанова (поведала о порядке взаимодействия с государственными органами при осуществлении работы по сохранению объектов культурного наследия), заместитель директора Центра историко-культурного наследия Артём Александров (рассказал о новых формах и методах организации мероприятий, призванных популяризировать историко-культурное наследие.) Слушателей заинтересовало, что выставки, проводимые центром, всегда являются контактными, то есть посетителям не запрещается брать предметы в руки, примерять, ощупывать. Вызвал интерес аудитории доклад представителей золотошвейной мастерской Богоявленского собора города Миасса. Они представили праздничные накидки на престол и жертвенник, воздухи и покровцы, рушники и праздничное облачение священника, вышитые иконы и башмачок святителя Спиридона Тримифунтского, плащаницы Господа и Пресвятой Богородицы. Музейщики извлекли много новой информации из выступления, посвященного правилам оформления экспозиций. Уже определена программа семинара на 2020 г., приуроченная 75-летию Великой Победы. В неё войдут доклады о Хохрякове и о военных фотографиях. Местом проведения выбраны: музей-блиндаж в поселке Таянды и в музей Хохрякова в Коелге.

Для выявления закономерностей и специфики музейного дела в Челябинской области нами были рассмотрены 100 наиболее узнаваемых музеев региона по версии сайта «Ураловед». Учреждения классифицированы по типу собственности, профилю и представленным экспозициям. В основу анализа положены классификации, предложенные А.В. Ануфриевым. Вся собранная информация систематизирована в таблицу (см. приложение А).

Полученные в ходе этой работы данные позволили установить, что больше половины музеев Челябинской области (56%) находятся в муниципальной собственности, а лишь 5% в государственной. Крайне мала

для региона доля частных музеев, что говорит о низком спросе на экскурсионно-просветительные услуги (см. рисунок 1). Предприниматели не видят в музейном деле перспектив для получения прибыли.



Рисунок 1 – Музеи Челябинской области по типу собственности

Отсюда вытекает ещё одна проблема: однообразие музеев. Доминирующая часть музеев является историко-краеведческими и включает в себя одни и те же залы: природы, быта, минералов и Великой Отечественной войны. Подобные музеи мало чем отличаются по всей территории России. В то время как тематических музеев, куда могли бы ходить посетители по интересам, не хватает. В подтверждение приведем слова председателя Ассоциации музеев Южного Урала, директора Музея наперстков Владимира Малиновского: «Сейчас большое распространение получают маленькие музеи. Например, музей-квартира какого-нибудь писателя. В крупных городах с богатой историей можно идти по улице и видеть много таких «музейчиков-комнат». Конечно, такие большие музеи, как Эрмитаж, это хорошо, но важно понимать, что у каждого из нас свое хобби. Кому-то нравится Ахматова, а кто-то вообще не любит стихи, а предпочитает рок. И вот вам, пожалуйста, музей-квартира, где начинала свое

восхождение на музыкальный Олимп какая-нибудь известная группа. Сейчас мода на промышленный туризм – зашли на кирпичный завод, фабрику шнуров или куда-нибудь еще – а там помимо производства маленький музей» [84].

Развитие промышленного туризма является перспективным направлением для Челябинской области. Однако уже сегодня существуют коллекции в музейных фондах, ради которых туристы готовы ехать на Южный Урал. Узнаваемость региона в музейном деле формируется благодаря экспозициям художественного каслинского и кусинского литья, а также Златоустовской гравюре. Остановимся на них подробнее.

Кусинское литье периода 1860–1917 гг. заслужило мировое признание. Выгодная комбинация из природных условий, привлеченных профессионалов, преемственности поколений и авторского стиля мастеров позволила добиться уникального результата. Как отмечает Н.В. Багапова: «Не испытывая поначалу влияния профессиональных скульпторов, кусинские мастера оказались более свободны в выборе стиля. Это проявилось в умении подчинить кабинетную скульптуру бытовому назначению, а также в обобщении формы и выявлении характерных деталей. Позднее с появлением выпускников Строгоновского художественно-промышленного училища на кусинском заводе образовался творческий союз профессиональных скульпторов и опытных мастеров кабинетного стиля» [13].

Несмотря на узнаваемость стиля, в небольших муниципальных музеях кусинское литье периодически путают с каслинским. Так А.М. Петриченко писал: «Ведущее место среди уральских заводов, производящих художественные отливки, занимал завод в Кусе, успешно соперничавший по мастерству с Каслями. Кусинское литье зачастую называют каслинским. Что совершенно неправильно» [55, с. 92].

Каслинское чугунное литье славится в мире не меньше кусинского. Его расцвет приходится на 1860–1890 гг. В этот период Каслинский литейный

завод получил Малую золотую медаль Вольно-экономического общества (в 1860 году). Завод участвовал в выставках в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Париже, Лондоне и других городах мира. На Всемирной выставке в Париже в 1900 году экспонаты «Кыштымских горных заводов наследников Расторгуева» поразили посетителей. Сегодня работы каслинских и кусинских мастеров кабинетного стиля представлены в 10-ти музеях области: Государственном историческом музее Южного Урала, Уфалейском городском историко-краеведческом музее, Златоустовском краеведческом музее, Музее художественного литья г. Касли, Доме-музее скульптора А.В. Чиркина, Музейно-краеведческом центре г. Кусы, Магнитогорском краеведческом музее, Магнитогорской картинной галерее, Историко-художественном музее г. Трехгорный и Челябинском государственном музее изобразительных искусств.

Большую ценность для музеев Челябинской области представляют гравюры и оружие златоустовских мастеров. Оружейная фабрика была открыта в Златоусте в 1815 году для выпуска холодного оружия для русской армии и флота. Для обучения были приглашены мастера из Германии, а самым известным мастером-уральцем стал Иван Бушуев. Знаково, что все участники Парада Победы (1945 года) были вооружены златоустовским холодным оружием.

Изделия местных мастеров представлены не только на Урале но и в государственном Эрмитаже, Оружейной палате, Государственном историческом музее, военно-историческом музее артиллерии Санкт-Петербурга, Музее оружия Золингена в Германии, Имперском военном музее в Лондоне и т.д. Златоустовские клинки дарят руководителям государств Европы, Азии, Африки и Америки, видным деятелям науки и культуры, военачальникам, политикам.

Анализ экспозиций музеев Челябинской области позволил установить, что на музейное дело повлиял и этнический состав населения. В частности в 10% из рассмотренных нами музеев есть зал, посвященный казачьему быту.

Это обусловлено тем, что на протяжении многих веков Южный Урал считался казачьим краем. Казаки заселяли Красноармейский район Челябинской области (за исключением Бродокалмака и Русской Течи), Миасское, Пашнино, Канашево, станицу Долгодеревенское, весь Сосновский район, Кизильское, Магнитное. Отметим, что Челябинск выступал крупнейшей станицей Оренбургского казачьего войска. По мнению историков, на Каменный пояс, как назывался Урал в старинных русских летописях, первые казаки пришли более пятисот лет назад. Военные специалисты оценивали казачью конницу как лучшую в мире легкую кавалерию. Казаки проявили себя во время сражений в Северную и Семилетнюю войны, во время Итальянского и Швейцарского походов А.В. Суворова 1799 годов. Особенно отличились казачьи полки в наполеоновскую эпоху. Возглавляемые легендарным атаманом М.И. Платовым иррегулярное воинство стало одним из главных виновников гибели наполеоновской армии в России в кампании 1812 г. Именно с этими событиями связано появления в области села Париж. Однако в период перестройки казачье движение пришло в упадок и в последние годы ведется активная работа по его восстановлению и популяризации. К этому процессу подключены музеи региона.

Подводя итоги, следует отметить, что на данный момент музеи есть на многих больших предприятиях и в большинстве населенных пунктов (города, крупные поселки, села). Тем не менее, ведущее место в развития музейного дела с момента основания и до 2020 г. является Государственный исторический музей Южного Урала. Он является методическим центром для музеев Челябинской области, проводит курсы повышения квалификации музейных работников, предоставляет передвижные выставки муниципальным музеям. Создан совет директоров муниципальных музеев Челябинской области, запланированы совместные мероприятия: создание путеводителя по музеям Челябинской области, проведение фестиваля музеев, создание банка данных об обменных выставках. Вдобавок Государственный

исторический музей Южного Урала выпускает научные сборники, проводит семинары и конференции. Ежегодной является конференция, приуроченная ко дню рождения основателя музея И.Г. Горохова «Гороховские чтения». С 2010 г. под руководством заместителя директора по научной работе Н. Ивановой изменилась концепция конференции: она стала поднимать не столько общие вопросы истории Урала, сколько темы максимально близкие к проблемам деятельности музеев Челябинской области. В последнее десятилетие Государственный исторический музей Южного Урала вышел на новый уровень и встал в один ряд с лучшими музеями Российской Федерации.

Выводы по главе один

На данном этапе развития туризм занимает одно из ведущих мест в социально-экономическом развитии страны. Набирает популярность такое направление культурного туризма, как музейный туризм. Музей в XXI в. перестал быть инструментом пропаганды и выступает центром социально-культурной жизни общества, поэтому привлечение его к развитию внутреннего туризма позволит создать ряд уникальных турпродуктов.

В научных трудах проблема музейного дела рассматривается с точки зрения: периодизации, методологии, терминологии, сохранения объектов историко-культурного наследия и подготовки кадров. В контексте туризма наиболее значимы проблемы, связанные с низкой посещаемостью музеев и сложностями интеграции музейных программ в уже сформированные туристские продукты.

На развитие музейного дела региона повлияли все значимые для России события, поэтому исторические периоды совпадают с периодами становления музейной деятельности в Челябинской области: 1825–1919 гг. – зарождение музейного дела в регионе; 1919–1921 гг. – упадок, вызванный Гражданской войной; 1922–1941 гг. – становление краеведения на Урале;

1941–1945 гг. – массовое создание экспозиций в поддержку фронта и советской идеологии; 1945–1953 гг. – прославление промышленности и сельского хозяйства; 1953-1964 гг. – «оттепель» вносит разнообразие в содержание экскурсий и экспозиций; 1964–1986 гг. – период «застоя»; 1986–1991 гг. – открытие новых выставочных залов, экономическая нестабильность музеев; с 1991г. современный этап развития музейного дела.

Сегодня руководство музейным делом региона находится в ведомстве Министерства культуры Челябинской области. На муниципальном уровне музеи находятся в подчинении у управления культуры при администрации населенных пунктов. Несмотря на то, что в регионе насчитывается более 100 музеев, задает тенденции развития музейного дела области и оказывает методологическую помощь другим учреждениям Государственный исторический музей Южного Урала.

2 ОРГАНИЗАЦИЯ МУЗЕЙНОГО ДЕЛА В КОНТЕКСТЕ ТУРИЗМА

2.1 Интеграция музейного дела и туризма

В данном параграфе сформулированы такие понятия как культурный и музейный туризм; дана характеристика современного состояния и основных тенденций развития музейного туризма в России и мире; перечислены главные факторы, предопределившие интеграцию музеев; рассмотрены современные требования в области экспозиционирования; предложены варианты сотрудничества музеев и туристских организаций по предоставлению индивидуальных и групповых социально-культурных услуг.

В современных условиях развития активно ведется насаждение ценностей массовой культуры, следствием чего становится дефицит в обществе духовности. Туризм, в частности культурный, направлен на восполнение этого дефицита, и в этом велика роль музеев. Одним из путей духовного развития общества выступает культурный туризм. Особенностью культурного туризма является формирование целостного представления об истории и культуре, способствующего развитию диалога и взаимодействию между культурами. Принятый ВТО в 1999 г. «Глобальный этический кодекс туризма» впервые определил туристскую политику в области развития культурного туризма: «Туристская политика и деятельность осуществляются на основе уважения художественного, археологического и культурного наследия в целях его защиты и сохранения для будущих поколений; особенное внимание при этом уделяется охране и заботе о памятниках, святилищах и музеях, которые должны быть широко открыты для посещения туристами; следует поощрять доступ публики к культурным ценностям и памятникам, находящимся в частном владении, при уважении прав их владельцев, а также в здания религиозного характера, без ущерба для культовых потребностей». Нами под культурным туризмом понимаются все виды путешествий, которые главным образом мотивированы стремлением к контакту с материальной и духовной культурой, отраженной в исторических

памятниках, традиционной архитектуре и ремесле, в устном народном творчестве, музыке, языке, быте и традициях [11]. Культурный туризм включает в себя: осмотр объектов историко-культурного наследия, просветительных и образовательных мероприятий, учреждений культуры и искусства, общение с местным населением. Происхождение термина «культурный туризм» приходится на 80-е годы XX века и является новой формой «туризма наследия», который был особенно популярен в странах Запада в 70-х годах XX века. Непосредственно сам музейный туризм, как самостоятельное явление сформировался относительно недавно.

Музейный туризм – это профессиональная деятельность музеев в сфере культурного туризма по созданию и распространению туристских услуг музейного характера: проектирование и монтаж экспозиций, организация и проведение экскурсий, создание магазинов музейной атрибутики. Это направление в туризме зародилось на западе в 1970-е годы, а до России добралось лишь к середине 1990-х годов, когда музеи переживали экономический кризис и проблемы самоопределения. Учреждения культуры были вынуждены искать новых пути развития и источники дополнительного финансирования, в том числе среди предприятий сферы туризма.

Последние 10-15 лет во всем мире набирает обороты музейное строительство. Актуальность возрастания интереса туристов и экскурсантов к музеям напрямую связана с изменением дизайна музеев, проявляющегося в авангардном внешнем и внутреннем облике. В мегаполисах рассматриваются проекты глобального расширения и модификации существующих музеев, создаются новые музеи, хранящие и презентующие посетителям искусство - от древнего до ультрасовременного. Все эти меры направлены на привлечение туристов.

В музейное дело за рубежом стали активно инвестировать. Для наших реалий удивительно, что такое консервативное учреждение как музей может принимать огромный поток посетителей. Среди многообразия построенных в последнее десятилетие художественных музеев центром притяжения

внимания выступают здания, позиционирующие себя в качестве духовных центров в социально-культурном пространстве. Зачастую, эти хранящие художественные ценности сооружения являются провокационными, концептуальными, подчас агрессивными по своему характеру, смелыми и модернистскими. Они претендуют на звание доминанты вокруг которой организуется всё городское пространство. Подобные здания выступают туристическими символами территории, являются центром творчества, местом общения молодежи, отражением современной культуры. Например, Музей искусств Милуоки, построенный по проекту Сантьяго Калатравы в 2001 году. Главной отличительной чертой его архитектуры является «Солнечный бриз» – своеобразные «крылья», которые раскрываются в солнечную погоду и складываются в пасмурную и ночью [56]. Россия тоже движется в данном направлении, и в Москве появилось современное стеклянное здание Музея техники Apple.

Музейный туризм в России балансирует между задачами диверсификации туристского продукта, коммодификации музейных ресурсов и, одновременно, сохранения и развития традиционного коллекционного собрания. Период экстренной адаптации отечественных музеев к туристической индустрии, проблемного привыкания к устоявшимся музейным направлениям туроператорского функционала завершился. В музейном деле завершается формирование системы грамотного менеджмента. С 2002 г. сектор туризма и специальных программ Государственного Эрмитажа проводит ежегодный Круглый стол «Музей и проблемы «культурного туризма»». Другие значимые мероприятия в этом ряду: проектно-аналитические семинары, ориентированные на профессиональную переподготовку музейных сотрудников (например, «Музейный туризм Карелии: от замысла к реальности», Петрозаводск, 2004 г., за которым последовали встречи сходного формата в Казани, Красноярске и т.д.); проведение по номинации «Музей и технологии туризма» грантового конкурса музейных проектов фонда В. Потанина «Меняющийся музей в

меняющемся мире», программы фонда культурных инициатив М. Прохорова. Новый формат музейного туризма – это практика осознанного, компетентного и гибкого встраивания музея в предлагаемые туристической индустрией обстоятельства, установление «миллионов диалогов» с посетителем [43].

Вместе с культурой в целом в XXI в. радикально трансформировался музей. Будущее музеев связано с расширением контактов музеев с окружающим обществом. А.В. Романчук сформулировал ряд предпосылок интеграции музеев (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Предпосылки интеграции музейного дела в туризм

№	Наименование предпосылки интеграции	Роль предпосылки интеграции
1	Глобализация	Облегчает установку контактов различными способами коммуникации, делает доступнее путешествия и доставку грузов.
2	Унификация	Позволяет ощущать себя «как дома» в любой точке мира.
3	Популяризация электронных визуальных средств	Когда репродукции великих полотен можно найти в интернете с помощью смартфона, музей позволяет увидеть подлинники передающие дух эпохи.
4	Расширение аудитории	Клиентский поток в условиях рынка является одним из ведущих показателей эффективности деятельности

Учитывая преобразования в системе финансирования, музей вынужден активно выстраивать диалог с посетителями. Теперь прежде чем приступить к проектированию нового продукта учреждения культуры проводят исследования спроса, уровня доходов целевой аудитории, конкурентной среды, региональных тенденций.

В последнее десятилетие активно развивается музейный менеджмент. Управляющие обращаются к перспективному плану как действенному инструменту для постановки целей, задач и детализации путей их решения. План позволяет определить приоритетные направления деятельности, исходя из значимости и срочности, грамотно распределить временные, кадровые и финансовые ресурсы. Согласно рекомендациям ведущих специалистов в области музейного менеджмента (Р. Майлз, Б. Лорд, Г. Д. Лорд, Фр. Кабер, К. Хадсон, Дж. Фридман, Е. Л. Шекова, В. Ю. Дукельский, К. Ю. Дятликов и др.) в процессе планирования следует решить три ключевые задачи:

- определить целевую аудиторию;
- построить «дерево целей»;
- просчитать риски.

К составлению перспективного плана привлекается штат музея, включая административных работников, научных сотрудников и хранителей фондов, потому что коллектив выступает адресатом и исполнителем. К согласованию плана допускаются и заинтересованные группы, сотрудничающие с музеем: местные власти (определяющие политику в области культуры и осуществляющие финансирование), посетители, волонтеры, дарители, спонсоры, представители образовательных учреждений, исследователи. Каждая из этих групп обладает личными требованиями и критериями оценивания работы учреждения, поэтому этап согласования зачастую является самым важным и длительным в процессе планирования.

Музейный туризм дает возможность «вывести» знаменитые коллекции в современное культурное пространство и интерпретировать их как специфическую форму интеллектуального, исторического и художественного наследия.

Музейный туризм должен быть органично включен в процессы, составляющие и определяющие современную культуру. Культура естественным образом детерминирует тип, характер и функции своих музейных образований, как непосредственно, так и опосредованно – через

особенности восприятия эпохи. Музей как культурная форма имманентен культуре, он всегда существует в ней и меняется вместе с ней. Решение вопроса о включении музея в маршруты культурного туризма, степень востребованности музея туристической сферой в этом смысле зависит от его качества [60].

Музею выгодно сотрудничество с предприятиями индустрии туризма в связи с пересечением ресурсных баз и инновационных технологий, которые с одной стороны улучшают музейную деятельность, а с другой аккумулируют туристический спрос. Заместитель директора Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия П.М Шульгин отмечает следующие тенденции.

Первая из них сформулирована ещё в 1980-х гг. Д.С. Лихачевым: «Переход от исследования и сохранения памятников культуры и природы к изучению и сохранению наследия в его целостности и многообразии». Наиболее наглядно данный принцип проявляется в работе этнических деревень, которые сохраняют не отдельные памятники истории, а целостную культурную среду: архитектуру, природу, предметы быта, образ жизни местных жителей, фольклор, обычаи и традиции. Такие музейные территории пользуются популярностью у туристов. Однако для реализации подобных проектов требуется развитие направления музейного дела, связанного с выявлением и характеристикой составляющих историко-культурного наследия местности. Важно, чтобы выявленные в ходе исследований компоненты не использовались в качестве антуража для популяризованных объектов туристического показа, а преподносились как равные по значимости. Комплексный подход к защите народного достояния важен формированию самобытности этноса, нации, региона, страны. Во избежание «переписывания истории» важным в современных реалиях является процесс восстановления и реабилитации запрещенных имен и событий.

Ещё одной тенденцией современного развития туризма и музейного дела выступает формирование системы историко-культурных и природных территорий. Под ними понимаются такие объекты, как: малый исторический город с окружающими его старинными селами и природными ландшафтами; старинные усадебные или монастырские комплексы; островные уникальные территории; поля великих сражений; этно-экологические территории проживания малочисленных народов и т.д. Функцию организации подобных территорий в настоящее время зачастую выполняют музеи-заповедники.

Третья тенденция – специализация на персонифицированных дорогостоящих туристических программах. Данное направление зародилось в 1980-е годы за рубежом в элитарном обществе, желающем получить единичную услугу в соответствии со всеми требованиями. Отечественные туроператоры чаще выступают посредником между заказчиком и туркомпаниями разных стран при создании экзотических туров, но в последнее время участились случаи заказов уникальных туристских маршрутов по территории России. Доминируют среди них экстремальные, охотничьи и рыболовные туры. Однако сегмент турпродуктов, предусматривающих участие в исторических квестах, археологических раскопках, путешествиях по местам литературной классики расширяется. Особенно это проявляется в Санкт-Петербурге, Москве, Казани. Сейчас элитарный туризм представлен в основном специализированными услугами. В связи с разницей курсов валют в России развитие этого сегмента переживает расцвет. Популярностью пользуются территории с нетронутой природой, путешествия на Алтай и Байкал, а также программы изучения национальных культур, религиозными сооружениями, местами великих сражений, заповедные территории. Помимо этого элитарный туризм предлагает частные мероприятия в дворцах, галереях и музеях страны [86].

Ежегодно международное музейное сообщество проводит конференцию по маркетингу «Communicating the Museum». В 2011 г. Площадкой для нее стал город Дюссельдорф, а повестка была посвящена коммуникации с

посетителями: «Музей и ты». Дэмьен Витмор, почетный президент конференции и директор по внешним связям музея V&A, аргументируя выбор темы начал с того, что термина «аудитория музея» больше не существует. Есть музей, каждый конкретный посетитель и миллионы связей между ними, которые нам предстоит установить [83].

Переориентация музеев на человека определила их дальнейшее развитие как интерактивных. В СМИ и музейном сообществе интерактивным музеем принято называть технически и технологически оснащенный музей, работа которого строится на взаимодействии с аудиторией. Подразумевается, что материальная база такого учреждения включает: проекторы, очки виртуальной реальности, игровые приставки, аниматроники и пр. Однако интерактивность не является синонимом технической оснащенности. Особым видом интерактивного музея является виртуальный музей. Активное использование аудиовизуальных средств (АВС) в пространстве экспозиции выступает способом усиления аттрактивности воздействия, а также помогает современному человеку, в обыденной жизни которого АВС активно включены и привычны, адаптироваться в историко-культурном пространстве музея, понять его знаковую сущность. Свет, звук, полиэкран, видеокадры, монитор стали привычным явлением для многих музеев. Например, Музей Изобразительных искусств им. Пушкина, Дарвиновский музей, Музей Космонавтики в Москве, Государственный Эрмитаж, Музей М. Зощенко в Санкт-Петербурге и др. активно используют новые технологии. Посетители таких музеев не сталкиваются с языковым барьером, поэтому туристические организации охотно сотрудничают с данными учреждениями [69].

В последнее время конкуренцию музеям составляют «центры наследия», возникшие в процессе массового распространения туризма. Они схожи с музеями, но отличаются построением экскурсионной работы вокруг определенной темы, а не экспозиции. Для привлечения посетителей центры наследия применяют технологии, заимствованные у парков развлечений. Располагаются, как правило, в современных зданиях стилизованных под

старину. Сотрудники центра легкой игровой форме повествуют о местной истории, культуре, обычаях. Одним из первых центров наследия был «Джорвиквайкингсентер» на территории г. Йорке в Великобритании. Его посетители не просто знакомятся с местной историей в хронологическом порядке, а путешествуют по культурновременному туннелю, после чего они отправляются в деревню викингов. Этно-деревня была воссоздана по краеведческим данным, полученным в музее и в процессе раскопок в близлежащем районе. Она полностью повторяет исторический ландшафт. Экспозиция центра воздействует на зрение, слух, обоняние и осязание. Функции охраны и аниматоров осуществляют местные жители города. Центры наследия обладают развитой инфраструктурой сопутствующих развлечений, магазинов и организаций питания, поэтому в них можно приехать на целый день и потратить большую сумму денег.

Возрастающий интерес туристов к ярким эмоциям побуждает музеи создавать нетривиальные социально-культурные проекты, направленные на установление различных межкультурных коммуникаций по средствам экспозиции: пространственно-временной, межнациональной и межличностной. Среди российских проектов наиболее масштабным (450 тыс. участников) является пушкинский Царскосельский Карнавал. Программа мероприятия ежегодно обновляется и включает интерактивны, дегустации, литературные чтения и парады. Среди них: «царица карнавала», «царь карнавала», конкурс исторического костюма «дела давно минувших дней», конкурс экстравагантного костюма «третье тысячелетие карнавала», конкурс детских карнавальных костюмов «старая, старая сказка», конкурс карнавального костюма для собак «dog-карнавал», конкурс карнавальных зонтов «крыша мира», конкурс карнавальных тортов «пир на весь мир!», конкурс карнавальных балконов «бал балконов». Площадкой для торжественного закрытия карнавала служит Екатерининский парк. Финальной точкой мероприятия становится театрализованная церемония прощания и салют.

Карнавал существует на грани противоположностей: высокого и низкого, бытового и возвышенного, комического и трагического, национального и интернационального, исторического и современного. Он является сосредоточением мультикультурных контактов. Музей и посетитель только открывают для себя перспективы межкультурных коммуникаций [77].

Музей, взаимодействуя с индустрией туризма, предоставляет индивидуальные и групповые услуги. Музей может выступать в роли туроператора: предлагая услуги индивидуальным экскурсантам. И в качестве подрядчика, работая с организованными группами в рамках туристского пакета. Возможно также проектное сотрудничество: музей разрабатывает самостоятельную экскурсионную программу, подготавливает рекламные материалы и передает туроператору для продвижения и реализации. Определяя схему взаимодействия, муниципальным музеям приходится доказывать туристским компаниям рентабельность сотрудничества, подстраивать под их условия, менять подачу материала и экспонироваться в функционирующие маршруты. Тем не менее, туроператоры в России по-прежнему не рассматривают музей как равноправного партнера. Турфирмам выгоднее работать с представителями администрации муниципалитета или организациями, предлагающими продукт полного цикла. Выйти на новый уровень коммуникации с туристами музею возможно при создании собственной музейной турфирмы и захвате лидерских позиций на рынке экскурсий в пределах региона. Однако страхи материальной ответственности и некупаемости тормозят переход учреждений культуры от социально-обслуживающей модели к модели рыночно-сервисной. Одна из стратегических задач – развитие музея как своеобразной туристской фирмы.

Интеграция музеев и туризма позволила расширить музейную сеть. Так эти учреждения появились в удаленных регионах. Например, каталонский монастырь Санта-Креус XIV в. удалось сделать популярным туристским объектом, оснастив современными проекторами и пригласив театральную группу для проведения вечерних спектаклей. Среди отечественных музеев

следует отметить культурно-этнический комплекс «Моя Россия» в Сочи и «Атамань» в пос. Тамань Краснодарского края.

Музеи больше не являются просто культурными достопримечательностями обязательными для посещения, они берут на себя роль путеводаителя знакомя с архитектурой города. Это особенно актуально для небольших муниципальных и общественных музеев. По данным на 2017 г., выезжая за рубеж, 50–70 % туристов хотят приобщиться к местной культуре. Этот показатель стабилен и продолжает лишь расти в отличие от популярности парков, например [29].

Резюмируя вышесказанное, выделим необходимые условия для интеграции музейного дела в туризм: определение туристской специализации музея, формирование аудитории, составление выставочной программы и маршрута, разработка рекламной концепции, включение интерактивных элементов в турпродукт, использование инноваций, поиск средств.

1.2 Анализ туристско-экскурсионной эффективности региональных музеев

В данном параграфе дается определение эффективности туристско-экскурсионной деятельности музея; приводится классификация основных методов и критериев ее оценки; проведены данные анализа туристско-экскурсионной эффективности музеев Челябинской области.

Экскурсионное и музейное дело неразрывно связано не только со сферой туризма, но и со сферой культуры. Основная сложность в определении эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев заключается в том, что для её оценки нельзя использовать критерии эффективности производства материальных благ. Оценка эффекта от результатов деятельности музеев связана с ее экономическим значением и социальной пользой для населения.

Создание экскурсионно-туристского продукта связано с производством внешних эффектов, которые не заложены в цену. Навык специалистов прогнозировать эффективность сферы культуры и туризма, позволил бы региону подняться на следующий качественный уровень развития и привлечь в сферу поток инвестиций [63].

Существуют разные подходы к пониманию эффективности туристско-экскурсионной деятельности. Традиционно под эффективностью принято понимать соотношение эффекта и вызвавших его затрат (измеряется в долях единицы или в процентах). Однако ряд ученых считают, что касательно деятельности музеев необходимо применять понятие «социально-экономическая эффективность», которое на данный момент разработано не в полной мере. Большинство исследователей из сферы туризма солидарны с позицией, что эффективность экскурсионно-туристской деятельности состоит из 2-х аспектов: экономического и социального. Так Е.И. Бережнова и В.В. Бородин, проанализировав понятия экономической и социальной эффективности деятельности культурных и туристских организаций отмечают, что оценивать их по отдельности нецелесообразно. Экономисты Ю.В. Темный и Л.Р. Темная, говоря об эффективности экскурсионно-туристской деятельности, резюмируют, что рассматривать ее следует как совокупную социально-экономическую эффективность.

Кандидат экономических наук Н.В. Рубцова выделяет в эффективности экскурсионно-туристской деятельности три основных аспекта: экономический, социальный и эффективность взаимоотношений. Ее концепция создания и распределения ценности рассматривает деятельность с позиции максимальной удовлетворенности экскурсанта потребленным продуктом. Необходимо отметить, что под эффективностью экскурсионно-туристской деятельности музея неправильно понимать сумму эффективности деятельности каждого участника цепочки производства услуги. В современных реалиях правильнее рассматривать эффективность как взаимную координацию и коммуникацию производителей продукта. Так как

социально-экономическая эффективность всей цепочки зависит не столько от результата автономного функционирования каждого участника, сколько от профессионального менеджмента, эффективности взаимодействия [61].

Вышеизложенное обоснование подтверждает необходимость использования подхода интерпретирующего эффективность экскурсионно-туристской деятельности как суммы: экономической, социальной эффективности и эффективности взаимоотношений. Их характеристика представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Составляющие эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев

Наименование составляющей эффективности	Характеристика	Показатели
Экономический	Характеризует потенциальные возможности осуществления процессов производства и сбыта экскурсионно-туристских продуктов, через динамику и результативность этих процессов, подтверждающих целесообразность использования и экономический потенциал.	<ul style="list-style-type: none"> ● Валовой региональный продукт; ● изменение уровня местного бюджета; ● среднее количество посетителей музея на одного жителя региона; ● выработка на одного экскурсовода музея; ● оборачиваемость средств экскурсионно-туристской деятельности музея; ● рентабельность инвестиций.

Окончание таблицы 3

Наименование составляющей эффективности	Характеристика	Показатели
Социальная	Характеристика уровня и качества жизни людей, обусловленная туристско-экскурсионной деятельностью музеев, подтверждающая целесообразность ее осуществления для обеспечения качества жизни людей.	<ul style="list-style-type: none"> ● Улучшение уровня жизни населения региона; ● увеличение занятости и улучшение условий труда; ● развитие видов и форм отдыха; ● развитие инноваций в экскурсионно-туристской деятельности музеев; ● повышение привлекательности региона как объекта туризма; ● повышение лояльности и удовлетворенности экскурсантов; ● желание экскурсантов возвращаться вновь.
Эффективность взаимоотношений	Кумулятивная характеристика отношений между организациями и учреждениями, взаимной координации и кооперации участников цепочки создания и распределения ценности.	<ul style="list-style-type: none"> ● Снижение транзакционных издержек; ● увеличение объема и качества инвестиций; ● сокращение потерь в цепочке создания и распределения ценностей; ● снижение сроков внедрения инноваций.

Изучению межфирменных отношений и внутренней координации сотрудников посвящены работы таких ученых как: С.П. Куца, М.М. Смирнова, Г.Л. Багиева, Н.И. Мелентьева, О.У. Юлдашева, В.А. Городилова, Ю. Ф. Попова. Внутри эффективности взаимоотношений отечественные исследователи выделяют сложную структуру, которая отражена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Структура эффективности взаимоотношений

Вышеизложенное позволяет сформулировать следующее определение эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев. Эффективность туристско-экскурсионной деятельности музеев – это сложная, комплексная характеристика, отражающая три взаимосвязанные стороны целесообразности музейной деятельности: экономическую,

социальную и эффективность взаимоотношений, последняя из которых представлена экономическим и социальным аспектами.

Для анализа эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев помимо показателей эффективности используют методы оценки. Все методы оценки эффективности по степени их общности можно разделить на четыре группы: международные, межведомственные, отраслевые и специальные (см. таблицу 4).

Таблица 4 – Методы оценки эффективности туристско-экскурсионной деятельности

Название группы методов	Сущность группы методов
Международные методы оценки	Методы разработаны мировыми исследовательскими центрами и консалтинговыми компаниями для использования в различных сферах экономики и социальной жизни, в том числе и сфере культуры и туризма. Они являются универсальными и оптимальными для учреждений разных видов и отличаются высоким уровнем структурирования и формализации, наличием методических руководств по их внедрению и использованию.
Межведомственные методы оценки	Разработаны на основе особенностей национальной экономики и специфики российской социокультурной сферы и распространяются на российские учреждения культуры.

Окончание таблицы 4

Название группы методов	Сущность группы методов
Отраслевые методы оценки	Ориентированы на анализ деятельности только учреждений культуры или группы таких учреждений.
Специальные методы оценки	Используются для оценки деятельности конкретного типа учреждений. В нашем случае музеев.

В данном параграфе будут использованы межведомственные, отраслевые и специальные критерии эффективности. Отметим, что критерии, которые используются для оценки эффективности деятельности музеев, должны иметь четкие измерители, число критериев должно быть ограниченным и небольшим, поскольку увеличение их числа усложняет классификацию, каждый критерий должен характеризоваться количественным показателем, который измеряться в процентах или долях единицы. Однако не все критерии, подходящие для оценки эффективности конкретного музея, можно применять при анализе эффективности экскурсионно-туристской деятельности музеев региона в целом. Сложность также состоит в отсутствии актуальных статистических данных.

В дальнейшем при расчете эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев Челябинской области мы будем опираться на данные научных статей, официальные документы и результаты опроса, проведенного нами в социальных сетях. Однако опрос охватил жителей не всех населенных пунктов региона, поэтому не может гарантировать объективность результатов.

Для расчета социальной составляющей эффективности было проведено анкетирование – однократный опрос, являющийся психологическим вербально-коммуникативным методом. Анкета состояла из закрытых вопросов (см. приложение Б). В исследовании приняли участие 100 человек

из Челябинска, Копейска, Златоуста, Миасса. Среди респондентов мужчины составили 36%, а женщины 64%. Анкетирование было добровольным и неанонимным.

Возрастная характеристика участников исследования отображена на рисунке 3.

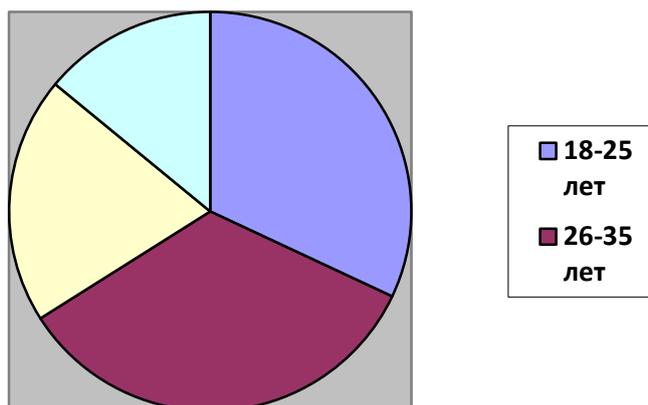


Рисунок 3 – Возрастная характеристика участников анкетирования

Возрастные группы 18–25 и 26–35 лет составляют 32% и 34% соответственно. К самой платежеспособной категории от 36 до 55 лет относятся 20% опрошенных. Люди пенсионного возраста составили 14% от общего числа респондентов, среди них доля женщин почти 86%, в то время как мужчин всего 14%.

Анализ посещаемости музеев показал, что доминирующая группа опрошенных посещают областные музеи раз в несколько лет – 91%; каждый год в музее бывают лишь 7% респондентов, а наносят визит в данные учреждения несколько раз в год 2%. Отметим, что наиболее регулярно в музеях бывают лица возрастной группы 18–25 лет, на основе чего можно выдвинуть предположение: из совершеннолетней аудитории студенческая молодежь активнее других категорий населения включена в культурную жизнь региона.

Переходя к оценке экскурсионно-туристского обслуживания музеев, акцентируем внимание, что среди опрошенных не выявлено людей, всегда обращающихся к экскурсионному сопровождению при посещении данных учреждений. Самостоятельно осматривать экспозиции предпочитают 27% опрошенных, услугами экскурсоводов пользуются «редко» 45% респондентов, а ответ «в большинстве случаев» дало 28%.

Социальная оценка эффективности рассчитывается по формуле (1).

$$Эс.=К.удв./Копр. \times 100\%, \quad (1)$$

где Эс. – социальная эффективность;

К.удв – количество удовлетворенных опрошенных;

Копр. – общее количество опрошенных.

Тогда опираясь на данные анкеты, получим: $Эс.=71/100 \times 100\%= 71\%$, что свидетельствует о высокой социальной оценке эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев Челябинской области. Однако финальный вопрос выявил противоречие в оценки эффективности: с одной стороны, респонденты относятся к деятельности областных музеев лояльно; с другой, только 12% готовы повторно посетить ранее прослушанные экскурсии или музейные мероприятия. Из чего можно сделать вывод: местные музеи достигают социального одобрения за счет разнообразия программ, а не за счет их высокой уникальности и качества.

На основе данных официальной статистики дадим оценку эффективности управления музеями в Челябинской области. Обеспечение региона музеями отражено в нормативах градостроительного проектирования, принятых Челябинской городской думой от 17 февраля 2015 года, и составляет 1 %, что ниже окружных показателей.

Рассчитаем количество человек, приходящихся на один музей, по формуле (2).

$$K = K_{\text{н.}} / K_{\text{уч.м.}}, \quad (2)$$

где K – количество человек, приходящихся на 1 музей;

$K_{\text{н.}}$ – население в регионе;

$K_{\text{уч.м.}}$ – количество музеев региона.

Определяя данный показатель, можно оценить степень доступности туристско-экскурсионного обслуживания музеев для населения: $K = 3475753 / 123 = 28258$ человек. Полученный результат говорит, что на один музей приходится более 28 тыс. жителей региона. Вычисления доказывают, что Челябинская область занимает 4-е место по доступности музейных экскурсионных услуг для населения в Уральском федеральном округе после Курганской, Тюменской, Свердловской областей.

Также для экономической оценки эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев региона необходимо рассмотреть показатель увеличения количества посещений экскурсий в музеях по сравнению с предыдущими годами по формуле (3).

$$K = N_{\text{т.г.}} / N_{\text{пр.г.}} \times 100 \% - 100 \%, \quad (3)$$

где K – процент изменения количества экскурсантов;

$N_{\text{т.г.}}$ – количество экскурсантов в текущем году в тысячах;

$N_{\text{пр.г.}}$ – количество экскурсий в прошедшем заданном году в тысячах.

Тогда, $K = 2411,5 / 2161,3 \times 100 \% - 100 \% = 11,6\%$ – результаты показывают значительное увеличение показателя посещения музеев в Челябинской области с 2016 года по 2019 год. За данный период количество учреждений не менялось. Следовательно, основной причиной постепенного роста интереса к музейным экскурсиям объясняется низкой стоимостью посещения. Средняя цена посещения музея в Челябинской области составляет около 175 руб., в то время как цена билета в театр варьируется от 300 до 1300 руб. (без учета гастрольных спектаклей).

Эффективность туристско-экскурсионной деятельности музеев Челябинской области связана с включенностью музеев в туристические маршруты, разработанные местными туркомпаниями (см. таблицу 5).

Таблица 5 – Музейный туризм Челябинской области

Наименование туркомпаний	Наименование турпродукта	Наименование музея, включенного в маршрут
Туроператор «Уральские сказы»	«Высота Зюраткуль»	Естественнонаучный музей Ильменского государственного заповедника
	«Город в чугунном узоре»	Дом-музей скульптора А.В. Чиркина
		Музей художественного литья
	«Златоуст город мастеров»	Златоустовский краеведческий музей
	«Город в золотой долине Миасс»	Естественнонаучный музей Ильменского государственного заповедника
	«Уральские казачьи станицы»	Музей имени кинорежиссера С.А Герасимова
		Музей истории села Париж
	«Жители казачьего края Нагайбаки»	Музей нагайбакской культуры
	«Поселение «Гардарика»	Музей-поселение «Гардарика»

Окончание таблицы 5

	«Купеческий Миасс»	Музей пельменя
	«По золотым следам Жар птицы»	Историко- краеведческий музей г. Пласта
Туроператор «Русь-трэвел»	Программа 1	Государственный исторический музей Южного Урала
	Программа 4	Музей художественного литья г. Касли
	Программа 5	Челябинский гос. музей изобразительных искусств
Турагентство «Урал Заповедный»	«Миассу 240 лет»	Миасский краеведческий музей
		Естественнонаучный музей Ильменского гос.заповедника
	Экскурсия по городу Златоусту	Национальный парк «Таганай»
		Златоустовский краеведческий музей
Экскурсия по городу Челябинску	Музей занимательной науки «Экспериментус»	
Турагентство «Королевские путешествия»	«Ильменский заповедник»	Естественнонаучный музей Ильменского госу. заповедника
	«Купеческий Миасс XIX века»	Дом-музей купца Смирнова

На территории Челябинской области функционирует 6 туроператоров, разрабатывающих туристские продукты по Южному Уралу. Используют в маршрутах музейные экскурсии два туроператора и два агентства. Для анализа эффективности взаимоотношений в туристско-экскурсионной деятельности рассчитаем показатель вовлеченности музеев в туристские маршруты по Челябинской области по формуле (4).

$$Вм.=Кз.м./Км. \times 100\%, \quad (4)$$

где Вм. – вовлеченность музеев в туристскую деятельность;

Кз.м. – количество музеев задействованных в турпродуктах;

Км. – общее число музеев по области.

Расчеты показывают: $Вм.=16/123 \times 100\%=13\%$, что свидетельствует о низкой эффективности взаимодействия туроператоров и региональных музеев.

Отличительной чертой музеев, вовлеченных в туристские маршруты, является ярко выраженная самобытность и применение в экскурсионной деятельности анимационных технологий. На территории Челябинской области применяются следующие виды музейной анимации:

- театрализованные программы (сюжетные и с использованием костюмированных аниматоров);
- творческо-трудовые программы;
- праздничные тематические мероприятия;
- фольклорные программы;
- квест экскурсии;
- исторические фотомарафоны;
- конкурсно-игровые и соревновательные программы;
- зрелищно-развлекательные программы;
- литературные гостиные;
- встречи с интересными людьми.

Видами музейной анимации, преобладающими по популярности в регионе, считаются: творческо-трудовые программы, осуществляемые в форме мастер-классов; праздничные тематические программы, так как входят в обязательный план реализации; конкурсno-игровые и соревновательные программы, потому что не требуют много ресурсов для подготовки и подходят для самой многочисленной целевой группы – школьников.

Полученные в ходе расчетов данные говорят о том, что показатели эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев Челябинской области постепенно возрастают, но по-прежнему уступают показателям ряду регионов Уральского федерального округа. Частично улучшение эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев лежит в плоскости увеличения финансирования. Однако согласно государственной программе «Развития культуры и туризма в Челябинской области» ожидается снижение финансирования культуры и туризма с 1803069 тыс.р. в 2019 г. до 1727964 тыс. руб. в 2020 г.

Следовательно, основным ресурсом для изменения ситуации остается улучшение эффективности менеджмента. Повышение эффективности системы управления в музейном деле возможно благодаря:

- развитию механизмов долевого финансирования культурных проектов из средств бюджетов разных уровней и внебюджетных источников;
- созданию условий для участия в реализации государственных и муниципальных культурных программ общественных и негосударственных некоммерческих организаций;
- расширению перечня дополнительных услуг для потребителей;
- преодолению практики выделения бюджетных средств на поддержку учреждений и деятелей культуры без четких обязательств с их стороны.

В заключение отметим, что Челябинской области необходим «прорыв» в туристической и культурной сферах, который способен увеличить экономико-управленческую эффективность музеев. С этой целью региональным властям необходимо продолжать формирование единого

культурного пространства региона и обеспечение равного доступа к культурным ценностям и благам его населения.

2.3 Современные тенденции и пути повышения музейной аттрактивности

В данном параграфе сформулированы тенденции музейного дела, пути повышения аттрактивности музеев; проведен анализ работы «Краеведческого музея» Копейского городского округа; представлена модель разработки музейно-анимационной программы и примеры сценариев, разработанных на её основе.

На данном этапе развития музейного дела повышение аттрактивности музеев, наряду с сохранением объектов историко-культурного наследия, является приоритетной задачей музейной политики. Однако не все пути привлечения посетителей, зарекомендовавшие себя за рубежом, могут быть применены в российских реалиях. Для нашей страны свойственна ситуация, при которой музейная политика «насаждается сверху», и у рядового сотрудника нет полномочий ее корректировать. Даже понятие Public Relations стало использоваться в России только со второй половине 1980-х гг.

Применение в работе музеев технологий связи с общественностью позволяет создать привлекательный имидж учреждения, перевести аудиторию из «он-лайна» в «офф-лайн» и увеличить турпоток. PR-кампании оказывают содействие некоммерческим учреждениям в правильном позиционировании на рынке, исходя из запросов аудитории. Работая со СМИ, музеи распространяют через социальные сети, блогеров и журналистов: превью, пост и пресс-релизы, пресс-справки – обзоры действующих мероприятий, не претендующих на аншлаг; пресс-пакеты – подборки текстовых, графических и медиа материалов. Проводят брифинги, пресс-конференции, «круглые столы», публичные дискуссии, презентации; организуются просмотры выставок. Сотрудники отдела связей с общественностью коммуницируют с представителями местной

администрации, культуры, бизнеса и медиа. Для VIP-персон проводят приемы и закрытые показы. [60].

Разные по масштабу культурно-коммуникационные пространства строятся по разным принципам. Если на уровне мегаполиса города и выше в культуре доминируют профессиональные связи, то на уровне квартала, поселка или маленького города учреждения культуры почти интегрированы в социальную среду. На муниципальном уровне социально-культурные учреждения – музей, библиотека, дом культуры, школа искусств – образуют единый комплекс, части которого взаимодействуют между собой и с населением. Возможны различные модели взаимовыгодных отношений. Нам в большей мере интересна модель, при которой музей реализует предложения исходящие от местного населения. Однако есть и обратная модель взаимодействия, предполагающая инициативу от учреждения (см. рисунок 4).



Рисунок 4 – Модели взаимодействия музея с местной общественностью

В случае инициативы местного социума учреждения культуры занимают пассивную позицию, при активной позиции музея энтузиасты вступают в конфронтацию. На данный момент компромисс между представленными моделями не найден, но развитие музейного дела неразрывно связано с его поиском.

Базовыми для музея считаются три направления коммуникации: власть (разного уровня), профессиональное сообщество (ведомственное

начальство) и местный социум (потенциальный партнер). Первые два канала напрямую определяют стратегию развития и формы отчетности музея.

Построение доверительных взаимоотношений с властными структурами необходимо, но осложнено разностью мировоззрения, способов решения проблем. В данной сфере коммуникаций отсутствуют отработанные механизмы и технологии, музей вынужден находиться в слабой позиции «нуждающегося». Муниципальные музеи, в 2010 г. получившие статус юридического лица, продолжают оставаться под покровительством местных органов управления культурой. Те в свою очередь выступают посредниками между властью и музеем. Однако у музейщиков ещё не закрепились понимание, что отношения с властями – это специализированное направление работы, такое же как маркетинг и реклама.

В ряде регионов местные власти сами выступают инициаторами налаживания более тесного сотрудничества. Они ищут площадку для коммуникации – публичного общения и времяпрепровождения. Администрация проводит в музеях торжественные вручения паспортов школьникам, достигшим 14 лет; организует встречи ветеранов и вечера для пенсионеров; использует музейные учреждения для агитации в период предвыборной кампании. Сами музейщики и другие представители интеллигенции тоже озадачены вопросом установления контактов с властью. Из проблемы взаимоотношения музея и местной общественности вытекает более значимая проблема локальной самоидентичности. Противоречие выражается в том, что музею необходимо самому себе найти внешнего партнера, но чтобы развиваться в этом направлении, ему нужна поддержка местного сообщества, которое пока отсутствует [25, с. 89].

Основываясь на теории музейных коммуникаций В.Ю. Дуклевкого и успешном опыте построения связей с общественностью Государственного исторического музея Южного Урала, нами была разработана модель внешней коммуникации музея, позволяющая повысить его привлекательность.

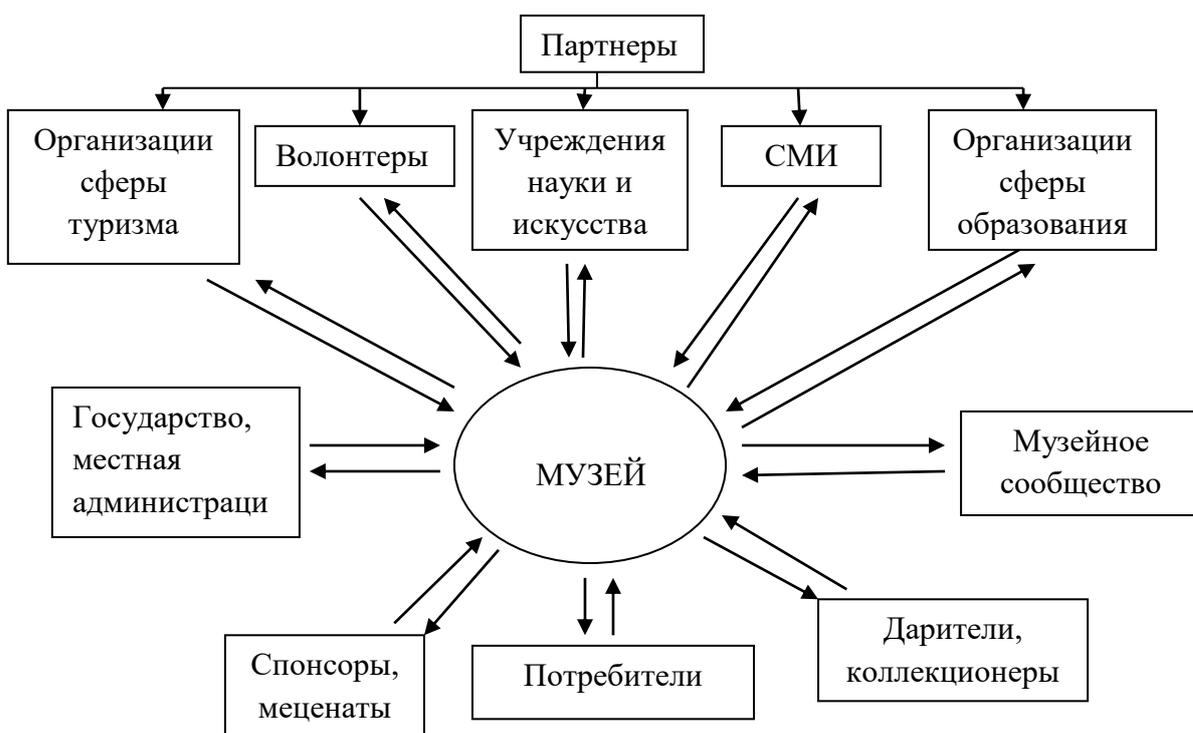


Рисунок 5 – Модель внешней коммуникации музея

В модели отражены возможные виды внешней коммуникации музея в условиях рыночной экономики.

1) Отношения с конечным потребителем. Они направлены на создание конечной совместной потребительской ценности. Коммуникация преследует цель повторного возвращения экскурсанта в музей, вовлеченность его в творческую жизнь учреждения. Взаимодействия музей/потребитель направлены на совместное создание уникального блага, которым будут пользоваться все участники коммуникации. Музей не просто закрывает потребности в культурном развитии, но и создает и воспитывает потребительские ценности по отношению к культурно-содержательной части услуги. Но с точки зрения остальных элементов продукта (опыт, сервис) он должен изучать и удовлетворять потребности клиента, создавать их совместно с ним. Поддерживать постоянную обратную связь.

2) Отношения с музейным сообществом. Взаимовыгодные профессиональные и маркетинговые отношения. Строятся вокруг обмена опытом и музейными экспонатами. Такой вид коммуникаций позволяет

экономить средства на маркетинговых исследованиях. Совместные проекты и взаимореклама способствуют расширению аудитории. Также данный вид взаимодействия важен в таких направлениях музейного дела как: подготовка кадров, научно-исследовательская работа, сохранение объектов историко-культурного наследия.

3) Отношения с юридическими и физическими лицами не несущие прямой финансовой выгоды. Главная цель: получение взаимных рекламных и имиджевых выгод. На рисунке 5 эти отношения изображены вверху под скобкой «Партнеры». В данную группу могут входить разноплановые организации. Партнеры, на качественных взаимных условиях способны принести музею положительный коммерческий и маркетинговый эффект. Такое партнерство музей может осуществлять:

- с малым и средним бизнесом в направлениях: общественное питание, сувенирная продукция (изготовление и продажа), экскурсионное и туристическое обслуживание;
- с некоммерческими структурами (образовательные учреждения, другие культурные и научные учреждения) в направлениях: создание музейных продуктов, обмен опытом, знаниями, волонтерство, исследовательские проекты.

4 Финансовое партнерство – ключевое направление внешней коммуникации. Как видно на модели, оно подразделяется на государственное и частное, которое представлено меценатами (частные жертвователи), спонсорами (коммерческие организации) и донорами (фонды).

На отношениях с государством стоит остановиться подробнее, поскольку подавляющее большинство российских музеев государственные или муниципальные, то есть, государство (муниципалитет) выступает и собственником и заказчиком услуг. Соответственно, бюджетный финансовый поток является главным в работе российских музеев. Бюджетная реформа 2010 года установила новые условия финансирования, но не четко прописала правила, что создает большие трудности для управления музеем, в том числе,

реализации маркетинговой деятельности. Нормативно-правовой статус российского музея определяется законодательством Российской Федерации о культуре. Музеи создаются в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, в форме учреждений для осуществления культурных, образовательных и научных функций, носящих некоммерческий характер. Музейные фонды могут находиться в государственной, муниципальной, частной или иных формах собственности.

Положения Федерального закона № 83-ФЗ, принятого в мае 2010 года, внесли основные изменения в систему финансирования культурных учреждений. По этому закону, государственное/муниципальное учреждение может быть представлено тремя типами: казенное, бюджетное и автономное учреждения. Рассмотрим более подробно каждый из трех типов учреждений и проанализируем, установим, какие возможности для музеев каждый из этих типов дает (см. таблицу 6).

Таблица 6 – Типы музеев по способу финансирования

№	Тип учреждения	Особенности бюджетной политики	Условия выбора данного типа финн.
1	Казенный	Единственный тип учреждения, финансируемый государством на основании бюджетной сметы. Учреждение может осуществлять коммерческую деятельность, согласно уставу, но все заработанные средства будут направлены в бюджет собственника.	Казенная схема финансирования подойдет ведомственным музеям или другим музеям закрытого типа, а также другим учреждениям при условии полного отсутствия внебюджетной деятельности.

Продолжение таблицы 6

№	Тип учреждения	Особенности бюджетной политики	Условия выбора данного типа финн.
2	Бюджетный	<p>Сочетает в себе элементы казенного и автономного финансирования. Средства спускают исходя из госзаказа. Он же определяет размер субсидий на обеспечение оказания услуг. Предусмотрена возможность осуществления предпринимательской деятельности, прибыль от которой остается в бюджете учреждения. Преимущества такого финансирования: разрешение на ведение внебюджетной деятельности, самостоятельное распоряжение имуществом, приобретенным на полученные средства.</p>	<p>Большинство учреждений и музеев в том числе, перешли на этот тип финансирования, поскольку он предполагает дополнительные возможности по сравнению с казенным типом, но уровень ответственности ниже, чем у автономного, о котором будет сказано дальше. Этот вариант финансирования может быть удачен для музея, при условии невысоких амбиций в плане экономической самостоятельности.</p>

Окончание таблицы 6

№	Тип учреждения	Особенности бюджетной политики	Условия выбора данного типа фин.
3	Автономный	<p>Автономная модель финансирования позволяет независимо распоряжаться бюджетом учреждения и другими ресурсами. Привилегией данного типа является возможность открывать счета в коммерческих банках. Однако это не исключает право музея открыть лицевой счет в территориальных органах Федерального казначейства. Неверно было бы считать, что статус автономного учреждения полностью делает музей коммерческим учреждением, лишенным финансовой поддержки. Отдав предпочтение автономному типу, музей остается хранителем и транслятором культурных ценностей и не теряет своей научной значимости.</p>	<p>Эта модель финансирования, больше всего подойдет тем музеям, коллективы которых готовы вкладывать свои знания и силы в свою работу для большей отдачи соответственно.</p>

Исходя из выбранной схемы финансирования, учреждения обладают разным инструментарием и мотивацией для повышения аттрактивности. Так для бюджетных и автономных учреждений доступно большее число путей привлечения посетителей:

- подразделение программ исходя из возраста, материального благосостояния, уровня образования;
- разработка циклических образовательных программ;
- создание театрализованных, игровых, соревновательных программ, в которых посетитель становится действующим лицом;
- внедрение комплексных программ сочетающих несколько видов искусства: кинематография, музыка, литература, театр;
- создание коллабораций с другими музеями.

Целью реформы, описанной выше, является пересмотр главных принципов финансирования учреждений культуры. Теперь финансируются не сами учреждения, а продукты, которые они производят. Каждый музей получает от учредителя государственное задание, из которого определяется должный объем субсидий по установленным нормативам. На основании ряда показателей (посещаемости, количестве реализованных мероприятий, количестве выездных и стационарных выставок) определяется, размер и получатель субсидий. Так, например, при некачественной реализации задания учредитель может урезать размер задания на следующий период и сократить выплату субсидии.

Изменения, введенные федеральным законом №83-ФЗ, создают ситуацию, когда учреждения бюджетной сети должны конкурировать между собой за право предоставления той или иной услуги, фактически – это конкуренция на закрытом рынке. В данном случае, это внутренний рынок, где государство – «заказчик», а учреждение – «исполнитель». В законодательной теории предполагается, что государство финансирует учреждение, в зависимости от того, как качественно «исполнитель» выполняет свою деятельность. А для того, чтобы успешно конкурировать на

этом закрытом рынке и доказывать необходимость финансирования, музеям нужно бороться за посетителя на внешнем рынке. Борьба за посетителя требует дополнительных усилий, новых подходов в работе и управлении музеем. Концепция развития музейной деятельности в Российской Федерации до 2020 года предполагает развитие в различных направлениях, в том числе: « ... возрастание роли музеев в системе культурно-познавательного туризма и развитие музейно-туристического потенциала регионов России».

В гонке за потребителей в музейном деле прослеживаются следующие тенденции:

- популяризация музеев под открытым небом;
- появление детских музеев и развитие музейной педагогики;
- развитие экспериментальных и эко музеев;
- создание специальных околмузейных и внутримузейных структур;
- интеграция музеев различной направленности [51].

Ведущей тенденцией выступает применение анимационных технологий в музейной деятельности. По мнению специалистов, разрабатывающих музейно-туристские продукты: для повышения аттрактивности музея необходима стройная система грамотного представления музейной коллекции. Качественный музейный продукт – это комплекс услуг, строящийся на знании потребностей потребителей и включающий в себя: культурные знаки, знания, удовольствие, отдых, эмоциональный опыт.

Все перечисленные компоненты нашли своё отражение в музейно-анимационных программах. Анимация в музее – это новое направление в музееведении, которое может привлечь значительное число посетителей. Анимационные программы могут включать в себя шоу, вечера, карнавалы, театрализованные представления. Музейная анимация выросла из музейно-педагогических образовательно-воспитательных программ и означает продуктивное свободно-творческое взаимодействие музейного педагога и посетителей музея. Отдых, сочетаемый с развлечениями, всегда активен,

отличается высокой эмоциональной разрядкой. Важно только правильно его планировать, наполнять яркими зрелищными мероприятиями. Например, дать посетителям возможность совместить путешествие с движением по ленте времени, пережить ряд ролей – быть рыцарем, гончаром, первобытным охотником, участвовать в различных музейных действиях.

Анимационные программы на сегодняшний день актуальны и востребованы, т. к. приближены к потребностям человека разнообразить свой досуг и получить дополнительные знания в области истории. Важно, чтобы сотрудники музеев, разрабатывая свои программы, не только учитывали возрастную ценз, но и типологические признаки музейных направлений.

Наибольшего успеха в организации музейной анимационной деятельности в Челябинске добился Центр историко-культурного наследия. Он регулярно привлекает новых посетителей благодаря:

- историческим реконструкциям крупнейших сражений: Ледовое побоище, Бородинская битва, Полтавская битва, сражения Великой Отечественной войны;
- историческим костюмированным квестам на территории городских парков культуры и отдыха;
- фотокроссу по пешеходной части ул. Кирова «Челябинск, которого Вы не знали»;
- тематическим костюмированными вечерами;
- флешмобам и мастер-классам.

Однако в научной литературе нами не было обнаружено универсальной модели разработки музейно-анимационной программы, поэтому было решено создать её самостоятельно, чтобы облегчить дальнейшую работу сотрудников музеев (см. рисунок 6). На структуру модели повлияла: организация музейного дела в стране, ресурсные возможности музеев, партнеры учреждений культуры и опыт организации анимационной деятельности индустрии туризма и развлечений.

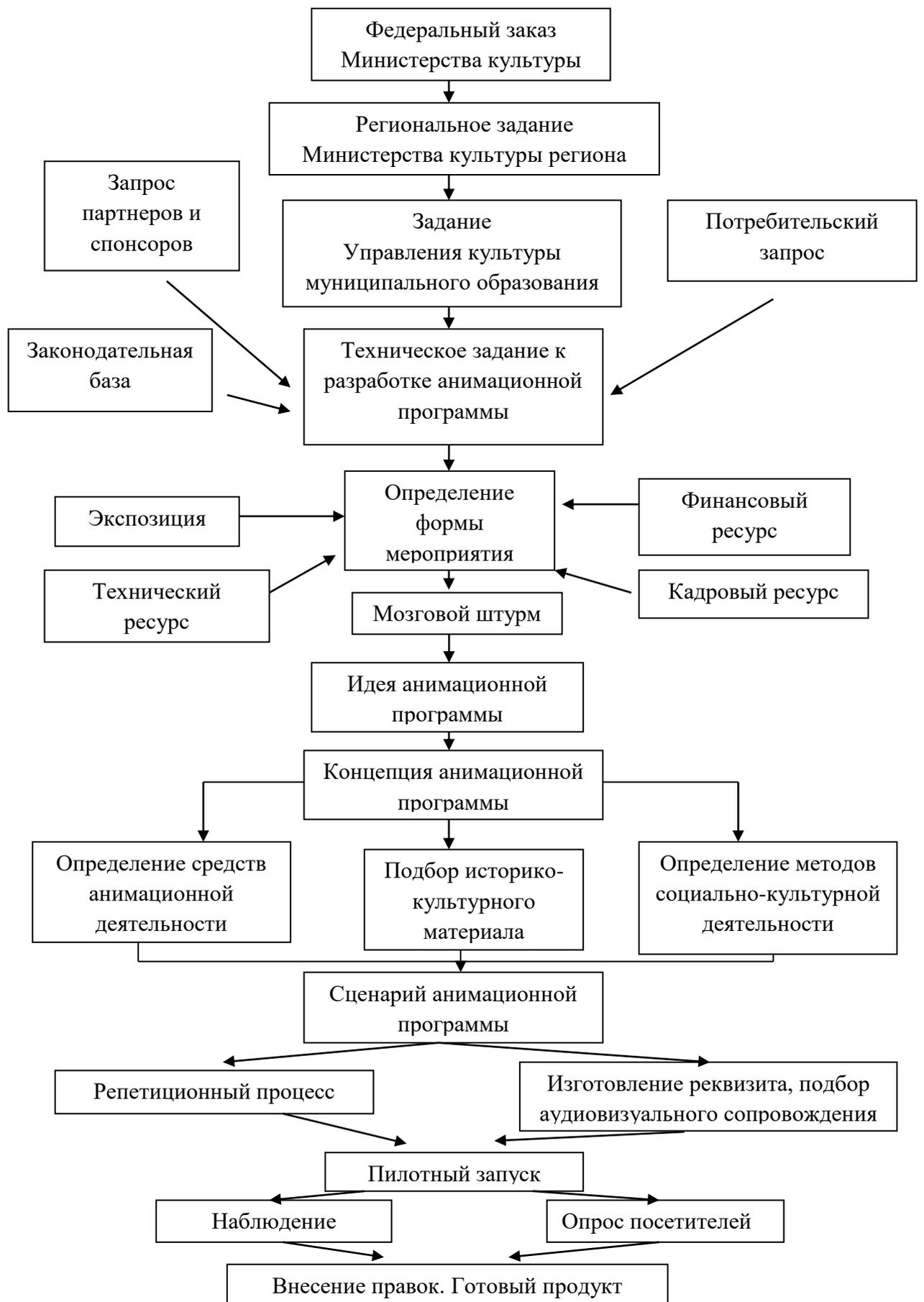


Рисунок 6 – Модель разработки музейно-анимационной программы

Предложенная модель была применена при разработке музейно-анимационных программ для Краеведческого музея Копейского городского округа. Данное учреждение является комплексным музеем, сочетающим историческую и естественнонаучную специализацию. Целью функционирования учреждения является сохранение музейных фондов, их дальнейшее формирование и пополнение для научно-исследовательской, просветительской работы и популяризации музейными средствами исторического и культурного наследия муниципального образования Копейский городской округ и природы Уральского края.

Музей располагается в центре г. Копейска по адресу: пр. Коммунистический, 18. Учреждение является бюджетной некоммерческой организацией, не имеющей извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. Учредителем и собственником имущества выступает муниципальное образование «Копейский городской округ» в лице администрации Копейского городского округа Челябинской области.

Анализ деятельности Краеведческого музея Копейского городского округа показал, что учреждение при планировании в первую очередь опирается на ежегодное муниципальное задание. Музей обладает профессиональной и эффективной кадровой базой (см. приложение В). Согласно данным годового отчета за 2018 г. учреждению удалось реализовать 24 стационарные экспозиции, вместо норматива в 19. За тот же период музей посетили 17815 человек, вне стационара приобщились к экспозициям ещё 5164 человека. Таким образом, деятельность учреждения, связанная с публичным показом музейных предметов и музейных коллекций, охватила 15,22% населения Копейского городского округа.

Согласно официальным данным на каждый квартал приходится равное количество социально-культурных мероприятий, однако поток посетителей резко снижается в летний период. В ходе беседы с заведующей научно-просветительским отделом О.А. Репиной было установлено, что основной

поток посетителей приходится на организованные группы от 15 до 30 человек: дошкольники и обучающиеся начальных классов. Отсюда вытекает первая проблема: низкая заинтересованность в посещении музея других групп населения: семьи, трудовые коллективы, подростки, молодежь, люди среднего и третьего возраста.

Краеведческим музеем за 2018 г. реализовано 99 культурно-массовых мероприятий. Среди них представлены такие формы как: творческая встреча, выставка, смотр, конкурс, мастер-класс, презентация, семинар, конференция (см. рисунок 7). По мнению сотрудников научно-просветительского отдела самым распространенным и эффективным подходом к изучению истории и культуры родного края, воспитания патриотизма является проведение викторин и конкурсов: «Зеленая планета», «Семейные реликвии», «Мы этой памяти верны» и другие.

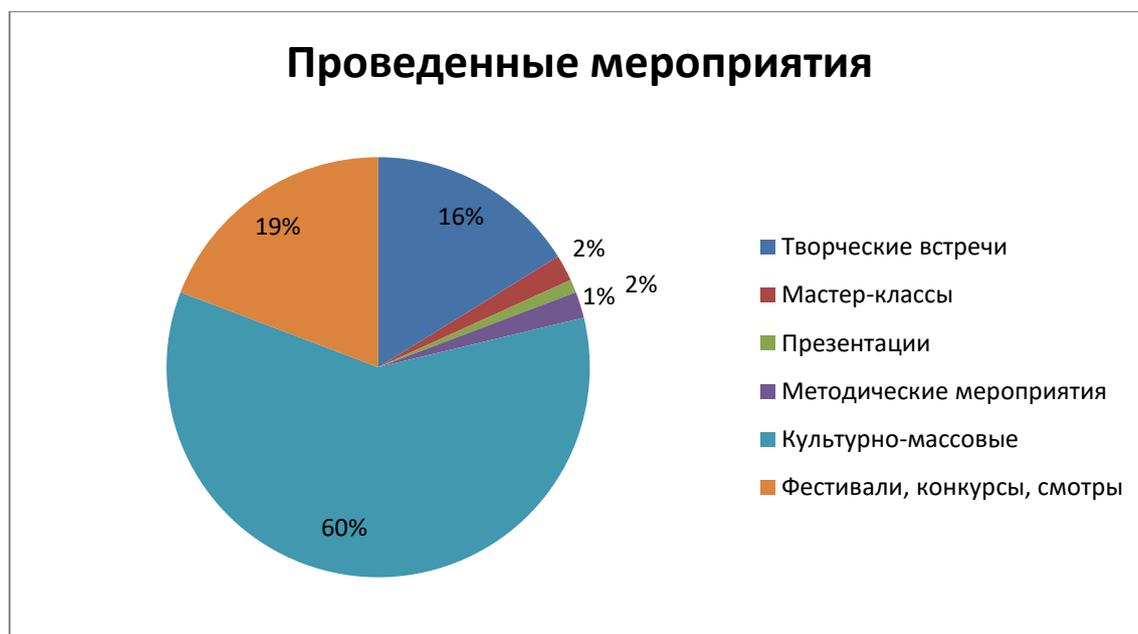


Рисунок 7 – Мероприятия, проведенные в Краеведческом музее Копейского городского округа за 2018 г.

Вторую проблему, выявленную при анализе работы музея, можно сформулировать как: неактуальность применяемых в работе социально-культурных форм. К уже имеющимся экскурсиям следует применить

современные, интерактивные методы, активно используемые в досуговой и анимационной деятельности.

Музей развивает издательскую деятельность. Коллектив осуществляет выпуск каталогов, брошюр, буклетов, афиш, календарей, сборников. Все они содержат обширнейшую информацию о родном городе и крае. «Музейный вестник Копейского городского округа» – проект, реализуемый при активном содействии краеведческого совета, стал визитной карточкой учреждения. Тем не менее, существует конкуренция за потребителя. Среди музеев Копейского городского округа Краеведческий музей является лидером, однако территориальная близость областного центра Челябинска с музеями, обладающими более ценными фондами, развитой материально-технической, информационной поддержкой, осложняет ситуацию. Это объясняет необходимость разработки и апробации музейно-анимационных программ на базе Краеведческого музея.

На основании отчета о выявленных в ходе анализа проблемах в деятельности Краеведческого музея Копейского городского округа научно-просветительский отдел учреждения сформулировал запрос на разработку двух программ, базирующихся на экспозиционных материалах музея и краеведческом архиве, собранном сотрудниками отдела. Музейно-анимационные программы были разработаны и утверждены директором Краеведческого музея во время прохождения преддипломной практики.

Первая конкурсно-игровая программа Дня рождения в музее называется «Зов джунглей» по мотивам одноименной телевизионной передачи. Она рассчитана на группы обучающихся начальных классов, сочетает в себе элементы развлечения, соревнования и экскурсии. Экономическая цель программы: обеспечение загрузки «Зала природы», привлечение дополнительных средств в бюджет «Краеведческого музея» Копейского городского округа.

Просветительная цель программы: ознакомление посетителей с животным миром Южного Урала. Формат подачи материала основан на принципах

возрастной дифференционной педагогики. Для младшего школьного возраста ведущим видом деятельности является игра, поэтому информация, поданная в игровой форме, воспринимается значительно лучше. Командное соревнование позволяет пробудить в участниках азарт и стремление к победе, учит соблюдать правила и работать в команде, а также избавляет от личного поражения, потому что проигрывать в команде не так травматично для психики. Анимационная программа построена таким образом, что задействует разные органы чувств. Это важно, так как в коллективе всегда есть люди с кинетическим, аудиальным и визуальным восприятием. Наличие экскурсовода в ярком костюме и запоминающегося реквизита позволяет удерживать детское внимание дольше (сценарий музейно-анимационной программы см. приложение Г).

Вторая музейно-анимационная программа называется «Последнее дело героя Огнева». Она разработана для повышения аттрактивности учреждения и представляет из себя эскейп-квест для групп из 4–8 человек. В основе сюжета игровой экскурсии лежит биография Героя Советского союза – копейчанина Огнева Павла Егоровича. Запуск проекта в краеведческом музее планируется приурочить ко Дню Победы.

Экономическая цель программы: пополнение бюджета учреждения за счет расширения целевой аудитории (подростки, молодежь, семьи и организованные группы). Просветительная цель: развитие у посетителей гражданственности и патриотизма как важнейших духовно-нравственных и социальных ценностей.

Выбор формата анимационной программы обусловлен мировыми тенденциями в музейном деле. А именно, наблюдается процесс перехода от созерцания к созиданию впечатления и от его поверхностного восприятия к глубинному. При формировании экспозиционного пространства необходимо сочетать 4 элемента: образование, развлечение, уход от реальности и эстетику. Это позволит привлечь в музеи не только организованные группы школьников, но и молодежь. В столичных музеях набирают популярность

технологии дополненной реальности, которые требуют инвестиций в оборудование и подготовку кадров. Региональные музеи движутся по пути интерактивности и применения анимационных технологий. На протяжении последнего десятилетия набирает популярность такой вид досуга как квесты в реальности. Для них строят специальные декорации, посвященные темам игр. Однако впечатления от действия будут значительно сильнее, если участников погрузить не в искусственную среду, где все объекты муляжи, а в реальную историческую экспозицию, в которой каждый предмет имеет свою историю. В рамках «Краеведческого музея» Копейского городского округа данную идею было решено реализовать в «Зале войны». Дополнительную атмосферность программе будет придавать аниматор в форме военных лет (сценарий музейно-анимационной программы см. приложение Д).

Анимационные программы, как креативный комплексный подход к музейному показу, помогает привлечь различные возрастные и социальные группы. Благодаря этому целевая аудитория муниципальных музеев может расширяться и создавать дополнительные возможности для развития малых российских городов. Муниципальные музеи, такие как Краеведческий музей Копейского городского округа, могут вносить существенный вклад в формирование потребительского опыта в малом городе и в создание запоминающихся впечатлений при взаимодействии туриста с предлагаемым туристским продуктом.

На данный момент сложно дать экономическую оценку эффективности предложенных программ для повышения attractiveness Копейского музея. Однако, если прибегнуть к методу аналогий и переложить тенденции малых городов Владимирской области на изучаемый нами регион, то можно спрогнозировать рост турпотока в Копейск в 2020 г. в 2,5 раза. В заключение следует отметить, что для достижения такого результата, необходимо создание цепи малых городов, обладающих туристским потенциалом, для построения единого маршрута.

Выводы по главе два

В последние 10–15 лет набирает популярность музейное строительство. Бизнес сообщество видит в интеграции музейного дела в туризм перспективы и готово инвестировать средства. Катализатором данного процесса является: глобализация, унификация, реформа финансирования музеев, распространение электронно-визуальных средств. В качестве основных направлений деятельности музеев для успешного процесса интеграции в туризм можно выделить: определение туристской специализации музея, формирования постоянного туристского потока, составление выставочной программы и маршрута, формирование рекламной продукции, появление интерактивности, использование достижений науки и техники, поиск внебюджетных источников финансирования.

Нами проанализирована экономическая, социальная эффективность туристско-экскурсионной деятельности, а также эффективность взаимоотношений в сфере туризма. Для оценки были использованы межотраслевые, отраслевые и специальные критерии эффективности. Показатель вовлеченности музеев в туристские маршруты составил 13%, что свидетельствует о необходимости модернизации туристско-экскурсионной деятельности региона, чтобы конкурировать с другими областями Уральского федерального округа.

В качестве ведущей тенденции музейного дела было определено использование анимационных технологий. Также установлено два основных направления повышения аттрактивности музеев: совершенствование предлагаемых услуг (внедрение новых форм, средств и методов экскурсионной деятельности), оптимизация системы связей с общественностью, для формирования положительного имиджа музея и его продуктов. Так как в научной литературе данная тема освещена недостаточно, нами разработана модель внешней коммуникации музея и модель разработки музейно-анимационной программы.

На основании предложенной модели по заказу научно-просветительского отдела Краеведческого музея Копейского городского округа разработаны две музейно-анимационные программы, которые уже получили одобрение дирекции музея. Первая музейно-анимационная программа «Зов джунглей» позволит привлечь дополнительные средства в учреждение за счет проведения конкурсно-игровых программ к детским Дням рождения. Вторая программа «Последнее дело героя Огнева» представляет из себя военно-патриотический эскейп-квест в «Зале войны» для молодежной и семейной аудитории.

Значительный рост аудитории Копейского музея в 2020 году можно прогнозировать, при условии вхождения учреждения в туристский маршрута по Челябинской области.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование темы «История и современные тенденции развития музейного дела в контексте туризма», обусловленное социокультурными, экономическими и научными проблемами регионального уровня, основано на систематизации современного историографического ресурса. В контексте туризма наиболее значимы проблемы, связанные с низкой посещаемостью музеев и сложностями интеграции музейных программ в уже сформированные туристские продукты.

На развитие музейного дела региона повлияли ключевые события отечественной истории, которые определили временные рамки периодов развития музейной деятельности Челябинской: 1825–1919 гг. – зарождение музейного дела в регионе; 1919–1921 гг. – упадок, вызванный Гражданской войной; 1922–1941 гг. – становление краеведения на Урале; 1941–1945 гг. – массовое создание экспозиций в поддержку фронта и советской идеологии; 1945–1953 гг. – прославление промышленности и сельского хозяйства; 1953–1964 гг. – «оттепель» вносит разнообразие в содержание экскурсий и экспозиций; 1964–1986 гг. – период «застоя»; 1986–1991 гг. – открытие новых выставочных залов, экономическая нестабильность музеев; с 1991г. – современный этап развития музейного дела.

Анализ отечественной и зарубежной научной литературы показал, что на данный момент музеи, являясь некоммерческими социально-культурными учреждениями, вынуждены существовать по правилам рыночной экономики. Это обуславливает популярность тем для диссертационных исследований, связанных с маркетингом, менеджментом и рекламой в музейной деятельности.

Музеи сегодня вынуждены конкурировать между собой как на внутреннем рынке за государственное, региональное, муниципальное

финансирование, так и на внешнем – за потребителя. Следствием данного процессастановится:

- создание программ, предполагающих включение туристов в процесс творческой деятельности внутри музея и на базе его коллекции;
- дифференциация программ музеев для разных возрастных и социальных категорий посетителей (в том числе людей с ограниченными возможностями);
- разработка индивидуальных экскурсий под запросы клиента;
- создание синтетических программ с использованием разных видов искусства внутри музея (музыкального сопровождения, театрального действия, кинематографии);
- использование в деятельности технологий дополненной и виртуальной реальности;
- применение геймифицированных экскурсионных продуктов;
- создание комплексных программ с привлечением других музеев, художественных и культурных центров и организаций;
- использование анимационных и eventтехнологий в проектировании услуг.

С переходом учреждений культуры на бюджетную и автономную систему финансирования музеи стали активнее взаимодействовать с организациями индустрии туризма. Успешность интеграции музейного дела в туризм определяет: туристская специализация музея, возможность формирования туристского потока, актуальность выставочной программы и маршрута, рентабельность рекламной продукции, появление интерактивности, использование достижений науки и техники, привлечение внебюджетных источников финансирования.

Музейный туризм расширяет масштабы Челябинской области. На территории региона функционирует 123 музея, больше половины из которых находится в муниципальной собственности. Местные музеи обладают

уникальными объектами показа связанными с Кусинским и Каслинским художественным литьем, Златоустовской гравюрой, промышленными предприятиями, предметами казачьего быта. На территории области осуществляет деятельность 8 туроператоров, разрабатывающих туристские продукты по Южному Уралу: задействуют в маршрутах региональные музеи лишь 4 туристских кампании.

Показатель эффективности экскурсионно-туристской деятельности, основанный на вовлеченности музеев в туристские маршруты, составляет 13%, что ниже, чем по Свердловской и Курганской областям. На основе полученных во время исследования данных можно заключить, что необходима модернизация туристско-экскурсионной деятельности региона, чтобы конкурировать с другими областями Уральского федерального округа.

Существует два основных направлениями повышения attractiveness музеев: совершенствование предлагаемых услуг (внедрение новых форм, средств и методов экскурсионной деятельности), оптимизация системы связей с общественностью, для формирования положительного имиджа музея и его продуктов.

Если останавливаться на содержательной стороне музейно-экскурсионного продукта, то необходимо выделить в качестве ключевой тенденции XXI века использование анимационных технологий. Они зарекомендовали себя в музеях разного масштаба. Музейно-анимационные программы легко адаптируются под различные экспозиции, события и целевые группы, считая в себе принципы развлечения, обучения, эстетики и ухода от реальности.

Практика музеев Челябинской области и других регионов России доказывает справедливость гипотезы, что использование в работе музея анимационных технологий способно повысить его attractiveness. Однако существует противоречие между обширным практическим опытом музеев и отсутствием концепции построения музейно-анимационных программ. Основываясь на знании анимационной деятельности отечественных и

зарубежных музеев, а также технологиях, применимых в сфере развлечений, нами была создана модель разработки музейно-анимационных программ.

На основании предложенной модели по заказу научно-просветительского отдела Краеведческого музея Копейского городского округа созданы две музейно-анимационные программы, которые уже получили одобрение дирекции музея. Первая музейно-анимационная программа «Зов джунглей» позволит привлечь дополнительные средства в учреждение за счет проведения конкурсно-игровых программ к детским Дням рождения. Вторая программа «Последнее дело героя Огнева» представляет из себя военно-патриотический эскейп-квест в «Зале войны» для подростков, молодежи и семейных групп. Она направлена главным образом на расширение аудитории и формирование современного имиджа музея.

Основываясь на методе аналогий с музеями малых городов можно прогнозировать повышение аттрактивности Краеведческого музея Копейского городского округа. Однако на значительный рост аудитории учреждения в 2020 году можно рассчитывать, при условии вхождения музея в туристский маршрут по Челябинской области.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Алиясова, В.Н. Музейное дело в северном и восточном Казахстане в конце XIX – первой половине XX в/ В.Н. Алиясова// Известия Алтайского государственного университета. – 2008. – № 4–1 (60). – С. 7–9.

2 Алятина, А.Г. Научно-исследовательская и просветительская работа музеев Южного Урала после окончания войны/ А.Г. Алятина// Интеллект, инновации, инвестиции. – 2012. – № 1. – С. 121–123.

3 Ананьев, В.Г. О некоторых проектах применения социологического подхода в музейном деле советской России 1920-х гг/ В.Г. Ананьев// Вестник РГГУ. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение. – 2011. – № 17 (79). – С. 275–283.

4 Антипин, Н.А. Иван Горохов и его музей: материалы к биографии основателя Челябинского краеведческого музея/ Н.А. Антипин. – Челябинск: Областное бюджетное учреждение культуры «Челябинский государственный краеведческий музей», 2010. – 215 с.

5 Архипова, О.В. Совершенствование музейного дела как фактор развития туристско-экскурсионной деятельности/ О.В. Архипова// Современные проблемы экономики и управления в сфере туризма: сб. науч. тр. – Санкт-Петербург, 2006. – С. 49–57.

6 Афанасьев, О.Е. Музей как мост между прошлым и будущим: музейное дело и туризм/ О.Е. Афанасьев// Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – № 1. – С. 5–6.

7 Бабаева, С.Р. Понятие «Культурный туризм», его основные характеристики/ С.Р. Бабаева// Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. – № 2. – С. 69–71.

8 Багапова, Н.В. Кусинское художественное чугунное литье (1860-1917 гг.)/ Н.В. Багапова// Вестник Томского государственного университета. – 2017. – № 27. – С. 78–85.

9 Бален, А.П. Музей как фактор развития культурно-познавательного

туризма/ А.П. Бален, С.Г. Нездойминов// Крымский экономический вестник. – 2014. – № 5 (12). – С. 5–7.

10 Василина, Д.С. Новые технологии приобщения детей к музейному делу/ Д.С. Василина// Сборник конференций НИЦ Социосфера. – 2011. – №40. – С. 51–53.

11 Вишневская, Е.В. Новые технологии в музейном деле/ Е.В. Вишневская, В.В. Перелыгина// Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма материалы VII Международной Интернет-конференции: сб. науч. тр., 2018. – С. 589–591.

12 Власова, Т.И. Музейное и санаторно-курортное дело как составляющая индустрии туризма/ Т.И. Власова// Вестник Национальной академии туризма. – 2007. – № 3. – С. 8–9.

13 Волков, Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес/ Ю.Ф. Волков. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 365 с.

14 Гафарова, Г. История музейного дела в Азербайджане: прошлое, настоящее, будущее/ Г. Гафарова// Вопросы музеологии. – 2010. – № 2. – С. 33–40.

15 «Глобальный этический кодекс туризма» (Принят в г. Сантьяго 01.10.1999 Резолюцией а/RES/406(XIII) на 13-ой сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации).

16 Гончарова, Е.Г. Курганский исторический музей: этапы формирования коллекции и современная деятельность/ Е.Г. Гончарова// Наследие веков. – 2015. – № 3. – С. 64–70.

17 Грицкевич, В.П. История музейного дела (до конца XVIII в.): дис. ... д-ра культ. наук/ В.П. Грицкевич. – СПб.: Изд-во СПбГУКиИ, 2003. – 257 с.

18 Девейкис, М.В. Периодизация истории музейного дела (на примере музеев Петербурга-Петрограда-Ленинграда)/ М.В. Девейкис// Международный научно-исследовательский журнал. – 2014. – № 31 (22). – С. 91–96.

19 Дмитриенко, Н.М. К вопросу о периодизации музейного дела России/ Н.М. Дмитриенко, С.Е. Григорьева// Вестник Томского государственного университета. – 2019. – № 34. – С. 189–192.

20 Дмитриенко, Н.М. Музееведение как комплекс знаний о музейном деле: к историографии проблемы/ Н.М. Дмитриенко, Л.А. Лозовая, М.А. Бутенко, В.С. Глухов// Вестник Томского государственного университета. – 2015. – № 399. – С. 34–41.

21 Дмитриенко, Н.М. Николай Михайлович Карамзин: у истоков изучения музейного дела в России/ Н.М. Дмитриенко, Э.И. Черняк// Вестник Томского государственного университета. – 2015. – № 398. – С. 55–63.

22 Дукельский, В.Ю. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики/ В.Ю. Дукельский. – М.; Прогресс, 2010. – 199 с.

23 Зверева, Ю.И. Из истории музейного дела в России (конец XIX – начало XX в.)/ Ю.И. Зверева, Х.М. Турьинская// Вестник Московского университета. – 2007. – № 4. – С. 40–62.

24 Касаткина, С.С. Второй всероссийский научно-практический форум «Музейное дело и туризм как факторы развития российской глубинки» (Тотьма, 10-13 сентября 2015 года)/ С.С. Касаткина// Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. – 2015. – № 3. – С. 78–80.

25 Киндзерская, М.А. Эволюция музейного дела в России/ М.А. Киндзерская// Наука сегодня: сб. науч. тр. – Научный центр «Диспут», 2014. – С. 110–111.

26 Кириличева, С.В. Музейный туризм юга России: стратегии эффективного взаимодействия/ С.В. Кириличева// Феодосийские научные чтения. – 2015. – № 3. – С. 139–141.

27 Кириллов, Н.П. Перспективные варианты использования технологии радиочастотной идентификации в библиотечном и музейном деле/ Н.П. Кириллов, В.П. Дашевский// Труды СПИИРАН. – 2008. – № 7. – С. 48–53.

28 Козлов, Н.П. Влияние музейного дела на культурный облик

современного общества России/ Н.П. Козлов// Сборник научных трудов SWorld. – 2014. – № 1. – С. 46–51.

29 Комиссарова Е.В. Региональный музей как хранитель и транслятор культурного наследия: автореферат дис. ... канд. ист. наук/ Е.В. Комиссарова. – Волгоград: Изд-во ВГМУ, 2006. – 34 с.

30 Комлев, Ю.Э. Организация маркетинговой деятельности в музее: дис. ... канд. пед. наук/ Ю.Э. Комлев. – СПб.: Изд-во СПбГУиК, 2005. – 216 с.

31 Кобацкая, С.А. Управление музеем в рамках стратегии создания музейных комплексов: дис. ... канд. экон. наук/ С.А. Кобацкая. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. – 221 с.

32 Кротова, С.А. Основные направления тематики в отечественных диссертационных исследованиях по музейному делу (1990–2013 гг.)/ С.А. Кротова// Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение . – 2015. – № 2(18). – С.153–162.

33 Кругликова, Г.А. История становления и развития музейного дела на Урале в 1920-е гг./ Г.А. Кругликова// Уральский исторический вестник. – 2011. – № 4 (33). – С. 62–68.

34 Кузина, Г.А. История музейного дела/ Г.А. Кузина, А.А. Сундиева. – М., 2001. – 242 с.

35 Куклинова, И.А. Теория и практика музейного дела во Франции в 1930-е гг./ И.А. Куклинова// Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2011. – № 4 (9). – С. 98–105.

36 Куклинова, И.А. Современные тенденции в изучении истории музейного дела/ И.А. Куклинова// Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 3 (16). – С. 90–94.

37 Кулемзин, А.М. Современные прогрессивные тенденции в музейном деле/ А.М. Кулемзин// Актуальные проблемы социокультурных исследований: сб. науч. тр. – Кемерово: Изд-во «Федеральное агентство по

культуре и кинематографии», 2007. – С. 247–251.

38 Кулемзин, А.М. О формировании новой парадигмы подготовки музееведов/ АМ. Кулемзин, Д.Д. Родионова// Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – № 2 (50). – С. 74–77.

39 Лясников, М.В. Инновационные технологии в музейном деле/ М.В. Лясников, В.А. Шестаков// Вопросы культурологии. – 2011. – № 11. – С. 78–83.

40 Ляшко, А.В. Музейный туризм в России. Эволюция формата/ А.В. Ляшко// Вестник Санкт-петербургского университета. – 2012. – № 3. – С. 21–25.

41 Максимова, Т.Е. Виртуальные музеи как социокультурный феномен (типология и функциональная специфика): автореферат дис. ... канд. культ. наук / Т.Е. Максимова. – М.: Изд-во МГУКИ, 2012. – 34 с.

42 Малкова, И.Г. Городские музеи в культурном пространстве уральского города второй половины XX века/ И.Г. Малкова// Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 34. – С. 249–250.

43 Маркетинг в туризме: методические рекомендации в 5 частях/ сост. С.В. Шахнович, Е.С. Шахнович, А.Б. Козлова. – Витебск: Изд-во ВГУ им. П.М. Машерова, 2013. – 86 с.

44 Миронова, Т.Н. Музейное дело западного региона Украины: между новейшими направлениями и традицией/ Т.Н. Миронова// Сучасні проблеми дослідження, реставрації та збереження культурної спадщини. – 2014. – № 10. – С. 185–192.

45 Морозова, И.П. Развитие музейного дела на территории Южного Урала в период «Оттепели»/ И.П. Морозова// Девятые Большаковские чтения. Оренбургский край как исторический феномен: сб. науч. тр. – Оренбург, 2018. – С. 304–307.

46 Мышева, Т.П. История отечественного экскурсионного дела в аспекте музейной педагогики/ Т.П. Мышева// Вестник Таганрогского государственного педагогического института. – 2015. – № 2. – С. 171–176.

47 Насруллаева, П.Н. Музейное дело в системе туризма/ П.Н. Насруллаева// Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 555.

48 Никишин, Н.А. Музейная сфера в эпоху сетевых технологий. Музеи и информационное пространство: проблема информатизации и культурное наследие/ Н.А. Никишин. – Тула, 2001. – С. 81–82.

49 Никольский, С.А. Технологии трехмерного компьютерного моделирования в музейном деле/ С.А. Никольский// Молодежный вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 1 (2). – С. 164–167.

50 Никулина, Т.В., Ковчинская, С.Г. Музей в XXI веке/ Т.В. Никулина, С.Г. Ковчинская. – Петрозаводск, 2009. – 201 с.

51 Окунева, С.Л. Особенности формирования социокультурных механизмов культурной трансляции/ С.Л. Окунева// Этносоциум и межнациональная культура. – 2010. – № 8 (32). – С. 147–153.

52 Петриченко, А.М. Искусство литья/ А.М. Петриченко. – М.: Знание, 1975. – 160 с.

53 Петрова, Д.А. Актуальные проблемы гуманитарных наук/ Д.А. Петрова// Материалы Международной научно-практической конференции: сб. науч. тр. – Томск, 2012 г. – С. 89–93.

54 Плошница, Е.Т. Основные тенденции развития музейного дела в современной Молдове: теоретические рефлексии/ Е.Т. Плошница// Вопросы музеологии. – 2011. – № 2 (4). – С. 154–162.

55 Полянскова, Н.В., Хасаев, Г.Р. Эффективные муниципальные практики развития социокультурной среды и музейного дела/ Н.В. Полянскова, Г.Р. Хасаев// Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 9 (131). – С. 24–29.

56 Прокудина, Д.А. Музей как фактор трансляции ценностей современной российской молодежи: дис. ... канд. соц. наук/ Д.А. Прокудина. – М.: Изд-во МГТУ, 2008. – 227 с.

57 Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2018 № 872-р (ред. от 11.07.2019) «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)».

58 Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2012 № 2606-р (ред. от 28.04.2015) Об утверждении плана мероприятий «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы культуры» (вместе с Планом мероприятий («дорожная карта») «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы культуры»).

59 Романчук, А.В. Музейный туризм: учебно-методическое пособие/ А.В. Романчук. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2010. – 46 с.

60 Рубцова, Н.В. Содержание понятия «Эффективность туристской деятельности»/ Н.В. Рубцова// Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – № 18. – С. 54–59.

61 Рыбаков, Ф.Ф. Теоретические основы экономики музейного дела/ Ф.Ф. Рыбаков// Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2002. – № 1. – С. 111–116.

62 Рязанова, А.Ю. К вопросу об оценке эффективности сферы культуры региона/ А.Ю. Рязанова// Вестник КемГУКИ. – 2017. – № 40. – С. 80–87.

63 Сагинова, О.В. Предпринимательство в музейном деле: отвечая на вопросы глобализации/ О.В. Сагинова, М. Вейё// Российское предпринимательство. – 2012. – № 6(104). – С. 169–174.

64 Сизова, И.А. Музейное дело в отечественных диссертационных исследованиях (1990-2010 гг.)/ И.А. Сизова// Вестник Томского государственного университета. История. – 2011. – № 3 (15). – С. 136–139.

65 Тихонова, А.Ю. История организации музейного дела в регионах: к проблеме исследования/ А.Ю. Тихонова, М.А. Чапланова// Фундаментальные исследования. – 2015. – № 8-3. – С. 611–615.

66 Тихонова, О.М. Технология дополненной реальности в музейном деле/

О.М. Тихонова, А.С, Вдовин// Математические методы в технике и технологиях – ММТТ. – 2013. – № 13-2(59). – С.126–128.

67 Турицын, И.В. Частный музей истории Сергея Докучаева: новые тенденции в отечественном музейном деле/ И.В. Турицын// Современная научная мысль. – 2018. – № 3. – С. 144–153.

68 Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» от 25.06.2002 №73-ФЗ (последняя редакция).

69 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ от 24.11.1996 (ред. от 18.04.2018).

70 Чеснокова, М.Н Эволюция музейной экспозиции как знаковой системы: автореферат дис ... канд. культ. наук/ М.Н. Чеснокова. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2010. – 35 с.

71 Чигрина, А.И. Государственная политика в области музейного дела в годы великой отечественной войны/ А.И. Чигрина// Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы. – 2010. – № 2. – С. 155–161.

72 Чувилова, И.В. Обзор материалов круглого стола, посвященного 300-летию музейного дела в России/ И.В. Чувилова, О.Н. Шелегина// Вестник Алтайского государственного педагогического университета. – 2015. – № 24. – С. 41–44.

73 Чуклина, Т.И. Метод погружения как актуальный метод построения музейной экспозиции: дис. ... канд. культ. наук/ Т.И. Чуклина. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2011. – 294 с.

74 Шаблеев, Н.И. Применение средств мультимедиа в музейном деле/ Н.И. Шаблеев// Студенческая наука и XXI век. – 2017. – № 15. – С. 182–183.

75 Шеламова, Т.В. Автоматизированная система управления виртуальной музейно-образовательной средой: автореферат дис. ... канд. тех. наук/ Т.В. Шеламова. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2010. – 34 с.

76 Шершева, М.Ю. Роль музеев в развитии туризма с участием малых

городов (на примере Владимирской области)/ М.Ю. Шершева, М.Ю. Колков// Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – № 1. – С. 120–133.

77 Шляхтина, Л.М. Музей и турист: управление процессом межкультурной коммуникации/ Л.М. Шляхтина// Менеджмент. Наука. Образование. Культура: сб. науч. тр. – СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2003. – С. 312–313 с.

78 Шубина, Т.В. «Живой музей»: проблемы проектирования экспозиции музея-усадьбы «Горки»/ Т.В. Шубина/ Современные проблемы сервиса и туризма. – 2009. – № 2. – С. 23–32.

79 Щепеткова, И.А. Театрализация музейного пространства как форма взаимодействия с посетителями: автореферат дис. ... канд. культ. наук/ И.А. Щепеткова. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. – 39 с.

80 Экиниль, Г.Е. Особенности маркетинга в музейном деле на современном этапе развития// Г.Е. Экиниль, Ю.А. Пономарева// Проблемы и перспективы развития туризма и индустрии гостеприимства Ростов-на-Дону. – 2010. – №4. – С. 61–62.

81 Юренева, Т.Ю. Музей в истории мировой культуры: генезис и эволюция: автореферат дис. ... д-ра. ист. наук/ Т.Ю. Юренева. – М., 2004. – 31 с.

82 Юрик, Р.А. Экономические проблемы развития музейного дела и туристской инфраструктуры в условиях переходной экономики/ Р.А. Юрик// Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2005. – № 5. – С. 71–86.

83 Белькевич, Д. Communicating the Museum 2011: Museum and You [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.artukraine.com.ua/articles/523.html> (дата обращения: 12.08.2019).

84 Шиятая, В. Владимир Малиновский: «Музеи – это форпосты культуры нашей страны» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zvu-74.ru/news/kultura/06425> (дата обращения: 17.06.2019).

85 Шиятая, В. Юлия Краснова: «В перспективе – создание музея города Челябинска» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zvu-74.ru/articles/kultura/03751> (дата обращения: 02.08.2019).

86 Шульгин, П.М. Основные тенденции взаимодействия туризма и музейного развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.amr-museum.ru/russ/oficial/basic_programs/konkurs_r4.htm (дата обращения: 07.12.2018).

87 Morse, N Question and Answer: How can museums work with hospitals? A brief history of the V&A Museum of Childhood Hospital Schools programme and some future thoughts on the role of the museum sector/ N. Morse// School of Museum Studies, University of Leicester. – 2018. – №22. – С. 64.

88 Osterman, M. Museums of the Future: Embracing digital strategies, technology and accessibility/M. Osterman// Museological Review. – 2018. – №22. – С. 10.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Перечень музеев Челябинской области

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
1	Музей истории Агаповского района	С. Агаповка, ул. Правобережная, д. 1	Муниципальный	Историко-бытовой	Залы: быта, войны и природы.
2	Музей поселка Наровчатка	П. Наровчатка, ул. Кооперативная, д. 11	Муниципальный	Краеведческий	Единственный зал посвящен истории поселка.
3	Челябинский государственный историко-культурный заповедник «Аркаим»	Челябинская область, Брединский район.	Государственный	Историко-культурный заповедник	Туристский лагерь, плотина, мастерская, музей Древних производств.
4	Ашинский городской музей природы	Г. Аша, ул. Ленина, д. 7	Муниципальный	Краеведческий	В музее хранятся коллекции местных минералов, карты, чучела животных и птиц, предметы быта.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
5	Миньярский историко-краеведческий музей	Г. Миньяр, ул. Горького, 95.	Муниципальный	Историко-краеведческий	Самая большая коллекция самоваров в области.
6	Историко-краеведческий музей г. Сим	Г. Сим, ул. Пушкина, д. 8.	Муниципальный	Историко-краеведческий	Большая часть музея посвящена истории Великой Отечественной войны. При музее действует комната-музей И.В. Курчатова.
7	Варненский краеведческий музей им. В.И. Савина	п. Варна, ул. Советская, д. 75.	Муниципальный	Краеведческий	Экспозиции рассказывают о крестьянском быте Варны, об истории местных казаков, об участии земляков в ВОВ, о местной природе.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
8	Верхнеуральский краеведческий музей	Г. Верхнеуральск, ул. Луначарского, 31 и ул. Карла Либкнехта, 56.	Муниципальный	Краеведческий	Экспозиция об истории Верхояицкой крепости и города Верхнеуральска, а также скульптуре Эрнсте Неизвестном и Верхнеуральской типографии.
9	Уфалейский городской историко-краеведческий музей	Г. Верхний Уфалей, ул. Ленина, 159.	Муниципальный	Историко-краеведческий	Предметы старинного быта, каслинское литье, кузнецовский фарфор, старинные книги.
10	«Гардарика»	Сосновский район, близ п. Биргильда.	Частный	Музей-поселение, парк исторической реконструкции	Воссозданное поселение восточных славян IX-XII вв. Проводятся исторические реконструкции.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
11	Еманжелинский историко-краеведческий музей	Еманжелинск, ул. Чкалова, 16.	Муниципальный	Историко-краеведческий	Состоит из 4 залов: исторически, народного быта, природы и выставок.
12	Златоустовский краеведческий музей	Г. Златоуст, площадь III Интернационала, 1.	Муниципальный	Краеведческий	Коллекции златоустовской гравюры, холодного оружия, кусинского и каслинского литья, минералов.
13	Фабрика «ОружейникЪ»»	Г. Златоуст, ул. Полетаева, д. 139.	Корпоративный	Промышленный	Экскурсии и мастер-классы по производству клинкового оружия.
14	Музей природы национальный парк «Таганай»	Г. Златоуст, ул. Шишкина, д. 3-а.	Государственный	Музей природы национальный парк	В музее 3 коллекции: минералогическая, зоологическая и ботаническая.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
15	Башня-колокольня Иоанна Златоуста	Г. Златоуст, п. Красная горка, 16.	Муниципальный	Ансамблевый музей	Является смотровой площадкой, с которой виден весь Златоуст.
16	Карабашский краеведческий музей	Г. Карабаш, ул. Освобождения Урала, 28.	Муниципальный	Краеведческий	Фонды насчитывают около 4000 экспонатов: фотографии, документы, предметы быта, чучела животных, картины, иконы, минералы.
17	Историко-краеведческий музей Карталинского района	Г. Карталы, ул. Калмыково, д.1.	Муниципальный	Историко-краеведческий	12 экспозиций: минералов, быта, Великой Отечественной войны, истории казачества, истории денежных знаков и т.д.
18	Музей художественного литья	Г. Касли, ул. Советская, 38.	Муниципальный	Историко-художественный	Один зал со скульптурами каслинских мастеров.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
19	Дом-музей скульптора А.В. Чиркина	Г. Касли, ул. Памяти 1905 года, д. 86.	Муниципальный	Ансамблевый	Экспозиция о жизни и творчестве скульптора, а также истории старообрядчества.
20	Музей народного быта	Г. Касли, ул. Ленина, 16.	Муниципальный	Историко-бытовой	Небольшая коллекция старинных вещей, предоставленных горожанами.
21	Катав-Ивановский краеведческий музей	Катав-Ивановск, ул. Карла Маркса, д.4.	Муниципальный	Краеведческий	Есть залы: истории города, быта, природы, временных выставок.
22	Кизильский историко-краеведческий музей	С. Кизильское, ул. Колхозная, д.45.	Муниципальный	Историко-краеведческий	Воссоздан интерьер казачьей избы, создан макет почетной белой юрты, представлены археологические находки.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
23	Краеведческий музей Копейского городского округа	Г. Копейск, пр. Коммунистический, д.18.	Муниципальный	Краеведческий	Залы: геологии, природы, этнографии, войны и выставочный зал.
24	Музей наперстков	Г. Копейск, ул. Кемеровская, 3А.	Общественный	Коллекционный	300 наперстков со всего мира.
25	Музей истории Коркино	г. Коркино, ул. Мира, д.45	Общественный	Историко-краеведческий	В музее 16 экспозиций, библиотека книг о Коркино и коркинских авторов, коллекции значков и открыток.
26	Кунашакский историко-краеведческий музей.	С. Кунашак, ул. Победы, 43.	Муниципальный	Историко-краеведческий	В экспозиции есть музыкальные инструменты, предметы быта и костюмы башкир, а также метеорит Кунашак.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
27	Музейно-краеведческий центр г. Кусы	Г. Куса, ул. Бубнова, 4.	Муниципальный	Историко-краеведческий	В фондах музея предметы старины, литье, скульптуры, старинные монеты, документы, фотографии.
28	Магнитогорский краеведческий музей	Магнитогорск, ул. Советской Армии, 51А.	Муниципальный	Историко-краеведческий	Экспозиции об истории города, археологические находки, коллекции художественного литья.
29	Магнитогорская картинная галерея	Магнитогорск, ул. им. Газеты «Правда», 12.	Муниципальный	Художественный	Представлены коллекции живописи, графики, скульптуры и ДПИ.
30	Музей-квартира поэта Б.А. Ручьева	Магнитогорск, пр. Ленина, д. 69, кв. 1.	Муниципальный	Мемориальный	Экспозиция о жизни и творчестве поэта.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
31	Музей Магнитогорского металлургического комбината	Магнитогорск, пр. Пушкина, 19.	Корпоративный	Промышленный	Рассказывает об истории комбината. Представлены действующие макеты.
32	Детская картинная галерея	Магнитогорск, ул. Суворова 138/1.	Муниципальный	Художественный	Галерея включает: выставочный зал для детей и педагогов, изостудию.
33	Музей истории Магнитостроя	Магнитогорск, ул. Советская, 145/3.	Муниципальный	Исторический	В музее 6 экспозиций. В залах размещена ретроспектива знаменательных событий существования города.
34	Музей военной техники ДОСААФ	Магнитогорск, ул. Советской Армии, 55.	Муниципальный	Музей военной техники	Танки, самолеты, броневики, «Катюша», т.д.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
35	Музей истории народного образования Магнитогорска	Магнитогорск, пр. Карла Маркса, 12/1.	Муниципальный	Педагогический музей	Экспозиция посвящена истории народного образования города.
36	Школьный музей им. И.Х. Ромазана	Магнитогорск, ул. Труда, 19/1.	Общественный	Мемориальный	Единственный профессиональный школьный музей. Содержит четыре раздела о жизни директора ММК.
37	Миасский краеведческий музей	Г. Миасс, ул. Пушкина, 8.	Муниципальный	Краеведческий	Залы: истории города, быта, золотых промыслов, палеонтологии.
38	Естественнонаучный музей Ильменского гос. заповедника	Г. Миасс, Ильменский государственный заповедник	Государственный	Естественнонаучный	Залы музея: истории Ильмен, минералов, горных пород и животного мира.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
39	Музей поселка Ленинск	П. Ленинск, ул. Нефтяников, 22.	Общественный	Историко-краеведческий	Рассказывает об истории поселка и золотодобыче.
40	Нязепетровский краеведческий музей	Г. Нязепетровск, ул. Свердлова, 21.	Муниципальный	Краеведческий	В музее представлена экспозиция быта горнозаводского населения Южного Урала, палеонтологические находки.
41	Городской Краеведческий музей Озерска	Г. Озерск, ул. Комсомольская 9, к. 212.	Муниципальный	Краеведческий	Коллекции: палеонтологическая, минеральная, истории города, Великой Победы.
42	Музей ФГУП «ПО «Маяк»	Г. Озерск, пр. Ленина, 32	Корпоративный	Музей трудовой славы	Рассказывает от истории комбината «Маяк», на территории дача Курчатова.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
43	Октябрьский районный историко-краеведческий музей	Октябрьское, ул. Комсомольская д. 3.	Муниципальный	Историко-краеведческий	В экспозиции представлена флора, фауна, минералы, история и работы местных мастеров.
44	Историко-краеведческий музей Пласта	Г. Пласт, ул. Октябрьская, 56А.	Муниципальный	Историко-краеведческий	Залы: «Минералы Русской Бразилии», золотодобычи, природы, воинской славы.
45	Саткинский краеведческий музей	Г. Сатка, пл. 1 Мая, 2	Муниципальный	Краеведческий	В фондах музея свыше 20 тыс. предметов. Залы: природы и истории.
46	Музей группы «Магнезит»	Г. Сатка, ул. Солнечная, д. 32	Корпоративный	Промышленный	В экспозиции документы и фотографии предприятия, макеты оборудования магниезильных огнеупоров.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
47	Музей Бакальского рудоуправления	Г. Бакал, ул. Ленина, 13	Корпоративный	Промышленный	Экспозиция посвящена истории города и его жителям, а также истории предприятия.
48	Снежинский городской музей	Г. Снежинск, пр. Мира, 22	Муниципальный	Краеведческий	4 зала об истории и культуре города.
49	Музей ядерного оружия	Г. Снежинск	Корпоративный	Музей военной техники	Образцы ядерного оружия: боевые блоки, головные части межконтинентальных баллистических ракет подводных лодок, артиллерийские снаряды, авиационные бомбы, первая водородная бомба.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
50	Историко-художественный музей города Трехгорный	Г. Трехгорный, ул. Строителей, д. 14А.	Муниципальный	Историко-художественный	Коллекции: уральских минералов, Каслинского литья, Златоустовской гравюры.
51	Троицкий краеведческий музей	Г. Троицк, ул. Ленина, 70	Муниципальный	Краеведческий	Экспозиции: истории города, ВОВ, природы. Есть выставочный зал.
52	Анатомический музей	Г. Троицк, ул. Гагарина, 13	Ведомственный	Естественно-научный	Коллекция чучел животных.
53	Районный краеведческий музей им. М.А. Тренина	П. Увельский, ул. Кирова, 9	Муниципальный	Краеведческий	Залы: истории заселения края, гражданской войны, ВОВ, современности.
54	Уйский краеведческий музей	С. Уйское, ул. Балмасова, 27	Муниципальный	Краеведческий	Отделы: природы, дореволюционного прошлого, советского периода.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
55	Усть-Катавский историко-краеведческий музей	Г. Усть-Катав, ул. Братьев Мохначевых, 5	Муниципальный	Историко-краеведческий	Залы: природы, истории и этнографии района, временных выставок.
56	Фершанпенуазская картинная галерея	С. Фершанпенуаз, ул. Бикимова, 39	Муниципальный	Художественный	Коллекции работ: Н.П. Рябова, Ф.Г. Разина. Наибольшую ценность имеет коллекция гжельского фарфора.
57	Музей камня	С. Фершанпенуаз, ул. Строителей, 7	Частный	Коллекционный	Коллекция камней собранных собственником А.М. Матора.
58	Нагайбакский историко-краеведческий музей им. Маметьева	С. Фершанпенуаз, ул. Советская, 43	Муниципальный	Историко-краеведческий	Коллекции: археологическая, предметов быта, народных костюмов, истории казачества.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
59	Музей истории села Париж	С. Париж, ул. Советская, 69	Муниципальный	Краеведческий	4 зала, есть картинная галерея. Воссоздана казачья изба, представлена история казачества.
60	Историко-краеведческий музей поселка Остроленский	П. Остроленский, ул. Байкина, 45	Муниципальный	Историко-краеведческий	Залы: природа и археология, казачья комната, быт и занятия казаков, Великая Отечественная война, Остроленский сегодня
61	Центр национальных культур поселка Кассельский	П. Кассельский	Муниципальный	Краеведческий	Экспозиции: истории поселка, героев ВОВ, казачества, местных мастеров.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
62	Чебаркульский краеведческий музей	Г. Чебаркуль, ул. 9Мая, д. 8	Муниципальный	Краеведческий	Залы: «Геральдика», «История строительства крепости», «Чебаркульцы в тылу и на фронте», «Казачья горница», «Природа Чебаркульского края».
63	Музей казачьего быта и истории	С. Травинки, ул. Первомайская, 3	Муниципальный	Историко-бытовой	В экспозиции предметы казачьего быта, одежда и оружие.
64	Музей имени Герасимова	С. Кундравы, ул. Комсомольская, 63	Муниципальный	Мемориальный	Коллекция вещей мастера.
65	Музей нагайбакской культуры	С. Попово, ул. Новая, 2 А	Муниципальный	Краеведческий	Представлены нагайбакские костюмы XIX-XX веков, домашняя утварь.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
66	Музей им. Л.Н. Сейфуллиной	С. Варламово, ул. Кирова, 40	Общественный	Литературно-краеведческий	В экспозиции: предметы быта, краеведческие материалы, письма и книги с автографами.
67	Музей истории и народного быта с. Верхние Караси	С. Верхние Караси, ул. Свободы, сельский клуб	Муниципальный	Краеведческий	Материалы об истории села, краеведческие архивы, фотографии, предметы быта.
68	Музей боевой и трудовой славы поселка Тимерязевский	П. Тимерязевский, ул. Чайковского, 5	Муниципальный	Историко-краеведческий	Среди экспонатов: предметы быта, рукоделие, фотографии строительства поселка, предметы боевой и трудовой славы.
69	Сарафановский краеведческий музей	С. Сарафаново, ул. Мира, д. 5, кв. 29	Общественный	Краеведческий	Представлены документы об истории села и его жителях, артефакты ВОВ.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
70	Государственный исторический музей Южного Урала	Г. Челябинск, ул. Труда, 100	Государственный	Краеведческий	Залы: «Природы и древней истории», «Истории и народного быта», «Истории XX века». Выставочные площадки и музей на крыше.
71	Челябинский государственный музей изобразительных искусств	Г. Челябинск, ул. Труда, 92А	Государственный	Художественный	16 тыс. предметов регионального, русского, западноевропейского и восточного искусства. Есть каслинское и кусинское литье, златоустовские гравюры.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
72	Музей истории Южно-Уральской железной дороги	Г. Челябинск, ул. Железнодорожная, 1/1	Корпоративный	Промышленный	Разделы экспозиции: «Из истории развития железнодорожного транспорта России», «Уральский исток Транссиба», «Время, вперед!», «Рождение Южно-Уральской», «Дорога жизни» и др.
73	Музей ретро-автомобилей	Г. Челябинск, Троицкий тракт, 22а/1	Частный	Транспорта	25 автомобилей известных и малоизвестных марок.
74	Музей почтовой связи	Г. Челябинск, пр. Ленина, 64	Корпоративный	Связи	Залы: «Фронт и ты. Почтальоны - связные войны», «Быт почтовика», «Большой зал».

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
75	Челябинский музей леса	Г. Челябинск, ул. Варненская, 1А	Муниципальный	Краеведческий	Экспозиция об истории Шершневского лесничества и обитающих в нем животных.
76	Музей истории медицины	Г. Челябинск, ул. Воровского, д. 16, к. 9	Ведомственный	Естественно-научный	Экспозиции: стоматологическая, педиатрическая и хирургическая.
77	Музей истории ЧМК	Г. Челябинск, ул. Павелецкая 2-я, 4	Корпоративный	Трудовой славы	Экспозиция об истории и специфике ЧМК, Metallургического района.
78	Музей ЧТЗ	Г. Челябинск, пр. Ленина, 19	Корпоративный	Трудовой славы	В музее 6 залов об истории ЧТЗ, о первых пятилетках, о работе в годы ВОВ.
79	Музей-мастерская древних и традиционных технол.	Г. Челябинск, ул. Солнечная, 50а	Общественный	Музей-мастерская	Объединяет этнографический музей и ремесленные мастерские.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
80	Музей Боевой Славы Карельского фронта	Г. Челябинск, Свердловский пр., 24	Общественный	Музей боевой славы	В экспозиции представлены предметы амуниции, документы и фотографии.
81	Музей памяти воинов-интернационалистов	Г. Челябинск, ул. Дзержинского, 102	Муниципальный	Исторический	Экспозиция посвящена боевым действиям в Афганистане, Чечне, ветеранам ВОВ.
82	Музей военной техники	Г. Челябинск, ул. Героев Танкограда, 118	Муниципальный	Музей военной техники	Среди экспонатов: ИС-3, Т-34, ЗИС-5, система «Град», ЗПУ-4, ИСУ-152.
83	Музей «Уральский фарфор»	Г. Челябинск, пр. Ленина, 35	Частный	Художественный	Специализируется на передвижных выставках.
84	Музей истории моды XX века	Г. Челябинск, ул. Ворошилова, 12	Ведомственный	Исторический	Около тысячи экспонатов: костюмы, плащи, платья, шляпы.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
85	Музей денег	Г. Челябинск, пр. Ленина, 87	Ведомственный	Историческо-коллекционный	Рассказывает об истории российских денег. В фонде более 300 единиц.
86	Музей истории конькобежного спорта	Г. Челябинск, ул. Труда, 187А	Корпоративный	Исторический	Рассказывает об истории конькобежного спорта Челябинской области. Представлены документы, фотографии, награды и инвентарь спортсменов.
87	Музей ХК «Трактор»	Г. Челябинск, ул. 250-летия Челябинска, 38	Корпоративный	Исторический	2 зала истории хоккейного клуба.
88	Музей истории аптечного дела	Г. Челябинск, ул. Кирова, 141	Корпоративный	Коллекционный	В музее представлены чугунные весы и ступки с пестиками, фармацевтическая посуда.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
89	Музей археологии и этнографии ЧелГУ	Г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129	Ведомственный	Краеведческий	Залы: археологии и этнографии.
90	Музей «Народы и технологии Урала»	Г. Челябинск, пр. Ленина, 76	Ведомственный	Краеведческий	Археологические находки, предметы быта и искусства, украшения, оружие.
91	Музей часового завода «Молния»	Г. Челябинск, ул. Цвиллинга, 25	Кооперативный	Трудовой славы	Экспозиция об истории предприятия и о выпускаемой продукции
92	Музей книги ЧГИК	Г. Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36А	Ведомственный	Литературный	Коллекция книг Наума Орлова, издания по истории Урала и т.д.
93	Музей старинной игрушки	Г. Челябинск, ул. Курчатова, 22	Частный	Коллекционный	Более 500 экспонатов из Англии, Германии, Франции, Испании, Италии, СССР.

Продолжение таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
94	Музей занимательной науки «Экспериментус»	Г. Челябинск, ул. Труда, 95	Частный	Развлекательно-научный	Интерактивные экспонаты для проведения физических экспериментов.
95	Музей истории ПАО ЧКПЗ	Г. Челябинск, ул. Уральская, 1	Корпоративный	Трудовой славы	Рассказывает о появлении и развитии завода, его ветеранах.
96	Музей истории «Челябэнерго»	Г. Челябинск, ул. Российская, 23	Корпоративный	Трудовой славы	Разделы экспозиции: «План ГОЭЛРО», «Помощь фронту в годы ВОВ», «Рост и совершенствование энергетики Челябинской области», «Герои труда».
97	Музей завода Станкомаш	Г. Челябинск, ул. Енисейская, 8	Корпоративный	Трудовой славы	Представлены документы, фотографии, предметы быта, достижения сотрудников.

Окончание таблицы А.1

№	Название музея	Адрес музея	Тип собственности	Профиль музея	Залы и коллекции музея
98	Музей ЧГРЭС	Г. Челябинск, ул. Российская, 1	Корпоративный	Трудовой славы	Экспозиция о строительстве и развитии электростанции.
99	Чесменский историко-краеведческий музей	С. Чесма, ул. Чапаева, 32	Муниципальный	Историко-краеведческий	Коллекции: археологическая, холодного оружия, предметов казачьего быта.
100	Южноуральский краеведческий музей	Южноуральск, ул. Куйбышева, 11	Муниципальный	Краеведческий	Отделы: истории города, природы, ДПИ и художественного творчества

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Анкета

Уважаемый житель Челябинской области!

С целью улучшения эффективности туристско-экскурсионной деятельности музеев области просим Вас ответить на нижестоящие вопросы нашей анкеты.

Анкету заполнить нетрудно! Внимательно прочитайте вопрос и из списка предложенных вариантов выберите тот, который в наибольшей степени соответствует вашему мнению. При обработке результатов Ваши Ф.И.О. использоваться не будут т. к. все данные использоваться в обобщенном виде.

1. Ваш пол?

- Мужской
- Женский

2. Ваш возраст?

- 18-25 лет
- 26-35 лет
- 36-55 лет
- 55-75 лет

3. Как часто Вы посещаете музеи Челябинской области?

- Никогда
- Раз в несколько лет
- Каждый год
- Несколько раз в год

4. Прибегаете ли вы к услугам экскурсоводов?

- Да, всегда
- В большинстве случаев
- Редко
- Нет, никогда

5. Довольны ли вы качеством экскурсионно-туристского обслуживания музеев Челябинской области?

- Да
- Нет

6. Готовы ли Вы повторно посетить экскурсию или мероприятие, организованное одним из музеев Челябинской области?

- Да
- Нет

Благодарим за внимание!

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Административная структура Краеведческого музея Копейского городского округа

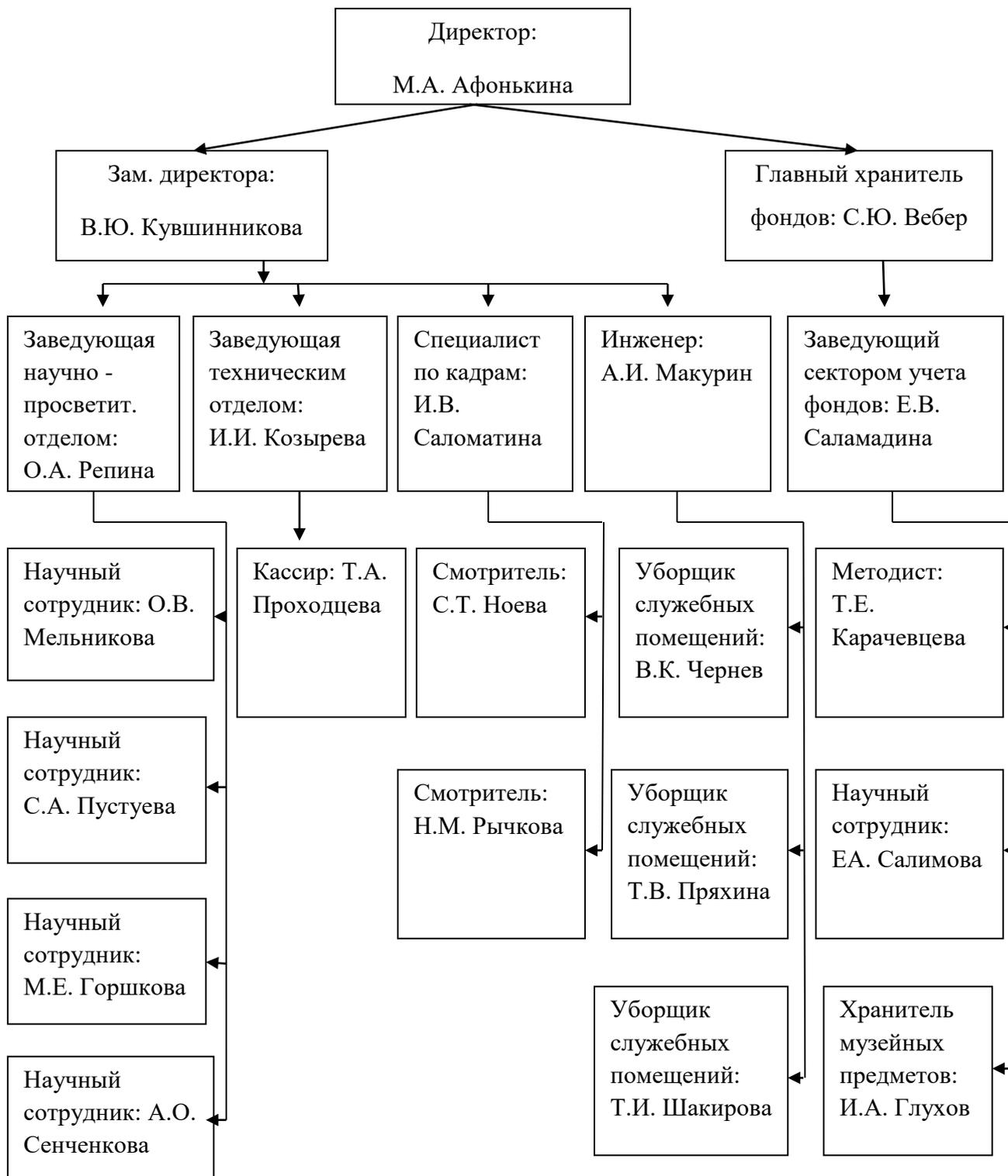


Рисунок В.1 – Организационная структура Краеведческого музея
Копейского городского округа

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Сценарий Дня Рождения в музее – конкурсно-игровая программа «Зов джунглей»

Цель программы: ознакомление посетителей с животным миром Южного Урала.

Задачи программы:

- создать здоровый психологический климат в группе;
- сформировать ощущение праздника и веселья;
- расширение кругозора в неформальной обстановке;
- развить быстроту реакции, логические, коммуникативные и пластические способности;
- помочь участникам научиться действовать сообща и в рамках игровых правил;
- помочь в формировании позитивного образа музея, как культурно-досугового центра.

Время проведения: 60 минут.

Количество участников: 10 – 30 человек.

Возраст участников: от 7 до 10 лет.

Реквизит:

- бананы пластиковые – 30 шт.;
- шишки 30 шт.;
- компас;
- таблички с животными 4 шт.;
- наклейки с мордами животных - по количеству участников;
- 2 планшета;
- 2 ручки;
- 2 бланка с изображением хвостов животных;

- 2 пенопластовые плитки изображением животных;
- 2 самодельных хвоста на кнопках;
- картинки с эмодзи;
- магнитофон;
- макеты банана и шишки в увеличенном размере.

Ход программы «Зов джунглей»

Дети построены полукругом в проходном зале второго этажа. Звучит песня С. Супонева «Джунгли зовут».

Экскурсовод.

Диалог с именинником.

Привет, ребята! А у кого сегодня День Рождения? Вот это ты вырос(ла)! Наверно, морковки много ел(а)! А кто из зверей овощи любит? (*Именинник отвечает*). Отлично, значит сработаемся! Ты сегодня будешь у нас за главн(ого/ую), договорились? Я принесла вам целый мешочек смеха, в нем наклейки с разными животными. Достоешь наклейки по одной и клеишь на тех, кому они больше всего подходят! Не забудь и себе выбрать! Поехали!

Наклейки.

Животные джунглей: лев, тигр, пантера, леопард, носорог, крокодил, обезьяна, слон, катибара, ягуар, зебра, жираф, коала, ленивец.

Животные лесостепи: медведь, заяц, лиса, волк, кабан, ёж, суслик, хомяк, сурок, лось, ласка, хорек, рысь, косуля.

Похохотали мы хорошенечко! Теперь я буду обращаться к вам не по именам, а просто: «Дай пять, лев!», «Привет, лисица!». Внимание, мохнатые, серьёзный вопрос: вы когда-нибудь бывали в джунглях? Кто там живет? А в обычном южно-уральском лесу все гуляли? Кто в нем обитает? Знатоки природы у нас собрались! Тогда вам не составит труда разбиться на 2 команды: животные джунглей выстраиваются в линию справа от меня, а обитатели лесостепи – слева. Успеть нужно пока звучит музыка.

Звучит припев «Песенки Красной Шапочки». После выполнения задания экскурсовод исправляет ошибки ребят и поясняет их.

Команды сформированы, настало время начать взрослое состязание! Джунгли, готовы? Лесостепь, я вас не слышу, вы готовы? За каждый выигранный конкурс участники будут получать шишку или банан. *(Вручает каждой команде по корзинку)*. Победит та команда, которая соберёт больше еды в корзинку.

Экскурсовод подходит к имениннику с компасом.

Нам нужно на северо-восток! Это куда? *(Именинник показывает на вход в «Зал природы»)*. Сделаем абсолютную тишину, мы заходим в лес!

Группа проходит в «Зал природы».

Трудно представить лес без больших и малых зверей. Они очень разные, но все нужны природе. Первый конкурс: необходимо изобразить животное без слов. Участвовать команды будут по очереди, поэтому важно не шуметь и не подсказывать противникам. Прошу подойти ко мне *(называет одно животное из джунглей)*.

Ребенок подходит к экскурсоводу, который показывает ему табличку с животным (ёж, лиса, рысь, заяц). На изображение отводится 30 секунд.

После каждого участника экскурсовод показывает соответствующий экспонат и рассказывает о нем.

Комментарии к ответам.

Еж – удивительный зверек. Слух у него более тонкий, чем у кошек и собак. Обоняние необыкновенное – он чувствует жука или личинку в земле на глубине нескольких метров. А вот зрение у него слабое. Ест он очень много. Обычно за ночь съедает столько, сколько весит сам. Любит все: ягоды, семена растений, червей, мышей, насекомых и даже змей. Еж хоть и маленький, но не боится хищников, у него есть защита от них. У взрослого ежа до 16 тыс. колючек длиной до 2–3 см. Ежи живут на Земле у же 50 млн.

лет. Зверьки уничтожают немало насекомых, лесных мышей и других вредных грызунов. Они не боятся даже ядовитых гадюк.

Лиса – самый хитрый и осторожный зверь. Она умеет прекрасно маскироваться, у неё острое зрение, слух, обоняние. А как лисица танцует! Поднимается на задние лапы и ходит в таком положении мелкими шажками. Питается зверь насекомыми, грызунами, птицами, иногда и животными: ежами, зайцами. Убегать от преследователей лисе помогает рыжий, пушистый хвост. Она уничтожает за год несколько тысяч мышей, чем помогает сельскому хозяйству. Между собой лисы дружат, редко конфликтуют.

Рысь – лесная кошка. И повадки у нее кошачьи. Втянет когти и как на подушечках ходит бесшумно, ищет добычу. Затаится на ветке над звериной тропой и караулит косулю, зайца, мышью — кто пробежит. Добычу она зарывает в опавшие листья или закапывает в снег, а когда стемнеет, придет, раскопает и съест.

Заяц – обладает двумя основными способами защиты от врагов: маскировка и ноги. Прыгает и бежит он очень быстро и легко – так легко, что даже в сугробы не проваливается. Но случается, что не помогают ни хитрость, ни быстрота, тогда он падает на спину и обороняется сильными задними ногами. Во время погони заяц может пробежать за час 70 км.

Экскурсовод.

Молодцы, ребята! А сейчас давайте пойдем дальше по нашей лесной тропинке. Наши корзинки ещё совсем легкие! А мы приближаемся к месту обитания птиц. Второй конкурс называется «Покажи свой хвост, и я скажу, кто ты».

Экскурсовод выдает каждой команде планшет, ручку и бланк с изображением хвостов различных птиц (глухарь, утка, лебедь, выпь).

Участникам необходимо в командах посоветоваться, написать ответы и

сдать их. После этого экскурсовод проверяет, комментирует, показывает экспонаты, выдает шишки и бананы.

Утка – это птицы средних и небольших размеров с относительно короткой шеей. Уток люди одомашнили очень давно, это сделали ещё древние египтяне. Всего в мире существует около 110 различных видов уток. Утиное кряканье не имеет эха. Во время охоты за добычей утки могут нырять под воду на глубину до 5–6 метров. Крякать умеют только самки уток. Селезни крякать не могут. Несмотря на то, что у уток достаточно короткая шея, шейных позвонков у них больше, чем у жирафов.

Глухарь – крупная птица из семейства фазановых. Названием «глухарь» птица обязана известной особенности токующего в брачный период самца утрачивать чуткость и бдительность, чем часто пользуются охотники. Имеет очень красивое оперение. Самцы носят более яркий окрас, чем самки. Спинка у них черно-серого цвета со светлыми крапинками, грудь зеленоватого цвета с металлическим оттенком. Питаются только растительной пищей и насекомыми. В их летнем рационе преобладают трава, цветы, ягоды, листья деревьев, жуки, кузнечики и другие насекомые. Глухарь редко использует свои крылья по назначению – летать ему не нравится.

Лебедь – самая крупная водоплавающая птица. Масса взрослого самца достигает 15 кг, размах крыльев – около 2 м. Встречается чисто-белый, серый и черный варианты окраса оперения птиц. Всех лебедей отличает длинная изогнутая шея. Лапы у птиц короткие, поэтому по земле они передвигаются довольно неуклюже. А вот летательная мускулатура, напротив, очень хорошо развита, что в условиях дикой природы позволяет птицам пролетать тысячи километров, путешествуя на места зимовки.

Выпь – птица из семейства цаплевых, отряда аистообразных. Является отъявленным хищником. В основном она питается лягушками, насекомыми и рыбой, но при случае может запросто съесть какого-нибудь грызуна или даже птицу размером помельче. Выпь славится своим громким голосом.

Крик птицы напоминает гудение ветра в трубе и распространяется на 2–3 километра по округе.

Экскурсовод.

И с этим конкурсом вы легко справились. Значит, пора узнать кто же тут смелый, ловкий и умелый. Посмотрите, кто притаился в зарослях! Что с этими животными не так?

На стене закреплены две пенопластовые плитки с изображениями волка и ягуара в лесу. У обоих животных не хватает хвостов. Экскурсовод выбирает из каждой команды по три участника. Им необходимо по очереди с закрытыми глазами прикрепить к своему животному хвост в нужном месте. Игроки ориентируются только на подсказки и голоса товарищей. За успешное прохождение испытания участник получает банан/шишку. В завершении, рассказ про волка у экспоната.

Волк – загадочный хищник из семейства псовых. Вожак стаи всегда идет впереди с высоко поднятым хвостом. Размер животного в иерархии стаи не столь важен как характер. Положение волка в стае во многом зависит от уверенности в себе. Их мех состоит из двух слоев, подшерстка и верхних жестких волос. Подшерсток не пропускает влагу и хорошо согревает животное в мороз, а верхний слой придает окрас и выполняет водоотталкивающую функцию. У волков существует своя система общения. Они используют для коммуникации вой, завывание, хныканье, ворчание, рычание, тьяканье, лай и даже разные движения.

А ещё волки и многие другие животные часто становятся героями мультфильмов и сказок. Вы любите мультики? Какой самый любимый? *(Дети отвечают по одному)*. Теперь я уверена, что следующее испытание вам тоже по плечу! С помощью эмодзи мы зашифровали названия мультфильмов (см. рисунок Г.1). Ваша задача первыми отгадать и поднять руку. В случае неправильного ответа или выкриков с места, право давать ответ переходит к другой команде. Приступим!



Рисунок Г.1 –Иллюстрационные материалы к конкурсу «Эмодзи»

Первая картинка:

- 1 «В поисках Немо»;
- 2 «Спящая красавица»;
- 3 «Король лев».

Вторая картинка:

- 1 «Красавица и Чудовище»;
- 2 «Зверополис»;
- 3 «Черепашки-ниндзя».

Третья картинка:

- 1 «Босс-молокосос»;
- 2 «Три поросенка»;
- 3 «Снежная королева».

Экскурсовод.

Слышите? (*Обращается к детям, приставляет руку к уху*). Заяц, ушки на макушки! До сих пор не слышишь? (*Звучит трель соловья*). Кто это? Правда, соловей! Мы плавно перешли к новому конкурсу «Я узнаю тебя по голосу». Кто первый отгадает, быстро поднимает руку и получает банан или шишку. Внимание! Приготовились!

Звучит фонограмма голосов животных, насекомых и птиц:

- баран;

- воробьи;
- лягушка;
- комар;
- ворона ;
- волк;
- голуби;
- муха;
- орел;
- чайка.

Мне кажется, мы совсем забыли про именинника! Какую песню про День Рождения вы знаете? Теперь вопрос к команде «Джунгли», голос какого животного вам понравился больше всего? Попробуйте его все вместе изобразить! А зверьям из «Лесостепи», чей голос по вкусу? Повторите его! Отлично!

Экскурсовод предлагает командам исполнить песню «С Днем Рождения тебя» голосами тех животных, которые понравились ребятам больше всего(проквакать, провыть, прожужжать и т.д.).

Поете вы, конечно, красиво, но оочень громко! Мы так все зверей распугаем! Пора нам выбираться из леса, но соревнование на этом еще не заканчивается!

Группа возвращается в проходной зал. Команда «Джунгли» выстраивается в линию по правую руку от экскурсовода, а «Лесостепь» по левую.

Мы прошли не малый путь сегодня! Надеюсь, вы научились работать в команде и поняли законы леса, потому что на кону 3 банана/шишки. Конкурс «Волк, медведь и музыканты». Да, победит мудрейший!

Есть три фигуры.

Волк - вытягиваем руки вперёд и изображаем ими смыкающуюся челюсть.

Медведь – рычим и демонстрируем когти на руках.

Музыкант – имитируем игру на трубе.

Принцип игры похож на «Камень, ножницы, бумага»: волк побеждает музыканта, медведь волка, а музыкант побеждает медведя, потому что тот боится громких звуков. Команды шепотом должны договориться, какую фигуру они выбирают и нас счёт «три» продемонстрировать. Игра ведётся до 3 побед. Бал может уйти к противнику, если внутри одной команды игроки покажут разные фигуры.

Ребята, скажите, без чего не бывает веселых спортивных соревнований, и в чём животные преуспели намного больше нас? (*Бег*). Правильно, поэтому завершать наш праздник будет звериная эстафета!

Экскурсовод выдает крайнему игроку команды «Джунгли» большой макет банана, а представителю команды «Лесостепи» – шишку. Задача участников пробежать дистанцию и вернуться. В одну сторону макет можно держать руками, но не используя кисти, а в другую – необходимо зажать между ног. В случае падения реквизита испытание начинается для игрока с начала.

Прошу команды вынести корзинки ко мне! Самую ответственную миссию – подведение итогов доверим имениннику! Ты считать то умеешь? Точно? Сколько будет 3+2? Ладно, верю.

Именинник считает, сколько шишек и бананов в каждой корзине. И выносит вердикт, кто выиграл.

Поздравляю команду «...» с победой, а у «...» будет повод вернуться ещё и отыгаться! Знаете, чем плохой День Рождения отличается от хорошего? Тем, что с классного Дня Рожденья не только именинник, но и все гости уходят не с пустыми руками. Признавайтесь, вам нравятся сквиши? Тогда за мной в «Зал этнографии».

Мастер-класс по созданию сквиши. (Сквиши – популярная у детей игрушка-антистресс, способная восстанавливать форму после деформации: изготавливается из бумаги, скотча и полиэтиленовых пакетов).

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Сценарий военно-патриотического эскейп-квеста –

«Последнее дело героя Огнева»

Цель программы: развитие у посетителей гражданственности и патриотизма как важнейших духовно-нравственных и социальных ценностей.

Задачи программы:

- ознакомить гостей музея с подвигами копейчанина Героя Советского Союза Огнёва Павла Егоровича;
- противодействовать негативным тенденциям, направленным на пересмотр роли Советского Союза в победе над фашизмом;
- повысить интерес подростков к истории Великой Отечественной войны;
- расширить кругозор в неформальной обстановке;
- развить логические и коммуникативные способности;
- помочь в формировании позитивного образа музея, как культурно-досугового центра.

Время проведения: 60 минут.

Количество участников: 4–8 человек.

Возраст участников: от 7 лет.

Реквизит:

- фонарик / ручка УФ;
- личное дело;
- зеркало;
- отвертка;
- бланк с шифром;
- анкета;

- перчатки;
- дипломат;
- сейф;
- кодовый замок;
- послание в конверте;
- баннер;
- вещмешок;
- фляжка;
- котелок;
- плащ-палатка;
- каска;
- пазл по Азбуке Морзе;
- короб;
- магнит;
- металлическая цифра.

Аниматор – молодой человек 20–35 лет в реплике сержантской формы Великой Отечественной войны.

Эскейп- квест «Последнее дело героя Огнева»

Вводная аниматора. Герой Советского Союза – высшая степень отличия в СССР за совершение подвига или выдающиеся заслуги во время боевых действий, а также в мирное время. Девять копейчан получили медаль «Золотая звезда» и удостоены этого гордого звания. Среди них Огнев Павел Егорович. Его посылали на самые трудные задания, и всюду, где появлялся Павел Огнёв, был успех. Он участвовал в боях в должности командира отделения, затем командира взвода. В августе 1943 года в бою на Воронежском фронте был тяжело ранен. После выздоровления снова возвратился на фронт, командовал стрелковой ротой 794-го стрелкового полка 232-й стрелковой Сумско-Киевской Краснознаменной ордена

Богдана Хмельницкого дивизии. Роте младшего лейтенанта Огнева было дано задание форсировать реку Буг. На середине реки лодку, в которой он находился, осколком мины расколото на две части. Начало тонуть оружие, без которого невозможно закрепиться на левом берегу. Все бросились вплавь. «Спасти ручной пулемет» – мелькнула мысль у Павла. Пулемет с огромной силой тянул Огнева вниз, на дно. Только величайшим напряжением воли ему удалось собрать последние силы и добраться до противоположного берега. Наш герой сразу открыл огонь по врагу. Рубеж был захвачен и удержан до подхода основных сил полка. В другой раз Огнев, получив задание, с группой бойцов в семь человек, ночью пробрался в тыл противника и достал в штабе врага секретные документы.

Однако последнее дело младшего лейтенанта так и не было завершено. Огнев оставил секретное послание для потомков в сейфе и закодировал его. В штабе был найден его дипломат, возможно, он вам пригодится! С момента его открытия у вас будет ровно час, после чего свет погаснет. (*Аниматор передает дипломат участникам*). Теперь только достойный сможет узнать тайну советского героя.

Содержимое дипломата:

- фонарик / ручка УФ;
- личное дело;
- зеркало;
- отвертка;
- бланк с шифром;
- перчатки.

Описание локаций и рекомендации. Сейф с четырехзначным кодовым замком располагается на столе (является частью воспроизведенного военного кабинета). Каждая цифра замка разного цвета. Внутри сейфа послание в конверте: «Самые счастливые люди на Земле те, которые могут вольно

обращаться со временем, ничуть не опасаясь за последствия. Цените свое время!». Участникам нужно разгадать четыре цифры и прочесть данное письмо.

Перед началом игры аниматор объясняет, какие предметы нельзя трогать. На участках со старым напольным покрытием закрепляются стикеры с перечеркнутой ногой. Аниматор в военной форме присутствует в зале на протяжении игры. В случае нарушения посетителями правил, солдат строго говорит: «Отставить!».

Головоломки для получения первой цифры.

Невидимыми чернилами написать на баннере: «Первую цифру на фляжке смотри». Участникам нужно будет посветить на него фонариком и прочесть подсказку.

В зоне вагона-теплушки находится солдатский вещмешок. В нем: фляжка, котелок, плащ-палатка, каска и т.д. На всех предметах написаны цифры разного цвета. Игроки выбирают фляжку, смотрят цвет цифры и вводят её в кодовый замок на сейфе.

Головоломки для получения второй цифры.

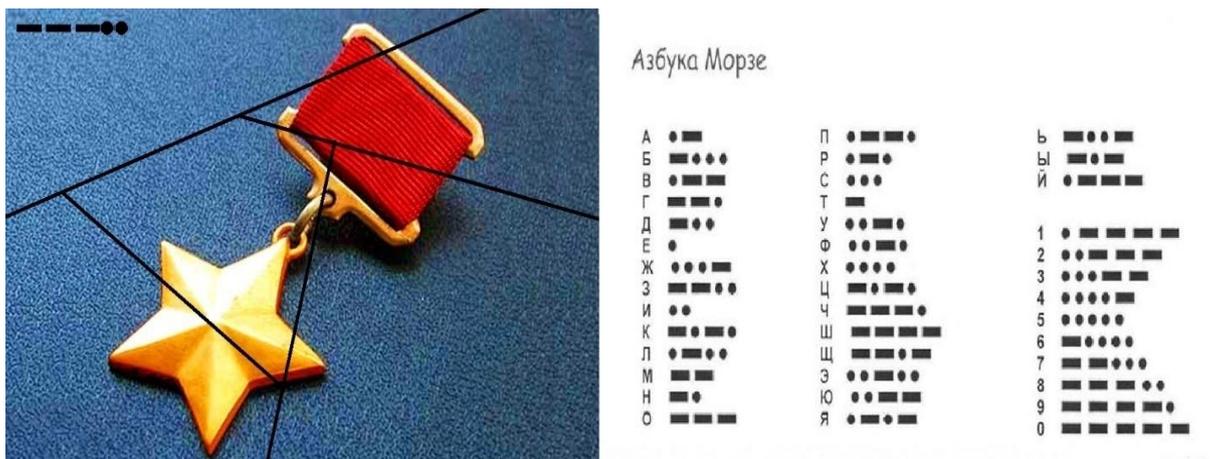


Рисунок Д.1 – Пазл с лицевой и обратной стороны

Необходимо распечатать на фотобумаге формата А4 Золотую звезду Героя Советского Союза с одной стороны и Азбуку Морзе с другой, затем изображение разрезать (см. рисунок Д.1). Получившиеся детали спрятать по

всему залу. Участникам нужно отыскать части, собрать картинку и расшифровать цифру из левого верхнего угла (изобразить её следует тем цветом, который соответствует ей в кодовом замке). Ответ: 8.

Головоломки для получения третьей цифры.

В личном деле Огнева лежит бланк с головоломкой (см. рисунок Д.2). Красным зашифровано слово «Магнит». Каждая фигурка обозначает ячейку в сетке, где находится буква. В зале (*предположительно возле фотографии с поездом*) вертикально прикреплен картонный высокий короб. Нижнее его основание стоит на полу, а верхнее открыто. Внутри помещается очередная цифра от кода, нанесенная на металлическое основание. Через короб она прикреплена к магниту. Игрокам нужно аккуратно провести магнитом вверх и извлечь цифру.

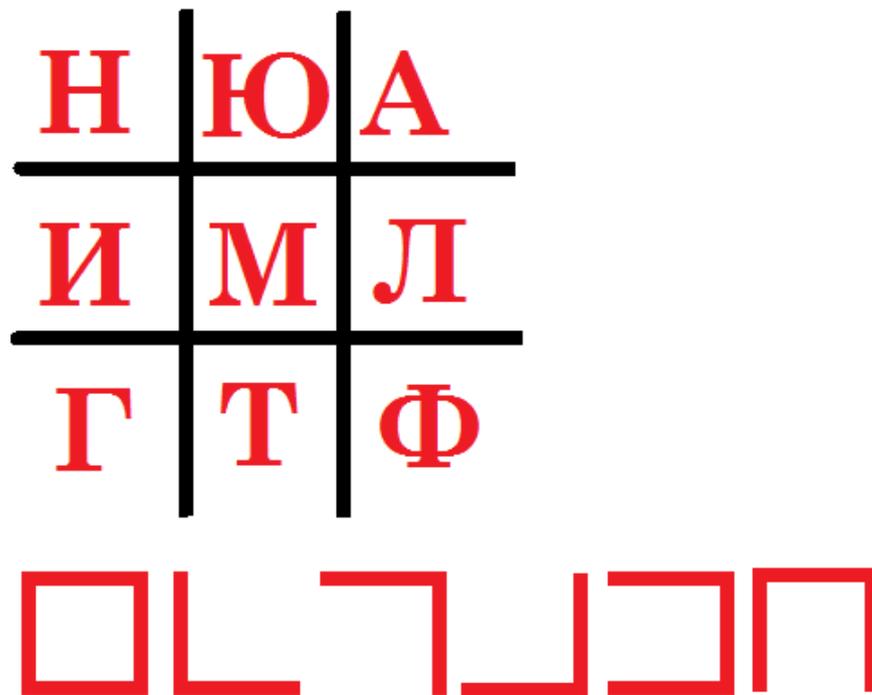


Рисунок Д.2 – Бланк шифра из личного дела Огнева

Головоломки для получения четвертой цифры.

Из личного дела Огнёва участникам нужно достать его анкету, затем приложить к ней зеркало, чтобы прочитать текст, т.к. буквы отражены в

Продолжение приложения Д

обратном порядке (см. рисунок Д.3). В главном пункте анкеты стоят восклицательные знаки напротив фразы: «Девятка черви бьет валета». Значит, игрокам в кодовом замке необходимо ввести красную девятку.

Ф.И.О. _____

АНКЕТА

Имя _____

Пол _____

Отчество _____



07.12.1911	Полное имя, отчество, дата рождения
Штаб	Полное наименование
Неизвестно	Место рождения (улица, номер, квартира, этаж)
Советский Союз	Семейное положение
Советский Союз	Родительское (или другое) образование, специальность, место работы, если известно - (укажите)
д. 08.05.1940	Образование
Ученая степень	Образование
Категория не определена	Оформление (в какой форме)
Неизвестно	Время зачисления
Неизвестно	Время поступления
М. Ленинград, Т. Советского Союза	Оформление (в какой форме)
Пехота	Войсковая часть
Рядовой	Ранение
Девятка черви бьет валета	Секретный пароль !!!

Рисунок Д.3 – Анкета из личного дела Огнева