Санкт-Петербургский государственный Университет

***БЫСТРОВА Надежда Дмитриевна***

**Выпускная квалификационная работа**

 ***«Музейное пространство в современной социальной реальности: гендерный анализ»***

Уровень образования:
Направление **39.03.01 «Социология»**Основная образовательная программа **СВ.5056\* «Социология»**

Научный руководитель:
доцент кафедры социологии
политических и социальных процессов,
кандидат исторических наук
Ушакова Валентина Григорьевна

Рецензент:
старший преподаватель кафедры теории
и практики социальной работы
Челышева Наталья Александровна

Санкт-Петербург
2019

Содержание

Введение ……………………………………………………………………………… 3

Глава I. Музейное пространство и гендер: теоретико-методологические аспекты

I.1. Пространство музея как социокультурный институт …………………………..9

1.2. Гендер как социальный конструкт ……………………………………………..13

I.3. Феминизм. Теоретические концепции …………………………………….........14

I.4. Теоретический аспекст понятия «гендер» ……………………………………17

I.5. Современная наука о гендерной социализации ……………………………19

I.6. Национализация учреждений культуры …………………………………….22

Глава II. Современное музейное пространство. Музейное дело в России …….25

II.1. Влияние гендерного фактора на современное музейное пространство

II.2. Музейная экспозиция. Типы (постоянная и временная) и методы формирования ……………………………………………………………………..31

II.3. Женщина-руководитель музейной структуры (?) (Поло-ролевые функции гендера) ……………………………………………………………………………34

II.4. Образование в музее …………………………………………………………38

Глава III. Влияние социальных факторов на состояние культуры и музейного дела. Современные исследования

III.1. Развитие музейного дела во второй половине XX века ………………….40

III.2. Сегментация в Русском музее и Эрмитаже ……………………………….43

III.3. Программа исследования …………………………………………………..46

III.5. Анализ и интерпретация полученных данных…………………………….48

III.4. Заключение…………………………………………………………………..50

Список литературы и источников ……………………………………………….53

Приложение ……………………………………………………………………….56

**Введение**

Актуальность и практическая значимость избранной для выпускной квалификационной работы темы определяется интенсивным развитием культуры в целом, и в частности музейной сферы. Современный музей представляет собой организацию с широким спектром направлений деятельности. Вне зависимости от типа организации – федеральный, муниципальный или частный музей – сотрудники занимаются исследованием экспонатов музея, анализом данных его посещаемости, проводят опросы среди посетителей, изучают паттерны движения, выявляя интересы посетителей к той или иной теме, представленной в экспозиции музея.

Существует множество направлений музеев. Художественные музеи, исторические, естественнонаучные, литературные, технические, музыкально-театральные, краеведческие музеи – каждый из них раскрывает свою авторскую тематику. Изначально, музейная аудитория формируется по гендерному признаку, с учетом тематической направленности того или иного музея. Как государственные, так и муниципальные, а также частные музеи работают в научно-исследовательском контексте их развития. В наши дни, музеи вынуждены функционировать и на коммерческой основе, имея при этом государственный бюджет. Сейчас все больше внедряются современные методы привлечения посетителей, например, при проведении военно-исторических реконструкций разных исторических эпох, где посетителям могут наглядно продемонстрировать военное обмундирование, оружие, транспорт, предметы быта и обихода. Проведение театральных фестивалей на территории музеев, лекториев об истории города и современных тенденциях в архитектуре, или в моде расширяет целевую аудиторию, а музеи, в свою очередь, - получают материальную прибыль, повышают свой имидж.

Изучение избранной темы в контексте гендерного анализа необходимо для того, чтобы выяснить, каким образом гендерный фактор влияет на посещаемость музея? Как эти исследования могут помочь руководителям музеев расширить экспозиционную, научно-просветительскую и образовательную деятельность так, чтобы она была интересна в равной степени представителям обоих гендерных общностей различных возрастных категорий?

Именно с этой целью, в федеральных и муниципальных музеях появляются социологические центры, сотрудники которых проводят исследования посещаемости, эффективности деятельности музеев. Это свидетельствует о том, что социологические исследования различных социальных групп населения, активно потребляющих музейный продукт, включая гендерные исследования, имеют большое значение для руководителей музеев и департаментов культуры, которым они подчиняются.

Более того, данная среда является востребованной в карьерном плане, не только среди взрослого поколения, но и среди молодежи: набирают популярность школы гидов/экскурсоводов, проводятся семинары по арт-менеджменту, музейной рекламе и PR, сами музеи организуют лекционные курсы, посвященные организации выставок и мероприятий в сфере культуры. У выпускников гуманитарных факультетов ежегодно появляется возможность зарекомендовать себя в музейной среде и получить интересную, многопрофильную работу, дополнительную специализацию.

Сегодня изучение музея как социокультурного института является перспективным по причине малого количества специальных изданных социологических работ по исследованию музейного сообщества.

Научная актуальность темы выпускной квалификационной работы связана с необходимостью расширения социологических исследований деятельности современных музеев. Социология, как научная дисциплина, изучает функционирование музея, как социального института, его взаимодействие с обществом, восприятие музейной среды разными возрастными группами[[1]](#footnote-1). Об этом в своей книге «Музееведение» пишет доктор исторических наук Е.А. Поправко, изучая не только формирование музееведения как научной дисциплины, но и акцентируя внимание на структуре такой организации, как музей, его функциональных особенностях и практиках.

Так как музейное пространство в равной степени формируют как сам музей, т.е. его институциональная составляющая – дирекция, научная часть, вспомогательный состав и т.п., так и публика, которая приходит в данный музей, и соответствующим образом вступает во взаимоотношение с предлагаемым культурным продуктом: основной экспозицией, временными выставками, музейно-образовательными программами. В этой связи, изучение влияния гендерного фактора на формирование музейного пространства представляется особенно перспективным. Каким образом гендер влияет на поток музейных посетителей? Иными словами, – в какой мере направленность музейной коллекции формирует их гендерный состав?

В теоретических главах будут рассмотрены исторические этапы возникновения музеев в европейских странах и в России, развития культуры в целом и влияния фундаментальных исторических, в том числе военных, событий на ее становление и трансформацию вплоть до наших дней. Основные определения и понятия в рамках заявленной темы дипломной работы будут подробно изучены и применены как в отношении гендера и его роли в музейной работе, так и в отношении музейного пространства.

**Объект работы.**  Современное музейное пространство.

**Предмет работы.** Гендерные аспекты формирования музейно-выставочного пространства.

**Цели работы.**

* Выяснить, каким образом гендерная принадлежность посетителей музея влияет на формирование музея как социокультурного института
* Охарактеризовать роль женщины в современной музейной среде, а также причины превалирования женской аудитории в музейном пространстве;

**Задачи и гипотезы.**

1. Выявить влияние ролевых позиций «женщины-руководителя» на успешность деятельности музея;
2. Определить степень актуальности культурного продукта для посетителей музеев с целью формирования и структурирования дальнейшей деятельности профессиональным музейным сообществом;
3. Выявить, действительно ли музейный продукт потребляется большей женской аудиторией, нежели мужской и чем это может быть выявлено;
4. Выяснить, какие проводятся мероприятия сотрудниками музеев по привлечению посетителей, и каким мероприятиям сами посетители отдают предпочтение;
5. Определить, насколько важным для взрослой аудитории является ознакомление с экспозицией музея детьми, вовлечение их в различные образовательные программы, проводимые на площадках музеев;
6. Определить роль гендера в музееведческом научном дискурсе.

**Методы, использованные в ВКР для раскрытия темы.**

 Методологической основой проведенного исследования являются как общенаучные принципы исследовательского поиска: рассмотрение социальных явлений в многообразии их связей и в динамике (процессуальности). При этом выявляются их устойчивые и изменчивые свойства. Используются также частные приемы социологического исследования: метод, техника, методика систематично изложенные в университетском учебнике В.А. Ядова[[2]](#footnote-2).Среди них: наблюдения, изучение документов смысловая интерпретация данных; статистический анализ системный анализ, генетический (исторический), Наиболее широко используются нами сравнительный анализ, который реализуется в полноценном сравнении состава музейной публики и анализа сегментации посетителей двух крупнейших художественных музеев с коллекциями национальной и мировой значимости –Государственного Русского музея и Государственного Эрмитажа в Санкт-Петербурге.

Для исследования по заданной теме используется метод анонимного анкетного опроса. Результаты опроса будут сформированы в виде графика/диаграммы и ниже будут сформулированы выводы, полученные в ходе исследования.

Методическое обеспечение выполнения ВКР осуществляется за счет использования современных учебников (Лавриненко В.Н., Давыдов Ю.Н., Нартов Н.А. и Рыхлов О.А.) и учебных пособий по социологии и смежных гуманитарных дисциплин: Ядов В.А., Девятко И.Ф., Поправко Е.А., а также специальных изданий профильных организаций музеев, статей в научных сборниках и журналах, энциклопедиях, справочной литературе, интернет-сайтах.

**Структура Выпускной Квалификационной Работы**:

 Представленная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и источников, приложения.

Во введении дается обоснование выбора темы, ее актуальности и новизны, научной и практической значимости, степени исследованности, объект и предмет работы, цели, задачи, гипотезы, описаны методологическая основа и методическое обеспечение.

В первой главе «Музейное пространство и гендер» имеется шесть параграфов, в которых последовательно рассматривается пространство музея как социокультурного института, с опорой на основные положения теории социального пространства П.А. Сорокина. Смена теоретических концепций гендера как социального конструкта, его утверждение в социальных институтах и социальных практиках, различные направления феминизма в поисках «улучшения положения женщин», их социального статуса, подводят к основному параграфу данного раздела – современной науке о гендерной социализации.

Во второй главе «Современное музейное пространство. Музейное дело в России» проблемным центром является первый параграф «Влияние гендерного фактора на современное музейное пространство». В следующем структурном разделе представлены типы музеев и методы формирования музейной экспозиции. Продолжением гендерной тематики ВКР служит третий параграф «Женщина – руководитель музейного дела (Поло-ролевые функции гендера)».

В третьей главе представлено описание положения музеев в культурной сфере России в конце XX – начала XXI веков. Во втором параграфе раздела изучаются статистические данные, полученные от исследований прошлых лет и сравнение этих данных с современными показателями посещаемости музеев. Также приводится программа исследования, в которой намечены этапы работы, и анализ полученных результатов.

В списке литературы и источников представлены работы русских и зарубежных авторов в количестве 33 наименований.

В приложении содержится анкета, которая была распространена среди респондентов при проведении опроса. Также представлены диаграммы с результатами опросов, проводимых ранее, и результатами, полученными в ходе настоящего исследования.

**Глава I.** **Музейное пространство и гендер: теоретико-методологические аспекты.**

**I.1. Пространство музея как социокультурный институт**

 Музей рассматривается как социальный институт, призванный обеспечить возможность членам общества, социальным группам «удовлетворять свои потребности», в том числе, культурные, художественные. Так этот термин обозначил английский философ и социолог Герберт Спенсер[[3]](#footnote-3). Деятельность музея как социального института может быть определена его взаимодействием с социально-политической, идеологической и ценностной структурой общества, а также наличием материальных средств и условий, обеспечивающих выполнение нормативных предписаний. Этот социальный институт, как и институты, связанные с образованием, отличается по специфичности функций, выделяя среди них формирование ценностей, повышение общего уровня образованности и культуры, ориентации личности или социальной группы[[4]](#footnote-4).

Развитие и изменение социальных институтов происходит под воздействием эндогенных и экзогенных факторов, накоплением человечеством опыта, новых знаний, развитием культурных подсистем. Безусловно, на эволюционные процессы влияние оказывают также изменения ценностных ориентаций людей, способах оценки объективной реальности, формирующих мировоззрение конкретной культурной общности. Улучшить, модернизировать работу социального института, в данном случае музея, можно путем его углубленной специализации, реорганизации структур, и благодаря созданию новых, более дифференцированных структур.

 Процесс институционализации, то есть образования социального института, состоит из следующих этапов: возникновение потребности, требующей совместных организованных действий; формирование общих целей; выработка социальных норм и правил, их институционализация; создание системы статусов и ролей, охватывающих всех без исключения членов института[[5]](#footnote-5).

 Культура – единство различных форм индивидуального, группового и общественного сознания, а также практической деятельности, направленной на материальное или духовное воплощение идей, взглядов, ценностных ориентаций и т.д. Культуру можно рассматривать, как меру общественного прогресса; степень воплощения гуманистических ценностей; особую форму соединения духовных богатств, накопленных предшествующим развитием человечества и духовных ценностей современного общества[[6]](#footnote-6).

В процессе глобализации культура все более становится мировой, возникают и развиваются международные связи, процесс культурного обмена. Создаются транснациональные корпорации с едиными формами организации культуры в десятках стран и на различных континентах. Появляется новая роль средств массовой информации и новые возможности для коммуникации в целом.

Социокультурная ситуация в XXI веке имеет особенности: новая информационная культура, новые способы получения информации в производственной и научной деятельности. Обостряется противостояние и увеличивается разрыв между коммерческой культурой и высокой духовностью. Рассуждения о переводе всей культуры на полный хозрасчет, о передаче памятников культуры в руки частников ошибочны и могут нанести духовному развитию большой вред[[7]](#footnote-7).

Основные элементы культуры: знаки и символы, язык, ценности, традиции, правила, социальные нормы, (элементы социального и культурного наследия, передающиеся из поколения к поколению и сохраняющиеся в определенном сообществе, социальной группе в течение длительного времени), знания и убеждения (ценностные ориентации, социальные нормы, принципы поведения и др. феномены духовной жизни). Ценности – определяющий элемент культуры. Критерии оценки действий, мнений, предметов и составляют главное в культуре, являющейся социальным механизмом, передающим ценности[[8]](#footnote-8).

С момента возникновения музея как социокультурного института, пространство музея обозначается как сфера, куда передаются вещи, с целью их сохранности и передачи для будущих поколений. Музей – это место для сохранения истории. В эпоху романтизма, музей ассоциировали с «храмом искусства», так как до середины XIX века в европейских странах были наиболее распространены художественные, краеведческие музеи с большими экспозициями по искусству, истории[[9]](#footnote-9). Позднее, когда в музеях стали появляться научные (естественно-научные, археологические) экспозиции, то музей подразумевался еще и как научное пространство.

О социальном пространстве издал работу знаменитый социолог П.А. Сорокин в 1920-е годы, назвав ее «Системы социологии». В ней он дает определение социальному пространству – система внутригрупповых и межгрупповых отношений индивидов[[10]](#footnote-10). Это система общественных отношений, в котором человек занимает своё особое место в соответствии с системой координат социального пространства. В качестве таких социальных координат П.А. Сорокин рассматривал пол, возраст, гражданство, расу, религиозную принадлежность, статус и т.д. Человек одновременно может быть участником множества социальных групп, относя себя к определенной нации, исповедуя конкретную религию, занимая определенную должность в профессиональном сообществе.

П.А. Сорокин характеризует социальные группы по многим критериям:

1) элементарные группы, сгруппированные по признакам пол, возраст, язык, профессия, доход, вероисповедание,

2) кумулятивные группы, сгруппированные по признакам класс, нация, народность, элита.

Взаимодействие людей в обществе первоначально начинается с отношений между людьми в элементарных группах, затем — с отношений элементарных групп, образующих кумулятивную группу, и впоследствии — с отношений между созданными кумулятивными группами. Таким образом, общество есть неоднородная структура, состоящая из элементарных и кумулятивных групп[[11]](#footnote-11).

Кроме того, автор работы классифицирует социальные группы также по размерам, по типам социального контроля, по продолжительности существования групп, по способам, которыми индивиды входят в группу и выходят из неё (для открытых элементарных групп). Государство Сорокин описывает как одну из элементарных групп, понимая под ней фактически группу граждан определённого государства. Класс он считает кумулятивной группой, сочетающей в себе признаки профессиональной, имущественной и статусно-правовой элементарных групп и характеризующейся наличием общих интересов.

Также говоря о взаимодействии социальных групп, стоит упомянуть «теорию ценностей», разработанную Сорокиным в его работе «Социальная и культурная динамика». При помощи понятия «ценность» как раз и осуществляется международное сотрудничество, взаимодействие различных народов[[12]](#footnote-12). Более того, предложенная им идея конвергенции подразумевала слияние коммунистического и капиталистического общества в единое интегральное общество. Именно это «объединит большинство позитивных ценностей и освободится от серьезных дефектов каждого типа»[[13]](#footnote-13). Можно сказать, что Сорокин предсказал современную ситуацию в отношении ценностей людей и места культуры в обществе, форму самого общества.

**1.2. Гендер как социальный конструкт**

 Термин «гендер» представляет собой транслитерацию английского слова, обозначающего грамматический род, мужской или женский. В 1968 году Роберт Столлер издал работу под названием «Пол и гендер» («Sex and Gender»)[[14]](#footnote-14). Смысл разделения указанных в названии терминов заключался в том, чтобы отделить социокультурные значения «мужественности» и «женственности» от биологических половых различий. Рассмотрение гендера в качестве социального конструкта непосредственно связано с отрицанием биологического детерминизма в половых/гендерных отношениях. Суть биологического детерминизма (его называют еще эссенциализмом, от слова эссенция, т.е. сущность) сводится к тому, что все социальное имеет биологические основания, и только в этом случае считается естественным и нормальным. Соответственно, гендерные отношения артикулируются как внеисторические и биологически заданные, причем не только на индивидуальном, но и групповом уровне.

В первой половине 1970-х этот термин был использован феминистками начала «второй волны» примерно в этом же смысле: гендер понимался как культурные и социальные конструкты женственности и мужественности, в то время как пол относился к биологически данным различиям между мужчинами и женщинами.

В современных теориях такое деление на пол и гендер все более ставится под вопросом, так как оно воспроизводит патриархальные дихотомии природы/культуры, биологии/общества и врожденного/приобретенного. Пол и род все более видятся как взаимодействующие, а не противопоставляемые категории.

**I.3. Феминизм: основные теоретические концепции**

С подъемом феминизма в 1970-е годы, чтобы подчеркнуть социальную конструкцию маскулинности и фемининности, было принято понятие «гендер» - иерархическое разделение между мужчинами и женщинами, «укорененное в социальных институтах и социальных практиках». Косвенные свидетельства о значимости «женского вопроса» в социологических трудах более раннего времени, в конце XIX – начале XX веков, имеются в работах Ф. Энгельса, Г. Зиммеля, Т. Парсонса.

Так, Ф. Энгельс, анализируя проблемы разделения труда, утверждал, что в доисторические времена мужчина и женщина были равны. И это подтверждалось многими археологическими и историческими данными. Тем не менее, ученый считал, что всегда существовало разделение труда между мужчинами, которые обеспечивали семью, и женщинами, которые вели домашнее хозяйство, имели обязанности материнства[[15]](#footnote-15). В функциональном анализе семьи Т. Парсонсом, комплементарное разделение труда между мужем и женой стабилизирует семью и интегрирует ее в общество. Различаются также социальные роли мужчины, работающего вне дома, на «целеориентированных ролях», и женщины, основной сферой деятельности которой является дом. Это подчеркивало различия рационального и эмоционального начал, которые долгое время считались доминантными маскулинности и фемининности[[16]](#footnote-16).

Основной причиной возникновения феминизма явилось, прежде всего, признание дискриминации женщин в обществе и убежденность в том, что вторичность социального статуса женщин не определяется биологическими различиями полов. Все феминистки критикуют патриархат и настаивают на необходимости изменения традиционных социальных, политических и личностных практик для улучшения социального положения женщин [[17]](#footnote-17).

Исторически сложилось несколько направлений феминизма – либеральное, социалистическое, радикальное, психоаналитическое, постмодернистское и др. Несмотря на различия в философских взглядах или политических позициях, представителей феминизма объединяют поиски стратегий «улучшения положения женщин», неизменно связанных с проблемой сходства или различий женской и мужской природой.

Принцип равенства мужчин и женщин как существ, в одинаковой степени обладающих разумом, был впервые рассмотрен либеральным феминизмом в конце XVIII века и отстаивался им до 60-х годов XX века. Авторы ранних феминистских работ – Мэри Уолстоункрафт, Джон Стюарт Милль, Хэрриет Тэйлор и другие – утверждали, что женщины равны мужчинам, хотя и отличны от них (equal but different). Не отрицая важности материнских функций для женщин, которые самой природой предназначены для исполнения семейных ролей, они отстаивали их равные права с мужчинами в гражданских, юридических, и политических вопросах. Уравнивая права женщин и мужчин, применялся принцип равенства гражданских и социальных прав женщин и мужчин и различия их семейных обязанностей. Со временем в силу различных социально-экономических и политических причин акцент на тождественности женщин и мужчин (как разумных существ) усиливался, поскольку у либеральных феминисток все чаще возникают опасения, что любой акцент на различиях приведет к снижению социального статуса женщин.

Акцент на отличии женщин от мужчин появляется вместе со второй волной феминизма, особенно в его радикальном течении. Особое внимание в теории перемещается с идеи «сходства», сравнения женщин с мужчинами на констатацию принципиальных различий в мужской и женской природе и культуре. Начало этой позиции было обозначено Симоной де Бовуар в книге «Второй пол», изданной в 1949 году, где впервые была поставлена проблема подавления феминного в культуре. «Общество, – считает де Бовуар, – конституирует мужское/маскулинное как позитивную культурную норму, а женское/феминное как негативное, как отклонение от нормы»[[18]](#footnote-18).

 Важным является тот факт, что если женщины и мужчины фундаментально различаются, то политика равных прав не может быть осуществлена. В целом представительницы «феминизма различий» отвергают традиционное понимание политики. Для них политика, то есть сфера властных отношений, концентрируется не только в традиционных политических институтах, но, в гораздо большей степени, в сфере частной жизни, где мужчины подавляют женщин. Постепенно в феминизме было сформировано представление о том, что существуют значительные различия между самими женщинами. И это не менее важно, чем различия между женщинами и мужчинами. Проблема равенства и различий стала весьма актуальной, но ее анализ переместился из сферы отношений между полами в сферу отношений внутри одного пола, тем самым, тема различий или сходства перестает носить характер только лишь биологических различий.

В 70-е и особенно в 80-е годы XX века под влиянием феминистских работ в социальных науках складывается представление о том, что биологический и социальный пол – это не одно и то же. Формируется гендерная теория, которая по-новому ставит проблему равенства и различий. До возникновения гендерной теории феминистские теоретики пытались разрешить дихотомию сходства и различия либо на биодетерминистской основе, то есть фактически признавая биологические различия фактором, определяющим иерархию социальных статусов женщин и мужчин, либо попросту отрицая саму проблему биологических различий.

Дилемма сходства/различий может быть решена только при использовании гендерной теории, базовым принципом которой выступает различение понятий пол (sex) и гендер (gender). Традиционно первое из них использовалось для обозначения анатомо-физиологических особенностей, которые определяют биологический пол людей. До шестидесятых годов XX века считалось, что половые различия людей определяют дифференциацию их психических качеств, темперамента, способностей, и, социальных ролей, экономического статуса и даже гражданских и политических прав. Под влиянием целого ряда интеллектуальных и социальных факторов, прежде всего, развития философии прав человека, переосмысления данных этнографических исследований с позиций структурной антропологии, формирования феминистской теории, стало очевидным, что биологические различия не являются определяющими для формирования психологических и социальных характеристик женщин и мужчин.

**1.4. Теоретический аспекст понятия «гендер»**

Для того чтобы лучше представить себе возможные смысловые контексты употребления слова «гендер», обратимся к истории вопроса. Одним из ключевых текстов, способствовавших включению его в научный обиход, была работа американской исследовательницы, антрополога Г. Рубин «Обмен женщинами», опубликованная в 1975 году[[19]](#footnote-19). Она одна из первых обратила свое внимание на существование системы «пол-гендер». Исследуя практики тихоокеанских племен, автор пришла к выводу, что женщины в контексте системы родства представляют собой «товар», ценность которого достаточно велика для поддержания и воспроизводства сообщества. Рубин рассматривала отношения родства в политико-экономическом и структуралистском дискурсе, опираясь на Маркса и Леви-Стросса. В то же время ни марксизм, ни структурализм, по ее мнению, не смогли предложить убедительного объяснения оснований мужского господства в традиционных обществах. Рубин утверждает, что хотя не все разновидности отношений обмена, наблюдаемые в традиционных обществах, присутствуют в современном мире, лежащие в их основании структуры и их символика до сих пор действенны. Рубин предложила категорию гендерной системы, или «системы пол/гендер», которую определила как «...набор механизмов, с помощью которых общество преобразовывает биологическую сексуальность в продукты человеческой деятельности, и в рамках которых эти преобразованные сексуальные потребности удовлетворяются»[[20]](#footnote-20).

Понятие «гендер» претерпевает изменения по мере развития социальной теории, причем смысл его различается в зависимости от контекста употребления. Можно выделить три основных теоретических контекста его использования:

1) В структурно-функциональном анализе понятие гендер в основном употребляется для обозначения различных гендерных ролей. В этой традиции гендерный подход означает усвоение уже существующих гендерных схем через процесс социализации, понимаемый как пассивное усвоение социально заданных и социально одобряемых форм поведения.

2) Другой контекст употребления понятия «гендер» связан с теорией социального конструирования. В рамках этого подхода гендер рассматривается в качестве социального конструкта, имеющего такие составляющие как биологический пол, обусловленные поло-ролевые стереотипы и так называемый «гендерный дисплей[[21]](#footnote-21)». Это многообразие проявлений, связанных с предписанными обществом нормами мужского и женского поведения и взаимодействия, свойства идентификации собеседника как мужчину или женщину. Многие вопросы гендерной социализации сохраняют свою актуальность и требуют специального рассмотрения в социологическом знании.

3) Третий теоретический контекст, дающий новый смысл понятию «гендер», сложился в конце 1980-х-начале 1990-х годов в рамках институционального подхода. Социолог и философ Джудит Лорбер определяет гендер как «социальный институт». По ее мнению рассмотрение гендера исключительно как конструкта, являющегося продуктом повседневной, межличностной коммуникации, является недостаточным, поскольку «создание гендера» в процессе межличностного взаимодействия является лишь частью более общего, гендерно-обусловленного социального порядка[[22]](#footnote-22). Представление о гендере как о социальном институте позволяет понять социальные статусы различия, связанные с представлениями о том, что значит быть мужчиной или женщиной в данном обществе.

Таким образом, гендер может пониматься как социальная роль (женская или мужская), как социокультурный конструкт и как особый социальный институт.

Гендер как основание стратификационной системы формирует отношения между мужчинами и женщинами как отношения неравенства, в рамках которых мужчины обладают более высоким статусом, что влечет за собой большие возможности для обладания социальными ресурсами, такими, например, как образование, работа и др. Гендер не является единственным основанием общественной стратификации. Класс, раса и гендер создают трехмерное измерение социального неравенства: белый мужчина среднего класса доминирует не только над женщинами своего социального статуса, но и над «цветными» мужчинами и женщинами, мужчинами и женщинами рабочего класса и т.д.

Гендер как структура общества ранжирует работу в разных профессиональных областях как более или менее престижную, «приписывает» большую символическую значимость работе, выполняемой мужчинами, определенным образом организует сексуальность и эмоциональную жизнь. Таким образом, процесс «создания гендера» происходит, с одной стороны, в процессе повседневного взаимодействия, с другой стороны, под воздействием социальных структур.

 **I.5. Современная наука о гендерной социализации**

В современной социальной и гуманитарной науке принято считать, что решающую роль в формировании гендерных различий играет не биологический пол, а те социальные и культурные смыслы, которые общество приписывает факту анатомических различий. Иными словами, социальные различия между женщинами и мужчинами рассматриваются как культурно сконструированные. Понятие гендера отражает одновременно и сложный социокультурный процесс продуцирования обществом различий в мужских и женских ролях, поведении, ментальных и эмоциональных характеристиках, и его результат – социальный конструкт гендера. Сущность гендерной методологии состоит не просто в описании разницы в статусах, ролях и иных аспектах жизни мужчин и женщин, но в анализе власти и доминирования, утверждаемых в обществе посредством гендерных ролей и отношений. Гендерная методология по определению междисциплинарна: аккумулируя социологические, политологические, культурологические идеи, она трансформирует их в принципиально новый подход к анализу культуры и общества. В последние годы различия между тремя направлениями феминизма начинают стираться, радикализм уступает место более либеральному взгляду на различия полов как на культурно и социально сконструированные феномены, существующие наряду с другими «линиями раздела» в культуре, такими как класс, этничность, субкультурная принадлежность. Уже со второй половины XX века понятие «половых ролей» все чаще заменяется словом «гендер» в качестве социокультурной категории. Особое значение приобретает гендерный подход к художественному творчеству, в котором создаются специфические условия для самореализации личности, проявления гендерных стереотипов.

В контексте обозначенной темы работы ставится задача рассмотреть гендерные аспекты формирования музейных и выставочных (art-) пространств. В связи с этим, рассмотрение темы «Музейное пространство в современной социальной реальности: гендерный анализ», невозможно без рассмотрения роли женщины в сфере музейной культуры в частности, и – в целом: без обсуждения вопроса о социальной роли музеев в условиях трансформационных процессов во всех сферах современного общества. Музеи издавна аккумулируют в себе ряд социально важных функций, выполняя роль института, осуществляющего функции хранения, а также экспозиционную, образовательную, и культурную деятельность.

Но какова же роль женщин в этой многообразной музейной деятельности? По статистическим данным предпочтение работе в сфере культуры отдают женщины. В 2017 году было зафиксировано превалирование 66% женщин, работающих в данной сфере, над мужчинами – 34%[[23]](#footnote-23).

Феминизация музейных профессий: директора, хранителя, экспозиционера, экскурсовода, смотрителя (на должность последних традиционно приглашаются женщины пенсионного возраста), сохраняется и продолжает расти.

Каковы же общественные и экономические факторы и исторические истоки такого феномена?

До октябрьской революции 1917 года, в российских музеях, как и в других сферах экономики, промышленности и культуры, преобладали мужчины. Так как в основе любого музея лежит частная коллекция, а крупнейшими собирателями предметов искусств являлись мужчины (Третьяков, Щукин, Морозов, Бахрушин), то такое положение вещей представлялось естественным.

С установлением Советской власти, провозгласившей равноправие полов, началось освоение женщинами всех сфер материальной и духовной жизни общества. В значительной степени это было обусловлено еще и тем, что мужчины, в основном, воевали или служили в военизированных структурах по обеспечению внутренней охраны безопасности граждан и внешних границ страны.

На протяжении всего советского периода истории России, музейные профессии продолжали оставаться «женскими» еще и по той причине, что развитие культуры, как и образования, традиционно обеспечивалось на принципах остаточного государственного финансирования. Низкая оплата труда музейного работника делала эту профессию малопривлекательной для мужчин.

**I.6. Национализация учреждений культуры**

В первой половине XX века произошел ряд ключевых исторических событий, повлиявших на дальнейшее развитие и в целом на ход истории не только в России, но и во всем мире. Свершившаяся в 1917 году Великая Октябрьская Революция кардинально изменила и существующий политический строй. Монархия пала, была провозглашена власть большевиков и благодаря изданным в первые дни существования советской власти декреты, новое правительство убедило бо’льшую часть населения, что изменения затронут социально-экономическую ситуацию в государстве. Также и в том, что затянувшаяся кризисная ситуация в экономике, сложившаяся в годы правления Николая II, будет вскоре разрешена.

Но изменения коснулись и представителей привилегированных сословий купечества, дворянства, большинство которых занимались предпринимательством, благотворительной деятельностью и меценатством. В первые годы существования советской власти было национализировано более 800 заводов и предприятий, тем самым десятки тысяч рабочих остались без зарплаты и работы. Национализации были подвергнуты банки, имения и усадьбы, частные коллекции и уже существующие музейные собрания. В задачи советского правительства входило также и осуществление «культурной революции», которая предполагала смену идеологии, создание новой системы образования и ликвидации безграмотности населения. Культура должна была стать пролетарской, согласно новой идеологии, а новые художественные произведения призывали восхищаться рабочим классом и трудовыми подвигами масс простых людей. [[24]](#footnote-24) Произошла полная трансформация ценностей, выстраивалось абсолютно новое общество.

Программа большевиков подразумевала также активную борьбу с социальным неравенством и созданием возможностей для просвещения населения. На VIII съезде РКП (б), проходившем в марте 1919 года в Москве – Рабоче-Крестьянской партии большевиков – было утверждено положение о том, чтобы «открыть и сделать доступным для трудящихся все сокровища искусства, созданные на основе эксплуатации их труда» [[25]](#footnote-25)

Национализация культуры была произведена в достаточно больших масштабах. В 1917 году коллекции Русского музея, Эрмитажа в Санкт-Петербурге, Третьяковской галереи и Оружейной палаты в Москве, а также многие другие музеи и здания, где они располагались, были переданы государству и народу. Многие ученые, писатели, поэты, художники были вынуждены уехать из России в зарубежные страны, из-за непримиримости своих убеждений и взглядов в новых политических рамках и законах. Это, безусловно, привело к снижению общего культурного уровня людей, препятствовало развитию отечественной культуры в целом.

В Советском Союзе при проведении культурной революции основными направлениями являлись: формирование коммунистического мировоззрения, трудовое воспитание, нравственное воспитание, атеистическое воспитание, научно-техническая пропаганда и распространение экономических знаний, эстетическое и физическое воспитание, организация художественной самодеятельности, отдыха и развлечений. Виды проводимой тогда культурно-просветительской работы регулярно изменялись. Параллельно с традиционными формами культурного обмена, как лекции, спектакли, концерты, часто стали проводить тематические вечера, читательские конференции; были созданы кинолектории, любительские объединения по интересам и тд.

Во второй половине XX столетия активно начала развиваться художественная самодеятельность. В 1971 в СССР работали 133 тысячи клубных учреждений, 128,6 тысяч массовых библиотек (с общим фондом 1366,1 млн. экземпляр книг и журналов), 553 профессиональных театра (свыше 114 млн. посещении), 1173 музея (свыше 110 млн. посещений), 157,1 тыс. киноустановок (4656 млн. посещений киносеансов). В клубных учреждениях за 1970 проведено 5273 тыс. лекций и докладов (присутствовало свыше 477 млн. человек), дано 2334 тыс. спектаклей и концертов силами художественной самодеятельности (присутствовало 417,4 млн. человек), работали 440 тыс. кружков (6951 тыс. участников); в 1970 насчитывалось около 16 тыс. народных университетов с 3218 тыс. слушателей[[26]](#footnote-26).

Таким образом, проведя анализ научной литературы, посвященной гендеру, его теоретическим аспектам и понятиям, а так же созданию музея как социального института, его развитию в различных исторических периодах, можно сделать следующие выводы: хоть исторически мужской пол был более сильным, господствующим над женским, многие социологи и философы проводили исследования в поддержку женщин и их места в социальной жизни. И позднее, гендер стали воспринимать как некую роль, которую выполняет как мужчина, так и женщина, формируя тем самым их взаимоотношения. Неравенство, возможность обладания более высоким статусом, получения хорошего образования и работы выделяли мужчин и их превосходства. Но в современном представлении о гендерной социализации наиболее важным аспектом в формировании различий женщин и мужчин является социальная роль, выполняемая мужчиной и женщиной, их ментальность, линия поведения.

Современная ситуация развития музеев и сферы культуры в целом показывает, что хоть исторически музей был местом для ознакомления с шедеврами искусства, археологии и этнографии. С развитием технологий, увеличением возможностей обмена информации и коммуникации между людьми и группами, музейное пространство позволяет совместить историческое и культурное обозревание с различными образовательными, просветительскими программами. Музеи организуют викторины, лекции, обучающие семинары, публичные дискуссии, мастер-классы и иные мероприятия. Это расширяет музейную аудиторию, повышает имидж музея. Более подробно специфика и функциональные особенности музея будут описаны в следующей главе.

**Глава II** . **Современное музейное пространство. Музейное дело в России**

**II.1. Влияние гендерного фактора на современное музейное пространство**

 Сегодня музейное пространство – это многоуровневый междисциплинарный комплекс различных направлений деятельности, предлагающий посетителям и академические экскурсии, и музейно-образовательные, просветительские и интерактивные программы, мастер-классы, семинары, лекции, занятия в детских центрах музейной педагогики и многое другое. Очевидно, что как вне музейных стен, так и в музее, за эти виды деятельности, в основном, отвечает женщина.

Специфика каждого музея определяется не только его профилем, но и организационно-правовой формой: музей может быть федеральным, муниципальным, краевым, частным. В зависимости от юридического статуса музея формируется его финансирование, и, соответственно, направления деятельности. Современная ситуация такова, что работа музеев нацелена на интенсивное привлечение потребителей предлагаемого культурного продукта. Поэтому, помимо экспозиций и временных выставок, музей организует платные обучающие семинары по различным видам музейной деятельности (кураторство выставочных проектов, реклама, взаимодействие со СМИ, музейный менеджмент и др.), предлагает музейную (сувенирную) продукцию, открывает кафе, гостиницы, проводит музыкальные и театральные фестивали.

Поддерживаются программы и проекты, соединяющие музеи не только на правительственном и международном уровне, но и на уровне взаимодействия с городскими и районными социальными учреждениями. Такого рода сотрудничество позволяет расширить аудиторию музеев и улучшить их финансовое положение. Дополнительное финансирование возможно за счет средств от внебюджетных доходов, благотворительных или спонсорских программ.

Центром музейного пространства является экспозиция, основанная на фондовом собрании музея. Музейная коллекция – это совокупность предметов, связанных общностью одного или нескольких признаков и представляющих научный, художественный или познавательный интерес. В зависимости от специфики формирования существует несколько типов коллекций: типологические, где предметы, как правило, характерны для определенной науки; тематические – представлены предметы, раскрывающую какую-либо тему исторического или этнографического характера; мемориальные, т.е. напрямую связанные с каким-либо историческим событием или человеком, и персональные – впоследствии переданные частным лицом в хранение музея[[27]](#footnote-27).

Здесь следует дать определение музейному предмету, без которого невозможно формирование экспозиции. Наиболее точно сформулировал объяснение музейного предмета известный советский историк Н.М. Дружинин: «Музейный предмет – движимый объект культурного и природного наследия, первоисточник знаний и эмоций, изъятый из среды бытования или музеефицированный вместе с фрагментом среды и включенный в музейное собрание»[[28]](#footnote-28).

Например, экспозиции исторических музеев, проектируют, в основном, мужчины: для них сохранение исторической памяти, включающей в себя сознание собственной принадлежности одержанным победам, показанной в музеях через сугубо мужские атрибуты воинской доблести (оружие, знамена, знаки отличия на военной форме), безусловно, важнее, чем для женщин. И это очень чувствуют посетители-мужчины. Как юные, так и взрослые. Так происходит (передается поколениям) историческая самоидентификация.

Зато, экспозиции загородных усадеб, как мемориальных, так и составных, как правило, собирают женщины: романтический образ дома, «дворянского гнезда», особенно причастность к сохранению памяти известного писателя, поэта и т.п., притягивают, в свою очередь, женский состав посетителей.

Формирование музейной экспозиции – это сложный, многосторонний процесс одновременной работы нескольких отделов музея: от разработки научной концепции выставки или постоянной экспозиции, подбора экспонатов, материала и места, то есть самого пространства для художественного оформления задуманной идеи. Зачастую требуется использовать старинные иконы, предметы быта, предметы живописи и скульптуры, которые перед экспонированием, нуждаются в реставрации. Поэтому задействуют в работе и реставрационный отдел. Создание каждой выставки – результат научно-исследовательской работы музея – зависит от идеологической направленности музея, возможностей с точки зрения финансирования, предполагаемой аудитории, событию или дате, к которому данная выставка будет приурочена.

И, безусловно, музей, как стремительно развивающийся музейный комплекс, оснащенный техникой последнего поколения, позволяет внедрять виртуальные экспозиции. Это позволяет представить музейный предмет, целую историческую эпоху при помощи компьютера и мультимедийных средств, что превращает посещение музея в запоминающееся, интерактивное действо[[29]](#footnote-29).

В текущем столетии актуальным и необходимым является формирование и развитие международных и национальных музейных организаций. Изучение музееведения, или музеологии, как самостоятельной дисциплины началось еще в конце XIX века во Франции, и многие европейские музеологи, политологи прогнозировали успех развития данного практического знания и распространения его для преподавания. В 1882 году в Париже по инициативе Жюля Ферри – министра просвещения и изящных искусств – была открыта «Школа Лувра». Изначально программа обучения была направлена на изучение археологии и дисциплин, связанных с ней, а также на подготовку специалистов соответствующего профиля[[30]](#footnote-30). Но с начала XX века спектр образовательных программ расширился и включил в себя историю искусств и курсы по музеографии[[31]](#footnote-31). Параллельно с этим и в России ввели занятия по музейному делу сначала в Москве, затем в Петербурге.

В первой половине XX века преподавание дисциплин по музейному делу, подготовка музейных специалистов и кураторов вошло в практику в большинстве крупных высших учебных заведениях. Началось взаимодействие университетов с музеями, проводились учебные курсы, которые организовали сами музейные сообщества[[32]](#footnote-32). Эта тенденция сохранилась и до наших дней.

 Впоследствии, уже со второй половины XX столетия, программы по исследованию музейного дела и подготовке квалифицированных работников распространились по всему миру: от учебных заведений в Торонто и Вашингтоне до университетов Парижа и Нидерландов. С тех пор музей рассматривался как определенный социокультурный институт, начала складываться система внутри музея, разделяющая его деятельность на определенные отделы: экспозиционно-выставочный, кураторство, музейная педагогика, отдел фондов, научно-просветительский и т.д.

 В ходе развития музейной науки определилась необходимость в осмыслении культурного пространства с точки зрения гендерных различий. Музей как социальный институт, как новое поле для исследований воспринимается под разным ракурсом не только для ученых и историков искусств, музееведов, но и для обычных посетителей.

Рассматриваемый в данной работе гендерный подход в социальном и гуманитарном знании открывает широкие возможности для переосмысления понятия культуры, а в частности, и музейного сообщества.

Музей включает в себя как просветительскую, так и образовательную сферу. Проблема сохранения культурных ценностей, традиций, объективной интерпретации истории сейчас является особенно важной для современного общества, для нынешнего и будущего поколений. Восприятие культурно-значимых универсалий каждого народа, нации, государства играет ключевую роль в формировании личности и в его социализации в обществе.

В России музейное просветительство ведет историю от «Кунсткамеры» (1714) - первого общедоступного, публичного музея. На рубеже XVIII-XIX вв. в России возникли первые университетские, обучающие музеи: геологический (в Горном институте в Санкт-Петербурге), зоологический («Кабинет естественной истории»), ботанический («Гербарий») и Минералогический при Московском университете. В XIX веке открылись для публичного посещения Оружейная палата в Москве и Эрмитаж в Петербурге. К началу ХХ века, наряду с крупнейшими специализированными музеями, экспозиции которых были посвящены различным областям гуманитарного и технического знания («Промышленный» в Петербурге, «Политехнический» и «Исторический» в Москве), «Артиллерийский исторический» в Москве). На рубеже столетий в России сложилась система художественных музеев:

 - 1892: П.М. Третьяков передал свою картинную галерею в дар городу Москве;

 - 1895: Учреждение Русского музея (Императорского музея русского искусства императора Александра III) в Петербурге;

- 1899: Пушкинская выставка в Историческом музее в Москве;

- 1902: Открытие Этнографического отдела Русского музея в С-Петербурге;

- 1912: Открытие Музея изящных искусств имени императора Александра III в Москве.

Далее последовала чреда краеведческих, педагогических и иных музеев. Отечественное музейное дело было тесно связано с реформами образования, с развитием наглядных методов обучения. Именно тогда, 27-30 декабря 1912 года впервые проводится Предварительный съезд музейных работников

Во второй половине XIX века музей рассматривался как важнейшее средство внешкольного образования. С 1872 года роль учебно-образовательного центра играл Политехнический музей. В 1886 в Историческом музее проводились экскурсии для воспитанниц гимназий. С 1913 осуществлялась подготовка педагогов к музейной деятельности. 1 июля 1917 – создание художественно – исторической комиссии Зимнего дворца, первой общественной организации такого рода.

 30 октября (12 ноября) 1917 года был национализирован Зимний дворец в Петрограде. В 1918-1920 гг. создается государственная система управления музейным делом и охраной памятников. в России сложилась система художественных, исторических, краеведческих, педагогических и иных музеев. Отечественное музейное дело было тесно связано с реформами образования, с развитием наглядных методов обучения.

В XIX в. музей рассматривался как важнейшее средство внешкольного образования. С середины 70-х гг. XIX века роль учебно-образовательного центра играл Политехнический музей. В 1886 году в Историческом музее проводились экскурсии для воспитанниц гимназий, с 1913 года осуществлялась подготовка педагогов к музейной деятельности.

В современном обществе музей рассматривается как социальный институт, дающий образец восприятия классического наследия и новейших культурных практик, ориентированный на гармоничное, цельное развитие личности. Просветительские возможности музея используются при создании комплексных образовательных программ, факультативных циклов, лекционных форм деятельности. Педагоги совместно с музейными работниками участвуют в разработке музейных проектов в области образования. Получила развитие музейная педагогика. В наше время экспозиции исторических и естественнонаучных музеев также проектируются по образу «музея-учебника», при котором экспонаты служат иллюстрацией к учебному материалу школьных программ. Поэтому, музейная среда уже много лет формирует возможности для образования и просвещения детей, молодежи, взрослого и старшего поколения. Но восприятие различных музейных экспозиций – художественных, исторических, естественнонаучных - рознится у мальчиков и девочек, девушек и юношей, мужчин и женщин не только по причине разного возраста и разного уровня подготовки, но и из-за гендерных особенностей мышления.

**II.2. Типы музеев. Методы формирования музейной экспозиции**

Существует несколько типов музеев: государственный, муниципальный, краевой, частный. В зависимости от юридического статуса музея формируется его финансирование, и, соответственно, направления деятельности. Современная ситуация такова, что работа музеев нацелена на интенсивное привлечение потребителей предлагаемого культурного продукта. Поэтому помимо экспозиционных и выставочных залов, музей предлагает музейную (сувенирную) продукцию, открывает кафе, гостиницы, если позволяет расположение, организует платные обучающие семинары по различным видам музейной деятельности (кураторство выставочных проектов, реклама, взаимодействие со СМИ, музейный менеджмент и др.). Также сейчас активно поддерживаются программы и проекты, соединяющие музеи не только на правительственном и международном уровне, но и на уровне взаимодействия с городскими и районными социальными учреждениями. Такого рода сотрудничество позволяет расширить аудиторию музеев и улучшить их финансовое положение. Дополнительное финансирование возможно за счет средств от внебюджетных доходов, благотворительных или спонсорских программ.

 Что собой представляет музейная коллекция? Это совокупность предметов, связанных общностью одного или нескольких признаков и представляющих научный, художественный или познавательный интерес. В зависимости от специфики формирования существует несколько типов коллекций : типологические, то есть предметов, как правило, однотипных и характерных для определенной науки; тематические, т.е. предметы, способные раскрыть какую-либо тему исторического или этнографического характера; мемориальные, т.е. напрямую связанные с каким-либо историческим событием или человеком и персональные – впоследствии переданные частным лицом в хранение музея.

 Отсюда следует дать определение музейному предмету, без которого невозможно формирование экспозиции. Наиболее точно сформулировал объяснение музейного предмета известный советский историк Н.М. Дружинин: «Музейный предмет – движимый объект культурного и природного наследия, первоисточник знаний и эмоций, изъятый из среды бытования или музеефицированный вместе с фрагментом среды и включенный в музейное собрание» .

 К свойствам музейного предмета относят: сохранность – способность предмета сохраняться длительно; информативность – способность предмета выступать в качестве носителя социально значимой информации; коммуникативность – способность непосредственно передавать информацию; аттрактивность (от англ. «attractive» – привлекательный) – способность привлекать внимание посетителя; экспрессивность (с англ. «expression» – эмоциональный) – способность вызывать ассоциации и оказывать эмоциональное воздействие; репрезентативность (с англ. «represent» – представлять) – способность предмета представлять определенный феномен, служить как бы его символом; эстетичность – способность оказывать воздействие на эстетические чувства и др. Здесь важно отметить, что все перечисленные выше свойства неотделимы от визуального видения планируемой выставки в глазах мужчины или женщины. И, конечно, основным компонентом, раскрывающим эти свойства, выступает художественное представление и оформление экспозиции, что тоже связано с гендерной принадлежностью[[33]](#footnote-33).

 Порядок организации экспозиционного материала определяет метод построения музейной экспозиции. Первым по времени появления методом построения экспозиций можно считать систематический метод. В результате его применения появляются систематические экспозиции, экспозиции, построенные в соответствии с классификацией, принятой в определенной профильной дисциплине, отрасли культуры или отрасли общественного производства. Основная структура систематической экспозиции – типологический (систематический) ряд музейных предметов, отражающий эволюцию тех или иных процессов природы, человеческого общества. Часто такой метод экспозиции применяется в естественнонаучных музеях, но также подобный тип организации экспозиции предпочитают и академические музеи. Возможны систематические экспозиции и в других профильных группах музеев. В исторических музеях чаще всего систематический метод используется при создании экспозиций по археологии: такая экспозиция позволяет проследить преемственность традиций и появление новаций при изготовлении предметов и орудий, а также, например, увидеть эволюцию технических приемов[[34]](#footnote-34).

 Систематические экспозиции формируются и в художественных музеях: произведения искусства классифицируются по периодам, по странам, по направлениям, по школам. Внутри школы работы каждого автора, как правило, выставляются рядом, что позволяет проследить формирование авторской манеры, совершенствование профессиональной техники, изменения авторского стиля и многое другое. Первым в России такой подход был использован при развеске художественного собрания в Эрмитаже в 1793 году.

 В современных музеях часто используется метод инсталляции – некая композиция, созданная автором из разных элементов: предметов, визуальной информации, промышленных изделий. Инсталляция направлена на развитие ассоциативного мышления, а не на реконструкцию того или иного образа, поэтому подобный подход в оформлении используется в музеях современного искусства и арт-пространствах. И, безусловно, музей, как стремительно развивающийся музейный комплекс, оснащенный техникой последнего поколения, позволяет внедрять виртуальные экспозиции. Это позволяет представить музейный предмет, целую историческую эпоху при помощи компьютера и мультимедийных средств, что превращает посещение музея в запоминающееся, интерактивное действо.

**II.3. Женщина-руководитель музейной структуры (Поло-ролевые функции гендера)**

 В контексте обозначенной темы дипломной работы ставится задача рассмотреть связь гендерной принадлежности (стереотипизации) к профилю того или иного музея. В наши дни роль женщины в сфере культуры возросла и, несомненно, оказывает влияние на формирование, в частности, музейных и выставочных пространств. Музей сегодня – это технически оснащенный комплекс различных направлений деятельности, готовый предложить своим посетителям и академические экскурсии, и образовательно-просветительские и интерактивные программы, мастер-классы, семинары и многое другое. За эти виды деятельности, как правило, тоже отвечает женщина. Издавна сохраняется стереотип того, что музейная работа характерна для женской аудитории. Замечательный пример: полувековое руководство Музеем изобразительных искусств имени А.С. Пушкина - И.А. Антоновой. Есть и противоположный пример: Государственным Эрмитажем с середины XIX века и по настоящее время руководили мужчины – отец и сын Б.Б. и М.Б. Пиотровские. О женщине - руководителе в контексте музейного сообщества будет написано дополнительно.

 Рассмотрение темы «Гендер и культура», в частности роли женщины в сфере музейной культуры, процессов во всех сферах современного общества. Музеи издавна аккумулируют в себе ряд социально-важных функций, выполняя роль института, осуществляющего хранительскую, экспозиционную, образовательную, и культурную деятельность. Несмотря на экономические и политические трудности, в нашей стране, как и на всем постсоветском пространстве, музеи перестраивают свои целевые задачи и социальные ориентиры. Недостаточность государственного финансирования и необходимость выживания, подводит музеи, как и все культурные учреждения осуществлять предпринимательскую деятельность, согласно статье 35. Закона «О Музеях и музейном фонде КР», принятом в 2000 году.

Это касается проведения коммерческих выставок, сдача в аренду выставочных и конференц-залов, что увеличивает доходы музея, но также отражает традиционность и ограниченность управления музейной экономикой и слабое знание об инновационных и эффективных методах и формах музейного менеджмента. Но какова же роль женщин в этой многообразной музейной деятельности? Количественные методы исследования данной ситуации требуют и других подходов, позволяющих установить определенные закономерности в действиях женщин-руководителей многих музеев. Каковы их личные качества и предпочтения? Насколько велико творческое начало в их деятельности?

В научном и в самом широком значении понятие творческое мышление употребляется, когда человек с высокоразвитым мышлением стремится решить задачи, непохожие на ранее известные и не имеющие аналогов решения. Для решения подобных – необычных, новых, творческих задач - обращаются к возможностям творческого мышления. Творчество обычно определяют как деятельность, порождающую нечто новое. Эта созидающая, продуктивная деятельность есть определение творчества вообще. Мышление, создающее реальность, знание, идеальный образ, как нечто принципиально отличное от предмета (хотя этот образ и является отражением предмета), может быть названо творческим мышлением.

 В современной психологии существует множество подходов к определению творческого мышления. Одним из первых попытался сформулировать, что такое творческое мышление, был Дж. Гилфорд. В изложении концепции креативности (творческого мышления) он называет четыре доминирующие особенности мышления:

1. Оригинальность и необычность идей, стремление к интеллектуальной новизне. Стремление найти свое собственное решение;

2. Способность видеть объект под новым углом зрения - семантическая гибкость;

3. Образная адаптивная гибкость, способность изменить восприятие объекта с новых, скрытых сторон;

4. Способность продуцировать разнообразные идеи в неопределенной ситуации, в частности, не содержащей предпосылок к формированию новых идей. «Семантическая спонтанная гибкость» (по Гилфорду).

Э. Фромм понимает под творческим мышлением способность удивляться и познавать, умение находить решение в нестандартных ситуациях, нацеленность на открытие нового и склонность к глубокому осознанию своего опыта.

Другими авторами творческое мышление понимается «как процесс чувствования трудностей, проблем, недостающих элементов, перекоса в чем-то; построения догадок и формулировки гипотез, касающихся этих недостатков, оценки и тестирования этих догадок и гипотез; возможности их пересмотра и проверки и, наконец, обобщения результатов». Творческое мышление подразумевает парадоксальные решения, поиск противоположного, метафоричность.
Е. Л. Яковлева признает под творческой деятельностью реализацию человеком собственной индивидуальности, понимаемой как уникальность каждого отдельного человека[[35]](#footnote-35).

Исследуя природу творчества, ученые предложили называть способность, соответствующую творческой деятельности, креативностью (от англ. creativity - способность к творчеству). По мнению философов, креативность - это сущность, принадлежащая одновременно как самому субъекту, так и внешнему миру. Креативность «это интегративная способность, вбирающая в себя целые системы взаимосвязанных способностей-элементов. Например, креативными способностями являются воображение, ассоциативность, фантазия, мечтательность». В англоязычной литературе главным качеством творческой личности часто называют чувство самоидентичности («The Sense of Personal Identity»)[[36]](#footnote-36).

 В гендерной психологии это аспект самосознания, представленный многоуровневой системой соотнесения личности с телесными, психофозииологичесими, психологическими и социокультурными значениями маскулинности и фемининности.

 В структуре гендерной идентичности выделяются три уровня: базовая идентично – соотнесение поведения и переживаний личности с существующей в данной культуре полорулевыми стереотипами); персональн интегрирующая описанные уровни и характеризующая соотнесение личности с маскулинностью и фемининностью в контексте индивидуального опыта межличностного общения.

 К основным характеристикам личности, обладающей творческим мышлением, относят интуицию, фантазию, воображение, выдумку, открытость новому, отсутствие стереотипов, дар предвидения, оригинальность, инициативность, рискованность, чувство юмора, упорство, уверенность в себе, высокую самоорганизацию и работоспособность. Личность, обладающая этими качествами, находит удовлетворение не столько в достижении цели, сколько в самом процессе творчества[[37]](#footnote-37).

К настоящему времени можно говорить о сложившейся традиции понимания творческого мышления как способности, отражающей глубинное свойство индивидов создавать оригинальные ценности, принимать нестандартные решения, выходить за пределы известного; как интегрального свойства личности, воплощающего ее творческие возможности.

На мой взгляд, участие женщины в развитии музея, в его разнообразных формах ежедневной деятельности, необходимо для модернизации самого понятия «современный музей» и восприятия среди поколений. То, каким мы видим музей, переступив его порог, во многом зависит от атмосферы. Это касается и взаимодействия музейных смотрителей, позиции которых занимают женщины, с публикой, и визуальной интерпретации экспозиции, ее тематической составляющей.

С изменением социальной роли женщины в обществе, признания ее профессиональных навыков, она стала «пробивать» и выстраивать карьеру самостоятельно. Это касается открытия собственного бизнеса, создания и развития культурных или технических проектов, благотворительных фондов. Подавляющее число позиций руководителей музеев, научных сотрудников, хранителей фондов, музейных педагогов, не говоря о музейных смотрителях, как правило, занимают женщины. Например, в США, в 150 крупных художественных музеев директорами являются женщины. В Германии директор каждого 8 музея – женщина. Таким образом, в музейном мире женщине удалось занять твердые позиции на командных высотах, и иметь представительство на уровне принятия решений в области культурной политики. Поэтому с большой долей уверенности можно сказать, что музей – «женская территория».

Особое значение в контексте гендерного анализа имеет концепция раскрытия смыслового значения музейных экспонатов, в основе которого по-прежнему лежит устоявшееся представление о разделении ролей по признаку пола. Все что связано с женским началом, служит лишь для укрепления и подтверждения главной мужской темы развития и прогресса.

Каждый из музеев уникален своим собранием, масштабом направлений научно-просветительской деятельности, но одной из важнейших составляющей любого музея является его профиль, иными словами, специализация. Здесь неотъемлемым является принадлежность музея к той или иной науке, виду искусства или производства, техники. Поэтому схематически музеи подразделяются на исторические, естественнонаучные, архитектурные, литературные, музыкальные, музеи техники и промышленности.

 **II.4. Образование в музее**

В наши дни музей – это масштабное образовательное мультимедийное пространство, ориентированное не только на академическое восприятие представленных экспозиций. Множество образовательных учреждений тесно сотрудничают с музейным сообществом, проводя просветительские программы, мастер-классы в стенах музея, таким образом, визуально подкрепляя школьную или студенческую программу. Как правило, у многих юных посетителей «просыпается» интерес к работе в сфере культуры и желание применить полученные навыки и знания, и усовершенствовать их в дальнейшем, т.е. определяет желаемую профессию. Так сложилось, что в образовательном процессе ключевую роль играет женщина, не только в качестве педагога, но и в качестве воспитателя, психолога. Поэтому неудивительно, что та же музейная среда с большей вероятностью перспективна и интересна женщинам, нежели мужчинам.

 Но также очевидным является тот факт, что без регулярного посещения музеев, невозможно для себя определить интересующую специализацию музея, а, соответственно, и сферу предполагаемой деятельности. Исходя из этого, можно сделать предположение об увеличении потребительского спроса на культурный продукт также и среди мужчин.

 Подводя итог второго раздела, нужно выделить основные выводы по исследованию музейного пространства и музейного дела в целом. Несмотря на социальные изменения, происходящие в России, исторические этапы становления и развития музея, как социального института, показывают, насколько изменился музей до настоящего времени. Разделение экспозиций не только по хронологическим параметрам, но и по тематике, вырабатывают определенную аудиторию, посещающую музей, а внедрение инновационного оборудования позволяет сделать посещение выставки не только интересной, но и запоминающейся, красочной.

 Создание условий для плодотворной как административной, так и творческой работы для женщин, занимающих руководящие должности в музейной структуре, повышает их профессиональную значимость, способствует продвижению и поддержке многопрофильной деятельности музея. Поскольку в музее важна не только сама экспозиция, ее наполнение, но и в целом атмосфера, то женщина воспринимает музей, в данном случае, как второй дом, где нужно создавать уют, куда приятно будет прийти. Поэтому в музеях преобладает количество работающих женщин.

**Глава III. Влияние социальных факторов на состояние культуры и музейного дела. Современные исследования**

**III.1. Развитие музейного дела во второй половине XX веке**

Музейная жизнь и деятельность в 1960-1980-х годах была очень насыщенной. Это было выражено в значительном увеличении числа музеев, расширении их типологии, в повышении туристического потока в музеях по всему миру. Особенно заметно это сказалось на музеях Ленинграда и Москвы, как городах с наиболее известными музейными коллекциями.

Еще с середины XX века, после смерти И.В. Сталина, начали происходить перемены в культурной сфере страны. Период, охарактеризованный как «оттепель» отразил в себе процессы демократизации в культуре, внесение политических коррективов новой власти, а значит снижение идеологического контроля. Именно в тот период был открыт Московский Кремль для посещения, в 1957 году был проведен молодежный фестиваль в Москве, а Советский Союз в том же году вступил в Международный совет музеев (ИКОМ). Актуальным было расширение культурных связей, изучение краеведения и развития данной сферы, возрастал интерес к проблеме охраны культурного наследия[[38]](#footnote-38).

Во второй половине прошлого столетия активно развивался туризм в стране. Маршрут по древнерусским городам центральной России, известный как «Золотое кольцо» получил огромную популярность. Музей стал центром общественного внимания. Не только в специальной, но и в общедоступной печати («Литературная газета», «Советская культура») проводились дискуссии о музеях, музейной деятельности и проблемах охраны памятников культурного наследия.

К музеям возросло внимание не только у граждан, но и со стороны правительства. В 1976 году был принят закон «Об охране и использовании памятников истории и культуры», несмотря на то, что государство начало взаимодействовать с общественными организациями по вопросам охраны уже в 1960-е. В частности это касалось Всероссийского общества охраны памятников истории и культуры, основанного в 1966 году.

1960-1980-е гг. характеризуются дальнейшей активизацией музейного дела в России, связанной с растущим во всём мире интересом к музеям как аккумуляторам исторического опыта, эстетических ценностей, хранителям и пропагандистам традиций, как средству взаимообогащения культур, взаимопонимания народов. Ряд законодательных актов закреплял возросшую роль музеев - Постановление Совета Министров СССР «О музейном фонде Союза ССР» (1965), Закон «Об охране и использовании памятников истории и культуры» (1976).

В СССР сложилась сеть государственных музеев системы Министерства культуры, состоявшая из более 1500 музеев (вместе с филиалами). Наиболее многочисленную научную группу образовывали краеведческие музеи. Они действовали во всех союзных и автономных республиках, в краевых, областных центрах[[39]](#footnote-39).

Таким образом, музейная сеть складывалась из государственных музеев министерства культуры (всесоюзного, республиканского, местного значения), Академии Наук СССР, Министерства высшего и среднего образования, других министерств и ведомств, большого количества общественных музеев. Сформировались основные профильные группы музеев. Ведущее положение заняли исторические музеи, включая историко-революционные; этнографические; военно-исторические и исторические отделы краеведческих музеев. Возросло число художественных музеев, литературных музеев и естественно-научных музеев. Значительное место в музейной сети страны занимали мемориальные музеи. Новые тенденции (с начала 1970-х гг.) связаны с политикой совершенствования управления музеями: создаются централизованные музейные системы, музейные объединения. К 1985 г. было создано 25музейных объединений, охвативших 27% музейной сети республики. Опыт лучших из них (Владимиро-Суздальского, Новгородского и др.) активно внедрялся органами управления в музейную практику.

Определенное влияние на развитие музейного дела в России и его совершенствование оказывали исследования в области музееведения, проводившиеся в крупнейших музеях страны, НИИ культуры, научно-методическом отделе при Историческом музее в г. Москва, Лаборатории музееведения Музея революции в Москве. Активизировались издания музейной периодики («Музейное дело в СССР», «Советский музей»). Если в первые послевоенные годы направления музееведческих разработок определялись задачами воссоздания музеев на освобожденных территориях, профилирования музейной сети, повышения уровня краеведческих музеев, то в музейной проблематике 1950-80-х гг. ведущее место занимали экспозиционной и научно-просветительской деятельности музеев, преимущественно краеведческой и исторической.

Приоритетной проблемой, требовавшей теоретических обоснований, признавались документирование и показ музейными средствами истории советского общества. Господствовавшими оставались идеи централизации (музеев, музейного фонда и пр.) и дидактического (обучающего, «просветительного») музея, по-прежнему преобладали прикладные и методические исследования. В 1955 году было подготовлено и издано учебное пособие «Основы советского музееведения», которое объединило утвердившиеся в науке и в практической музейной работе представления о музее, как о социальном институте и о предметной основе музейной экспозиции.

Для 1970-1980-х гг. характерны координация теоретических разработок, проведение ряда комплексных исследований («Музей и посетитель» и нек. др.). В эти годы ведущим стало экспериментальное направление (моделирование музейной деятельности, проектирование музейное), получили теоретическое обоснование идея музейного объединения и принципы формирования централизованных музейных систем разных типов, динамично изучались теоретические аспекты музейной коммуникации[[40]](#footnote-40).

**III.2. Сегментация в Русском музее и Эрмитаже**

Экспозиция художественных музеев олицетворяет представления специалистов в области истории искусства, поэтому изменения в отношении к ней со стороны публики являются предметом для социологических исследований. Например, по данным посещаемости за 1985 год по основной экспозиции Государственного Русского музея публика на 46% состояла из молодежи (до 30 лет), столько же составляли посетители средних лет (30-55 лет) и 8% - пенсионеры[[41]](#footnote-41). В первые годы

после распада СССР возрастная структура была иной и свидетельствовала об изменении отношения к культурному наследию. Процент молодежи возрос до 51,8%, а процент посетителей 30-55 лет, наоборот, снизился до 36,7%.

В начале XXI века сотрудниками был проведен опрос, который показал нарастание тенденций поляризации возрастной структуры: доля зрителей до 30 лет возросла до 56,7%, пожилых до 15,9% и существенно уменьшилась доля средних возрастов (30-55 лет) - до 27,4%. Таким же образом менялся состав аудитории Эрмитажа. Если в 1980-е гг. аудитория посетителей в возрасте 30-55 лет составляла около 70%, то в 1998-м она стала ниже на 40%, а незначительная прежде доля учащихся и студентов выросла в 1998 году до 36%[[42]](#footnote-42).

Данную тенденцию можно объяснить налаженной системой экскурсионных поездок, в программу которых обязательным было посещение крупных художественных музеев. Кроме того, тогда были низкими цены на железнодорожные билеты и гостиницы, и сохранялось отсутствие возможного выезда за границу трудовой части населения, исходя из чего, многие пользовались этими услугами.

Профессиональный и образовательный состав посетителей музеев соответствовал профессиональной структуре общества. В 1990-е начался процесс изменения профессиональной социальной структуры, это сказалось также и на музейной публике. По результатам опроса, проведенного в начале текущего столетия, посетители с гуманитарным образованием составили 46%, а лица с техническим образованием – 34,7%. Параллельно с этим доля посетителей с художественным, профильным образованием снизилась с 9% до 3,8%. В целом большинство посетителей постоянной экспозиции Русского музея – лица с высшим образованием[[43]](#footnote-43).

Среди посетителей Эрмитажа также произошли значительные изменения.

Наиболее активно музей посещали представители финансовой и управленческой сферы – 23,4%. Представители творческих профессий, процент которых прежде был ниже, в составе посетителей музея, составил 20%. В 1990-х годах стратегия выставок Эрмитажа была нацелена на привлечение внимания аудитории к произведениям зарубежных авторов XX века[[44]](#footnote-44).

В 1994-1995 годах было проведено сравнительное исследование публики постоянных экспозиций в Государственном Русском музее, Государственной Третьяковской Галерее, ГМИИ им. А.С. Пушкина и музеев Московского Кремля. В связи с изменениями экономической ситуации страны после распада Советского Союза, значительных изменений состава аудитории в связи с профессиональной динамикой в структуре общества по результатам не было выявлено.

Если говорить о гендерном соотношении посетителей, то за 35 лет их процентное отношение, конечно, менялось. В конце прошлого века данные по посещаемости двух крупнейших музеев – Эрмитажа и Русского музея – обозначали чуть больше 43% мужчин, и почти 57% женщин, соответственно. Впоследствии возникла тенденция к увеличению женской аудитории в музее. Последние годы сохраняется следующее соотношение: по данным исследования по сегментации публики Русского музея на начало 2019 года цифры неизменны, как и в прошлые годы: 75,7% женщин, 24,3% - мужчин[[45]](#footnote-45).

Исследования музейной аудитории позволяют создать портрет посетителей, их предпочтения при посещении постоянной экспозиции художественного музея. Большая часть аудитории состоит из тех, кто пришел в музей впервые, и не может сформулировать свои предпочтения к тому или иному историческому периоду, представленному музеем. Последние годы также сохраняется тенденция посещения музеев жителями Петербурга и иногородними посетителями в равном количестве.

Сопоставление структуры публики музея с городской структурой населения проводил и социологический центр Эрмитажа. Там возросла посещаемость временных выставок среди молодежи и иностранных туристов. Более 54% посетителей, согласно исследованиям, проведенным в Русском музее, предпочитают водить своих детей в художественные музеи, с целью ознакомления с предметами мирового наследия, повышения образованности своих детей или внуков. Возможности музея как образовательной площадки будут рассмотрены более подробно в следующем параграфе главы.

Также возросла аудитория из представителей экономических профессий – банковские работники, предприниматели, бизнесмены. Согласно данным по посещаемости экспозиций Эрмитажа, в последние годы их процент вырос до 23,4%, что говорит о популяризации культуры среди людей, для кого искусство не является сферой профессионального интереса и трудовой деятельности[[46]](#footnote-46).

**III.3. Программа исследования**

Исследование посвящено анализу сегментации посетителей Русского музея и Государственного Эрмитажа с 1985 года до настоящего времени. Такой временной отрезок был выбран неслучайно: период «перестройки», политические события, происходящие тогда в Москве, впоследствии повлияли не только на общественный строй, экономическое положение страны, но и в том числе на сферу культуры в целом. Музеи меняли структуру экспозиций, их наполнение, соответственно, менялась и музейная аудитория, ее состав. Данный исторический период так же, как и происходящие события на протяжении XX столетия, отразился на сознании людей, на существующей идеологии и человеческих ценностях.

В течение прошлого века, особенно во второй его половине, музейная сфера активно развивалась, создавались и открывались для посещения новые музеи, выставки. Возросла значимость истории, культуры для людей по завершения эпохи «тотального контроля», присущей правлению И.В. Сталина. Члены правительства издавали законы, согласно которым музеи, памятники культуры и истории, подлежали сохранению и охране.

Посещаемость художественных музеев в крупных городах повышалась, научно-исследовательская работа, проводимая сотрудниками музеев, позволяла создавать экспозиции для посетителей разного возраста, выявляла их предпочтения и интересы к той или иной тематике. Это один из факторов, формирующих гендерный состав аудитории музея. Поскольку нынешний век – век, информационный, внедрение современного оборудования для полноценного ознакомления с экспозицией, проведения различных мероприятий, создания интерактивных программ и выставок, делает музей доступным абсолютно для любого возрастного состава.

Изучая научные публикации, посвященные составу публики Русского музея и Эрмитажа, статистические сборники и данные социологических опросов, проводимых в указанный выше временной период, были определены объект, предмет, гипотезы, задачи, методология исследования.

Современное музейное пространство выступает в качестве объекта работы, а гендерные аспекты формирования музейно-выставочного пространства – предмет работы. Исходя из этого, были сформированы цели: выяснить, каким образом гендерная принадлежность посетителей влияет на формирования музея, как социокультурного института, музейного пространства в целом. Также была поставлена цель охарактеризовать роль женщины в современном музее, и причины превалирования женской аудитории в музейном пространстве.

Перед проведением исследования были обозначены следующие гипотезы:

1. Определить степень актуальности культурного продукта для посетителей музеев с целью формирования и структурирования дальнейшей деятельности сотрудниками музеев;
2. Выявить, действительно ли музейный продукт потребляется в большей степени женской аудиторией, нежели мужской, и чем это может быть объяснено;
3. Выяснить, какие проводятся мероприятия сотрудниками музеев по привлечению посетителей, и каким мероприятиями сами посетители отдают предпочтение;
4. Выявить влияние ролевых позиций женщин, занимающих руководящие должности в музее на успешность его деятельности;
5. Определить, насколько важным для взрослой аудитории является ознакомление с музеями детьми, насколько часто они участвуют в образовательных программах, проводимых на площадках музеев;
6. Определить роль гендера в музееведческом научном дискурсе.

 Методологической основой проведенного исследования являются общенаучные принципы исследовательского поиска: рассмотрение социальных явлений в многообразии их связей и в динамике. Используются также частные приемы социологического исследования: метод, техника, методика, систематично изложенные в учебном пособии В.А. Ядова. Среди них: наблюдения, изучение документов, смысловая интерпретация данных; статистический анализ системный анализ, генетический (исторический). Наиболее подробно был применен сравнительный анализ, который реализуется в сравнении музейной публики в разные исторические эпохи и анализе сегментации посетителей музеев. Методическое обеспечение выполнения ВКР осуществляется за счет использования современных учебников (Лавриненко В.Н., Давыдов Ю.Н., Нартов Н.А. и Рыхлов О.А.) и учебных пособий по социологии и смежных гуманитарных дисциплин: Ядов В.А., Девятко И.Ф., Поправко Е.А.), а также специальных изданий профильных отделов Государственного Русского музея (ГРМ), статей и статистических данных, подготовленных коллективом сотрудников Эрмитажа, Третьяковской галереи и др. Производится изучение статей в научных сборниках и журналах, энциклопедиях, справочной литературе, интернет-сайтах.

**III. 4. Анализ и интерпретация полученных данных**

На вопросы анкеты, размещенной в Приложении, ответили 200 респондентов. Среди них посетители Русского музея и Государственного Эрмитажа в возрасте от 18 до 70 лет. В процессе обработки полученных данных было произведен сравнительный анализ показателей посещаемости обоих музеев 1985 года по настоящее время. При анализе были использованы материалы исследования, проведенного сотрудниками Русского музея с 1985 по 2010 годы и изложенные в материалах книги «Музей и публика»[[47]](#footnote-47). В столбце «2019» указаны цифры посещаемости, полученные в результате эмпирического исследования и обработки анкет.

Данные посещаемости различных возрастных групп Русского музея

\* Данные анкетирования, проведенного среди посетителей в начале 2019 года сотрудниками РМ

**Заключение**

В настоящее время изучение музея как социокультурного института является перспективным во многих отношениях. Открываются широкие возможности гендерных исследований в русле проблем социализации гендерных общностей на современном этапе. Роль музеев в гендерной социализации совершенно особая. Именно в музейном пространстве мы имеем право быть несовременными, как бы возвращаться к пройденному пути, созерцая в художественных полотнах и прошлое, и симптомы нынешней глобализации. Мы благодарны тем художникам, которые подвластны традициям, но и тем, кто устремлен в будущее и в дальнейшем приобретет актуальность.

Безусловно, музей представляет широкий спектр возможностей для просвещения и обучения людей. Посещение выставок «академического» характера, обязательны для повышения общего уровня культуры, для осмысления важнейших исторических периодов и событий, повлиявших на саму историю, мировое сообщество, и, что немаловажно, на современное устройство жизни. Современные музеи, а также военно-исторические реконструкции, проводимые на открытых площадках Москвы, Петербурга позволяют посетителям «переместиться» практически в любую историческую эпоху, почувствовать себя жителем того или иного государства, примерить исторические костюмы, элементы военного обмундирования и многое другое. Такие экспозиции расширяют воображение, образное мышление, предоставляют возможность прочувствовать, что происходило в тех или странах, народах, каким был их быт, питание, условия жизни.

С точки зрения образования, музеи активно продолжают сотрудничать с высшими, средними и средними специальными учебными заведения для привлечения студентов, школьников в музей, для проведения познавательных экскурсий и обучающих лекций. Ученикам самим предоставляется возможность обсуждать увиденную ими картину или скульптуру, ее сюжет, рассуждать о периоде ее создания и о самом художнике. Многие музеи сейчас оснащены мультимедийным оборудованием, например, VR-очки – очки виртуальной реальности. С их помощью посетители могут увидеть картинку с иллюзией объемного изображения. Эти и многие другие технические новшества делают экспозиции музеев интерактивными, развивающими, запоминающимися. Безусловно, это сказывается на потоке посетителей, на увеличении числа детских и молодежных экскурсионных групп.

Следует отметить увеличившийся за последние годы и сохраняющийся процент молодой аудитории, до 35 лет. Данный факт свидетельствует о стабильной заинтересованности посетителей в потреблении музейного продукта. Более того, по итогам анализа прошлых исследований сегментации посетителей, можно сделать вывод, что в среднем каждый третий гость музея хотел бы участвовать в публичных дискуссиях, открытых семинарах и лекциях, в вернисажах, музейных фестивалях.

Таким образом, музейное пространство воспринимается посетителями не только как место сохранения истории, культуры, но и как площадка для увлекательного отдыха с детьми или друзьями, возможности получения определенных навыков, непосредственного участия в проводимых музеев мероприятиях.

На основе проведенного многопрофильного исследования выскажем лишь некоторые рекомендации, которые предполагают расширение в ближайшем будущем.

Рекомендации:

1. В федеральных и муниципальных музеях сделать нормой организацию социологических центров, проводящих исследования об эффективности деятельности музеев, вопросов целесообразности экспозиционно-выставочных мероприятий и возможного повышения посещаемости, в том числе и за счет музейного туризма.
2. Обратить внимание на влияние гендера на посещаемость музеев и расширить в этом направлении экспозиционную, научно-просветительскую и образовательную деятельность для представителей обоих гендерных общностей различных возрастных категорий.
3. Стимулировать научный уровень социологических исследований, посвященных деятельности современных музеев, используя дополнительное финансирование за счет внебюджетных средств.
4. Проводить активную работу с социальными сетями и СМИ, потому что именно через них, как правило, посетители узнают о событиях музея; регулярно обновлять необходимую для посетителей информацию, как на официальном сайте музея, так и на страницах в социальных сетях.
5. Модернизировать работу с корпоративной символикой музея, продумать идеи продвижения логотипа или отличительных характеристик того или иного музея среди российских и иностранных туристов.

**Список литературы и источников**

1. Ананьев В. Г. Национальные и международные музейные организации: учебно-методическое пособие. СПб, 2013. – 140 с.

2. Воронина О.А. Феминизм и гендерное равенство. – М., 2004. – С. 289-320.

3. Дружинин Н.М. Основы советского музееведения. – М. 1955. – 373 с.

4. Статистический сборник. Женщины и мужчины России. Стат. сб./ Росстат. – М., 2018. – 241 с.

5. Закс А.Б. Источники по истории музейного дела в СССР. Очерки истории музейного дела в СССР. Том VI. М.: 1968. – 436 с.

6. Иванов О.И. Методология социологии. Всё для студента. – СПб, 2001. – 68 с.

7. Иевлева Н.В., Потапова М.В. Музей и публика. СПб.: ГРМ, 2013. – 198 с.

8. Калугина Т.П. Художественный музей как феномен культуры. – Спб., Петрополис, 2001. 375 с.

9. Козлов В.В. Шухова Н.А. Гендерная психология. Учебник для вузов. – СПб.: Речь, 2010. – 270 с.

10. Лавриненко В.Н. Социология: учебник. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2011. – 480 с.

11. Лорбер Д., Фаррел С. Принципы гендерного конструирования // Хрестоматия феминистских текстов. Переводы. СПб., 2000. 305 с.

12. Маклаков А.Г. Общая психология. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2015. – С. 321-325, 330.

13. Нартов Н.А., Рыхлов О.А., Нартов В.Н. Социология. Учебник. 6-е издание, перер. и доп. – М.: «Дашков и К\*», 2015. - 543 с.

14. Окладникова Е.А. Этнографический музей сегодня: в поисках перспектив приемлемого будущего. // Музей – за горизонтом очевидного: Традиционное искусство в контексте музея. – СПБ.: РАН, МАЭ, 1998. Вып. 1. С. 48.

15. Петрунина Л.Я. Публика художественных музеев (По материалам социологических исследований (1985-2009гг.). Интернет-ресурс: http://naukarus.com/publika-hudozhestvennyh-muzeev-po-materialam-sotsiologicheskih-issledovaniy-1985-2009-gg

16. Поколодин В.В. Форум http://www.socintegrum.ru/index.html , 2004.

17. Поправко Е.А. Музееведение. М., 2005, с. 6-10, 76-80.

18. Равикович Д.А. Организация и деятельность музеев местного края. Очерки истории музейного дела СССР. Том II. М.: «Советская Россия». 1960. – 380 с.

19. Рубин Г. Обмен женщинами: заметки о «политической экономии» пола. // Хрестоматия феминистских текстов. Переводы. Под ред. Здравомысловой Е., Темкиной А. СПб.: Издательство «Дмитрий Буланин». С 89-135.

20. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992. 429 с.

21. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. М., 2007. 344 с.

22. Тартаковская И.Н. Гендерная социология. - М. 2005. – 368 с.

23. Фролов А.И. Музееведение // Российская музейная энциклопедия. - М., 2001 - Том 1. 520 с.

24. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. Собр. соч., изд. 2, т. 21. – М.: Политиздат, 1986. – 639 с.

25. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности.

6-е изд. – М.: «ОМЕГА-Л», 2012. – 567 с. Глава 2. 587 с.

26. Яковлева Е.Л. Психология развития творческого потенциала личности. – М.: 1997. – 224 с.

27. Simone de Boauvour. Le Deuxiéme Sexe. 1949.

28. Connell R. Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics. Cambridge: Polity Press. 1987. P. 141.

29. Lorber J. Gender. Encyclopedia of Sociology. New York: Macmillan Publishing Company. 1992, p.748–754.

30. Lorber J. Paradoxes of Gender. Yale University Press. 1994.

31. Parsons T., Bales R. Family, Socialization and Interaction Process. 1995. 447 p.

32. Rubin G. The Traffic in Women: Notes on the ‘Political Economy’ of Sex. New York, Monthly Review Press. 1975.

33. Stoller R. Sex and Gender. London: The Hogarth Press. 1968**.**

**Приложение**

Для достижения поставленных в данной работе целей и решения насущных задач социологического исследования необходимо проанализировать социокультурные характеристики и художественные предпочтения публики, посещающей музеи. Необходимо выявить регулярность потребления культурного продукта в наши дни, степень заинтересованности населения в развитии музейной среды как неотъемлемой составляющей культуры, важность посещения музеев, временных выставок для современной молодежи и более старшего поколения, является, каким направлениям в искусстве отдаются больше предпочтения, с какой целью сегодня ходят в музеи.

Анкета-опрос

Предлагаемый опрос составляет практическую часть исследования выпускной квалификационной работы студентки 4 курса социологического факультета СПбГУ. Участие респондентов в данном опросе останется анонимным, но поможет выявить роль культуры в жизни современного человека, узнать, насколько приоритетной и актуальной эта сфера является для социально-демографических, а также гендерных групп населения, отдельных индивидов.

**1. Пожалуйста, укажите Ваш возраст:**

• 18-24

• 25-40

• 41-60

• Старше 60

**2. Пожалуйста, укажите Ваш пол:**

• Мужской

• Женский

**3. Пожалуйста, укажите уровень своего образования:**

• Среднее

• Среднее специальное

• Неполное высшее

• Высшее

• Есть научная степень (кандидат/доктор наук)

**4. Довольны ли Вы своим нынешним местом работы?**

• Да, доволен (на)

• Нет, работу планирую сменить

• В данный момент не работаю

• Нахожусь на пенсии

• Работающий пенсионер

**5. Выберите, пожалуйста, наиболее значимые для Вас ценности (не более трех):**

• Семья и дети

• Карьера и собственный статус в обществе

• Успех и финансовая независимость

• Здоровье

• Творчество

• Саморазвитие

• Возможность путешествовать

• Свобода

• Другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**6. Как часто Вам удается посещать музеи/театры/художественные галереи и иные учреждения культуры?**

• Один раз в неделю

• Несколько раз в месяц

• Один и более раз в год

• Один и более раз в несколько лет

• Не посещаю подобные мероприятия

• Ваш вариант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**7. Для чего, на Ваш взгляд, необходимо ходить в музеи/на концерты /спектакли/в клубы/в центры современного искусства (не более трех)?**

• В целях саморазвития

• Это дает возможность интересно и с пользой для себя (как образовательной, так и просветительской) проводить время

• В целях повышения собственного уровня культуры

• С целью общаться и знакомиться с новыми людьми

• Для поддержания «образа» интеллигентного человека

• Не считаю это необходимым

• Ваш вариант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**8. Что, на Ваш взгляд, является более популярным и интересным в плане досуга и почему?**

• Музеи/Выставочные комплексы, так как\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Театры, так как\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Концертные залы, так как\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Клубы, так как\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Центры современного искусства, так как\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Парки, так как\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Ничего из выше перечисленного

**9. Считаете ли Вы, что основным потребителем культурного продукта являются женщины?**

• Да, считаю

• Нет, не считаю

**10. Считаете ли Вы, что органы власти (как государственного, так и муниципального управления) оказывают влияние на состояние современной культуры? Если да, то является оно положительным или отрицательным, и в чем это выражается?**

•Да, положительное, так как \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Да, отрицательное, так как\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Нет, не оказывают, так как\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Не слежу за новостями в сфере культуры

**11. Считаете ли Вы, что государство должно финансировать объекты культуры?**

•Да, полностью

• Да, частично

• Нет, не считаю

•Нет, считаю, что учреждения культуры должны существовать за счет благотворительных фондов и спонсорских средств

**12. Хотели бы Вы получить работу в сфере культуры?**

•Да, хотел (ла) бы

• Нет, не хотел (ла) бы

**13. Если ответ на предыдущий вопрос был положительным, то чем бы Вы хотели заниматься и с какой целью?**

**Ваш вариант\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**14. Какой музей для Вас наиболее интересен в Санкт-Петербурге и почему?**

•Государственный Эрмитаж

• Государственный Русский музей

• Ваш вариант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**15. Откуда Вы узнали о данном музее?**

* Я являюсь коренным жителем Петербурга и часто здесь бываю
* От родственников/друзей/знакомых
* Из социальных сетей
* Из телевизионных программ
* Радио
* Иные источники информации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**16. Чего на Ваш взгляд не хватает современному музею?**

• Настроенного маршрута по экспозиции через мобильное приложение или интернет

• Более подробного описания картин в залах/истории создания картин

• Информационных стендов с биографией художника, времени, в которое он жил и работал

• Информационных стендов о художественном направлении в искусстве в том или ином зале

• Мероприятий для посетителей всех возрастов

• Обустроенных помещений и возможности осматривать экспозицию лицам с ограниченными возможностями

Таблица 1.

Данная таблица отражает возрастной состав посетителей Русского музея на постоянной экспозиции и выставке, посвященной 40-ю победы в Великой Отечественной войне. Проведенные исследования с 1985 по 2010 годы показывают, что число молодых людей, посещающих музей, существенно не изменилось, снизился процент 30-летних посетителей, как и в целом более взрослая аудитория. Данная тенденция сохранялась и после 2010 года.

[[48]](#footnote-48)

График 1.

График показывает процентное соотношение женщин, участвующих в опросах музея, от общего числа посетителей.



1. Е.А. Поправко. Музееведение. 2005 г. С. 76-80. [↑](#footnote-ref-1)
2. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. 6-е изд. - М.: «ОМЕГА-Л», 2012. Глава 2. С. 57. [↑](#footnote-ref-2)
3. Н.А. Нартов, О.А. Рыхлов. Социология. Учебник, 6-е издание., М., 2015. С. 258-260. [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же. С. 262 [↑](#footnote-ref-4)
5. Н.А. Нартов, О.А. Рыхлов. Социология. Учебник, 6-е издание., М., 2015. С. 265-266. [↑](#footnote-ref-5)
6. А.К. Уледов. Духовная жизнь общества. – М., 1980. С. 165-183. [↑](#footnote-ref-6)
7. Н.А. Нартов, О.А. Рыхлов. Социология. Учебник, 6-е издание., М., 2015. С. 297-300. [↑](#footnote-ref-7)
8. Там же. [↑](#footnote-ref-8)
9. Окладникова Е.А. Этнографический музей сегодня: в поисках перспектив приемлемого будущего. // Музей – за горизонтом очевидного: Традиционное искусство в контексте музея. – СПБ.: РАН, МАЭ, 1998. Вып. 1. С. 48. [↑](#footnote-ref-9)
10. Лавриненко В.Н. Социология: учебник. 4-е изд. М., 2011. С. 107-110. [↑](#footnote-ref-10)
11. Поколодин В.В. Форум <http://www.socintegrum.ru/index.html>, 2004. [↑](#footnote-ref-11)
12. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. С. [↑](#footnote-ref-12)
13. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. С. 16. [↑](#footnote-ref-13)
14. Р. Столлер. Sex and Gender. London: The Hogarth Press, 1968 [↑](#footnote-ref-14)
15. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. Собр. соч., изд. 2, т. 21, с. 161. [↑](#footnote-ref-15)
16. Парсонс Т. Бэйлс Р. Семья, социализация, взаимодействие. 1955. С. 215-220. [↑](#footnote-ref-16)
17. Women's Studies Encyclopedia, Vol.1: 476-477. [↑](#footnote-ref-17)
18. Бовуар Симона де. Второй пол. / Перевод на русский язык Айвазова С. Г. М.: Прогресс. 1997. С. 253. [↑](#footnote-ref-18)
19. Рубин Г. Обмен женщинами: заметки о «политической экономии» пола. // Хрестоматия феминистских текстов. Переводы. Под ред. Здравомысловой Е., Темкиной А. СПб.: Издательство «Дмитрий Буланин». С. 92-94. [↑](#footnote-ref-19)
20. Рубин Г. Обмен женщинами. Нью-Йорк, изд-во Ежемесячное обозрение. 1975. [↑](#footnote-ref-20)
21. Термин, введенный в научный оборот американским социологом И. Гофманом [↑](#footnote-ref-21)
22. Лорбер Д., Фаррел С. Принципы гендерного конструирования // Хрестоматия феминистских текстов. Переводы. СПб., 2000. С. 186. [↑](#footnote-ref-22)
23. Статистический сборник. Женщины и мужчины России. М.: Росстат. 2018. С. 97. [↑](#footnote-ref-23)
24. Кравченко А.И. Культурологи. - 4-е изд - М.: Академический Проект, Трикста, 2003. - с. 455 [↑](#footnote-ref-24)
25. Восьмой съезд РКП (б). Протоколы, М., 1959 [↑](#footnote-ref-25)
26. Газета «Культурно-просветительная работа», М:, 1969. [↑](#footnote-ref-26)
27. Поправко Е.А. Музееведение. М., 2005, с. 6-10. [↑](#footnote-ref-27)
28. Дружинин Н.М. Основы советского музееведения. – М. 1955. С. 35. [↑](#footnote-ref-28)
29. Калугина Т.П. Художественный музей как феномен культуры. – Спб., Петрополис, 2001. С. 187-188. [↑](#footnote-ref-29)
30. В.Г. Ананьев. Национальные и международные музейные организации: учебно-методическое пособие. С.-Петербург, 2013. – С. 5-10. [↑](#footnote-ref-30)
31. Музеография (греч.) – описание музеев и расположенных в них предметов. [↑](#footnote-ref-31)
32. Там же. [↑](#footnote-ref-32)
33. Поправко Е.А. Музееведение. М., 2005, с. 6-10. [↑](#footnote-ref-33)
34. Там же. С. 24-30. [↑](#footnote-ref-34)
35. Яковлева Е.Л. Психология развития творческого потенциала личности. М.: 1997. С 37. [↑](#footnote-ref-35)
36. Маклаков А.Г. Общая психология. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2015. С. 321-325. [↑](#footnote-ref-36)
37. Яковлева Е.Л. Психология развития творческого потенциала личности. М.: 1997. С. 46-50. [↑](#footnote-ref-37)
38. Закс А.Б. Источники по истории музейного дела в СССР. Очерки истории музейного дела в СССР. Том VI. М.: 1968. С. 7-12. [↑](#footnote-ref-38)
39. Равикович Д.А. Организация и деятельность музеев местного края. Очерки истории музейного дела СССР. Том II. С. 146, 175. [↑](#footnote-ref-39)
40. Фролов А.И. Музееведение // Российская музейная энциклопедия. - М., 2001 - Том 1 - С.387. [↑](#footnote-ref-40)
41. Иевлева Н.В., Потапова М.В. Музей и публика. СПб.: ГРМ, 2013. С. 7-8. [↑](#footnote-ref-41)
42. Там же. С. 7-13. [↑](#footnote-ref-42)
43. Там же. С. 12-13. [↑](#footnote-ref-43)
44. Петрунина Л.Я. Публика художественных музеев (По материалам социологических исследований (1985-2009гг.). Интернет-ресурс: <http://naukarus.com/publika-hudozhestvennyh-muzeev-po-materialam-sotsiologicheskih-issledovaniy-1985-2009-gg> [↑](#footnote-ref-44)
45. По результатам исследования сотрудниками ГРМ в начале 2019 г. [↑](#footnote-ref-45)
46. Петрунина Л.Я. Публика художественных музеев (По материалам социологических исследований (1985-2009 гг.). Интернет-ресурс: http://naukarus.com/publika-hudozhestvennyh-muzeev-po-materialam-sotsiologicheskih-issledovaniy-1985-2009-gg [↑](#footnote-ref-46)
47. Иевлева Н.В., Потапова М.В. Музей и публика. СПб, 2013. 197 с. [↑](#footnote-ref-47)
48. Иевлева Н.В., Потапова М.В. Музей и публика. СПб.: ГРМ, 2013. С. 10-13. [↑](#footnote-ref-48)