



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Матвеева Валерия Николаевна

Выпускная квалификационная работа

*Этнографический музей в контексте
современного поликультурного города*

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

ВМ.5589.2017 «Социология»

Профиль «Социальная антропология»

Научный руководитель:
профессор кафедры культурной антропологии
и этнической социологии,
доктор социологических наук
М. С. Куропятник

Рецензент:
доцент, ФГБОУВО «Санкт-Петербургский
государственный институт культуры»
кандидат исторических наук
Г. Н. Романова

Санкт-Петербург
2019

Введение	5
Глава 1. Культурная деятельность этнографического музея	12
1.1. Социологическое исследование культурной деятельности этнографических музеев	12
<i>1.1.1. Символический интеракционизм в исследовании культурной деятельности этнографического музея</i>	<i>12</i>
<i>1.1.2. Методы реализации исследовательских задач</i>	<i>14</i>
1.2. Социальная роль культурной деятельности Российского этнографического музея: ретроспективный сравнительный анализ	18
<i>1.2.1. Краткая история основания Российского этнографического музея</i>	<i>18</i>
<i>1.2.2. Трансформация социальных функций Российского этнографического музея в современном обществе</i>	<i>21</i>
<i>Основные выводы</i>	<i>31</i>
Глава 2. Контекст культурной деятельности Российского этнографического музея	32
2.1. Российский этнографический музей как организация	32
<i>2.1.1. Основные направления деятельности и административная система Российского этнографического музея</i>	<i>32</i>
<i>2.1.2. Источники дохода Российского этнографического музея</i>	<i>45</i>
<i>Основные выводы</i>	<i>53</i>
2.2. Музейный посетитель в контексте культурной деятельности Российского этнографического музея	55
<i>2.2.1. Музейная аудитория</i>	<i>55</i>

<i>2.2.2. Учёт посетителей Российского этнографического музея</i>	<i>56</i>
<i>2.2.3. Формальные категории посетителей</i>	<i>58</i>
<i>2.2.4. Реальные категории посетителей</i>	<i>63</i>
<i>Основные выводы</i>	<i>71</i>
2.3. Этапы производства музейного продукта в Российском этнографическом музее	73
<i>2.3.1. Коммуникативные аспекты производства культурного продукта музейными сотрудниками в Российском этнографическом музее</i>	<i>73</i>
<i>2.3.2. Коммуникация в музейном пространстве</i>	<i>80</i>
<i>2.3.3. Взаимодействие музея и посетителя</i>	<i>83</i>
<i>Основные выводы</i>	<i>85</i>
Заключение	87
Список литературы	89
<i>Приложение № 1. ЭКСПОЗИЦИИ Российского этнографического музея 2019год</i>	<i>95</i>
<i>Приложение № 2. Экспозиции Государственного музея этнографии народов СССР 1980 г.</i>	<i>96</i>
<i>Приложение №3. Список информантов</i>	<i>97</i>
<i>Приложение №4 Функции отделов Российского этнографического музея</i> <i>Наименование отделов, сотрудники которых осуществляют</i>	<i>106</i>

<i>Приложение №5. Образовательные программы Российского этнографического музея.</i>	<i>109</i>
<i>Приложение №6 Пилотажное исследование посетителей на дне открытых дверей 23 сентября 2018 года. Результаты опроса.</i>	<i>115</i>
<i>Приложение №7 Результаты опроса гидов-переводчиков</i>	<i>119</i>

Введение

Актуальность темы исследования

Рубеж XIX-XX веков считается рассветом этнографии. Именно тогда было основано большинство этнографических музеев. Этнографические музеи задумывались как институты формирования имперской идентичности, конструирования общего прошлого. Российский этнографический музей не исключение. Он возник не случайно: в не случайное время в не случайном месте — в поликультурной столице Империи, Санкт-Петербурге в разгар социальных изменений. Замысел Этнографического отдела Русского музея отвечал государственным и социальным потребностям той эпохи. Во времена СССР роль этнографической экспозиции музея трансформировалась в некую точку отсчёта, начало пути в светлое коммунистическое будущее.

Сменялись времена, менялся и музей. Сегодня РЭМ — крупнейший научно-исследовательский институт традиционной культуры, методический центр, к образовательному потенциалу которого обращаются музейные сотрудники со всей России и зарубежья. В Российском этнографическом музее ведётся активная культурная деятельность собирателей, исследователей, хранителей, экспозиционеров, просветителей и т. д. Прежде всего РЭМ интересен специалистам, людям причастным к антропологии, этнографии, народному творчеству. На современном этапе в музее не существует своей массовой аудитории, включенной в производство новых культурных смыслов. Данная ситуация не позволяет в полной мере реализовать главную цель культурной деятельности этнографического музея — возвращение научно переосмысленного этнографического знания в общество в виде музейного продукта.

Какова роль этнографических музеев в XXI веке? Зачем обществу этнография в эпоху глобализации? О чём и как сегодня разговаривать с посетителем на этнографической экспозиции? Российский этнографический музей — это музей прошлого или музей будущего?

На эти вопросы пока нет ответа: исследователи дискутируют, размышляют, спорят. А тем временем Российский этнографический музей ведёт свою деятельность вслепую, пробуя, ошибаясь, набивая шишки. Кто сегодня обращается к музею и зачем? Для кого реально существует музей? В данной работе мы попытаемся ответить на данные вопросы.

Степень изученности проблемы

1. Необходимо отметить теоретиков музейной социологии — П. Бурдьё, Д. Камеруна, М. Айзенбаса, Л. Фейстингера, М. Фуко. Их теоретические основания и практический исследовательский опыт легли в теоретическую основу данной работы.

2. О социальной роли этнографических музеев существует не мало трудов, среди них особо отметить можно монографию В.М. Грусмана, статьи В.А. Дмитриева, И.И. Барановой, Д.А. Баранова, труды Е.Г. Мастеницы, О.А. Ботяковой, Г.Г. Сорокиной и др.

3. Музейная коммуникация, взаимодействие музей-посетитель также достаточно исследованная тема — отечественные исследователи М.Л. Шляхтина, М.Ю. Юхневич, Б.А. Столяров, Д. Агапова,

4. Социологическим исследованием культурной деятельности этнографического занимается Д.А. Руденко, можно отметить ряд его работ по производству знаний и экспозиционно-выставочной деятельности в Российском этнографическом музее. Дмитрий Руденко исследует музейную деятельность с точки зрения символического интеракционизма, что представляется нам наиболее удачным выбором подхода в исследовании культурной деятельности.

Научная новизна

В научный оборот введено достаточное количество исследований музея как социального института. Однако, в процессе поиска источников не было найдено работ по комплексному исследованию музея как организации, производящей культурный продукт. Руденко исследовал музей как производство

культурного продукта с точки зрения выставочной деятельности. Деятельность РЭМ показана интровертной: есть внутренние музейные ресурсы (фонды, кадры, научная деятельность, здание музея), одни ресурсы задействуют другие, чтобы создать новое внутри себя. Нам интересно исследовать музейный продукт с точки зрения полного пути этнографического знания, которое акторы привносят в музей извне, перерабатывают, хранят, переосмысливают и транслируют обратно в общество. В данном исследовании экспозиционно-выставочная деятельность не конечный результат, а один из этапов создания музейного продукта. В ходе данной работы мы проводим комплексное исследование культурной деятельности в Российском этнографическом музее.

Объект исследования: этнографический музей как организация, создающая культурный продукт.

Предмет исследования: контекст и структурные условия культурной деятельности в Российском этнографическом музее.

Цель исследования: рассмотреть и выявить контекст, структуру, стадии, аудитории и практики производства музейного продукта в Российском этнографическом музее.

Для достижения поставленной цели необходимо решить **ряд задач:**

1. Выбрать и обосновать методы исследования и подходы к нему;
2. Рассмотреть становление музея в культурно-историческом контексте;
3. Проанализировать трансформацию социальных функций музея с момента его основания до наших дней;
4. Осуществить структурный анализ Российского этнографического музея как организации, производящей культурный продукт;
5. Исследовать музейного посетителя в контексте взаимодействия с музеем;

6. Проанализировать этапы производства культурного продукта в Российском этнографическом музее и дать им характеристику.

Теоретическая база

Теоретической базой работы выступают результаты исследовательской деятельности зарубежных социологов, таких как Г. Блумер, П. Бурдьё, Д. Камерун, М. Айзенбас, Л. Фейстингер, М. Фуко. Также в теоретическую базу вошли положения, выведенные в работе следующих отечественных учёных: Д. Агаповой, Д. А. Баранова, В.М. Грусмана, В.А. Дмитриева, М.Е. Илле, Д.А. Коршуновой, Д.А. Руденко и других.

В работе использованы материалы Архива Российского этнографического музея и внутренних нормативных документов музея.

Эмпирическая база

Эмпирическим объектом исследования выступает культурная деятельность в крупном федеральном музее с активной экспозиционно-выставочной, научной и просветительской деятельностью. Музейные продукты Российского этнографического музея разнообразны по своей форме и способах выражения. Данный эмпирический объект позволяет наиболее широко представить все этапы производства музейного продукта. Музей обладает богатой длительной историей деятельности, функционировал в различные исторические этапы. Кроме того музей поддерживает активное сотрудничество с культурными институтами Санкт-Петербурга, России и зарубежных стран по всем направлениям музейной деятельности.

Данные были собраны в процессе включенного наблюдения и непосредственного участия в производстве музейного продукта на протяжении 1 года и 9 месяцев (с августа 2017 года по май 2019 года).

Было проведено экспертное интервью с более чем 50 респондентами (в работу включены материалы интервью с 28 респондентами). В списке использованных в работе материалов интервью — 21 сотрудник всех функциональных отделов Российского этнографического музея. — 4

сотрудников других музеев и 2 сотрудников учреждений, сотрудничающих с РЭМ.

В ходе работы собраны и включены в текст материалы музейной документации и образцов методических разработок музея.

Методы исследования

Основным методом работы выступает метод Кейс-стади.

Для осуществления исследовательских задач были использованы следующие методы:

1. Исторический сравнительный анализ
2. Методы сравнительной социологии
3. Этнографические методы (включенное наблюдение, неформализованное интервью)
4. Анализ документов
5. Вторичный анализ данных
6. Опрос и анкетирование и др.

Теоретическая значимость

Концепция работы была выстроена на основании символического интеракционизма, с точки зрения которого музейный посетитель рассматривается не как потребитель музейного продукта, а как один из акторов в его производстве. Подходы к посетителю как к равноправному участнику музейной коммуникации достаточно скромно представлены в научной отечественной литературе. Данная работа может послужить теоретически примером для последующего осмысления роли посетителя в создании музейного продукта.

Кроме того в работе представлен анализ закрытых для большинства исследователей материалов и материалов из интервью музейных сотрудников, высказывающих своё отношение к социально-экономическим тенденциям современности.

Практическая значимость

Результаты исследования категорий музейного посетителя в контексте просветительской и экспозиционной деятельности могут быть полезны для музейных сотрудников в выборе траекторий развития профессиональной деятельности.

Логика повествования

Работа состоит из Введения, двух глав и Заключения, Списка литературы и семи приложений.

В первой главе один параграф посвящен обоснованию методов исследования, второй — становлению музея как социального института, третий — трансформации социальных функции музея.

Вторая глава всецело посвящена контекстам культурной деятельности Российского этнографического музея. В первой части музей рассматривается как организация, рассмотрен структурный контекст. Рассмотрены направления деятельности музея и адаптации музея к современным социально-экономическим условиям.

Вторая часть посвящена анализу музейного посетителя в контексте культурной деятельности РЭМ.

Третья часть посвящена производству музейного продукта в Российском этнографическом музее. Показаны этапы музейной культурной деятельности, рассмотрен коммуникативный аспект.

Положения, выносимые на защиту

1. Этнографический музей был создан в конце XIX века в соответствии с социальным и политическим запросом того времени. В СССР был перестроен в соответствии с новой государственной идеологией. В современном мире, когда нет всеобщей единой государственной идеологии, задача музея — ориентироваться культурной деятельности на потребности не государства, а посетителя.

2. Современные экспозиционно-выставочные тенденции в этнографическом музее нацелены на подготовленного посетителя. Тогда как просветительская деятельность настроена на работу с категориями с малым опытом музейной коммуникации (дошкольники, учащиеся). Для успешного осуществления культурной деятельности и производства понятного широкой публике музейного продукта, необходимо провести комплексный анализ посетителей.

3. Музей осуществляет культурную деятельность в противоречивой социально-экономической ситуации в режиме ограниченных ресурсов. В попытках лавирования между сохранением статуса научного центра и встраиванием в систему рыночных отношений в сфере культуры, руководство музея совершает ряд ошибок в использовании ресурсов музея.

4. Основная осознанная музейная аудитория — это студенты и специалисты с высшим гуманитарным образованием. Можно предположить, что экспозиционеры на современном этапе осуществляют свою деятельность для коллег: гуманитариев и людей, включенных в систему высшего образования и научной деятельности. В то время как остальные взрослые категории предпочитают обращаться к другим культурным институтам.

5. На всех этапах производства культурного продукта существуют проблемы с выстраиванием символического взаимодействия: сначала актором производства музейного продукта является экспозиционер, а просветитель его потребителем; в последствии односторонним актором производства музейного продукта выступает просветитель, оставляя посетителю роль потребителя музейного продукта. Возникает разрыв между этапами производства музейного продукта. В конечном итоге культурная деятельность Российского этнографического музея не достигает своей цели — возвращение научно переосмысленного этнографического знания в общество.

Глава 1. Культурная деятельность этнографического музея

1.1. Социологическое исследование культурной деятельности этнографических музеев

1.1.1. Символический интеракционизм в исследовании культурной деятельности этнографического музея

Проблемой эмпирического исследования музеев занимались такие социологи как М. Айзенбас, Х. Зеттерберг, П. Бурдьё и другие. Теоретическими основами данной работы выступают положения, выведенные именно этими авторами.

В 1972 году М. Айзенбас, излагая в своей статье¹ указывал на то, что проблематику социологии музеев следует рассматривать в ключе взаимодействия предмета музея и общества. Основой социологического подхода к изучению музеев Айзенбас полагает переоценку устоявшихся позиций в отношении музеев на основе данных, полученных в результате эмпирического исследования². Именно таким подходом отличаются работы П. Бурдьё. В книге «Любовь к искусству: европейские художественные музеи и их публика» Бурдьё.

Основным понятием данной исследовательской работы выступает понятие культурной деятельности музея. **Культурная деятельность** - деятельность по сохранению, созданию, распространению и освоению культурных ценностей.³ Посредством культурной деятельности происходит производство музейных продуктов (экспозиции и выставки, культурно-образовательные программы).

Музейный продукт этнографического музея примечателен по своей сути: этнографическое знание, содержащееся в материальных и духовных источниках культуры посредством экспедиционной и собирательной деятельностей

¹ Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums // Museum International. 1972. V. 24. No. 2. P. 110-117; Fyfe G. Sociology and the social aspects of museums // A companion to museum studies. 2006. P. 33-49.

² Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums. P. 111.

³ "Основы законодательства Российской Федерации о культуре" (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017)

приходит в музей из общества. Попав в музей этнографический предмет атрибутируется и классифицируется с помощью учётно-хранительской деятельности, длительное время хранится и переосмысливается посредством хранительной и исследовательской деятельностью. В конечном итоге в результате посредством экспозиционной и просветительской деятельности трансформируется в музейный продукт и транслируется обратно в общество. Между моментом бытования предмета и моментом трансляции научного осмысления бытования проходят годы, десятилетия, иногда столетия. Общество за это время терпит изменения, возникает разрыв между обществом и предметом. Суть культурной деятельности этнографических музеев с данной точки зрения — показать обществу то, что оно оставило в истории таким образом, чтобы посетитель нашёл в предмете отклик и посмотрел через собственное прошлое с другого угла на себя самого.

В связи с чем можно сделать вывод, что производство музейного продукта не заканчивается ни на экспозиционной деятельности, ни на просветительской. Данные виды музейной деятельности можно считать лишь подготовительными этапами к окончательному этапу производства музейного продукта. Конечный этап создания музейного продукта происходит в процессе взаимодействия музея и посетителя. Для успешного взаимодействия музея и посетителя необходимо единомоментное совпадение способности музея транслировать культурные коды и способность аудитории эти коды считывать. Это двусторонний процесс символического взаимодействия музея и посетителя.

Символическое взаимодействие подразумевает процесс интерпретации. Интерпретация по Блумеру⁴ проходит в два этапа:

1. Актер выделяет вещи⁵ имеющие значение для действие, то есть, указывает себе на вещи, в отношении которых он действует. В данном процессе актер вступает в процесс коммуникации с самим собой.

⁴ Блумер Г. Символический интеракционизм: перспектива и метод / Герберт Блумер; пер. с англ. А.М. Корбута. — Москва: Элементарные формы, 2017. — с. 42.

⁵ Прим. Блумер в рамках похода символического интеракционизма использует понятие «вещи» в широком смысле. Под вещью понимаются явления, события, индивид, группы индивидов и так далее.

2. Обработка актором значений вещи в связи с контекстом: отбор, оценка, приостановление, перегруппировка и трансформация значения в соответствии с ситуацией, в которой находится актер и в связи с действием, которое он совершает.

В результате интерпретации и происходит формирования символического взаимодействия с вещью, образ которого формируется на основании отношения к вещи.

В рамках данного исследования под актором принимается Российский этнографический музей, а под вещью — посетитель. В данном подходе посетитель не является потребителем музейного продукта — он его актер. Именно в процессе символического взаимодействия происходит производство музейного продукта в конечном его виде. Такая, полная реализация музейного продукта и есть главная цель реализации всех направлений деятельности этнографического музея. Проблемная ситуация, лежащая в основе исследования — Российский этнографический музей на современном этапе не достигает главной цели своей деятельности — производства музейного продукта.

Целью исследования во введении было определено — рассмотреть и выявить контекст, структуру, стадий, аудитории и практики производства музейного продукта в Российском этнографическом музее. Для достижения цели исследования необходимо осуществление исследовательских задач, сформулированных во введении.

1.1.2. Методы реализации исследовательских задач

Прежде всего для понимания структурного и институционального контекста культурной деятельности Российского этнографического музея необходимо рассмотреть его становление как социального института в культурно-историческом контексте. Для этого необходимо обращение к историческим источникам и результатам метаисследований культурной деятельности Российского этнографического музея с момента его основания до наших дней. В этой связи также необходимо провести сравнительный анализ

трансформации социальных функций музея на всех исторических этапах его существования.

В Для социологического исследования культурной деятельности РЭМ музей необходимо представить как организацию, производящую культурный продукт. Рассмотрение музея с такого угла позволяет сделать структурный анализ Российского этнографического музея. Данная методология осуществляется в рамках структурно-функционалистского подхода⁶.

Понятие структуры в научный оборот ввёл Спенсер. Структура — это совокупность устойчивых связей объекта, обеспечивающих его целостность и тождественность самому себе. Т.е. с помощью устойчивых связей функциональных элементов музей сохраняет свои основные свойства при различных внутренних и внешних изменениях.

В соответствии с целями исследования рассмотрение культурной деятельности функциональных подразделений Российского этнографического музея необходимо прибегнуть к концепции Эмиля Дюркгейма, призывающую рассматривать культурную деятельность каждого элемента не во временном сравнении с самой собой, а в системе взаимодействия с другими элементами. Что и было сделано, например, в параграфе 2.3.1. при анализе этапов производства музейного продукта в Российском этнографическом музее.

Каждая социальная система, по представлениям структурных функционалистов, должна отвечать определенным требованиям структурной и функциональной необходимости, или так называемых структурно-функциональных императивов. Основными императивами являются:

1. приспособление системы к окружающей среде (адаптация);
2. организация межличностного общения между его членами;
3. обеспечение контроля и профилактики конфликтов.

⁶ Батыгин Г. С. Структурный функционализм Толкотта Парсонса // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2003. №4-5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnyy-funktsionalizm-tolkotta-parsonsa> (дата обращения: 09.05.2019г.).

На основании данных императивов деятельность Российского этнографического музея была рассмотрена в контекстах внешних социально-экономических условий (2.1.2), рассмотрение структуры музея и характеристика основных направлений деятельности (2.1.1.).

Для исследования посетителя этнографического музея необходимо было дать краткую характеристику культурной жизни Санкт-Петербурга. Для осуществления исследовательских задач не было необходимости проводить глубокое ресурсозатратное панельное исследование включенности жителей Санкт-Петербурга в культурную жизнь города, в связи с чем в разделе 2.2.1. были приведены результаты вторичного анализа данных исследования, проводимого на данную тему несколькими годами ранее.

Исследование музейного посетителя в контексте взаимодействия с музеем осуществлялось в основном с помощью включенного наблюдения⁷ и анализа документов⁸. Также были проведены социологические исследования с целью выявления целей и потребностей разных категорий посетителей относительно Российского этнографического музея. Среди них пилотажное исследование посетителей дня открытых дверей с целью выявления мотивации посетителей к посещению Этнографического музея и выявления способов реализации культурного досуга (индивидуальное посещение, посещение в составе экскурсии). К сожалению, в процессе проведения анкетирования посетителей дня открытых дверей, было выявлено, что в основном для знакомства с музейными продуктами Российского этнографического музея посетители были однородными по своим целям и задачам (подавляющее большинство интересовалось музейным предложением детских программ). Что тоже можно считать результатом пилотажного исследования. Результаты анкетирования представлены в материалах приложений, анализ полученных результатов представлен в разделе 2.2.

⁷ Прим. В качестве сотрудника просветительского функционального отдела Российского этнографического музея в течении двух лет.

⁸ Прим. Некоторые внутренние документы Российского этнографического музея из соображений исследовательской этики не представилось возможным добавить в список приложений.

Репрезентативное комплексное исследование музейного посетителя Российского этнографического музея требует длительного панельного исследования с помощью комплекса социологических методов с задействованием обширных ресурсов. К сожалению, на данном этапе исследовательской деятельности это не представляется возможным. В связи с чем было проведено комплиментарное исследование отдельных категорий посетителей через опрос экспертов, ведущих длительную профессиональную деятельность в отношении различных категорий посетителей. В работе представлены результаты наиболее показательного по своим результатам опроса гидов-переводчиков, осуществляющих свою профессиональную деятельность на экспозиции Российского этнографического музея. Результаты исследования дали возможность для сравнительного анализа потребностей разных категорий посетителя и позволили сделать структурный анализ просветительской и экспозиционно-выставочной деятельности Российского этнографического музея. Результаты опроса представлены в материалах приложений, анализ полученных результатов представлен в разделе 2.2.

Для анализа этапов производства культурного продукта в Российском этнографическом музее (2.3) целесообразно было вернуться к основному подходу исследования — символическому интеракционизму. Анализ культурной деятельности в РЭМ производился на основе результатов, полученных этнографическими методами исследования: включенное наблюдение и неструктурированное интервью с сотрудниками функциональных отделов музея. Также результаты, полученные этнографическими методами использовались для пояснения некоторых специфических явления, с которыми сталкивались на протяжении всей работы.

1.2. Социальная роль культурной деятельности Российского этнографического музея: ретроспективный сравнительный анализ

1.2.1. Краткая история основания Российского этнографического музея

Российский этнографический музей — крупнейший научно-культурный центр России с активной экспозиционно-выставочной и просветительской деятельностью. Музей располагается в историческом центре Санкт-Петербурга в здании построенном специально для показа этнографических коллекций. Сотрудники музея — выдающиеся учёные и деятели культуры нашей страны. Предметом Российского этнографического музея является традиционная культура народов Российской империи. Территория Российской Федерации значительно отличается от территории Российской Империи в меньшую сторону (Территория Российской Федерации — 17 125 191 км²⁹¹⁰. Территория Российской Империи — 21 800 251 км²¹¹). Тем не менее современная Россия не уступает Российской Империи по многообразию этнического состава (около 150 народов). Россия была и есть страна многонациональная, поликультурная. Самыми «пёстрыми» по национальному составу на протяжении истории были столицы. Санкт-Петербург не исключение. Возникновение музея такого рода как Российский этнографический музей именно в Петербурге не случайно. Этому способствовал ряд факторов.

Санкт-Петербург конца XIX века — город многонациональный с активной культурной, политической и экономической жизнью. Ещё Петром I именно в столице империи был основан первый музей — Кунсткамера. Первый музей Империи не случайно имеет своим предметом антропологию, культуру народов мира. Санкт-Петербург должен был стать поликультурным центром, на работу в новую столицу приглашались специалисты из разных стран. Также

⁹ Сведения о наличии и распределении земель в Российской Федерации на 01.01.2017 (в разрезе субъектов Российской Федерации) // Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)

¹⁰ Прим. Включая Республику Крым и город федерального значения Севастополь.

¹¹ Стат. ежегодник России, 1915, I-ый отдел. Территория и население // Петроград: Типография Штаба Петроградского военного округа, 1915. — с. 26, 58.

Кунсткамера — первый естественно-научный российский музей, который был основан с целью реализации (на ряду с другими) просветительской функции. «Я хочу, чтобы люди смотрели и учились», - по легенде, именно так Пётр I обозначил задачу для основанного музея.

Спустя столетие в Петербурге образовалась иная социально-культурная ситуация. В процессе перехода к индустриальному обществу было отменено крепостное право, началось бурное строительство заводов и развитие промышленности. Крестьяне массово переселялись в большие города — промышленные центры. Городское население столицы впервые лицом к лицу столкнулось с представителями другой культуры — народной. К концу XIX века культура русской деревни для столичных жителей России была намного дальше, чем европейская культура. Возникла уже потребность знакомить общество не с культурой инородцев, а с культурой собственных сограждан — русских крестьян.

Александр III вёл активную внутреннюю политику на возрождение интереса к культуре собственной страны: русский стиль в архитектуре, поддержка отечественного искусства, мода на элементы народного костюма и др, что обусловлено шведскими процессами и необходимостью формирования имперской идентичности.¹² В конце XIX века Александром III в Санкт-Петербурге был основан Русский музей, подразумевалось, что он будет доступен для широких слоёв населения. На основе Русского музея собирались первые этнографические коллекции Российского этнографического музея. Русский музей задумывался с момента своего основания как открытый, доступный музей исключительно для посещения. Довести идею до конца предоставилось уже Николаю II. Русский музей, согласно указу Николая II об его основании подразумевал три отдела с возможностью дальнейшего деления¹³:

¹² Панченко А.Б. Д. А. Клеменц И Н. М. Могиланский: У Истоков Народоведения В Этнографическом Отделе Русского Музея. // Вестник Сургутского Государственного Педагогического Университета: Научный Журнал. 3 (42)., — 2016 — С. 41 - 47.

¹³ Об учреждении особого установления под названием „Русского Музея Императора Александра III“ и о представлении для сей цели приобретенного в казну Михайловского Дворца со всеми принадлежащими к нему флигелями, службами и садом. 13 (25) апреля 1895 года

2. По сему музей делится на три отдела:

I. Посвященный специально памяти Императора Александра III.

II. Художественный.

III. Этнографический и художественно-промышленный.

3. Каждый отдел имеет самостоятельное значение и может делиться, в случае необходимости, на подотделы, за исключением первого, имеющего остаться навсегда одним и цельным памятником императора Александра III.

— Указ Николая II от 13(25) апреля 1895 года

В 1902 году для Этнографического отдела Русского музея архитектором Свиныным было построено отдельное, но прилегающее к Русскому музею здание на площади Искусств в Петербурге. С момента основания музея велись дискуссии о его устройстве. Предлагалось четыре концепции: общая этнография с преобладанием этнографии Российской империи; этнография только Российской империи; этнография Российской империи и сопредельных стран; этнография Российской империи и этнография славян¹⁴. Первый директор музея Д.А. Клеменц имел представления о музейном устройстве, которому соответствовало объединение третьей и четвертой позиций¹⁵. Важным для этнографии того времени был поворот в принципах отбора не только экзотических предметов, но и этнографических вещей, отдающих современный быт народов. Выбор подобного пути развития провёл грань между новым музеем этнографии и МАЭ, который занимался прежде всего первобытными народами. Для осуществления задач комплектования коллекций Клеменц предложил теорию хозяйственно-культурных типов, которая легла в основу советской этнографии. По сей в Российском этнографическом музее сохраняется региональное деление¹⁶. Однако, дискуссии не закончились на

¹⁴ Могиланский, Н.М. Русские этнографические музеи и собрания. II Этнографический отдел Русского музея Императора Александра III [Текст] / Н.М. Могиланский // Живая старина. – 1911. – Кн. 4. — с. 476–477

¹⁵ Могиланский, Н.М. Русские этнографические музеи и собрания. II Этнографический отдел Русского музея Императора Александра III [Текст] / Н.М. Могиланский // Живая старина. – 1911. – Кн. 4. — с. 476.

¹⁶ Федорова, В.И. Революционный народник, ученый и просветитель Д.А. Клеменц [Текст] / В.И. Федорова. – Красноярск : Изд-во Краснояр. ун-та, 1988. — с. 126.

данном этапе. Научное и государственное в музее пришло к компромиссу выделения для русского народа самого большого зала и особого внимания при отборе русских коллекций, построения экспозиции с целью показать колониальные возможности русских¹⁷. Позже устройство экспозиции будет переосмыслено вторым директором музея Н.М. Могиланским, который лишь отчасти сохранил экспозиционный замысел предшественника. Другие важные положения в идеологии комплектования коллекции Клеменца¹⁸: собирать этнографические вещи, обнаруживающие собой влияние других народов на русскую культуру; отдавать предпочтение бытовавшим вещам; исходить из равноценного отношения как к предметам выполненным в сложной технике, так и к примитивным экземплярам. До революции музею удалось осуществить только отдельные выставки энтузиастов-собирателей коллекций. Постоянная экспозиция музея открылась для посетителей только в 1934 году. С тех пор она подвергалась пересмотру и реконструкциям, коллекция перегруппировывалась и пополнялась.

1.2.2. Трансформация социальных функций Российского этнографического музея в современном обществе

Пришедшие к власти в октябре 1917 года большевики с одной стороны пагубно повлияли на сохранение объектов культуры нашей страны, с другой — дали толчок к развитию такого направления музейной деятельности как культурно-образовательная.¹⁹ Первый всероссийский музейный съезд чётко обозначил для музеев нового социалистического государства следующие задачи²⁰:

1. подчинить деятельность музеев интересам массово-просветительской работы;

¹⁷ Баранов, Д.А. Этнографический музей и «рационализация системы» [Текст] / Д.А. Баранов // Этнографическое обозрение. – 2010. – № 4. — с. 30.

¹⁸ Архив Русского этнографического музея. Ф. 1. Оп. 1. Д. 328. — л. 3 об.

¹⁹ Кузина Г.А. Государственная политика в области музейного дела в 1917 - 1941 гг. — М., 1988 — с. 109

²⁰ Всероссийский музейный съезд: Тез. докл. М.; Л., 1930. — с. 3-4.

2. решить «единые для всех музеев» экспозиционные задачи;
3. раскрыть для посетителя конкретные идеи классиков марксизма, которые они высказали относительно объекта музея, на примере имеющегося материала;
4. показать формы классовой борьбы в сфере их деятельности.

Музейный съезд сделал важное дело — сократил разрыв между изменившимся общественно-экономическим строем и пространством музеев, отведя музеям в новом социальном строе роль «орудия коммунистического воспитания»²¹.

Государственный музей этнографии народов СССР не был в этом исключением, однако, культурная политика советского государства по отношению к нему имела ряд особенностей. Музею этнографии народов СССР отводилась особая задача формирования государственной идеи посредством национальной идентичности. Марксизм и его идеи наднационального общества, где решающую роль играет принадлежность к классу воплотились в музее, предметом которого являются национальные особенности, следующим образом. Посетителям предлагалось ознакомиться с многообразием культур народов советских республик и наглядно на экспозиции удостовериться, что все республики и народы, проживающие на их территориях идут одной дорогой к коммунизму, благодаря деятельности партии²². То есть, экспозиция этнографического музея выступала в роли отчёта о проделанной работе на пути к единству. Кроме того монокультурные экспозиции, посвященные определённому народу демонстрировали тяжёлую долю крестьян при царской власти: примитивные сельско-хозяйственные орудия труда, домотканые полотна одежды, скудное питание и тяжёлый труд, «тёмная» религиозность и безграмотность. На сравнение предлагались поликультурные экспозиции, в которых воссозданы сцены внедрения новых технологий в сельское хозяйство,

²¹ О проведении реэкспозиции музеев. Всем музеям, подведомственному сектору науки Наркомпроса. Циркуляр НКП РСФСР от 17 января 1933 г. №100 // Бюлл. НКП РСФСР 1933 №9—10. // В помощь работнику музея. Законы, распоряжения, разъяснения по музейному строительству / Сост. Гилен А.Б. — М., 1936. — с. 12.

²² Государственный музей этнографии народов СССР: Путеводитель / {Сост. Э.А. Корсун}. — Л.: Лениздат, 1980. — с.13.

симбиоз города и деревни (например: фабричное производство тканей облегчило жизнь крестьян), продуктивные результаты культурного обмена между народами СССР в виде современного народного искусства и т.п. После распада советского союза было очевидным решением отходить от советской парадигмы, но какую роль этнографический музей играет в современном обществе? По какому принципу проектировать решения экспозиционного пространства?

Действующий директор Российского этнографического музея В.М. Грусман видит роль музея этнографического профиля для россиянина следующим образом. Коллекция этнографического музея представляет собой систематизированные памятники истории, культуры и природной среды. Музейные предметы являются первоисточниками знаний и эмоционального воздействия, благодаря которым обеспечивается преемственность и непрерывность культурно-исторического развития духовной жизни. Оказавшись в музее человек вовлекается в мир ожившей истории, имеет возможность воссоздать исторические реалии, тем самым «утверждает своё национальное самосознание, а главное — осмысливает духовные ценности, лежащие в основе национально-государственной идеи, которая помогает определить место страны в мировой цивилизации и увидеть перспективы развития».²³

Также, перечисляя достижения музея за все годы существования, такие как: совершенствование экспозиции, организация выставок, установление международных контактов, организации научной жизни по теме этнографии (конференции, симпозиумы, научно-практические семинары и пр.), «расширение диапазона социально-культурного воздействия»²⁴, В.М. Грусман особенно выделил «наиболее оригинальную, конструктивную и социально-

²³ Грусман В.М. Музей в системе формирования национально-государственной идеи. — СПб.: «Деловая полиграфия», 2007. —с.5.

²⁴ Прим. Имеется в виду основание и развитие Детского центра при Российском этнографическом музее.

значимую работу Музея», которая была связана с разработкой и популяризацией новой национально-государственной идеи.²⁵

Однако политологи отмечают, что в современном Российском обществе наблюдается идейная дезориентация, а национальная идея скорее выступает объектом политической конкуренции²⁶. Исследование Центра проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования показало следующие результаты. Отличительная черта российской государственной идеи заключается в её изменчивости в течении каждого поколения²⁷. Трудно не согласиться с тем, что социальные катастрофы XX века являются причиной современного кризиса музеев.

Карстен Шуберт в своих трудах²⁸ указывает, что кризис, которые переживают современные музеи — далеко не первый. Из каждого кризиса музеи выходили переродившимися, видоизмененными и далее продолжали свою деятельность в других формах по новым направлениям. Все преобразования музея проходили по двум основным направлениям: расширение доступности музеев и пересмотр концепции экспозиции в соответствии новым представлениям о предмете музея. Российский этнографический музей не статичен: он развивается в направлении доступной среды, на смену классической «повествовательной» экспозиции приходит новая, концептуальная (подробнее в параграфе 2.1). Проблемной ситуацией представляется не то, что музей статичен, а то, что темпы социального развития общества опережают темпы трансформации музея.

Одним из примеров реорганизации музеев этнографического профиля выступает Музей человека в Париже. Он не встал на путь модернизации в 1980-1890-е годы, но в начале 2000-х полностью был закрыт для посещения с

²⁵ Грусман В.М. Музей в системе формирования национально-государственной идеи. — СПб.: «Деловая полиграфия», 2007. — с.5.

²⁶ Санжаревский И.И. Национальная идея как объект политической конкуренции в современной России // Вестник Поволжского института управления, — 2017., — Том 17. №5., — с. 12-19.

²⁷ Национальная идея России: в 6 т. / В.И. Якунин, С.С. Сулакшин, В.Э. Багдасарян (и др.). М., 2012. — с. 16.

²⁸ Шуберт К. Удел куратора. Концепция музея от Великой французской революции до наших дней. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. — (Garage pro). — с. 13.

целью координатной перестройки. Заново открывшийся Музей человека предстал перед посетителями в другом свете: появились интерактивные элементы в экспозиции, а главное сменилась парадигма. Из кабинета диких народов музей превратился в пространство, где представлено многообразие человечества, объединенное одним прошлым, исходом. Концепция музея выражена в девизе, размещённом при входе на основную экспозицию: «Tous différents, nous appartenons pourtant à la même espèce, l'espèce humaine, apparue en Afrique il y a environ 200 000 ans²⁹.» Такая позиция отражает современные тенденции глобализации, которые также можно проследить в экспозиции, посвящённой экологии, и по современным предметам, которыми пользуются все в не зависимости от того, в какой части планеты они живут и какой национальности принадлежат. Примером таких предметов служит мобильный телефон. Который с одной стороны — объединяет всё человечество, с другой — показывает различия народов через образ бытования устройства. Таким образом Музей человека после реконструкции стал отвечать на три важных вопроса: Кто мы? Откуда мы? и Куда мы движемся?

Дискуссии на тему этнографичности вещи возникают и российских антропологов и этнографов. Сам телевизор, допустим, не является этнографическим предметом, однако, то, как он вписан в интерьер жилища представителя той или иной национальности — это уже этнография. Включение современности в этнографическую экспозицию позволяет соотнести прошлое и настоящее и понять, почему мы живём так, а не иначе. Нам представляется, что в контексте глобализации именно этого и ждёт общество от этнографии.

Коллекция Российского этнографического музея насчитывает более 300 тысяч³⁰ памятников народной культуры народов Российской Империи. Большинство музейных предметов датируются XIX веком. Экспозиции музея посвящены узкому периоду истории — конец XIX — начало XX в., что

²⁹ Перевод с французского: «Все мы разные, но мы принадлежим к одному виду, человеческому виду, появившемуся в Африке около 200 000 лет назад».

³⁰ Сайт Российского этнографического музея <http://old.ethnomuseum.ru/obzor-kollekcij> (Дата последнего обращения: 9.05.2019г.)

отражено и в названиях экспозиций³¹. Это обусловлено и историей создания музея — интерес к этнографии народов России возник и рос во второй половине позапрошлого столетия, именно в это время была собрана основная коллекция³². Обусловлено это и политическими условиями, в которых развивался музей. Первоначально цель экспозиции музея была показать народы в современном собирателям состоянии: традиционная культура для жителей столицы на рубеже XIX-XX веков итак была чем-то экзотическим, незнакомым. Позже большевики видели в этнографической коллекции потенциал для демонстрации художественных достижений народов, их самобытности в противовес элитарной культуре чуждых классов буржуазии и аристократии. В процессе развития коллекция этнографических предметов второй половины XIX века предстала в экспозиции-консервации последнего состояния народной культуры до нового строя. В советское время функционировал научный отдел современной этнографии, курировавший экспозицию советских достижений в крестьянском быте. После распада СССР в музее расформировали и отдел современности, перестроили экспозиции в соответствии с новым курсом. И получилось следующее.

Если принимать за основу то, что главная функция этнографических музеев как культурных институтов в глобальном мире — это сохранять культурную преемственность в обществе, способствовать национальной идентичности и конструировать положительное отношение к культуре «других», то можно отталкиваться от следующих положений. Экспозиция этнографического музея должна отвечать на вопросы: Кто мы? Откуда мы? Куда мы движемся? Экспозиция Российского этнографического музея в своём современном состоянии не отвечает ни на один из перечисленных вопросов. Разберём по порядку.

Для чистоты эксперимента возьмём представителя самой многочисленной национальности в России — русского, отправим его на самую большую и богатую по экспонатам и реконструированным сценам быта

³¹ Приложение № 1. Экспозиции Российского этнографического музея 2019 г.

³² Токарев С. А. История русской этнографии. М, 1966. — С. 397.

экспозицию "Русские. Конец XIX — начало XX в.». В данном случае тема экспозиции и идентичность посетителя совпадают. Современный житель мегаполиса в залах видит манекены в одежде, с которой неподготовленный человек сталкивается впервые: так не одевались крестьяне уже около ста лет, в художественном кино достоверность соблюдается редко. Человек в воссозданных сценах видит быт, который значительно отличается от того, как ведут хозяйство современные крестьяне, ещё более эти сцены не похожи на то, как живут современные горожане. В залах экспозиции продемонстрированные люди, которые живут по другим принципам в других жилищах, носят другую одежду, питаются другими продуктами. Вопрос «Кто мы?» в сознании современного человека справедливо трансформируется в вопрос «Мы ли это?».

С вопросом «Откуда мы?» более сложная ситуация. Как отмечалось ранее, экспозиция Российского этнографического музея посвящена короткому отрезку времени. И это время — поздний этап традиционной культуры. Быт русской деревни на момент второй половины XIX века собрал в себе элементы, заимствованные из культур многочисленных соседей и испытывал сильное влияние городской культуры. До истоков русской культуры через экспозицию музея неподготовленный посетитель вряд ли дойдёт самостоятельно без специализированных занятий и длительной работы над материалами по этнографии русского народа. Экспозиция не ставит своей целью рассказать, откуда взялись русские и как они стали такими, какие они сейчас. Экспозиция рассказывает о том, какими были русские, какими были русские до того, как перестали принципиально отличаться от других народов.

Наконец самый интригующий вопрос современности — «Куда мы движемся?». Экспозиция Российского этнографического музея в советский период имела ряд недостатков³³, но она фактически отвечала на данный вопрос. Ответ лежал в плоскости марксистского учения и вряд ли актуален сегодня. Однако, ответ был. Посетитель, придя в Музей этнографии народов СССР чётко видел параллель «что было и что стало», прослеживалась динамика и пути

³³ Баранов, Д.А. Этнографический музей и «рационализация системы» [Текст] / Д.А. Баранов // Этнографическое обозрение. – 2010. – № 4. – С. 26–43.

развития общества. В сценах экспозиций («Союз равноправных народов», «Новое и народное в современном народном жилище и одежде», «Современное народное искусство народов СССР»³⁴), расположенных в центральных залах музея³⁵ посетитель прежде всего знакомился с результатами изменений последних лет. В путеводители 1980 года Э.А. Коршун указывает: «Экспозиция «Новое и традиционное в современном народном жилище и одежде» показывает на конкретных примерах глубокие изменения, которые произошли за годы Советской власти в сфере бытовой культуры народов нашей страны.»³⁶

Пространственная гетеротропия коммуникативного пространства современного поликультурного города способствуют формированию новых паттернов, определяющие новые формы взаимодействия культур. Вместе с тем в российском обществе сохраняются стереотипы, лежащие в плоскости «Свой-Чужой»³⁷. Сохраняются и некоторые пережитки имперского мировоззрения у русских как титульного народа Российской Империи. Этнографический музей в данном ключе выполняет роль противовеса интолерантности. Его роль авторитетного источника позитивных знаний о культурных традициях народов мира сводится к приглашению к диалогу о незнакомом, разрушению фундамента ксенофобии.³⁸

Ещё один очень важный вопрос, который призван освещать этнографический музей — вопрос «Кто такие они?». В Государственном музее этнографии народов СССР наряду с поликультурными экспозициями существовали и многочисленные монокультурные. Монокультурные экспозиции распределялись в состав 6 комплексов экспозиций по

³⁴ Приложение №2. Экспозиции Государственного музея этнографии народов СССР 1980 г.

³⁵ Государственный музей этнографии народов СССР: Путеводитель/{Сост. Э.А. Коршун}. — Л.: Лениздат, 1980. — с.8.

³⁶ Государственный музей этнографии народов СССР: Путеводитель/{Сост. Э.А. Коршун}. — Л.: Лениздат, 1980. — с.191.

³⁷ Хлыщева Е.В. «Чужой» versus «Неочужой»: к проблеме трансформации адаптивных практик мигрантов в Европе и России. // Человек. Сообщество. Управление., — 2017., — Том 18, №4., — с. 99-115.

³⁸ Ботякова О. А. Роль этнографического музея в воспитании толерантности // Музей. Традиции. Этничность. 2012. №1. — с. 86 - 93.

региональному признаку³⁹. В музее сохранился принцип регионального деления, однако в процессе реорганизации экспозиции коллекции многих народов утратили свои отдельные экспозиции и экспонируются в комплексе с коллекциями памятников соседних народов. Большинство экспозиций Российского этнографического музея являются поликультурными. Без внимательного работы с этикетками у широкого посетителя укрепляется ощущение «ОНИ из того (другого) региона похожи и отличаются от НАС». Научная концепция поликультурной экспозиции восходит к идеи Льва Гумилёва о суперэтнотипе. В. А. Дмитриев пишет о том, что РЭМ в следствии своего развития должен стать национальным (суперэтническим) музеем⁴⁰. Однако, современный посетитель — это прежде всего представитель своего поколения, живущий в информационную эпоху. Посетитель обращается к музею в поисках идентичности, но сталкивается только с симулякрами собственной идентичности в экспозиции музея⁴¹. В этнографической экспозиции представлен «экстракт» этничности⁴² через особо показательные предметы, общее через частное. *«Невероятно сложно адаптировать современные этнографические экспозиции для неподготовленного посетителя. Чем больше объясняешь, тем больше вопросов. У нас нет возможностей и не стоит такой задачи рассказать о каждом поселении. Но когда в одной сцене, образно говоря, стол от одного народа, стулья от второго, скатерть от третьего, посуда от четвертого (и т.д.), сцена не может претендовать ни на отражение частного — так быть не могло нигде, ни на отражение общего — такие сцены статичны и не вписываются в рамки повествовательной*

³⁹ Приложение №2. Экспозиции Государственного музея этнографии народов СССР 1980 г.

⁴⁰ Дмитриев В. А., Грусман В. М. Этнографический отдел Русского музея и концепция национального музея // Музей. Традиции. Этничность. 2012. No 1. — с. 15.

⁴¹ Батюга Е. А., Каменский С. Ю., Рамзин С. А. Музейная антропология: конструирование идентичности посетителя во взаимодействии с новым музеем // Вестник Гуманитарного университета. 2014. No 1 (4). — с. 181.

⁴² Баранов Д. А. Этнографический музей и «вещественная этнография» // Этнографические коллекции в музеях: культурные стратегии и практики: Материалы Двенадцатых Санкт-Петербургских этнографических чтений. СПб.: ипц спгутд, 2013. — с. 10 - 15.

экскурсии.»⁴³ Подобные трудности усугубляются при самостоятельном осмотре экспозиции. Не удовлетворённый результатом коммуникации посетитель с меньшей вероятностью повторно обратится в музей для удовлетворения культурных и социальных потребностей.

В настоящее время актуальны вопросы взаимопроникновения и взаимодействия культур, основанных на различных традициях. В свете глобализации необходимыми становятся такие качества как толерантность, способность не возводить «свою» культуру в абсолют в общении с «другими» культурами.⁴⁴ Кроме того процесс глобализации обостряет и вопросы, связанные с самоидентификацией человека в обществе. Для решения проблем идентичности необходимо формировать уважительное отношение к собственной культуре. Культурное пространство современного города прежде всего — пространство реализации горожанина, осуществления социальных программ, целей и интересов, распространения идей и взглядов, языка и традиций, верований и норм.⁴⁵ В России бытует образовательная парадигма, направленная не только на удовлетворение интересов общества, но и на самореализацию человека. Современный горожанин не проходит обучение раз и навсегда, напротив, время для его образования неограниченно: он учится в течении всей жизни, овладевая всё новыми навыками, актуальными для непрерывно развивающейся системы общественных отношений, в первую очередь - основами человеческой культуры.⁴⁶ Роль культурного пространства города для индивида всё возрастает.

Музей является одной из важных частей городского культурного пространства. Помимо своей специфической функции сохранения источников, музей выполняет и другую, неспецифическую функцию - синхронного диалога

⁴³ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.7.

⁴⁴ Тальзи О. А. Духовные традиции Петербурга: диалог Востока и Запада // Материалы Международной конференции «Философия в диалоге культур: взгляд из Петербурга», СПб: КОПИ-ПАРК, 2009. — с. 83 - 86.

⁴⁵ Быстрова А.Н. Культурное пространство как предмет философской рефлексии // Философские науки. 2004.№12. — с. 24-40.

⁴⁶ Рудецкий О. А. Образовательный потенциал музея (в аспекте этнической культуры) // Высшее образование в России. № 3, 2011. — с. 121 - 124.

с обществом.⁴⁷ Музей можно определить как «локус медиации», т.е. публичное пространство с определенным внутренним сценарием, несущее культурный смысл для горожан, поскольку в нём транслируется культурное наследие.⁴⁸ Особая роль в выполнении подобных задач отводится этнографическим музеям, к образовательному потенциалу которых обращается включенный в процесс производства культуры индивид. Возможным путём развития этнографического музея в XXI веке может стать принятие роли локуса культурной медиации. Музей может стать местом, где проговариваются важные вещи для формирования эффективных форм взаимодействия культур в пространстве города, основанных на взаимном уважении.

Музейную аудиторию и её культурные потребности необходимо рассматривать в контексте включения в музейную коммуникацию. Музейная коммуникация — процесс как минимум двусторонний. Осуществлять комплексный анализ современного состояния культурной деятельности музея целесообразно, рассматривая музей как организацию, производящую культурный продукт.

Основные выводы

1. Этнографический музей был создан в конце XIX века в соответствии с социальным и политическим запросом того времени. В СССР был перестроен в соответствии с новой государственной идеологией. В современном мире, когда нет всеобщей единой государственной идеологии, задача музея — ориентироваться в культурной деятельности на потребности не государства, а посетителя.

2. Музей наследует принципы культурной деятельности от Российской Империи и СССР. Каким должен быть Российский этнографический музей в XXI веке — предмет дискуссий. Возможно, в условиях глобализации этнографический музей должен быть не Российским, а общечеловеческим?

⁴⁷ Дмитриев В.А. Проблемы объектно-источниковой зоны этнографического музея. // Этнографический источник. Материалы Третьих Санкт-Петербургских чтений., СПб., 2004., — с. 10.

⁴⁸ Коршунова Д.А. Музей как «локус медиации» культуры современного города // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. No 5А. — с. 441-454.

Глава 2. Контекст культурной деятельности Российского этнографического музея

2.1. Российский этнографический музей как организация

2.1.1. Основные направления деятельности и административная система Российского этнографического музея

Российский этнографический музей — федеральное государственное бюджетное учреждение культуры. Федеральный статус определяет расширенные функции музея. Ещё основатели музея Д.А. Клеменц и Н.А. Могиланский мыслили музей как научный центр единой сети этнографических и краеведческих музеев⁴⁹. Таким образом, исторически сложились следующие направления деятельности Российского этнографического музея:

1. Сбор и комплектование коллекции
2. Учётно-хранительская деятельность
3. Научно-исследовательская деятельность
4. Экспозиционно-выставочная деятельность
5. Просветительская деятельность
6. Образовательная деятельность

Для осуществления основных направлений деятельности в Российском этнографическом музее функционируют 18 функциональных отделов состоящих из 147 штатной единицы. Ими руководят в соответствии с зоной компетенции 12 штатных единиц административно-управляющего персонала, считая директора музея. Функции музейных отделов в соответствии с внутренней документацией⁵⁰:

⁴⁹ Могиланский, Н.М. Областной или местный музей как тип культурного учреждения [Текст] / Н.М. Могиланский // Живая старина. – 1916. – Т. XXV. – Кн. IV. — с. 319.

⁵⁰ Приложение №4 Функции отделов Российского этнографического музея.

1. «Научно-фондовую работа, научно-исследовательская и информационная издательская деятельность» — 7 отделов (62 штатные единицы).
2. «Учетно-хранительская работа» — 6 отделов (49 штатных единиц).
3. «Экспозиционно-выставочная работа» — 2 отдела (14 штатных единиц).
4. «Обеспечение научно-просветительной работы» — 3 отдела (22 штатные единицы).

Всего в музее административно-управленческого персонала — 12 штатных единиц. Административного персонала — 21 штатная единица. Технический персонал по обеспечению деятельности музея, включая смотрителей, водителей и рабочих по обслуживанию здания — 61 штатная единица. Всего численность сотрудников музея — 241.⁵¹

Культурная деятельность современного музея с точки зрения организации — это производство культурного продукта и предоставление культурных услуг. Обычно к культурным продуктам относят⁵²:

- ресурсы культурно-исторического наследия (исторические, культурные, архитектурные достопримечательности);
- основные средства его представления (музеи, галереи, концертные учреждения и др.);
- результаты культурной деятельности (выставки, экспозиции, массовые мероприятия и пр.)

⁵¹ Положение о системе нормирования труда работников Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Российский этнографический музей»

⁵² Козлова, Т.В. Технологии позиционирования учреждений культуры / Т.В. Козлова // Справочник руководителя учреждения культуры. — 2005. — № 11. — с. 67.

Культурный продукт – это услуга, предлагаемая потребителю в определённом формате. Для культурных учреждений типа музеев в качестве культурных продуктов выступают⁵³:

- выставочная деятельность (то есть, «продуктом» является представление и интерпретация коллекций)
- культурно-просветительская работа (экскурсии, лекции, студии и т.д.)

Российский этнографический музей производит следующие культурные продукты:

1. Результаты научно-исследовательской деятельности

Российский этнографический музей — крупный научный институт всего в музее работает 166 человек на ставке научного сотрудника⁵⁴. В соответствии с внутренними нормативными документами⁵⁵ каждый научный сотрудник ежеквартально должен предоставлять результаты своей научно-исследовательской деятельности. Результатами данной деятельности могут выступать: опубликованные статьи, монографии, каталоги. Для научных сотрудников просветительского отдела также подразумевается разработка методических материалов и новых тем для просветительской деятельности (экскурсии, лекции и так далее). Научные сотрудники региональных отделов исследуют, как правило, тему, которые они курируют, работают с фондами, хранителями которых они и являются. Исключение составляют ведущие

⁵³ Мельникова Н.А. Событийный маркетинг в сфере культуры: анализ коммуникационного продвижения событий регионального музея // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2014. №3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-marketing-v-sfere-kultury-analiz-kommunikatsionnogo-prodvizheniya-sobytiy-regionalnogo-muzeya> (Дата последнего обращения: 09.05.2019).

⁵⁴ Положение о системе нормирования труда работников Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Российский этнографический музей»

⁵⁵ Показатели эффективности работника Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Российский этнографический музей»

научные сотрудники — им руководство музея засчитывает в показатели эффективности труды и по смежным темам⁵⁶.

Российский этнографический музей проводит ежегодно две плановые научные конференции⁵⁷ (например: Санкт-Петербургские этнографические чтения). А также научно-практические конференции. В 2018 году музей впервые ввёл плату за участие в конференции. Учёный секретарь РЭМ пояснила, что это была вынужденная мера⁵⁸: *«Мы долго сопротивлялись этой тенденции, но всё же музею пришлось пойти на эти меры. Для сотрудников нашего музея, естественно, участие остаётся бесплатным»*. Ежеквартально для научных сотрудников устанавливается план публикаций исследовательских результатов. Если в рамках конференций собственного музея участие остаётся бесплатным, то за публикацию в других источниках как правило взимается организационный взнос. *«Публиковаться нынче дорого. Но мы обычно являемся постоянными авторами нескольких научных изданий и имеем уже наработанные связи с другими музеями. Так сказать, задействуем не финансовый, а социальный капитал. Как справляются начинающие исследователи с нашими доходами — не известно»*.⁵⁹ Если в публикации на собственной площадке музей содействует сотрудникам, то в публикации трудов в сторонних организациях, нет. Даже, если тема публикации напрямую связана с профессиональной деятельностью в музее. В интервью⁶⁰ даже прозвучали не совсем приятные в отношении музея факты. Ситуация заключается в следующем: чтобы опубликовать объемный труд (например, книгу), нужна финансовая поддержка, которую музей не предоставляет. Учёный вынужден самостоятельно искать средства для публикации. Такие публикации не засчитываются в показатели эффективности работы в музее, даже если труд

⁵⁶ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.9.

⁵⁷ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.8.

⁵⁸ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.14.

⁵⁹ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.15.

⁶⁰ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.9.

связан с непосредственной музейной деятельностью и основан на результатах исследования фондов Российского этнографического музея. В последствии, по словам респондента, музей указывает труды, опубликованные без поддержки музея, в итоговых отчётах перед министерством культуры и включает в перечень результатов музейной деятельности.

2. Экспозиция

Всего в музее представлено 12 действующих экспозиций⁶¹. Они располагаются в 17 залах. В экспертных интервью с сотрудниками РЭМ, занимающимися экспозиционно-выставочной деятельностью⁶² ни раз высказалось положение о том, что экспозиция музея выступает в качестве демонстрации результатов научной деятельности по предмету профиля музея. Выходит, музейная экспозиция отражает состояние науки на данный момент, а главное — современную научную парадигму. Именно в этом, как считают учёные, содержится смысл регулярной перестройки экспозиции в соответствии с актуальными социальными процессами. В последние года, например, экспозиции перестраиваются не только из соображений смены содержания, но и формы. Классические экспозиции⁶³ по своему устройству представляют линейный рассказ, иллюстрированный музейными предметами. Подобные экспозиции ещё называют линейными. Примеры таких экспозиций в Российском этнографическом музее: «Русские. Конец XIX — начало XX в.», «Белорусы. Конец XIX — начало XX в.», «Народы Средней Азии и Казахстана». Такие экспозиции возможны при условии наличия пространства и обширной коллекции. Именно под такие экспозиции заточена классическая экскурсия-монолог. Методисты⁶⁴ отмечают, что именно такие экспозиции являются основными в разработке музейных продуктов для детской аудитории.

⁶¹ Приложение № 1. Экспозиции Российского этнографического музея 2019 г.

⁶² Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.1, 1.9, 1.10., 1.11.

⁶³ Музейная экспозиция (Теория, практика, искусство экспозиции, новые сценарии и концепции). М., 1997; *Долак Я.* Музейная экспозиция – музейная коммуникация // Вопросы музеологии. 2010. No 1.— с. 106-117.

⁶⁴ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.7.

Второй вид экспозиций — концептуальные экспозиции, в основе которых лежит не история, в предмет или определённая классификация предметов. Примерами такой экспозиции в Российском этнографическом музее могут служить: экспозиция «Русский традиционный костюм», «Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв.», «Сокровища Особой кладовой», временная экспозиция «Арктика — земля обитаемая». Просветительская деятельность на таких экспозициях подразумевает разработку тематических экскурсий, основанных на диалоге с посетителем. Основным методом для восприятия подобной экспозиции — метод культурного сравнения. Стоит отметить, что для подобного рода мыслительных операций требуется наличие культурного опыта. В рамках концептуальной экспозиции неподготовленному посетителю трудно ориентироваться в обилии материала. Можно предположить, что целевая аудитория таких культурных продуктов — специалисты. Выходит, проектирование экспозиций, основанных на данном принципе не подразумевает привлечение широкого посетителя, в особенности для индивидуального посещения. Из отзывов посетителей: *«Большой, просторный, с хорошими экспозициями Этнографический музей - музей "тайн и секретов" для посетителей без экскурсионного обслуживания) Большинство экспонатов не подписано, как мы позже уже поняли - это сделано для того, чтобы люди посещали музей исключительно с экскурсией (просто бизнес - ничего личного, как говорится). Поэтому было не сразу понятно, что за экспонат перед нами. Только на экспозиции "Украинцы" мы провели 1 час 20 минут, чтобы во всём разобраться. Нам помогал всесильный интернет (отличить цимбалы от лиры; узнать, что за деревце с птичками стоит у молодожёнов и прочее). Мы не сдавались, нужно было рассекретить эту экспозицию для самих себя).»*⁶⁵ Официально музей не позиционирует себя как учреждение, подразумевающее посещение только в составе экскурсионной группы (как, например, Юсуповский дворец). В музее действует только одна

⁶⁵ Отзыв посетителя Гоголь-марафона, устроенного Этнографическим музеем совместно с Детским бюро «Культурный Кот». Отзыв оставлен в группе ВКонтакте Детского бюро «Культурный Кот»: https://vk.com/kultkot?w=wall-20894983_14306 (Дата последнего обращения: 09.05.2019 г.)

экспозиция «Сокровища особой кладовой», посещение которой невозможно без сопровождения экскурсовода и сотрудника службы охраны. «Сокровища особой кладовой» является концептуальной выставкой, но такие меры предосторожности обусловлены специальным режимом хранения экспонатов.

3. Временные выставки

Временные выставки также являются результатом экспозиционно-выставочной деятельности, но в рамках данного анализа есть необходимость рассматривать временные выставки как культурный продукт, отдельно от постоянных экспозиций. Это связано с тем, что как культурный продукт временные выставки отличаются от экспозиций по ряду параметров. Во-первых, временные выставки осуществляются с гораздо меньшей периодичностью. Во-вторых, временные выставки задействуют музейные предметы, не являющиеся экспонатами постоянной экспозиции (хотя не во всех случаях). Это значит, что выставки являются результатом культурной деятельности музея гораздо более показательными и объективными, нежели экспозиции. *«Без выставочной деятельности невозможно оценить научную деятельность музея. Вот чем занимается научный отдел музея антропологии РАН⁶⁶? Этого никто не знает.»⁶⁷* В-третьих, временные выставки имеют множество подвидов, более гибки по форме и вариативны по содержанию.

Выставка — временно действующую музейную экспозицию, создаваемую с целью актуализации наследия, удовлетворения запросов различных целевых аудиторий музея, расширения коммуникативных возможностей музея⁶⁸. В музее под временные выставки предусмотрено 7 залов

⁶⁶ Прим. Имеется в виду МАЭ им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН. На момент интервью в музее в течение многих лет не осуществлялась выставочная деятельность.

⁶⁷ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.11.

⁶⁸ Словарь музейных терминов: выставка // URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?35> (Дата последнего обращения: 09. 05. 2019 г.).

разных по своим характеристикам: от помещения за лестницей до Мраморного зала. Типы выставок⁶⁹:

1. Тематические выставки, в основе которых лежит определенный сюжет;
2. Фондовые выставки, которые знакомят посетителей с малоизвестными и малодоступными коллекциями;
3. Отчетные выставки, которые создаются по результатам реставрационных работ, по итогам комплектования фондов — так называемые выставки новых поступлений.

Российский этнографический музей ведёт активную выставочную деятельность как на территории музея, так и за его пределами. *«В последние года, конечно, стало больше выездных выставок, то, что посетители видят в музее — малая толика того, что мы действительно делаем»*⁷⁰ В музее также проводятся выставки, организованные совместно с другими организациями. Прежде всего — иностранными культурными институтами (например: Золото Империи Инков: Бог. Власть. Вечность. 2000 лет великой цивилизации. 25 марта 2019 – 1 августа 2019. Совместно с Министерством культуры Перу⁷¹).

В музее также осуществляются и местные выставки. Одно из основных направлений выставочной деятельности — цикл выставок, посвященных антропологии костюма. Данные выставки — симбиоз тематической и фондовой типов выставок, раскрывающие особенности бытования определенного элемента традиционного костюма у различных народов. Выставки построена на культурном сравнении. Существуют полярные точки зрения насчёт данного цикла. С точки зрения просветительской деятельности — подобные выставки не оставляют возможности для разработки культурных продуктов для

⁶⁹ Яновская Е.В. Новые подходы и новые темы в выставочной деятельности современного музея: на примере музея «Карабиha» // ВМ. 2013. №2 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-podhody-i-novye-temy-v-vystavochnoy-deyatelnosti-sovremennogo-muzeya-na-primere-muzeya-karabiha> (дата последнего обращения: 09.05.2019 г.).

⁷⁰ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.12.

⁷¹ Сайт Российского этнографического музея: <http://old.ethnomuseum.ru> (дата последнего обращения: 13.05.2019г.)

различных аудиторий⁷² (например: детской аудитории). Экспозиционеры указывают на ограниченность трактовок данного способа репрезентации этнографических знаний и отсутствие целостности представления о вещи⁷³. Однако специалисты-мастера народного творчества⁷⁴ отмечают полезность выставок цикла «Антропология костюма», особенно выпущенных на основе выставок каталогов на электронных носителях.

Необходимо отметить интересную с точки зрения анализа Российского этнографического музея как организации выставку «Арктика земля обитаемая». Выставка располагается в центральном зале музея, на первом этаже правого крыла. Цель выставки — временно компенсировать закрывшуюся на реконструкцию экспозицию «Народы Сибири и Дальнего Востока». Дата открытия выставки⁷⁵: 05.12.2016 г. Предположительная дата закрытия: 01.04 2021 г. То есть, выставка рассчитана чуть меньше, чем на 4,5 года. Не только срок функционирования примечателен в данном ключе. Данная выставку можно назвать временной экспозицией, поскольку фактически она заменяет собой не действующую экспозицию для просветительских программ.

Выставка разбита на тематические блоки (религия и верования, тип хозяйствования, жилище, костюм, промыслы и ремёсла, история освоения и изучения региона. При комплексном подходе к репрезентации выставка располагается на ограниченном пространстве, в связи с чем в одной тематической группе экспонатов собраны предметы из коллекций разных народов. Ограниченность пространство компенсируется использованием визуальных материалов (фотографии, коллажи, текст) и компьютерных технологий (сенсорные экраны, световые эффекты). Данный подход к научной концепции отражает современные тенденции экспозиционно-выставочной

⁷² Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.7.

⁷³ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.13.

⁷⁴ Приложение №3. Список информантов. Интервью 2.3.

⁷⁵ Сайт Российского этнографического музея: <http://old.ethnomuseum.ru> (дата последнего обращения: 13.05.2019г.)

деятельности. Временная экспозиция привлекательна для иностранцев⁷⁶. Последнее объясняется ещё и тем, что именно эта выставка сопровождается дополнительными материалами, представленными на основных иностранных языках. Воспользоваться данной культурной услугой можно бесплатно с помощью смартфона, подключенного к сети интернет (*Прим.: Парадоксально, но в Российском этнографическом музее беспроводной доступ к сети интернет в течении трёх лет отсутствует по невыясненным причинам. То есть, культурная услуга есть, но не налажены механизмы её реализации*)⁷⁷.

4. Просветительская деятельность

Просветительская деятельность — одна из основных культурных деятельностей музея, результатом которой является создание культурного продукта и осуществление культурных услуг. Российский этнографический музей ведёт обширную просветительскую деятельность. В реализации культурно-образовательной функции музея задействовано 3 отдела⁷⁸: научно-методический отдел (разработка музейного продукта и реализация музейных услуг), отдел музейных образовательных программ (организация образовательной деятельности музея), отдел информации и организации приёма посетителей (организация экскурсионного обслуживания и культурно-массовых мероприятий в музее). В просветительском направлении работают 22 штатные единицы⁷⁹. Каждый сотрудник просветительского сектора по должностным инструкциям должен выполнять тот или иной объём речевой нагрузки⁸⁰. Речевую нагрузку имеют и научные сотрудники других подразделений музея. Последние реализуют её в рамках лектория, курсов повышения квалификации и иных программ обучения.

⁷⁶ Прим. По результатам включенного наблюдения.

⁷⁷ Прим. По результатам включенного наблюдения.

⁷⁸ Приложение №4 Функции отделов Российского этнографического музея.

⁷⁹ Положение о системе нормирования труда работников Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Российский этнографический музей».

⁸⁰ Показатели эффективности работника Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Российский этнографический музей»

Просветительское направление Российского этнографического музея производит следующие музейные продукты: экскурсии, мастер-классы, этнографические реконструкции праздников, студии этнопедагогики и другие рекреационные программы. Всего наименований программ: 67⁸¹, их можно классифицировать по следующим параметрам⁸²:

1. По типу программы:

- Детская экскурсия — 15 программ
- Детская экскурсия с игровыми элементами — 8 программ
- Детский праздник в музее — 7 программ
- Экскурсия с использованием дидактического материала — 2

программы

- Обзорная экскурсия — 1 программа
- Тематическая экскурсия — 27 программ
- Мастер-класс — 4 программы
- Рекреационные программы — 3 программы

2. По возрастным категориям, на которые они рассчитаны:

- Для дошкольников (4-6 лет) — 5 программ

Всего для школьного возраста⁸³: 63 программы

- Для младших классов (7-10 лет) — 26 программ
- Для средних классов (11-14 лет) — 24 программы
- Для старших классов (15-17 лет) — 30 программ

- Для взрослых (18+ лет) — 18 программ

⁸¹ Приложение №5. Образовательные программы Российского этнографического музея.

⁸² Прим. В расчете по второму и третьему параметрам суммарное количество программ, подходящим под категории превышает общее количество наименований музейных образовательных программ в связи с тем, что многие программы имеют варианты, адаптированные под разные возрастные категории (во втором случае) и включают в себя посещение нескольких экспозиций (во втором случае).

⁸³ Прим. Имеются в виду музейные образовательные программы, которые предлагают к посещению посетителям школьного возраста.

3. По экспозициям, задействованным в реализации программы:

- Обзорные экскурсии⁸⁴ — 14 программ
- Русские. Конец XIX — начало XX в. — 19 программ + Обзорные экскурсии
- Белорусы. Конец XIX — начало XX в. — 2 программы + Обзорные экскурсии
- Украинцы. Конец XIX — начало XX в. — Обзорные экскурсии
- Молдаване. Конец XIX — начало XX в. — 2 программы + Обзорные экскурсии
- Народы Поволжья и Приуралья. Середина XIX — начало XX в. — 2 программы + Обзорные экскурсии
- Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв. — 5 программ + Обзорные экскурсии
- «Арктика — земля обитаемая» — 5 программ + Обзорные экскурсии
- Народы Средней Азии и Казахстана — 3 программы + Обзорные экскурсии
- «История и культура евреев России» — 2 программы + Обзорные экскурсии
- Сокровища Особой кладовой — 2 программы
- Народы южного Кавказа конец XIX–начало XX вв. — 3 программы + Обзорные экскурсии
- Площадки детского центра — 19 программ
- Временные выставки — 1⁸⁵

Программы реализованные совместно с другими подразделениями музея: курсы повышения квалификации (плановые 12 программ в год), лекторий (одна лекция в неделю «Вечера по вторникам»).

Проделанный анализ музейных программ, предлагаемых посетителю, позволяет сделать следующие выводы:

⁸⁴ Обзорные экскурсии подразумевают вариативный выбор экскурсоводом трёх экспозиций для включения в маршрут экскурсии, согласно интересам экскурсионной группы и/или степени загруженности в данный момент остальных экспозиций музея.

⁸⁵ Количество действующих тематических по временным выставкам для разных возрастных категорий зависит от количества временных выставок и их особенностей.

- Самый широкий выбор программ предоставляется для аудитории школьного возраста (63 программы). *«Учащиеся — основная и самая стабильная категория посетителей. Школы просто обязаны водить учеников в музей. На них мы и ориентируемся в основном в своей работе»*⁸⁶. Для взрослых посетителей предлагается — 18 программ. Для дошкольников — 5.

- В основном музейные продукты ориентированы на неспециалистов. Для специалистов в музейной сфере, сфере этнографии и народной культуры осуществляются лекции и курсы повышения квалификации. Также проводятся программы обучения для гидов-переводчиков с целью выдачи аккредитации на осуществление экскурсионного обслуживания в музее на иностранном языке.

- Экспозиции задействованы в просветительской деятельности неравномерно. Экспозиция «Русские. Конец XIX — начало XX в.» является основой для 19 музейных продуктов, 15 музейных продуктов реализуется на площадке Детского центра⁸⁷, . Оба музейного пространства посвящены этнографии русского народа. Таким образом 34 музейные программы обращены к теме русских. Остальные экспозиции задействованы в 1-5 программах и обзорных экскурсиях.

- Вторые по популярности в просветительской деятельности экспозиции Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв. — 5 программ + Обзорные экскурсии и «Арктика — земля обитаемая» — 5 программ + Обзорные экскурсии. Как говорилось ранее, данные экспозиции являются концептуальными. Примечательно, что обе они относительно новые, спроектированные в текущем столетии. Остальные экспозиции задействованы всего лишь в 1-3 программах из всего репертуара музея. То есть на их долю каждой из них приходится менее 3% всех разработанных музейных продуктов (исключая обзорные экскурсии), когда материалы

⁸⁶ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.7.

⁸⁷ Прим. Игровая площадка, реконструирующая русскую избу.

этнографии русского народа задействованы в реализации 20% музейных услуг. Обзорные экскурсии составляют около 9% из предлагаемых программ.

2.1.2. Источники дохода Российского этнографического музея

Как указывалось ранее, Российский этнографический музей — бюджетное учреждение, финансируемое за счет средств федерального бюджета Российской Федерации. Несмотря на это в российских реалиях Министерство культуры ведёт политику перевода музеи на самоокупаемость, стимулируя музеи зарабатывать как можно больше собственных средств⁸⁸. Российский этнографический музей задействует все возможные ресурсы для улучшения финансовой отчётности. Но ситуация с каждым годом всё ухудшается. Негативную динамику можно проследить на примере интервью 1.1. *«Сначала нам перестали платить премии. Никаких премий в течении трёх лет. Потом начали задерживать зарплаты администрации. Сейчас ползут слухи о том, что зарплату будут задерживать и простым служащим.»⁸⁹* Попытаемся рассмотреть основные источники прибыли Российского этнографического музея.

Основной и профильный⁹⁰ источник дохода большинства музеев — входная плата и культурные продукты просветительской деятельности. Порядок формирования цен регулируется Приказом «О ценах на входные билеты, экскурсионно-лекционное обслуживание и занятия для детей и взрослых на территории музея»⁹¹. Приказ корректируется ежегодно, компенсируя инфляцию и внося новые пункты в соответствии с изменениями в системе учёта посетителей и появлению новых культурных продуктов. *«Просветительской*

⁸⁸ Гудима Т.М. Нерешенные проблемы культурной политики современной России // Знание. Понимание. Умение. 2008. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nereshennye-problemy-kulturnoy-politiki-sovremennoy-rossii> (Дата последнего обращения: 09.05.2019 г.).

⁸⁹ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.1.

⁹⁰ "Основы законодательства Российской Федерации о культуре" (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017)

⁹¹ "Основы законодательства Российской Федерации о культуре" (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017)

деятельности будет недостаточно даже если нас будут посещать миллионы посетителей в год. В музее 22 человека⁹² зарабатывают за себя и ещё за 220 человек⁹³.»

Самые выгодные с точки зрения финансов посетители — туристические группы (все участники группы платят за вход и за экскурсионное обслуживание. Для повышения доходов от просветительской деятельности необходимо развивать туристическое направление, сотрудничать с турфирмами, заниматься рекламой. Современный туризм в России прежде всего - иностранный туризм. В последние годы в связи с политической и экономической ситуацией, конечно, возрастает уровень внутреннего туризма, однако всё же турист в Санкт-Петербурге — это прежде всего иностранец. Культурный туризм осуществляется в основном с помощью комплекса автобусных туров по городу с посещением основных музеев Санкт-Петербурга. Прежде всего это следующие музеи: Государственный Эрмитаж, Государственный Русский музей и Государственный музей-заповедник «Петергоф». Коллекции перечисленных музеев демонстрируют богатство и многообразие российской культуры. Но и Российский этнографический музей тоже про то, как велика история и культура России. Однако, контракты с туристическими фирмами заключаются эпизодически и на сравнительно небольшие суммы⁹⁴. Мы предлагаем рассмотреть проблему с разных сторон.

Музей характеризуется удачным расположением. Он находится в той части города, где расположены самые популярные музеи Санкт-Петербурга. Более того — окна правого крыла этнографического музея выходят во двор здания Русского музея. Однако, туристические маршруты проходят мимо РЭМ. Нельзя сказать, что музей совсем не включён в туристические маршруты: недели не проходит без посещения экспозиций иностранной группой. Нельзя и сказать, что в музее поток туристов. Об этом говорит даже то, что для музея нет

⁹² Прим. Имеется в виду численность штатных единиц сотрудников просветительского направления.

⁹³ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.20.

⁹⁴ Отчёт о деятельности Российского этнографического музея за 2018 год.

необходимости организовывать отдельный вход для организованных групп. Почему же так складывается? Культура народов России не интересна иностранцам? Да нет же, напротив: этнографические коллекции помогают реализовать интерес к культуре страны даже, порой, более эффективно, чем собрания художественных произведений. Музей народной жизни контрастирует с парадными залами Эрмитажа. С точки зрения комплексного туристического маршрута посещение музея этнографии кажется логичным. По воспоминаниям сотрудников музея, заставших музей во времена Советского Союза, так оно и было — в музее был туристический поток. *«В день мы водили по 5-6 экскурсий, 4 из них были туристическими. В первой половине дня шли школьные группы, а во второй, как приходили паромы, так сразу туристов везли по маршруту: этнографический музей, русский музей, Эрмитаж, Петергоф и другие пригороды. Туристы приезжали в основном русскоговорящие, из республик»*⁹⁵.

С распадом СССР практически сошло на нет очень важное направление — организованный внутренний туризм. Были сделаны попытки возродить это направление. Но, как отмечают эксперты⁹⁶, данное направление реализуется неэффективно и не даёт желаемых результатов из-за плохой организации и высоких цен при низком сервисе.

Внутренний туризм развивается, а иностранный туризм развился ещё в 90е годы прошлого века. В Российском этнографическом музее для иностранных туристов предлагаются следующие культурные услуги на иностранном языке⁹⁷:

- обзорная экскурсия - 1 час 30 мин.
- экскурсия «Драгоценности Особой кладовой» - 60 мин.
- обзорная экскурсия с посещением Особой кладовой - 1 час 30 мин.

⁹⁵ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.5.

⁹⁶ Самойлов А.В., Волкова Е.Ю. Проблемы развития внутреннего туризма в России через призму качества // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум»: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016023757> (дата последнего обращения: 14.05.2019г.).

⁹⁷ Приказ «О ценах на входные билеты, экскурсионно-лекционное обслуживание и занятия для детей и взрослых на территории музея» от 15.05.2018г. №60

Выбор не большой, но даже он не реализуются. По данным отчёта за 2018 год⁹⁸ не было проведено ни одной экскурсии на иностранном языке. Это можно объяснить тем, что среди экскурсоводов музея нет ни одного сотрудника, владеющего иностранными языками на достаточном уровне, чтобы вести экскурсии. При возникновении необходимости экскурсионного обслуживания на иностранном языке привлекаются сотрудники отдела внешних связей. Для иностранных групп музей предлагает проводить экскурсии под перевод, а также проводит лицензирование гидов-переводчиков, сотрудничающих с туристическими фирмами, давая им право проводить экскурсии в музее самостоятельно⁹⁹.

Одно из самых выгодных направлений просветительской деятельности — образовательная деятельность, реализуемой на основании Статьи 27.¹⁰⁰ У Российского этнографического музея, кроме основных, есть ещё одно направление деятельности, которое по структуре входит в просветительскую деятельность — образовательная. Реализуется она в форме курсов повышения квалификации для работников культуры. В рамках осуществления данной деятельности задействуется ресурс практически всех подразделений музеев в соответствии с тематикой курсов и спецификой образовательного процесса. Кроме того, задействуется ресурс других учреждений культуры Санкт-Петербурга, что укрепляет межмузейные связи.

Слушателям курсов по прохождении аттестации выдаётся удостоверение установленного образца. Естественно, данный вид образовательных услуг осуществляется на платной основе.¹⁰¹ В 2018 году были реализованы 21 программа дополнительного профессионального образования в форме курсов

⁹⁸ Отчёт о деятельности Российского этнографического музея за 2018 год.

⁹⁹ Статья 53. "Основы законодательства Российской Федерации о культуре" (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017)

¹⁰⁰ Федеральный закон от 26.05.1996 N 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018) "О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации"

¹⁰¹ Приказ «О ценах на входные билеты, экскурсионно-лекционное обслуживание и занятия для детей и взрослых на территории музея» от 15.05.2018г. №60

повышения квалификации. На данных курсах обучились 163 человека. По результатам 2018 года именно этот вид музейной деятельности принёс музею наибольший доход.¹⁰²

Отличительной особенностью советской политики в отношении музеев - была их централизация, строгая регламентация деятельности музеев начиная от Эрмитажа, заканчивая школьным музеем освоения Арктики. В этой системе Российский этнографический музей занимал одну из важных позиций научно-методического центра. Ныне РЭМ осуществляет образовательную деятельность — курсы повышения квалификации для музейных сотрудников, которые в последние годы, казалось бы развиваются¹⁰³: расширяется перечень тем курсов, налаживаются межмузейные и международные контакты. Тем не менее, на проверку оказалось, что образовательная деятельность возрождается из пепла. *«В советское время наш музей занимал одно из центральных мест: к нам ездили со всей страны музейные сотрудники на стажировки и обмен опытом. Курсы, что мы проводим сейчас — лишь малая доля того, что мы делали до 90х годов».*¹⁰⁴

Обороты образовательной деятельности действительно связаны со спросом на образовательные услуги. Ресурсы музея позволяют проводить курсы повышения квалификации по разным видам музейной деятельности: учётно-хранительская, реставрационная, просветительская, экспозиционная и многие другие, что отвечает широкому спектру интересов работников музеев разного профиля. И если, в СССР этот спрос регулировался ежегодным планом на повышение уровня квалификации музейных сотрудников и выделением бюджетных средств на образовательные нужды сотрудников, то в Российских реалиях с государственным финансированием такого рода проектов стало сложнее. *«Музей уже три года пытается обучить сотрудников на курсах. Из областного бюджета ни копейки на обучение не выделяется. Мы регулярно*

¹⁰² Отчёт о деятельности Российского этнографического музея за 2018 год.

¹⁰³ Сравнительный отчёт деятельности отдела музейных образовательных программ Российского этнографического музея за 2012-2018 года.

¹⁰⁴ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.1.

подаём на гранты, и вот в этом году я выиграла грант. Остальные коллеги будут пытаться уже в следующем году»¹⁰⁵. В разрез чему министерство культуры проводит политику, из которой следует, что сотрудники музеев (а особенно руководители подразделений) должны регулярно повышать свою квалификацию, участвовать в иных научно-образовательных мероприятиях. «У меня есть план, по которому я должна в год проходить определённое количество часов курсов повышения квалификации. Причём, курсы, включающие меньше 72х академических часов, не учитываются. Нашему музею на такие поездки выделяются деньги, но возникает другая проблема: заканчиваются места, которые проводят такие курсы. Я уже проходила курсы и по не совсем моему профилю. Через пару лет, видимо, поеду на одни и те же курсы по второму кругу»¹⁰⁶. Что примечательно, за 2018 год в музее прошли курсы повышения квалификации 172 человека, среди них ни одного сотрудника Российского этнографического музея¹⁰⁷.

За музеем также закреплено право использовать как ресурс собственные коллекции¹⁰⁸. Музей располагается в двухэтажном комплексе зданий, включающем в себя основное здание музея, административный корпус, дезкамера и помещение музейных фондов. Фонды некоторых коллекций располагаются в подвалах основного здания, другие в специально оборудованном павильоне. Проход в фонды осуществляется по разрешению от заместителя директора по учету хранению и реставрации музейных ценностей в сопровождении хранителя соответствующего фонда. Сам доступ к фондам на основании закона осуществляется бесплатно¹⁰⁹. Музей предоставляет платные услуги в случае произведения фотографий предметов фонда. Цены варьируются

¹⁰⁵ Приложение №3. Список информантов. Интервью №2.2

¹⁰⁶ Приложение №3. Список информантов. Интервью №2.1

¹⁰⁷ Сравнительный отчёт деятельности отдела музейных образовательных программ Российского этнографического музея за 2012-2018 года.

¹⁰⁸ Статья 36. Публикация музейных предметов и музейных коллекций// Федеральный закон от 26.05.1996 N 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018) "О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации"

¹⁰⁹ Статья 12. //«Основы законодательства Российской Федерации о культуре" (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017)

в зависимости от целей дальнейшего использования фотоматериалов (для научной публикации или для коммерческой). В плане использования собственной коллекции музей упускает одну из освоенных другими музеями ниш — выпуск и продажа продукции с символикой музея и изображением экспонатов.

Использование ресурсов для получения прибыли возможно в результате государственной монополии музея на культурную деятельность на основе музейной коллекции. В самом положении о создании музея на законодательном уровне¹¹⁰ прописана монополия музея на использование музейных предметов и коллекций, их собирание, хранение, публикацию и экспонирование. Экспонирование музейных коллекций по сути есть репрезентация этнографических знаний, что автоматически также является монополией музея. Кроме того, в Российском этнографическом музее также сохраняется монополия на трактовку репрезентации этнографических знаний. Данная формулировка умозаключения требует пояснений¹¹¹.

Администрация Российского этнографического музея предоставляет возможность проведения занятий на экспозициях музея только для гидов-переводчиков, поскольку не обладает достаточным кадровым ресурсом, чтобы обеспечивать экскурсионное обслуживание иностранных групп. В этом правиле есть исключение — проведение квестов. Если группа хочет провести в музее квест, то ей необходимо оплатить входной билет и заплатить за каждого участника квеста по установленной стоимости. Проводить авторские экскурсии музей не предоставляет возможности никому, кроме сотрудников музея, даже если организации предлагают оплатить экскурсионное обслуживание. Музеем принципиально, чтобы посетители потребляли именно музейный продукт, произведённый сотрудниками музея и прошедший методический¹¹² совет

¹¹⁰ Федеральный закон от 26.05.1996 N 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018) "О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации"

¹¹¹ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.21 (здесь и далее в абзаце)

¹¹² Приказ по Российскому этнографическому музею «О Методическом Совете» от 01.07.2017 г. №83

этнографического музея. Также музей не предоставляет возможности пройти обучение и получить аккредитацию для гидов не работающих в музее. Из этого напрашивается вывод, что монополия музея на просветительскую деятельность носит внеэкономический характер.

Российский этнографический музей не исключение из правил. Кейс анализа взаимодействия коммерческого бюро экскурсий с государственными музеями показывает общемузейную тенденцию такого рода¹¹³.

«Мы всегда оплачиваем экскурсионную путёвку. Например, Академии Художеств мы принесли в этом году больше 300000 рублей. И обеспечили увеличение продаж экскурсионных путевок. То есть мимо кассы музея это не проходит.» На коммерческое предложение обучить сотрудника бюро как русскоязычного гида руководство Российского этнографического музея отказало в сотрудничестве. *«Такое впечатление, как будто музеи не хотят улучшить свою ситуацию. Например, в Музей Чистякова (филиал Академии Художеств) никто не ходит. Директор Академии Художеств говорит управляющей музея (он ее начальник): «К вам фирма приведет в мае кучу людей, ура!» А она ему: «Нам люди не нужны».*

Данный кейс иллюстрирует не готовность музеев относиться к своей деятельности как к коммерческой, приносящей прибыль. Посещаемость и прибыль в персональном мире музейных сотрудников больше показатели культурного уровня населения, нежели показатели эффективности культурной деятельности. В то же время к зданию музея дирекция относится более прагматично. Помещения музея сдаются в аренду под кафетерий и книжный киоск, около гардероба стоит частный автомат с напитками и закусками. Данные примеры сотрудничества с частным сектором улучшают инфраструктуру музея, что по Айзенбайсу¹¹⁴ должно способствовать росту

¹¹³ Приложение №3. Список информантов. Интервью 2.7.

¹¹⁴ Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums // Museum International. 1972. V. 24. No. 2. P. 110-117; Fyfe G. Sociology and the social aspects of museums // A companion to museum studies. 2006. P. 33-49.

популярности музея. Также музей сдаёт в аренду помещения под выставки и культурно-развлекательные мероприятия. Статья 33. 54-ФЗ Гласит: «Музеи в Российской Федерации в соответствии со своими учредительными документами могут осуществлять приносящую доходы деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, предусмотренных настоящим Федеральным законом.»¹¹⁵ Культурный обмен в виде сторонних выставок служит основным направлением достижения культурно-просветительской цели создания музея. Однако, аренда центральных залов музея под мероприятия, сопровождающиеся фуршетом и музыкальным сопровождением в часы работы музея не только не соответствует целям и задачам музея, но и препятствует реализации культурных услуг (прим. автор работы лично присутствовала в моменты, о которых идёт речь) и наносит урон как экспонатам *«сотрудники неоднократно находили остатки еды и окурки на экспозиции после коммерческих мероприятий»*¹¹⁶ так и имиджу музея¹¹⁷.

Основные выводы

1. Музей осуществляет культурную деятельность в противоречивой социально-экономической ситуации в условиях ограниченных ресурсов. В попытках лавирования между сохранением статуса научного центра и встраиванием в систему рыночных отношений в сфере культуры, руководство музея совершает ряд репутационных ошибок в использовании ресурсов музея.

2. При достаточно простых процедурах передачи полномочий осуществления культурной деятельности по отношению к выгодным, целевым посетителям со стороны музея наблюдается намеренное усложнение процедур установления взаимовыгодного сотрудничества.

¹¹⁵ Федеральный закон от 26.05.1996 N 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018) "О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации"

¹¹⁶ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.17.

¹¹⁷ Прим. В ходе проверки гипотезы был сделан поисковой запрос в социальной сети «Инстаграм» по геолокации «Russian museum of Ethnography», в результате чего первыми материалами в поиске выходили фотографии, сделанные в момент проведения коммерческих мероприятий, а не фотографии с экспозиции музея, сделанные посетителями.

3. Современные экспозиционно-выставочные тенденции в этнографическом музее нацелены на подготовленного посетителя. Тогда как просветительская деятельность настроена на работу с категориями с малым опытом музейной коммуникации (дошкольники, учащиеся).

4. Для успешного осуществления культурной деятельности и производства понятного широкой публике музейного продукта, необходимо провести комплексный анализ посетителей.

2.2. Музейный посетитель в контексте культурной деятельности Российского этнографического музея

2.1. Категории посетителей Российского этнографического музея

2.2.1. Музейная аудитория

Прежде чем говорить о посетителях, необходимо прояснить некоторые аспекты участия жителей Санкт-Петербурга в культурную жизнь города. Опираясь на данные инициативного исследования «Мониторинг приобщённости петербуржцев к культурной жизни города», проведённого социологическим научно-исследовательским центром (СНИЦ) в 1990-2011 гг.¹¹⁸ можно сделать следующие выводы: большинство (около 77%) респондентов указали, что для активной культурной жизни необходимо посещать культурные учреждения (в том числе и музеи). Среди респондентов, выбравших данный вариант ответа незначительные различия по полу (корреляция $\pm 13,1\%$)¹¹⁹ и возрасту (корреляция $+3,5\%$). Значительно колеблется процент респондентов, ответивших, что посещают культурные учреждения, по уровню образования: экстремумы — высшее или незаконченное высшее гуманитарное (88,1%) и неполное среднее (58,1%) — корреляция 30%. Такая же корреляция в распределении ответов по социально-профессиональному статусу¹²⁰. Больше всех включены в культурную жизнь города специалисты с высшим образованием (88,1%), руководители и предприниматели (83,9%), работники сферы услуг и домохозяйки (около 82%), служащие без высшего образования (80,3%), студенты и пенсионеры (75 и 76% соответственно). Менее всего включены в культурную жизнь представители рабочих профессий (68,6%) и

¹¹⁸ Илле М.Е. Участие жителей «культурной столицы» в культурной жизни Петербурга // Антропология Петербурга: сборник статей к 85-летию со дня рождения Н.В. Юхнёвой / Отв. ред. Н.Е. Мазалова. — СПб.: МАЭ РАН, 2017. Ч. 1. — с. 331-347.

¹¹⁹ На момент проведения исследования в 2011 году соотношение мужского и женского населения — $+8\%$ (Женщины - 54%, Мужчины - 46%). Корреляция ответов женщин и мужчин $+13,1\%$ (Женщины-83,4%, Мужчины-70,3%). В связи с чем зависимости ответов от пола респондента можно считать незначительным. По данным Росстат: Сайт федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru> (дата последнего обращения: 12.05.2019 г.)

¹²⁰ Прим. Приведены данные из расчёта процента респондентов определённой категории указали в анкете, что посещают учреждения культуры.

неработающие (57%). При этом исследование показало, что именно музеи чаще всех посещают студенты и специалисты с высшим гуманитарным образованием (более 3 раз в год), а реже всех (посещение реже раза в год) домохозяйки, рабочие, инвалиды и безработные. Пенсионеры и другие категории — чаще, чем раз в год.

Полученные данные говорят о том, что даже категории, ведущие активную культурную жизнь (например домохозяйки и предприниматели) посещают музеи раз в год или реже. Несмотря на то, что панельное исследование проводилось более 5 лет назад, его результаты можно считать актуальными, поскольку статистическая ситуация культурной жизни является достаточно стабильной. Пьер Бурдьё получал схожие результаты ещё в 1990 году¹²¹. Выходит, целевая аудитория музеев — это студенты и люди с высшим гуманитарным образованием, которые в ряде случаев являются также и специалистами по предмету музея. Данный опрос проводился среди совершеннолетних людей и не учитывал основных посетителей большинства музеев — учащихся. Подробнее о посетителях Российского этнографического музея в следующем разделе.

2.2.2. Учёт посетителей Российского этнографического музея

Посещаемость — один из важнейших критериев оценки эффективности работы музея. Ежегодно Министерство культуры РФ разрабатывает планы на год по посещаемости, денежному обороту и другим показателям эффективности для музеев Российской Федерации в соответствии с уровнем их подчинения, размера учреждения, масштабов его деятельности, месторасположения, населения региона и степени разработки внутренних и внешних туристических направлений. Невыполнение плана по денежной прибыли учреждения культуры могут аргументировать невозможностью повышать цены на свои услуги выше определённого уровня, относительно среднему доходу населения в регионе функционирования музея,

¹²¹ Bourdieu, P. et al. The love of art: European art museums and their public [Текст] / P. Bourdieu. – Standford Univ. Press, 1990. – p. 182.

организовывать дни бесплатного посещения для льготных категорий населения в соответствии с законодательством¹²². Посещаемость же является более объективным критерием, по которому можно судить о популярности музея и спроса на его культурный продукт.

Существование такого рода планов — спорный вопрос как среди работников культуры, так и среди членов правительства. Высказываются полярные точки зрения и об обоснованности планов. Но, если даже если не знать, сколько музей должен по плану принять посетителей, и сколько реально людей прошло через проходной контроль, всё равно можно сделать выводы о низкой посещаемости музея просто заглянув в залы. Основными посетителями будут организованные школьные группы. Исключение составляют первые дни открытия новой временной выставки и дни бесплатного посещения (например. День открытых дверей или Фестиваль). Но, к сожалению, в последнем случае, то есть, посетители в дни массовых мероприятий в отчёте не учитываются.

Кроме того официальные данные отчётов не отражают реального положения дел. Дело в том, что на входе в залы музея не установлено турникетов, и поэтому невозможно точно посчитать, сколько по факту в музей прошло людей. Если человек пришёл в музей самостоятельно, а не в составе экскурсионной группы, то он пройдёт по отдельному билету. Экскурсионные группы проходят контроль по одному бланку, в котором указывается максимально допустимое количество людей на экскурсии в зависимости от формата программы и цены (20 или 30 человек). Экскурсионные группы не всегда состоят из круглого числа участников. Несмотря на то, что в Приказе¹²³ подразумевается выписывать билет для экскурсионных групп, согласно реальному составу группы, в реальности зачастую это выходит не так. Есть и другие сложности реального учёта посетителей Российского этнографического музея. О них пойдёт речь далее.

¹²² Статья 12. «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017)

¹²³ Приказ по Российскому этнографическому музею «Об изменениях в правилах оформления входных билетов» от 22.11.2018г. №127.

2.2.3. Формальные категории посетителей

Формальные категории посетителей — это условно те категории, что музей выделяет как организация. По этим категориям распределяется ценовая политика предоставляемых музеем культурных услуг¹²⁴.

Согласно Приказу о ценах Российского этнографического музея 2019 год¹²⁵ музей выделяет формальные категории посетителей по признаку взимания полной или льготной плат за посещение и предоставления бесплатного посещения. Внутри категорий есть подкатегории:

1. Посещение за полную плату

Взрослый посетители, полный билет

Самая широкая категория. Так как в музее нет разделения ценовых категорий по признаку гражданства, то в эту категорию попадают и иностранные граждане, и граждане РФ. То есть, реально оценить, сколько среди посетителей музея россиян, а сколько иностранцев - не представляется возможным. Билеты как первым, так и вторым, выдаются одинаковые, оформление на русском языке. Подтверждать гражданство посетителям в момент покупки входных билетов нет необходимости.

Входной билет в составе экскурсионного обслуживания.

Билет распространяется на посетителей в составе организованной группы без дифференциации по признаку гражданства. С помощью учёта таких билетов можно отследить, какое количество взрослых людей воспользовалось такими культурными услугами музея как экскурсионное обслуживание.

2. Льготные категории

¹²⁴ Приказ «О ценах на входные билеты, экскурсионно-лекционное обслуживание и занятия для детей и взрослых на территории музея» от 15.05.2018г. №60

¹²⁵ Приказ «О ценах на входные билеты, экскурсионно-лекционное обслуживание и занятия для детей и взрослых на территории музея» от 15.05.2018г. №60

Среди граждан Российской Федерации и Республики Беларусь следующие категории определяются как льготные:

- Студенты
 - Курсанты
 - Пенсионеры
3. Бесплатное посещение (при наличии подтверждающего документа)
- Герои Советского Союза, герои Российской Федерации, полные кавалеры ордена Славы
 - Ветераны Великой Отечественной войны
 - Граждане, награждённые медалью «За оборону Ленинграда» или знаком «Житель блокадного Ленинграда»
 - Инвалиды I и II группы
 - Граждане, не достигшие возраста 16 лет независимо от гражданства
 - Входной билет в составе абонеента (для лиц школьного и дошкольного возраста, посещающих музей по абонементным программам)
 - Сотрудники музеев Российской Федерации
 - Члены ИКОМ
 - Члены клуба «Друзья Российского этнографического музея»
 - Лицо, сопровождающее организованную группу туристов, курсантов, студентов (групповод, гид-переводчик, преподаватель)
 - Лицо, сопровождающее инвалида I и II групп или инвалида с детства
 - Лица, сопровождающие организованную группу детей (школьный учитель,

руководитель детского кружка, студии, представитель родительского комитета) в количестве не более двух человек

- Входной билет на выставку в Мраморном зале (бесплатно без права посещения экспозиции музея)

По результатам наблюдения, данные о посещаемости, максимально соответствующие действительности можно получить о посетителях, попадающих под подкатегорию Инвалиды I и II группы, посетившие музей не в дни массовых мероприятий.

+ Особняком стоит ещё одна категория посетителей — это Посетители музейного лектория. Они покупают отдельный билет на лекцию, не получая входного билета. Среди посетителей лектория также можно выделить 2 подгруппы по признаку взимания полной стоимости за билет и предоставления льготного посещения (студенты, пенсионеры).

Введение отдельной формальной категории для посетителей лектория — шаг к усовершенствованию учёта посетителей музея. Как сказано в Приказе по Российскому этнографическому музею «Об установлении порядка посещения «Лектория» в рамках музейной программы «Вечера по вторникам»: «С целью усовершенствования формы статистического отчета в Автоматизированной системе учета и продажи билетов «TicketNet» для разделения данных о посещаемости музея (входные билеты) и данных о качестве предоставленных услуг...»¹²⁶. Стоит учесть и другие Приказы¹²⁷, касающиеся усовершенствования статистического отчёта. В 2018 году также были приняты следующие меры: введение входного билета в составе экскурсионного обслуживания, входной билет в составе абонеента, отмена семейного билета (для родителей с двумя и более детьми). Несмотря на принятые меры, учёт посетителей музея всё же затруднителен.

¹²⁶ Приказ по Российскому этнографическому музею «Об установлении порядка посещения «Лектория» в рамках музейной программы «Вечера по вторникам» от 25.10.2018г. №117

¹²⁷ Приказ по Российскому этнографическому музею «Об изменениях в правилах оформления входных билетов» от 22.11.2018г. №127

Количественное выражение посещений музея теми или иными формальными категориями граждан можно отследить, хотя далеко не во всех случаях. Например: студентам и курсантам сотрудниками кассы зачастую выдаётся одна и та же категория билетов — студенты, и наоборот. Кроме того, студенты, проходящие в музее практику в финансовом отчёте отражаются в соответствии с количеством билетов, которые оплатила направляющая на практику сторона (по факту студентов может посетить музей гораздо меньше). В дни бесплатного посещения той или иной льготной категории посетители, воспользовавшиеся данным правом, получают входной билет, в котором как основание для льготы, указана не соответствующая им категория. Музейные сотрудники РФ могут получить бланк бесплатного билета «гости музея» и наоборот (хотя с точки зрения финансового законодательства между этими категориями существует большая разница: посещение музея представителями категории «Музейные сотрудники» компенсируется из средств государственного бюджета, а категории «Гости музея» не компенсируется). Слушатели курсов повышения квалификации также проходят в музей по билетам «Музейные сотрудники» и учитываются как посетители. Но являются ли они полноценными посетителями, если всё время работы музея занимают по программе в учебной аудитории и посещают экспозицию в учебных целях? Сложнее всего ситуация с категориями «Граждане, не достигшие возраста 16 лет» и «Входной билет в составе абонементов». Так как в большинстве случаев учащиеся приходят в музей в составе школьной группы, которые не всегда посещают музей циклами абонементных программ (подробнее о сложности учёта посетителей в группах в предыдущих абзацах).

Выходит, что официальные цифры в отчёте о посещаемости не отражают реального положения дел. В ситуации ежегодных отчётов, по которым Министерство культуры оценивает эффективность деятельности учреждений культуры, музею просто не выгодно вести реальный учёт посетителей, без которого сложно оценивать собственную деятельность и от которого следовало бы отталкиваться, планируя проекты.

Таблица 1. Соотношение формальных и реальных категорий посетителей

Формальная категория посетителей	Соответствующая ей реальные категории посетителей	Реальная категория	Соответствующая ей формальная категория
Взрослый посетители, полный билет	Широкий посетитель, Иностранцы, Специалисты	Широкий посетитель	Взрослый посетители, Входной билет в составе экскурсионного обслуживания, Члены клуба «Друзья Российского этнографического музея» (Гости музея), Сопровождающие, Посетители выставки в Мраморном зале, Постетители лектория
Входной билет в составе экскурсионного обслуживания	Широкий посетитель, Туристические группы, Специалисты		
Студенты	Студенты, Специалисты		
Курсанты	Студенты	Иностранцы	Взрослый посетители, Входной билет в составе экскурсионного обслуживания, Посетители выставки в Мраморном зале
Пенсионеры	Пенсионеры, Специалисты	Туристические группы	Входной билет в составе экскурсионного обслуживания
Инвалиды	Лица с ограниченными возможностями , Специалисты	Пенсионеры	Пенсионеры, Сопровождающие, Посетители выставки в Мраморном зале, Льготные посетители лектория
Граждане до 16 лет	Дошкольники, Учащиеся, Студенты, Лица с ограниченными возможностями	Лица с ограниченными возможностями	Инвалиды, Граждане до 16 лет, Входной билет в составе экскурсионного обслуживания, Входной билет в составе абонемент
Входной билет в составе абонемент	Учащиеся, Лица с ограниченными возможностями	Дошкольники	Граждане до 16 лет, Входной билет в составе абонемент
Сотрудники музеев РФ	Специалисты	Учащиеся	Граждане до 16 лет, Входной билет в составе абонемент

Формальная категория посетителей	Соответствующая ей реальные категории посетителей	Реальная категория	Соответствующая ей формальная категория
Члены клуба «Друзья Российского этнографического музея» (Гости музея)	Широкий посетитель, Специалисты	Студенты	Входной билет в составе экскурсионного обслуживания, Студенты, Курсанты, Граждане до 16 лет, Сопровождающие, Посетители выставки в Мраморном зале, Льготные посетители лектория
Члены ИКОМ	Специалисты		
Сопровождающие	Широкий посетитель, Специалисты		
Посетители выставки в Мраморном зале	Широкий посетитель, Иностранцы, Пенсионеры, Лица с ограниченными возможностями, Студенты, Специалисты	Специалисты	Взрослый посетители, полный билет, Входной билет в составе экскурсионного обслуживания, Студенты, Пенсионеры, Инвалиды, Сотрудники музеев РФ, Члены клуба «Друзья Российского этнографического музея» (Гости музея), Члены ИКОМ, Сопровождающие, Посетители выставки в Мраморном зале, Постетители лектория, Льготные посетители лектория
Постетители лектория	Широкий посетитель, Специалисты		
Льготные посетители лектория	Пенсионеры, Студенты		

2.2.4. Реальные категории посетителей

Есть и реальные категории. Каждая из таких «реальных» категорий и есть настоящая целевая аудитория, посещаемость которых сложно учесть по тем или иным причинам. Соотношение формальных и реальных категорий наглядно представлено в Таблице №1 Речь идёт о том, что выявить и отследить посещение потенциальной публики того или иного проекта не представляется возможным. Далее разберёмся, почему возникают такие сложности, дав краткую характеристику каждой из категорий.

Посетителей условно можно разделить по следующим параметрам:

1. Широкий посетитель — совершеннолетний посетитель, купивший входной билет в музей на общих основаниях. В финансовом отчёте фигурирует как «Взрослый посетитель». В категорию «широкий посетитель» мы условно относим всех, кто посещает музей не регулярно, случайно, впервые. То есть, имеется в виду взрослый посетитель, не имеющих специфических целей посещения музея. Считается, что именно на него рассчитывают экспозиционеры, планируя очередную выставку. Но как показывает практика, интерес к кассовым экскурсионным сеансам быстро угасает, а к программам по постоянным экспозициям музея не возрастает. Экскурсоводы вынуждены проводить сеанс с 1-2 посетителями, вместо планируемых 15-20 человек в сборной группе. Не смотря на то, что материал как правило изначально разрабатывается с учетом данной группы посетителей, музей предлагает только 18 из 67 музейных продуктов (это около 26%) взрослым посетителям.

2. Иностранцы — иностранные граждане, посещающие музей индивидуально. В залах музея можно часто увидеть самостоятельно осматривающих экспозицию посетителей, не владеющих русским языком. Этикетки на экспозиции Российского этнографического музея не продублированы ни на одном из иностранных языков. Посетителям предлагается аудиогид по экспозиции, воспользоваться которым можно через систему QR-кода. В мобильном приложении-аудиогид есть подробная информация о музейных предметах и концепции выставки, однако, чтобы воспользоваться данной культурной услугой, посетитель вынуждены преодолеть ряд неудобств. (Подробнее в параграфе 2.1)

3. Туристические группы — группы как иностранцев, так и российских граждан, посещающие музей в составе экскурсионной группы в сопровождение гида-переводчика или экскурсовода музея.

В данной категории разделение туристических групп по признаку гражданства не играет принципиальной роли в определении их потребностей и маршрута посещения музея, поскольку и тем и другим туристическим группам предлагается к посещению одни и те же культурные продукты. Такие как:

обзорная экскурсия по музею, экскурсии, посвященные одному народу или группе народов, посещение особой кладовой и временных выставок. Из результатов опроса гидов-переводчиков¹²⁸ и экскурсоводов музея¹²⁹, было выяснено, что нельзя говорить об особенном интересе к определенным народам среди туристов из какой-либо страны. Впрочем, исключением являются группы из Израиля, которых больше всего интересуют материалы экспозиции «История И Культура Евреев России»¹³⁰.

Для того, чтобы узнать, какие экспозиции интересуют иностранных туристов, мы провели опрос гидов-переводчиков. В связи с тем, что гиды-переводчики работают с группами по принципу языка владения, а не гражданства туристических групп, нам удалось выяснить только то, какие темы интересны для той или иной лингвистической группы туристов, и в общем: на какие экспозиции есть спрос, если речь заходит об иностранных туристах.

Опрос показал следующие результаты¹³¹:

I. Самая популярная экспозиция среди иностранных туристических групп - экспозиция «Сокровища Особой кладовой». В 26 анкетах из 43х указали, что водят группы в Российский этнографический музей именно на экскурсию по этому залу. Это можно объяснить тем, что для гидов-переводчиков этот зал самый комфортный для работы, в виду того, что посещение особой кладовой возможно только с экскурсией от специалиста музея. Для иностранных групп такие экскурсии проводятся под перевод гида, сопровождающего группу. Это не единственный фактор популярности экспозиции «Сокровища особой кладовой». Во всех музеях России, осуществляющих специальное хранение и выставляющие драгоценные металлы и ювелирные изделия, самым популярным для туристов является именно зал с выставкой драгоценностей. «Особая кладовая наполненная таинственностью: туда вход через охрану, в помещении приглушённый свет,

¹²⁸ Приложение №7 Результаты опроса гидов-переводчиков.

¹²⁹ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.3.

¹³⁰ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.4.

¹³¹ Приложение №7 Результаты опроса гидов-переводчиков.

на тёмном фоне искрят высокохудожественные изделия из драгоценных материалов. Конечно, это всё поражает и завораживает.»¹³² В 5 анкетах указано, что группы англоговорящих и италогворящих туристов заказывают у турфирмы, с которой сотрудничает гид-переводчик, исключительно экскурсии по данной теме.

II. Вторая по популярности группа экспозиций народов Восточной Европы, включающих в себя экспозиции:

- Русские. Конец XIX — начало XX в.
- Экспозиция «Русский традиционный костюм»
- Белорусы. Конец XIX — начало XX в.
- Украинцы. Конец XIX — начало XX в.
- Молдаване. Конец XIX — начало XX в.
- Народы Поволжья и Приуралья. Середина XIX — начало XX в.
- Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв.

В 25 анкетах указано, что респонденты посещают во время обзорной или тематической экскурсий залы данной группы экспозиций. Опытная гид-переводчик с финского языка (37 лет стажа) указывает на то, что финские группы при посещении Российского этнографического музея интересуются только данным направлением. Что вполне объяснимо, учитывая, что экспозиция "Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв." входит в группу Восточных славян. В принципе популярность данного маршрута логична, так как народы Восточной Европы составляют большинство населения России и для иностранцев порой олицетворяют собой всю страну.

III. Самым не популярным направлением среди иностранных групп являются временные выставки — всего 3 упоминания в анкетах. Данный результат можно объяснить тем, что, во-первых, сами гиды-переводчики могут не знать материал временных выставок, так как, проходят обучение только по выставкам, действующим на момент их лицензирования (лицензирование проходит раз в два года). Во-вторых, иностранные группы

¹³² Приложение № Из интервью 1.2

находятся в стенах музея от 30 до 120 минут и за это время их интересует узнать как можно больше информации, что более возможно в формате обзорной экскурсии и/или тематической по одной группе экспозиций, представляющих для конкретной группы наибольший интерес. Исключения составляют те случаи, когда в музее проходят громкие временные выставки, чаще всего включающие в себя иностранные коллекции.

IV. Результатом, представляющим интерес, оказалось то, что 6 гидов-переводчиков указали, что все группы немецкоговорящих туристов, с которыми им доводилось работать в Российском этнографическом музее, интересуются темой экспозиции «История и культура евреев России». Также 6 гидов указали, что во все обзорные экскурсии для испаноговорящих групп включают посещение экспозиции по народам Сибири и Дальнего Востока. Сами гиды это объяснили привлекательным оформлением временной экспозиции «Арктика — земля обитаемая» и удачным её расположением (в центральном зале правого крыла).

Из данных, полученных в интервью с сотрудниками просветительского направления музея¹³³, можно сделать вывод, что ситуация со спросом на тот или иной культурный продукт среди внутренних туристов та же самая, что и среди иностранных туристов.

4. Пенсионеры — лица пенсионного возраста, посещающие музей как индивидуально, так и в составе организованной группы. Опрос посетителей на дне открытых дверей показал, что люди пенсионного возраста (выходящие на пенсию на общих основаниях после 65 лет на момент 2018 года) предпочитают посещать музей самостоятельно, без экскурсовода. Посетители данной категории, проживающие в Санкт-Петербурге и Ленинградской области как правило, посещают музей регулярно на протяжении многих лет. Пенсионеров прежде всего интересуют временные

¹³³ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.3.

выставки¹³⁴ и программы лектория (основные посетители лектория — составляют более 40% всех посетителей лектория)¹³⁵.

5. Лица с ограниченными возможностями. В эту условную категорию попадают как взрослые так и дети, имеющие ограничения по здоровью разных типов. Главный интерес посещения музея для данной категории посетителей — это социальная адаптация, включение в общественную жизнь¹³⁶. Посетители с нарушением опорно-двигательного аппарата и слабослышащие имеют возможность самостоятельного посещения экспозиции, хотя это для них в условиях здания музея затруднительно. (Подробнее в параграфе 2.1.) Музей занимается инклюзивными программами для слабовидящих школьников, адаптируя под их особенности восприятия материал экскурсий, дополняя повествование тактильными методическими материалами. Цикл программ для слабовидящих «Такой я увидел Россию» рассчитана на ежемесячное посещение музея детьми. Однако, группы слабовидящих школьников приходят на занятия гораздо реже. Причинами этому — сложная организация трансфера до музея и без того не малая загруженность учеников школьной программой, дополнительными занятиями и посещением других культурных учреждений. *«Сейчас государство проводит активную политику по развитию доступной среды //... // К нам обращаются разные музеи с предложением о проведении занятий для наших учеников. // ... // У нас не хватает ресурсов для посещения всех занятий. Ни времени у ребят, ни автобусов для поездки.»*¹³⁷ Из результатов интервью следует, что для детей с инвалидностью важнее сам процесс посещения музея, нежели информация, которую они получают на занятиях.

¹³⁴ Приложение №6 Пилотажное исследование посетителей на дне открытых дверей 23 сентября 2018 года. Результаты опроса.

¹³⁵ Отчёт о деятельности Российского этнографического музея за 2018 год.

¹³⁶ Приложение №3. Список информантов. Интервью 2.7.

¹³⁷ Приложение №3. Список информантов. Интервью 2.7.

6. Дошкольники — дети дошкольного возраста (от 3 до 7 лет). Посещают музей с группой детского сада либо с семьёй. На эту категорию направлена рекреационная деятельность музея (студии музейной педагогики, детские экскурсии и др.). По результатам опроса посетителей на дне открытых дверей 2018¹³⁸ — подавляющая доля участников мероприятий пришли в музей с целью узнать поподробнее именно о детских программах для этого возраста. Студии раннего развития и детская рекреация — самое перспективное направление развитие культурных учреждений Санкт-Петербурга. Такого рода студии есть в каждом музее, домах творчества, частных детских бюро, и несмотря на широкое предложение рынка культурных услуг, спрос всё равно не удовлетворён. Запись на такие программы начинается за несколько месяцев до начала занятий и заканчивается спустя неделю после старта.

7. Учащиеся — несовершеннолетние посетители музея, обучающиеся в средних учебных заведениях различного профиля. Основная категория музейного посетителя, на которых направлена подавляющая доля просветительской деятельности музея. Абсолютно все музейные программы в том или ином виде проводятся для учащихся того или иного возраста¹³⁹. Учащихся можно разделить на категории: младшие классы, средние классы, старшие классы. Старшеклассники имеют меньше возможности посещать культурные учреждения в учебное время, поэтому можно сделать вывод, что основной посетитель музея — это ученик младшей или средней школы. Детей водят на экскурсии и абонементные программы в составе группы от учебного учреждения, также по выходным происходит семейное посещение. В этом возрасте происходит важный этап социализации, закладываются основные морально-нравственные ориентиры. Система образования намеренно закладывает в учебные программы школ посещение музеев. В то же время школьники не всегда видят смысл в такого рода

¹³⁸ Приложение №6. Пилотажное исследование посетителей на дне открытых дверей 23 сентября 2018 года. Результаты опроса.

¹³⁹ Справочник музейных образовательных программ 2018 год.

времяпровождении. Выходит, что самый массовый посетитель музея — неосмысленный посетитель, немотивированный на музейную коммуникацию. Важная задача для музея — заинтересовать ребёнка не только темой музея, но и в принципе привить культуру посещения музеев. Также перед музеем в отношении учащихся стоят и образовательные задачи, такие как развитие образного мышления, разработки навыков сравнительного анализа и инструментов саморазвития. В попытках осуществления данных задач музеем необходимо развивать не только содержание музейного продукта, но и его форму. Для этого необходимо учитывать все нюансы психологии современного школьника.

8. Студенты — учащиеся ВУЗов и ССУЗов. Студенты посещают музей как в составе экскурсионных групп, так и индивидуально. Кроме того студенты посещают музей ещё с одной специфической целью — прохождения практики. Для этой категории посетителей важную роль играет образовательный и научный ресурсы музея. Для студентов художественных заведений организована копия практика¹⁴⁰, с некоторыми учебными высшими и средними учебными заведениями заключены договоры о прохождении музейной практики (например: Санкт-Петербургский Институт культуры и искусств). Многие научные сотрудники музея организуют занятия на экспозиции РЭМ для студентов, у которых они преподают. Студенты являются целевой аудиторией музейного лектория, однако, среди этой категории посещаемость подобных мероприятий низкая, сравнительно взрослых посетителей и пенсионеров.

9. Специалисты — взрослые посетители, чья профессиональная и/или творческая деятельность связана со специализацией музея. В эту категорию входят мастера народного творчества, преподаватели учреждений дополнительного образования, художники и дизайнеры, учёные, музейные сотрудники, гиды-переводчики, слушатели курсов повышения квалификации и другие. Данная категория посещает музей регулярно в

¹⁴⁰ Приказ «О ценах на входные билеты, экскурсионно-лекционное обслуживание и занятия для детей и взрослых на территории музея» от 15.05.2018г. №60

течении многих лет. По сути они и являются основной и даже в каком-то смысле целевой аудиторией музейных проектов и временных выставок. *«Если разобратся, то выставки, скорее всего, мы делаем друг для друга: для тех же научных сотрудников и специалистов. Хотелось бы попасть в интерес широкого посетителя, но, кажется, мы действительно не представляем, что нужно от музея тому, кто ничего не знает об этнографии как науке.»*¹⁴¹

Основные выводы

1. Основная осознанная музейная аудитория — это студенты и специалисты с высшим гуманитарным образованием. Можно предположить, что экспозиционеры на современном этапе осуществляют свою деятельность для коллег: гуманитариев и людей, включенных в систему высшего образования и научной деятельности. В то время как остальные взрослые категории предпочитают обращаться к другим культурным институтам.

2. Вести реальный учёт посетителей музею не выгодно, потому что таким образом ухудшатся показатели эффективности музея в отчёте для Министерства культуры.

3. Формальные категории либо слишком размыты и включают в себя несколько реальных категорий, либо наоборот чересчур конкретизированные, в связи с чем, кассиры не всегда понимают разницу между той или иной льготной категорией. Кроме того, один и тот же человек может располагать сразу несколькими основаниями для получения льгот. Исходя из чего невозможно сделать адекватный учёт даже формальных категорий.

4. Массовые реальные категории посетителей: учащиеся и дошкольники не являются осмысленными посетителями. Школьников

¹⁴¹ Приложение № 3. Список информантов. Интервью 1.6.

приводят учителя, которые обязаны обеспечивать подопечным культурно-образовательную программу. Дошкольников приводят родители, которые интересуются музеем исключительно как площадкой раннего развития и с тем же успехом привели бы ребёнка в дом творчества или другой музей. Безусловно важно воспитывать в подрастающем поколении культуру посещения музея, но не стоит фокусироваться только на данных категориях в разработке культурного продукта.

5. Музей не всегда, работая над созданием продукта берёт в расчёт отдельные категории посетителей. Например, для лиц с ограниченными возможностями разного типа потребление культурных продуктов и услуг крайне затруднительно. То же самое можно сказать о пенсионерах. Посетителям пенсионного возраста не предлагается ни одной специальной программы, для них предполагается только наличие льготы на музейные услуги для основной взрослой категории посетителей. Для детей музей адаптирует программы для взрослых, в соответствии с психологическими и физиологическими возрастными особенностями. Но возрастные особенности существуют не только у детей, но и у пожилых людей. Пожилые посетители отмечают, что они предпочитают посещать музей самостоятельно, а не в составе экскурсионной группы¹⁴². Можно предположить, что им не интересно углубляться в сложные научные темы. Для кого-то это может быть справедливым утверждением, но отчёт о посещаемости говорит о том, что пенсионеры — активные пользователи такого музейного формата как лекторий¹⁴³. Напрашивается вывод о том, что пожилым людям сложно удовлетворять свои культурные потребности в формате экскурсий, в ходе которых участники стоят на ногах 60-90 минут без перерыва.

¹⁴² Приложение №6 Пилотажное исследование посетителей на дне открытых дверей 23 сентября 2018 года. Результаты опроса.

¹⁴³ Отчёт о деятельности Российского этнографического музея за 2018 год.

2.3. Этапы производства музейного продукта в Российском этнографическом музее

2.3.1. Коммуникативные аспекты производства культурного продукта музейными сотрудниками в Российском этнографическом музее

В Российском этнографическом музее в производстве и реализации культурного продукта на том или ином этапе задействованы все функциональные отделы. Производство и реализация культурного продукта и предоставления культурных услуг регламентированы внутренними нормативно-правовыми актами, но существуют и некоторые неформальные аспекты производства. В данном разделе мы рассмотрим производство культурного продукта поэтапно¹⁴⁴.

1. Комплектование коллекций

Любая культурная деятельность этнографического музея начинается с вещи. Коллекции комплектуются и систематизируются по определённым принципам, которые в свою очередь относительно статичны¹⁴⁵ (подходы к содержанию трансформируются гораздо меньшими темпами относительно трансформации подходов к форме). Пути собирательской деятельности могут быть различными: научные сотрудники привозят предметы из этнографических экспедиций, находят предметы в частных коллекциях, иногда этнографические вещи приносят сами люди¹⁴⁶. Первый директор Российского этнографического музея Д.А. Клеменц старался привлекать к собиранию коллекций людей вне

¹⁴⁴ Прим. В данной работе не стоит задача анализировать все этапы производства культурного продукта в Российском этнографическом музее. В данном разделе представлены ключевые этапы культурной деятельности музея. Подробнее о производстве культурных объектов освещено в работе Н.И. Руденко «Музейные практики производства культуры: на примере выставочной деятельности Российского этнографического музея», 2015. и других работах автора.

¹⁴⁵ Баранов Д. А. Этнографический музей и «вещественная этнография» // Этнографические коллекции в музеях: культурные стратегии и практики: Материалы Двенадцатых Санкт-Петербургских этнографических чтений. СПб.: ипц спгутд, 2013. — с. 10 - 15.

¹⁴⁶ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.15.

зависимости от их статуса и принадлежности к академической среде¹⁴⁷. Цель была проста: то, что сложно добыть из центра, легко достаётся на местах. В любом случае перед тем как включить предмет в музейный фонд, его обсуждают на плановом заседании фондо-закупочной комиссии, в состав которой входят опытные этнографы, отвечающие за разные направления музейной деятельности. На подобных заседаниях обсуждаются следующие положения¹⁴⁸: является ли вещь этнографической, насколько она уникальна, необходимо ли включение такого рода предмета в музейную коллекцию, какую цену целесообразно назначить за тот или иной предмет, есть ли у предмета история, каково физическое состояние вещи: нужна ли реставрация и возможна ли она. Научный сотрудник, находясь в экспедиции, собирает вещи. Обычно вещи покупают у физического лица. Сотрудник не платит за вещь сразу. Он договаривается с хозяином предмета на определённые финансовые условия и оставляет владельцу подтверждающий документ на официальном бланке. Комиссия может отказать в покупке вещи или назначить за неё меньшую цену.

Дискуссии ведутся не только относительно перечисленных пунктов, но и по поводу этической составляющей процесса комплектования коллекции. Ситуации бывают разнообразные. К примеру, если человек сам передаёт предмет в фонд музея, то необходимо грамотно оформить акт приёма-передачи¹⁴⁹. Нередки случаи, когда человек, подаривший в дар музею вещь из собственной коллекции по прошествии времени желает получить за неё плату или даже вернуть себе обратно. *«Люди рассчитывают, что, если они передали вещь музею, то её обязательно тут же включают в постоянную экспозицию, оформят в золотую рамочку и повесят на самом видном месте. Такие индивиды, когда в очередной раз приходят в музей и не находят своего*

¹⁴⁷ Могиланский, Н.М. Русские этнографические музеи и собрания. II Этно-графический отдел Русского музея Императора Александра III [Текст] / Н.М. Могиланский // Живая старина. – 1911. – Кн. 4 — С. 473–498.

¹⁴⁸ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.8.

¹⁴⁹ Приложение №3. Список информантов. Интервью 2.4.

экспоната, начинают скандалить. Они уверены, что их дар разворовали»¹⁵⁰. Другая этическая проблема: собирание вещи, которая находится в бытовании в данный момент. Люди обычно не осознают культурной ценности предмета, имеющего утилитарные функции, и готовы отдать ценный экспонат за даром¹⁵¹. Бывает и наоборот — для человека вещь имеет личную значимость, и для собирателя является объектом повышенного научного интереса. «Помню, в экспедиции попался предмет, с богатой историей участия в погребальных обрядах. Я так умоляла владелицу его продать в коллекцию, объясняла уникальность находки. А владелица отвечала, что не может продать, на нём 12 душ, её с ним хоронить будут. Я всё не отставала. До сих пор стыдно»¹⁵².

Так или иначе, если вещь попадает в коллекцию, её описывают, заводят паспорт, вносят в реестр музейного фонда Российской Федерации, определяют в тот или иной фонд¹⁵³. После этого вещь можно исследовать и включать в различные выставочные проекты, делать публикации.

2. Исследовательская и фондовая работа

В Российском этнографическом музее хранительная деятельность организована особым образом: научные сотрудники региональных отделов хранят фонды коллекций, соответствующие темам их профессиональной деятельности. В Кунсткамере, к примеру, действует другая система: хранители не являются научными сотрудниками, они занимаются только ведением паспортов музейных предметов¹⁵⁴. В основной массе научные сотрудники РЭМ считают свою систему более эффективной для научной деятельности. Хранители фондов Российского этнографического музея являются научными сотрудниками региональных отделов. Но не все научные сотрудники хранители.

¹⁵⁰ Приложение №3. Список информантов. Интервью 2.4.

¹⁵¹ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.9.

¹⁵² Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.13.

¹⁵³ Приложение №3. Список информантов. Интервью 2.4.

¹⁵⁴ Приложение №3. Список информантов. Интервью 2.5.

Это порождает ряд неудобств в исследовательской деятельности. В основном, в интервью научные сотрудники указывали, что в случае, если им понадобится поработать с фондами, подотчётными другому человеку, то они беспрепятственно получают допуск по личному обращению к коллеге. Однако, в одном из интервью обнаружили и другие факты. Научный сотрудник, не являющийся хранителем, указывает, что в такой системе исследователь опадает в зависимость от человека, хранящего предметы из интересующих фондов. *«Допустим, мне надо поработать с вещами. Я это могу сделать только, когда удобно хранителю. По иронии, хранитель интересующего меня фонда — пожилая дама, которой никогда не бывает на месте. Она сама не занимается своими фондами, и другим их не передаёт. Руководство бездействует, потому что ему видится ли неудобно идти на конфликт.»*¹⁵⁵ Ещё один важный момент: прежде всего в рабочую группу подготовки выставочных проектов входят именно научные сотрудники, ведущие хранительную деятельность¹⁵⁶, что несомненно препятствует развитию молодых специалистов.

3. Разработка и обсуждение научной концепции экспозиционно-выставочного проекта

Разработка концепции начинается с идеи. Респонденты не могут с чёткой уверенностью сказать, откуда чаще всего возникает идея новой выставки. В интервью встречались следующие факторы: задание руководства, памятная дата, подготовка очередного исследовательского материала, окончание реставрационных работ и др. Так или иначе, после обсуждения идеи с заведующими региональных отделов, идея оформляется и выносится на ежегодное совещание с представителями дирекции. *«Как правило дирекция принимает идеи, но бывает и такое, что шёл обсуждать одну выставку, а вышел с заседания уже с другой, навязанной сверху.»*¹⁵⁷ В процессе утверждения назначается автор выставки и состав рабочей группы.

¹⁵⁵ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.16.

¹⁵⁶ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.16.

¹⁵⁷ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.10.

4. Отбор музейных предметов¹⁵⁸

Важный этап в создании культурного продукта, требующий от научных сотрудников длительной работы по анализу фондов, отбору предметов среди идентичных, оценке физического состояния. Нередко случается так, что желаемый для экспонирования предмет требует реставрации. Команда реставраторов производит экспертизу и выносит заключение: есть ли возможность включения данного предмета в состав выставки. На этом же этапе подключается отдел консервации. Кроме этого главный хранитель должен подготовить соответствующие документы, отдел учёта проверяет, внесён ли предмет в публичный перечень.

5. Проектирование, оформление и монтирование выставки¹⁵⁹

Этап, характеризующийся сотрудничеством участием значительного числа музейных сотрудников. На данном этапе могут участвовать сотрудники 12 функциональных отделов и представители администрации. *«Экспозиционеры, оформители этикетажа и информационных материалов, художники, оформители, монтажники делают своё дело. А потом приходим мы (Прим. сотрудники отдела консервации) и ужасаемся. Климатические условия сохранять в здании музея с нарушенной вентиляцией итак крайне сложно, а в условиях художественного решения выставки чаще всего выполнение такой задачи невозможно по определению. Приходится вносить коррективы. Случается, что приходится полностью менять оформление.»¹⁶⁰*

На данном этапе происходит окончательное согласование между сотрудниками всех функциональных отделов. Но, как правило, в данном обсуждении не участвуют сотрудники просветительского направления. Это в

¹⁵⁸ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.17.

¹⁵⁹ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.17.

¹⁶⁰ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.18.

конечном итоге приводит к трудностям в дальнейшей разработке побочного культурного продукта — культурно-образовательной программы¹⁶¹.

6. Открытие выставки и информационное сопровождение мероприятия

Открытие выставки освещается как в информационных материалах при входе в музей, так и интернет-площадках Российского этнографического музея. Среди таких площадок: официальный сайт Российского этнографического музея, группа музея ВКонтакте, социальная сеть Инстаграм, идёт рассылка по другим информационным интернет-ресурсам. Примечательно, что даже на современном этапе в музее не существует такой статьи расходов как «реклама»¹⁶². Реклама музейных продуктов на телевидении осуществляется в редких исключительных случаях (например, если выставка коммерческая). Как правило реклама финансируется за счёт средств партнёра выставки.

Стоит сказать и пару слов об информационном сопровождении выставки в виде сопутствующей информации в оформлении выставки. Чаще всего¹⁶³ для музейных выставочных проектов выбирают расположение этикеток на стекле, отделяющем посетителя и экспонат. Этикетки печатаются шрифтом Times New Roman 16 кеглем в черном цвете на прозрачном материале типа клеёнки. С одной стороны этикетки не препятствуют осмотру экспонатов, с другой — они достаточно трудны для чтения даже обладателям абсолютного зрения. Таким образом сопутствующая информация недоступна для большинства посетителей. Подобные этикетки сопровождают и экспонаты постоянной экспозиции. Особенно затруднительно посещение музея инвалидами. Для слабовидящих, например, экспозиция не оборудована сопровождением информации на шрифте Брайля. В залах музея нет и вспомогательного материала, доступного для тактильного осмотра.

¹⁶¹ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.7.

¹⁶² Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.19.

¹⁶³ Прим. На основании наблюдения за 10 выставками на протяжении двух лет.

7. Разработка и реализация культурно-образовательных программ¹⁶⁴

Культурно-образовательные программы разрабатываются как на материале временных выставок, так и на материале постоянных экспозиций. Производством данного музейного продукта занимается научно-методический отдел. *«Выбор темы для музейного занятия продиктован актуальной задачей. Это может быть информационный повод. К примеру: Правительство объявило год театра. И мы думаем, на каких же экспозициях можно раскрыть тему театра. Мы готовим тематические экскурсии по временным выставкам, перерабатываем морально устаревшие программы, готовим новые темы для школьных абонементов и другое.»*¹⁶⁵

В подготовке методических разработок также участвуют авторы временных выставок: они проводят методические занятия для сотрудников просветительского отдела, предоставляют информационную поддержку, относительно содержания и замысла выставки. На основе таких занятий сотрудник, назначенный автором экскурсии, пишет текст экскурсии для всех экскурсоводов, принимающих участие в реализации культурной услуги. Текст изначально пишется для взрослой аудитории специалистов. Затем каждый экскурсовод упрощает его на своё усмотрение для широкого посетителя. Если на материалах выставки можно проводить экскурсии для детей, музейные педагоги готовят и такой вариант. Часто происходит так, что художественное оформление выставки устроено таким образом, что в зале невозможно разместить большую группу учащихся, или экспонаты расположены высоко, и дети младшего школьного возраста не смогут рассмотреть предметы. Но самый типичный случай — это когда материал выставки и её концепция не может быть адаптирована для детей. Категории взрослых посетителей не специалистов имеют преимущество перед категориями детей разного возраста в том, что взрослый человек компенсирует недостаток специальных знаний культурным опытом и более обширными способностями к восприятию и осмыслению информации.

¹⁶⁴ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.7.

¹⁶⁵ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.7.

Однако, даже среди взрослых тематические экскурсии по временным выставкам не пользуются ожидаемым спросом.

Респонденты видят причину низкой популярности музейных продуктов у населения в том, что по сути экспозиционно-выставочные музейные продукты производятся не для осмысления широких категорий посетителей. На вопрос, для кого существует музей, экспозиционеры хором отвечают: «Для людей», но позже добавляют: «*В идеале для людей. В реальности, конечно, мы работаем для себя, а выставки делаем друг для друга*¹⁶⁶»¹⁶⁷. Экспозиция Российского этнографического музея выстраивает сложную для восприятия неподготовленного посетителя коммуникативную систему, что вызывает отторжение у широких категорий посетителя.

2.3.2. Коммуникация в музейном пространстве

Сегодня музей нельзя рассматривать как исключительно научное учреждение, ни как и научно-просветительское учреждение. Специфика музейной деятельности на современном этапе заключается в том, что музей реализует свои функции как механизм социокультурной коммуникации.¹⁶⁸ В процессе такой коммуникации и происходит воспроизводство культуры, передача опыта между поколениями и социальными классами. От того, как складывается музейная коммуникация, зависит, будет ли сохраняться преемственность. Кроме того, характер взаимодействия музей-посетитель определяет музейное пространство. Ранее считалось, что в диалоге музея как института и человека главенствующую роль играет музей как легитимный источник знаний¹⁶⁹. В музейном сообществе всё чаще обсуждается мысль, что такой «классический» подход требует пересмотра.

¹⁶⁶ Прим. Имеются в виду специалисты в широком смысле слова.

¹⁶⁷ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.15.

¹⁶⁸ Гусман В.М. Музей в системе формирования национально-государственной идеи. — СПб.: «Деловая полиграфия», 2007. — с. 126.

¹⁶⁹ Ботякова О. А. Роль этнографического музея в воспитании толерантности // Музей. Традиции. Этничность. 2012. №1. — с. 86 - 93.

Из предыдущих параграфов можно сделать заключение, что взаимодействие музея — вопрос проблемный и требует более детального рассмотрения. Российский этнографический музей вступает в коммуникацию с посетителями посредством музейного высказывания через культурный продукт. «Широкий посетитель» в данной коммуникации принимается со стороны музея как выражение всего общества во всём своём многообразии. Даже по официальным подсчётам Российский этнографический музей не входит в десятку самых посещаемых музеев Российской Федерации¹⁷⁰. Среди самых посещаемых музеев: Государственный Эрмитаж, Музей истории Санкт-Петербурга и Русский музей, последний из которых не только территориально близок Российскому этнографическому музею, но и близок по содержанию. С той лишь разницей, что в первом демонстрируется художественная культура России, а во втором — народная культура России. Изначально предполагалось, что этнографический отдел будет существовать в составе Русского музея (подробнее в параграфе 1.2). Можно предположить, что низкий интерес общества к Российскому этнографическому музею заключается в непонимании, коммуникативном сбое между Российским этнографическим музеем и «широким посетителем».

П. Бурдьё полагал, что музеи выступают в роли лакмусовой бумаги для общества: если люди ходят в музеи, значит, они понимают, то, что там видят, то есть способны понять и осмыслить музейное высказывание, расшифровать коды, заложенные в музейной экспозиции, и получить удовольствие от музейной коммуникации¹⁷¹. Отталкиваясь от данной позиции можно пойти двумя противоположными путями. С одной стороны: если люди не ходят в музей, то они не способны считывать и преобразовывать коды. Действительно, коллекция этнографического музея и воссозданные в экспозиции сцены далеки от современной жизни. Речь идёт о большом разрыве между традиционной культурой и современными горожанами в период перехода от индустриального

¹⁷⁰Статистика культуры РФ, 2016 год. <https://stat.mkrf.ru/upload/statdoc/20180116.pdf> (дата последнего обращения: 14.05.2019 г.)

¹⁷¹ Bourdieu P. et al. The love of art. P. 11.

к информационному обществу. Естественно, нельзя списывать со счетов и важный фактор потери культуры посещения исторических музеев в длительный период кризиса перестройки музеев с советской идеологии в культурно-просветительской деятельности к современной. Для выхода из подобной ситуации этнографическим музеям необходимо развивать в посетителях способность понимать «язык вещей», используя культурно-образовательный потенциал.

В работах музеологов О. А. Ботяковой, К. В. Ермолаевой, О. В. Ванеевой проблемы работы с аудиторией рассматриваются следующим образом. Музею как культурному пространству по степени доступности и массовости спроса сложно конкурировать с медиа пространствами. Расширение музейного образовательного пространства с помощью медиа материалов, текстовых и игровых обучающих продуктов может помочь в сложившейся ситуации, но не разрешить её. Потребление готовых продуктов не формирует навыков, необходимых для успешной музейной коммуникации.

Айзенбайс рассматривал вопросы, касающиеся проблем малой посещаемости музеев. Причиной низкой популярности музеев среди населения Айзенбайс видел когнитивный диссонанс¹⁷², которые испытывают люди, приходя в музей. Музеи отпугивают людей необходимостью перестраиваться на непривычную им коммуникацию, отличную по своей основе повседневному уровню восприятия. Кроме того, для успешной музейной коммуникации, как уже говорилось ранее, посетителю необходимо обладать знаниями о предмете музея. Отсутствие комфорта в процессе музейной коммуникации, по мнению Айзенбайса, несёт за собой следствие предпочтение массовой публики более лёгкого, хоть и менее полезного способа досуга¹⁷³.

С другой стороны: если люди не ходят в музей, значит музей не отвечает современным тенденциям и культурным потребностям общества. Условием диалога музея и посетителя является способность создателей экспозиции выстраивать невербальные пространственные «высказывания», на которые

¹⁷² Festinger L. A theory of cognitive dissonance. Stanford university press, 1962.

¹⁷³ Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums. — P. 112-114.

откликается аудитория, способная понять «язык вещей».¹⁷⁴ Рассматривая проблему с обеих сторон и в том и в другом случае мы выходим на умозаключение о том, что ответственность за успешную коммуникацию с посетителем возлагается именно на музей. В первом случае важную роль играет культурно-образовательная деятельность. Во втором — экспозиционно-выставочная.

2.3.3. Взаимодействие музея и посетителя

Как указывалось ранее, экспозиция, посвященная этнографии русского народа обширнее всего используется в просветительской деятельности музея. Данная экспозиция построена по принципу повествования. Просветительская деятельность отталкивается от материала, которым располагает экспозиция (подробнее в параграфе 2.1). Как уже говорилось ранее, просветительский отдел музея фактически не участвует в процессе создания выставок и экспозиций, что затрудняет определённые аспекты разработки культурного продукта. В основной массе экскурсоводы, работающие в музее более 10 лет, приверженцы именно классической повествовательной экспозиции. *«Экспозиция Русских, конечно, может, уже устарела по своему облику, зато в ней всё устроено логически. Экскурсию можно представить как путешествие: вот так работали, вот так жили, вот так праздновали. С новыми экспозициями, где всё нагромождено в кучу, ещё и вещи разных народов вперемешку совершенно невозможно выстроить конструктивный разговор, особенно с неподготовленным человеком»*¹⁷⁵. Действительно, новые концепции экспозиций и выставок не предусматривают выстраивания истории, они вариативны и построены на культурном сравнении. Современные экспозиционно-выставочные концепции требуют нового подхода к просветительской деятельности для осуществления основных задач.

¹⁷⁴ Cameron D. A viewpoint: the Museum as a Communication System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. No 1. P. 33–40.

¹⁷⁵ Приложение №3. Список информантов. Интервью 1.17.

Для формирования «понимающей» аудитории современные музеи активно внедряют интерактивные технологии. Ещё в прошлом веке исследователи говорили о потребности посетителя в большей свободе и возможности самому ориентироваться в информационных потоках музея.¹⁷⁶ Отойдя от позиционирования музея как книги с заведомо продуманным сценарием, где музейные предметы служат иллюстрациями, современный музей, руководствующийся принципами «культуры участия», может сместить фокус посетителей с пассивной позиции получения знаний к активному, творческому осмыслению информации.¹⁷⁷

В осуществлении коммуникационной функции музея главную роль играет музейная экспозиция, посредством которой он транслирует культурные коды и тенденции, связанные с трансформацией нравственных ценностей и форм передачи культурного опыта.¹⁷⁸ Непосредственно от экспозиции «отталкивается» культурно-образовательная деятельность музея, реализующая образовательный потенциал.¹⁷⁹ Но для существования экспозиции как динамичной системы, проецирующей и передающей новые смыслы, процесс музейной коммуникации не должен определяться только набором культурных кодов, транслируемых экспозицией. Стоит учитывать и ценности, личный опыт, культурный и информационный багаж адресата.¹⁸⁰ Подобное возможно при внедрении средств коммуникации, основанных на «культуре участия», которые являются базисом интерактивного взаимодействия посетителя и экспозиции посредством музейного сотрудника. В мировом музейном опыте в последние годы реализуются формы музейной работы, отвечающие данным принципам, например, «музейная медиация».

¹⁷⁶ Hudson K. Museums for the 1980s – survey of world trends. L., 1977. — P. 7.

¹⁷⁷ Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. М., 2012. — с. 8 - 20.

¹⁷⁸ Лорд Б., Лорд Г. Менеджмент в музейном деле. М.: Лотос, 2002. С. 11.

¹⁷⁹ Рудецкий О. А. Образовательный потенциал музея (в аспекте этнической культуры) // Высшее образование в России. No 3. 2011. — с. 121 - 124.

¹⁸⁰ Каулен М.Е., Коссова И.М., Сундиева А.А. (ред.) Музейное дело России. М.: ВК, 2003. — с. 220.

Сотрудники просветительского отдела Российского этнографического музея не готовы перестраивать культурную деятельность в соответствии с принципами культуры участия.¹⁸¹ Проблема представляется не столько в консерватизме принципов работы (хотя и это тоже), сколько в монополии на трактовку экспозиции и неготовности передавать полномочия в процессе познавательного процесса посетителю. Просветительская деятельность Российского этнографического музея строится по принципу, где музейный продукт в процессе взаимодействия производится в одностороннем порядке музейным сотрудником, а посетитель выступает в роли потребителя музейного продукта, а не его актора. Таким образом музей не вступает в символическое взаимодействие с посетителем. Данное положение вещей делает невозможным реализацию конечного этапа производства музейного продукта.

Основные выводы

1. Ответственность за успешную коммуникацию с посетителем возлагается именно на музей как на организацию, производящий культурный продукт и интерпретирующий его посредством просветительской деятельности. Если музейная коммуникация не складывается, значит, музей не учёл особенности восприятия тех или иных категорий посетителя.
2. Просветительская деятельность Российского этнографического музея консервативна и не готова перестраиваться ни в соответствии с культурными потребностями современного посетителя, ни в соответствии с новыми экспозиционно-выставочными концепциями.
3. Просветительская деятельность музея безинициативна. Производство того или иного культурного продукта осуществляется по запросу извне. Музейные образовательные программы не ищут подхода к разным

¹⁸¹ Приложение №3. Интервью 1.7., 1.21.

категориям посетителя, а пытаются удержать стабильные категории не готовых в полной мере к музейной коммуникации посетителей.

4. На всех этапах производства культурного продукта существуют проблемы с выстраиванием символического взаимодействия: сначала актором производства музейного продукта является экспозиционер, а просветитель его потребителем; в последствии односторонним актором производства музейного продукта выступает просветитель, оставляя посетителю роль потребителя музейного продукта. Возникает разрыв между этапами производства музейного продукта. В конечном итоге культурная деятельность Российского этнографического музея не достигает своей цели — возвращение научно переосмысленного этнографического знания в общество.

Заключение

В ходе проделанной работы были рассмотрены и обоснованы подходы и методы к исследованию культурной деятельности этнографического музея. Был сделан вывод, что наиболее актуальным подходом к исследованию является метод символического интеракционизма, позволяющий рассматривать музейного посетителя как полноценного актора производства музейного продукта.

Также были рассмотрены процессы становления музея как социального института и трансформации его социальных функций на протяжении всех лет его существования. Сделан вывод о том, что в современных социально-политических условиях для музея целесообразнее ориентироваться в своей культурной деятельности на потребности посетителя, нежели чем на государственную идеологию.

В результате структурного анализа Российского этнографического музея как организации было выявлено, что руководство музея в процессе адаптации под внешние социально-экономические условия совершает ряд репутационных ошибок в использовании ресурсов музея.

Результаты исследования посетителя в контексте культурной деятельности Российского этнографического музея позволили сделать следующие выводы:

1. Трудности исследования музейной аудитории состоит в функционировании нерепрезентативной формальной системе учёта посетителей, основанной на дифференции по стоимости музейных услуг и предоставлению льгот. Формальные категории либо слишком размыты и включают в себя несколько реальных категорий, либо наоборот чересчур конкретизированные, в связи с чем учёт ещё более усложняется, поскольку один и тот же человек может располагать сразу несколькими основаниями для получения льгот.

2. Основная осознанная музейная аудитория — это студенты и специалисты с высшим гуманитарным образованием. Можно предположить,

что экспозиционеры на современном этапе осуществляют свою деятельность для коллег: гуманитариев и людей, включенных в систему высшего образования и научной деятельности. В то время как остальные взрослые категории предпочитают обращаться к другим культурным институтам.

3. Современные экспозиционно-выставочные тенденции в этнографическом музее нацелены на подготовленного посетителя. Тогда как просветительская деятельность настроена на работу с категориями с малым опытом музейной коммуникации (дошкольники, учащиеся).

4. В музее недостаточно развита доступная среда. Культурная деятельность не адаптирована под особенные категории посетителей.

5. Для успешного осуществления культурной деятельности и производства понятного широкой публике музейного продукта, необходимо провести комплексный анализ посетителей.

В результате анализа этапов производство музейного продукта в Российском этнографическом музее была сконструирована коммуникативная музейная система, рассмотрены этапы производства музейного продукта с точки зрения функций музейных подразделений, выявлен контекст культурной деятельности музея.

На основе результатов проделанного исследования было сделано заключение о том, что в рамках выбранного для исследования подхода символического интеракционизма культурная деятельность Российского этнографического музея не достигает своей цели конструирования новых социальных смыслов в обществе на основе научно переосмысленного этнографического знания. ЧТД

Список литературы

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от 26.05.1996 N 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018) "О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации"
2. "Основы законодательства Российской Федерации о культуре" (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 05.12.2017)
3. Об учреждении особого установления под названием „Русского Музея Императора Александра III“ и о представлении для сей цели приобретенного в казну Михайловского Дворца со всеми принадлежащими к нему флигелями, службами и садом. 13 (25) апреля 1895 года
4. О проведении реэкспозиции музеев. Всем музеям, подведомственному сектору науки Наркомпроса. Циркуляр НКП РСФСР от 17 января 1933 г. №100 // Бюлл. НКП РСФСР 1933 №9—10. // В помощь работнику музея. Законы, распоряжения, разъяснения по музейному строительству / Сост. Гилен А.Б. — М., 1936. с. 12.
5. Отчёт о деятельности Российского этнографического музея за 2018 год.
6. Показатели эффективности работника Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Российский этнографический музей»
7. Положение о системе нормирования труда работников Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Российский этнографический музей»
8. Приказ по Российскому этнографическому музею «Об изменениях в правилах оформления входных билетов» от 22.11.2018г. №127
9. Приказ по Российскому этнографическому музею «Об установлении порядка посещения «Лектория» в рамках музейной программы «Вечера по вторникам» от 25.10.2018г. №117
10. Справочник музейных образовательных программ 2019 год.
11. Сравнительный отчёт деятельности отдела музейных образовательных программ Российского этнографического музея за 2012-2018 года.

12. Приказ по Российскому этнографическому музею «О Методическом Совете» от 01.07.2017 г. №83
13. Приказ «О ценах на входные билеты, экскурсионно-лекционное обслуживание и занятия для детей и взрослых на территории музея» от 15.05.2018г. №60

Список используемой литературы

1. Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. М., 2012. — с. 8 - 20.
2. Архив Российского этнографического музея. Ф. 1. Оп. 1. Д. 328.
3. Баранов Д. А. Этнографический музей и «вещественная этнография» // Этнографические коллекции в музеях: культурные стратегии и практики: Материалы Двенадцатых Санкт-Петербургских этнографических чтений. СПб.: ипц спгутд, 2013. с. 10 - 15.
4. Баранов, Д.А. Этнографический музей и «рационализация системы» [Текст] / Д.А. Баранов // Этнографическое обозрение. – 2010. – № 4. – С. 26–43.
5. Батыгин Г. С. Структурный функционализм Толкотта Парсонса // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2003. №4-5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnyy-funktsionalizm-tolkotta-parsonsa> (дата обращения: 09.05.2019г.).
6. Батюта, Е. А., Каменский, С. Ю., Рамзин, С. А. Музейная антропология: конструирование идентичности посетителя во взаимодействии с новым музеем [Текст] // / Е.А.Батюта, С. Ю. Каменский, С. А. Рамзин // Вестник Гуманитарного университета. -2014. - № 1 (4). - С. 177 - 188.
7. Блумер Г. Символический интеракционизм: перспектива и метод / Герберт Блумер; пер. с англ. А.М. Корбута. — Москва: Элементарные формы, 2017. — с. 346.

8. Ботякова О.А. Музей этнографического профиля в контексте образования и культуры России : диссертация ... кандидата культурологии : 24.00.03. - Санкт-Петербург, 2006. - 240 с. : ил.
9. Ботякова О. А. Роль этнографического музея в воспитании толерантности // Музей. Традиции. Этничность. 2012. №1. — с. 86 - 93.
10. Быстрова А.Н. Культурное пространство как предмет философской рефлексии // Философские науки. 2004.№12. — с. 24-40.
11. Гафар Т. Образование в современном музее: типы программ и направления развития // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. М., 2012. — с. 29-35.
12. Всероссийский музейный съезд: Тез. докл. М.; Л., 1930. — с. 3-4.
13. Государственный музей этнографии народов СССР: Путеводитель/{Сост. Э.А. Корсун}. — Л.: Лениздат, 1980. — 216 С., ил.
14. Грусман В.М. Музей в системе формирования национально-государственной идеи. — СПб.: «Деловая полиграфия», 2007. — 264 С.
15. Гудима Т.М. Нерешенные проблемы культурной политики современной России // Знание. Понимание. Умение. 2008. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nereshennyye-problemy-kulturnoy-politiki-sovremennoy-rossii> (Дата последнего обращения: 09.05.2019 г.).
16. Дмитриев В.А. Проблемы объектно-источниковой зоны этнографического музея. // Этнографический источник. Материалы Третьих Санкт-Петербургских чтений., СПб., 2004., — с. 10.
17. Дмитриев, В. А., Грусман, В. М. Этнографический отдел Русского музея и
18. концепция национального музея [Текст] / В. А. Дмитриев, В. М. Грусман/ Музей. Традиции. Этничность. - 2012. - № 1. - С. 10 – 28.
18. Илле М.Е. Участие жителей «культурной столицы» в культурной жизни Петербурга // Антропология Петербурга: сборник статей к 85-летию со дня рождения Н.В. Юхнёвой / Отв. ред. Н.Е. Мазалова. — СПб.: МАЭ РАН, 2017. Ч. 1. — с. 331-347.
19. Каулен М.Е., Коссова И.М., Сундиева А.А. (ред.) Музейное дело России. М.: ВК, 2003. 676 С.

20. Козлова, Т.В. Технологии позиционирования учреждений культуры / Т.В. Козлова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2005. – No 11. – С. 65–73.
21. Коршунова Д.А. Музей как «локус медиации» культуры современного города // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. No 5А. — с. 441-454.
22. Кузина Г.А. Государственная политика в области музейного дела в 1917 - 1941 гг. — М., 1988 — 230 С.
23. Лорд Б., Лорд Г. Менеджмент в музейном деле. М.: Лотос, 2002. 256 С.
24. Мельникова Н.А. Событийный маркетинг в сфере культуры: анализ коммуникационного продвижения событий регионального музея // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2014. №3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-marketing-v-sfere-kultury-analiz-kommunikatsionnogo-prodvizheniya-sobytyy-regionalnogo-muzeya> (Дата последнего обращения: 09.05.2019).
25. Могилянский, Н.М. Областной или местный музей как тип культурного учреждения [Текст] / Н.М. Могилянский // Живая старина. – 1916. – Т. XXV. – Кн. IV. – С. 303–326.
26. Могилянский, Н.М. Русские этнографические музеи и собрания. II Этнографический отдел Русского музея Императора Александра III [Текст] / Н.М. Могилянский // Живая старина. – 1911. – Кн. 4 — С. 473–498.
27. Музейная экспозиция (Теория, практика, искусство экспозиции, новые сценарии и концепции). М., 1997; Долак Я. Музейная экспозиция – музейная коммуникация // Вопросы музеологии. 2010. No 1. С. 106-117.
28. Национальная идея России: в 6 т. / В.И. Якунин, С.С. Сулакшин, В.Э. Багдасарян (и др.). М., 2012. —4440 С.
29. Панченко А.Б. Д. А. Клеменц И Н. М. Могилянский: У Истоков Народоведения В Этнографическом Отделе Русского Музея. // Вестник Сургутского Государственного Педагогического Университета: Научный Журнал. 3 (42)., — 2016 — С. 41 - 47.

30. Рудецкий О. А. Образовательный потенциал музея (в аспекте этнической культуры) // Высшее образование в России. No 3, 2011. — с. 121 - 124.
31. Самойлов А.В., Волкова Е.Ю. Проблемы развития внутреннего туризма в России через призму качества // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум»: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016023757> (дата последнего обращения: 14.05.2019г.).
32. Санжаревский И.И. Национальная идея как объект политической конкуренции в современной России // Вестник Поволжского института управления, — 2017., — Том 17. №5., — с. 12-19.
33. Сведения о наличии и распределении земель в Российской Федерации на 01.01.2017 (в разрезе субъектов Российской Федерации) // Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)
34. Стат. ежегодник России, 1915, I-ый отдел. Территория и население // Петроград: Типография Штаба Петроградского военного округа, 1915. — с. 26, 58.
35. Тальзи О. А. Духовные традиции Петербурга: диалог Востока и Запада // Материалы Международной конференции «Философия в диалоге культур: взгляд из Петербурга», СПб: КОПИ-ПАРК, 2009. — с. 83 - 86.
36. Токарев, С. А. История русской этнографии (Дооктябрьский период) [Текст] /Токарев С. А. // - М.: Наука, 1966. – 456 с.
37. Федорова, В.И. Революционный народник, ученый и просветитель Д.А. Клеменц [Текст] / В.И. Федорова. – Красноярск : Изд-во Краснояр. ун-та, 1988. – 176 с.
38. Хлыщева Е.В. «Чужой» versus «Неочужой»: к проблеме трансформации адаптивных практик мигрантов в Европе и России. // Человек. Сообщество. Управление., — 2017., — Том 18, №4., — с. 99-115.
39. Шуберт К. Удел куратора. Концепция музея от Великой французской революции до наших дней. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. — (Garage pro). — 224 С.

40. Яновская Е.В. Новые подходы и новые темы в выставочной деятельности современного музея: на примере музея «Карабиха» // ВМ. 2013. №2 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-podhody-i-novye-temy-v-vystavochnoy-deyatelnosti-sovremennogo-muzeya-na-primere-muzeya-karabiha> (дата последнего обращения: 09.05.2019 г.).
41. Bourdieu, P. et al. The love of art: European art museums and their public [Текст] / P. Bourdieu. – Standford Univ. Press, 1990. – p. 182.
42. Cameron D. A viewpoint: the Museum as a Communication System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. No 1. p. 33–40.
43. Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums // Museum International. 1972. V. 24. No. 2. P. 110-117; Fyfe G. Sociology and the social aspects of museums // A companion to museum studies. 2006. — 317 P.
44. Festinger L. A theory of cognitive dissonance. Stanford university press, 1962.
45. Hudson K. Museums for the 1980s – survey of world trends. L., 1977. 315 P.

Интернет-источники

1. Сайт аналитического агентства ТурСтат: <http://turstat.com/besttravelcityrussia2018> (дата последнего обращения: 09.05.2019г.)
2. Сайт Российского этнографического музея: <http://old.ethnomuseum.ru> (дата последнего обращения: 13.05.2019г.)
3. Статистика культуры РФ, 2016 год. <https://stat.mkrf.ru/upload/statdoc/20180116.pdf> (дата последнего обращения: 14.05.2019 г.)
4. Сайт федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru> (дата последнего обращения: 12.05.2019 г.)
5. Отзыв посетителя Гоголь-марафона, устроенного Этнографическим музеем совместно с Детским бюро «Культурный Кот». Отзыв оставлен в группе ВКонтакте Детского бюро «Культурный Кот»: https://vk.com/kultkot?w=wall-20894983_14306 (Дата последнего обращения: 09.05.2019 г.)

Приложение № 1. Экспозиции Российского этнографического музея 2019 год¹⁸²

Экспозиции по народам Восточной Европы

- Русские. Конец XIX — начало XX в.
- Экспозиция «Русский традиционный костюм»
- Белорусы. Конец XIX — начало XX в.
- Украинцы. Конец XIX — начало XX в. (частично на реконструкции)
- Молдаване. Конец XIX — начало XX в.
- Народы Поволжья и Приуралья. Середина XIX — начало XX в. (частично на реконструкции)
- Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв.

Экспозиции по народам Сибири и Дальнего Востока

- Народы Сибири и Дальнего Востока (на реконструкции)
- Временная экспозиция «Арктика — земля обитаемая»

Экспозиции по народам Средней Азии и Казахстана

- Народы Средней Азии и Казахстана
- Экспозиция «История и культура евреев России»
- Сокровища Особой кладовой

Экспозиции по народам Кавказа и Крыма

- Экспозиция «Народы южного Кавказа конец XIX–начало XX вв.»

¹⁸² Сайт Российского этнографического музея: <http://old.ethnomuseum.ru/ekspozicii-muzeya> (Дата обращения: 13.05.2019г.)

Приложение № 2. Экспозиции Государственного музея этнографии народов СССР 1980 г.¹⁸³

Экспозиции

1. Союз равноправных народов

2. Русские

**3. Народы Запада и Юго-Запада
Европейской части СССР**

- Украинцы
- Белорусы
- Молдаване

4. Народы Прибалтики

- Эстонцы
- Латыши
- Литовцы

**5. Народы Средней Азии и
Казахстана**

- Узбеки
- Казахи
- Киргизы
- Таджики
- Туркмены

6. Народы Кавказа

- Азербайджанцы
- Грузины
- Армяне
- Народы Дагестана

**7. Народы Сибири и Дальнего
Востока**

- Чукчи, коряки, эскимосы

- Ненцы

- Ханты и манси

- Эвенки

- Народы Амура

- Якуты

- Народы Южной Сибири

- Буряты

**8. Народы Среднего Поволжья и
Приуралья**

- Коми-зыряне

- Коми-пермяки

- Удмурты

- Мордва

- Марийцы

- Чуваши

- Башкиры

- Татары

**9. Новое и традиционное в
современном народном жилище
и одежде**

10. Современное народное искусство

¹⁸³ Государственный музей этнографии народов СССР: Путеводитель/{Сост. Э.А. Корсун}. — Л.: Лениздат, 1980. — 216 С., ил.

Приложение №3. Список информантов

Список информантов — сотрудников Российского этнографического музея

№ инт ервью	Стаж работы в музее	Должность	Расшифровка приведённых в работе цитат
1.1	23 года	Научный сотрудник	<i>«Сначала нам перестали платить премии. Никаких премий в течении трёх лет. Потом начали задерживать зарплаты администрации. Сейчас ползут слухи о том, что зарплату будут задерживать и простым служащим.»</i>
1.1	23 года	Научный сотрудник	<i>«В советское время наш музей занимал одно из центральных мест: к нам ездили со всей страны музейные сотрудники на стажировки и обмен опытом. Курсы, что мы проводим сейчас — лишь малая доля того, что мы делали до 90х годов»</i>
1.2	12 лет	Научный сотрудник	
1.3	35 лет	Заведующий сектором	
1.4	10 лет	Научный сотрудник	
1.5	43 года	Научный сотрудник	<i>«В день мы водили по 5-6 экскурсий, 4 из них были туристическими. В первой половине дня шли школьные группы, а во второй, как приходили паромы, так сразу туристов везли по маршруту: этнографический музей, русский музей, Эрмитаж, Петергоф и другие пригороды. Туристы приезжали в основном русскоговорящие, из республик»</i>

№ инт ерв ью	Стаж рабо ты в музее	Должность	Расшифровка приведённых в работе цитат
1.6	7 лет	Научный сотрудник	«Если разобраться, то выставки, скорее всего, мы делаем друг для друга: для тех же научных сотрудников и специалистов. Хотелось бы попасть в интерес широкого посетителя, но, кажется, мы действительно не представляем, что нужно от музея тому, кто ничего не знает об этнографии как науке.»
1.7	12 лет	Заведующий сектором	«Выбор темы для музейного занятия продиктован актуальной задачей. Это может быть информационный повод. К примеру: Правительство объявило год театра. И мы думаем, на каких же экспозициях можно раскрыть тему театра. Мы готовим тематические экскурсии по временным выставкам, перерабатываем морально устаревшие программы, готовим новые темы для школьных абонементов и другое.»
1.7	12 лет	Заведующий сектором	«Учащиеся — основная и самая стабильная категория посетителей. Школы просто обязаны водить учеников в музей. На них мы и ориентируемся в основном в своей работе»

№ инт ерв ью	Стаж рабо ты в музее	Должность	Расшифровка приведённых в работе цитат
1.7	12 лет	Заведующий сектором	<i>«Невероятно сложно адаптировать современные этнографические экспозиции для неподготовленного посетителя. Чем больше объясняешь, тем больше вопросов. У нас нет возможностей и не стоит такой задачи рассказать о каждом поселении. Но когда в одной сцене, образно говоря, стол от одного народа, стулья от второго, скатерть от третьего, посуда от четвертого (и т.д.), сцена не может претендовать ни на отражение частного — так быть не могло нигде, ни на отражение общего — такие сцены статичны и не вписываются в рамки повествовательной экскурсии.»</i>
1.8	25 лет	Административно-руководящий персонал	
1.9	18 лет	Заведующий отделом	
1.10	28 лет	Заведующий отделом	<i>«Как правило дирекция принимает идеи, но бывает и такое, что шёл обсуждать одну выставку, а вышел с заседания уже с другой, навязанной сверху.»</i>
1.11	8 лет	Научный сотрудник	<i>«Без выставочной деятельности невозможно оценить научную деятельность музея. Вот чем занимается научный отдел музея антропологии РАН? Этого никто не знает.»</i>

№ инт ерв ью	Стаж рабо ты в музее	Должность	Расшифровка приведённых в работе цитат
1.12	24 года	Заведующий отделом	<i>«В последние года, конечно, стало больше выездных выставок, то, что посетители видят в музее — малая толика того, что мы действительно делаем»</i>
1.13	37 лет	Научный сотрудник	<i>«Помню, в экспедиции попался предмет, с богатой историей участия в погребальных обрядах. Я так умоляла владелицу его продать в коллекцию, объясняла уникальность находки. А владелица отвечала, что не может продать, на нём 12 душ, её с ним хоронить будут. Я всё не отставала. До сих пор стыдно»</i>
1.14	18 лет	Административно-руководящий персонал	<i>«Мы долго сопротивлялись этой тенденции, но всё же музею пришлось пойти на эти меры. Для сотрудников нашего музея, естественно, участие остаётся бесплатным»</i>
1.15	7 лет	Научный сотрудник	<i>«Публиковаться нынче дорого. Но мы обычно являемся постоянными авторами нескольких научных изданий и имеем уже наработанные связи с другими музеями. Так сказать, задействуем не финансовый, а социальный капитал. Как справляются начинающие исследователи с нашими доходами — не известно»</i>
1.15	7 лет	Научный сотрудник	<i>«В идеале для людей. В реальности, конечно, мы работаем для себя, а выставки делаем друг для друга»</i>

№ инт ерв ью	Стаж рабо ты в музее	Должность	Расшифровка приведённых в работе цитат
1.16	11 лет	Научный сотрудник	<p><i>«Допустим, мне надо поработать с вещами. Я это могу сделать только, когда удобно хранителю. По иронии, хранитель интересующего меня фонда — пожилая дама, которой никогда не бывает на месте. Она сама не занимается своими фондами, и другим их не передаёт. Руководство бездействует, потому что ему видите ли неудобно идти на конфликт.»</i></p>
1.17	15 лет	Научный сотрудник	<p><i>«Экспозиция Русских, конечно, может, уже устарела по своему облику, зато в ней всё устроено логически. Экскурсию можно представить как путешествие: вот так работали, вот так жили, вот так праздновали. С новыми экспозициями, где всё нагромождено в кучу, ещё и вещи разных народов вперемешку совершенно невозможно выстроить конструктивный разговор, особенно с неподготовленным человеком»</i></p>
1.17	15 лет	Научный сотрудник	<p><i>«сотрудники неоднократно находили остатки еды и окурки на экспозиции после коммерческих мероприятий»</i></p>

№ инт ерв ью	Стаж рабо ты в музее	Должность	Расшифровка приведённых в работе цитат
1.18	18 лет	Научный сотрудник	<p><i>«Экспозиционеры, оформители этикетажа и информационных материалов, художники, оформители, монтажники делают своё дело. А потом приходим мы (Прим. сотрудники отдела консервации) и ужасаемся. Климатические условия сохранять в здании музея с нарушенной вентиляцией итак крайне сложно, а в условиях художественного решения выставки чаще всего выполнение такой задачи невозможно по определению. Приходится вносить коррективы. Случается, что приходится полностью менять оформление.»</i></p>
1.19	2 года	Специалист	
1.20	10 лет	Заведующий отделом	<p><i>«Просветительской деятельности будет недостаточно даже если нас будут посещать миллионы посетителей в год. В музее 22 человека зарабатывают за себя и ещё за 220 человек.»</i></p>
1.21	12 лет	Заведующий отделом	

№	Информант	Стаж	Расшифровка приведённых в работе цитат
2.1	<p>Слушательница курсов повышения квалификации.</p> <p>Региональный музей — Главный хранитель</p>	12 лет	<p><i>«У меня есть план, по которому я должна в год проходить определённое количество часов курсов повышения квалификации. Причём, курсы, включающие меньше 72х академических часов, не учитываются. Нашему музею на такие поездки выделяются деньги, но возникает другая проблема: заканчиваются места, которые проводят такие курсы. Я уже проходила курсы и по не совсем моему профилю. Через пару лет, видимо, поеду на одни и те же курсы по второму кругу»</i></p>
2.2	<p>Слушательница курсов повышения квалификации.</p> <p>Региональный музей — Методист</p>	9 лет	<p><i>«Музей уже три года пытается обучить сотрудников на курсах. Из областного бюджета ни копейки на обучение не выделяется. Мы регулярно подаём на гранты, и вот в этом году я выиграла грант. Остальные коллеги будут пытаться уже в следующем году»</i></p>
2.3	<p>Слушательница курсов повышения квалификации.</p>	18 лет	<p>Дом народного творчества — Мастер-педагог</p>

№	Информант	Стаж	Расшифровка приведённых в работе цитат
2.4	Лектор курсов повышения квалификации. Музей Санкт-Петербурга — Главный хранитель	27 лет	<i>«Люди рассчитывают, что, если они передали вещь музею, то её обязательно тут же включат в постоянную экспозицию, оформят в золотую рамочку и повесят на самом видном месте. Такие индивиды, когда в очередной раз приходят в музей и не находят своего экспоната, начинают скандалить. Они уверены, что их дар разворовали»</i>
2.5	Слушательница курсов повышения квалификации.	37 лет	МАЭ им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН — Хранитель фондов
2.6	Частное экскурсионное бюро — Директор	10 лет	<i>«Мы всегда оплачиваем экскурсионную путёвку. Например, Академии Художеств мы принесли в этом году больше 300000 рублей. И обеспечили увеличение продаж экскурсионных путевок. То есть мимо кассы музея это не проходит.»</i>
2.6	Частное экскурсионное бюро — Директор	10 лет	<i>«Такое впечатление, как будто музеи не хотят улучшить свою ситуацию. Например, в Музей Чистякова (филиал Академии Художеств) никто не ходит. Директор Академии Художеств говорит управляющей музея (он её начальник): «К вам фирма приведет в мае кучу людей, ура!» А она ему: «Нам люди не нужны.»</i>

№	Информант	Стаж	Расшифровка приведённых в работе цитат
2.7	Сотрудник Школа-Интернат №1 Им. К. К. Грота — Воспитатель	8 Лет	«Сейчас государство проводит активную политику по развитию доступной среды //... // К нам обращаются разные музеи с предложением о проведении занятий для наших учеников. // ... // У нас не хватает ресурсов для посещения всех занятий. Ни времени у ребят, ни автобусов для поездки.»

Приложение №4 Функции отделов Российского этнографического музея¹⁸⁴Наименование отделов, сотрудники которых осуществляют

«Научно-фондовую работу, научно-исследовательскую и информационную издательскую деятельность»:

- Отдел этнографии русского народа
- Отдел этнографии Белоруссии, Украины и Молдавии
- Отдел этнографии народов Северо-Запада и Прибалтики
- Отдел этнографии народов Поволжья и Приуралья
- Отдел этнографии народов Сибири и дальнего Востока
- Отдел этнографии народов Кавказа, Средней Азии и Казахстана
- Отдел научной систематизации и издательской деятельности

Основные рабочие функции, выполняемые этими отделами:

- 1) Организация работ по изучению и каталогизации предметов музейного фонда, включая атрибуцию музейных предметов.
- 2) Организация научных экспедиций с целью пополнения музейных фондов.
- 3) Подготовка перспективных планов (или концепций) развития музея, комплектования фондов, экспозиционно-выставочной работы и т.д.;
- 4) Подготовка и публикация монографий, альбомов, каталогов, сборников научных статей, путеводителей, буклетов и т.д.
- 5) Создание и обеспечение работы музейного сайта в актуальном режиме.
- 6) Разработка описаний музейных предметов и коллекций для представления в сети Интернет.
- 7) Размещение цифровых копий и описаний музейных предметов и музейных коллекций в сети Интернет.
- 8) Размещение информации о музейных предметах и коллекциях, выставках на различных ресурсах в сети Интернет.
- 9) Публикация музейных изданий, включая путеводители и буклеты и т.д.
- 10) Содействие в изготовлении сувениров, фотографий, открыток, каталогов, видеофильмов и слайд-фильмов, электронных носителей о музее и музейных коллекциях.
- 11) Организация постоянной экспозиции музея, отражающей историю, экономику, природу, культуру региона.
- 12) Разработка концепций, тематических структур и тематико-экспозиционных планов, сопроводительных текстов и этикетажа экспозиций и выставок

¹⁸⁴ Положение о системе нормирования труда работников Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Российский этнографический музей»

для публичного показа музейных предметов, и музейных коллекций в музее и вне музея.

Наименование отделов, сотрудники которых осуществляют

«Учетно-хранительскую работу»:

- Отдел научной документации
- Отдел спец. хранения
- Отдел фотографии
- Реставрационная мастерская
- Отдел консервации
- Отдел книжного фонда

Основные рабочие функции, выполняемые этими отделами:

- 1) Формирование, хранение и пополнение музейных фондов;
- 2) Реализация комплекса мероприятий по обеспечению сохранности и безопасности музейных фондов;
- 3) Реставрация музейных предметов;
- 4) Организация учета музейных фондов;
- 5) Проведение инвентаризации музейных предметов и музейных коллекций;
- 6) Внедрение современных технологий в учетно-хранительскую деятельность музея, систем учета музейных предметов и музейных коллекций перевод в электронный вид музейного фонда, оцифровка музейных предметов и т.д.
- 7) Организация работ по изучению и каталогизации предметов музейного фонда;
- 8) Внесение сведений о музейных предметах в Государственный каталог Музейного фонда РФ.
- 9) Подготовка к транспортировке музейных предметов и музейных коллекций для публичного показа вне музея с целью обеспечения их сохранности;
- 10) Оформление правовых и учетно-хранительских документов для обеспечения публичного показа предметов и коллекций;
- 11) Подготовка цифровых копий музейных предметов и музейных коллекций для публичного показа в сети Интернет.

Наименование отделов, сотрудники которых осуществляют

«Экспозиционно-выставочную работу»:

- Экспозиционно-выставочный отдел
- Отдел внешних связей

Основные рабочие функции, выполняемые этим отделами:

- 1) Участие в организации постоянной экспозиции музея, отражающей историю, экономику, природу, культуру региона;
- 2) Участие в разработке концепций, тематических структур и тематико-экспозиционных планов, сопроводительных текстов и этикетажа экспозиций и выставок для публичного показа музейных предметов, и музейных коллекций в музее и вне музея;
- 3) Подготовка и организация временных тематических выставок в музее и вне музея;
- 4) Подготовка виртуальных выставок музея.
- 5) Подготовка выставок для особых категорий посетителей с возможностью тактильного восприятия и т.д.

Наименование отделов, сотрудники которых осуществляют

«Обеспечение научно-просветительной работы»:

- Научно-методический отдел
- Отдел Музейных образовательных программ
- Отдел информации и организации приёма посетителей

Основные рабочие функции, выполняемые этим отделами:

- 1) Организация и проведение экскурсий, лекций, массовых тематических мероприятий, занятий по музейным образовательным программам;
- 2) Разработка методических пособий для проведения экскурсий, лекций, массовых тематических мероприятий, занятий по образовательным программам;
- 3) Разработка и подготовка текстов новых экскурсий, новых лекций и циклов лекций, массовых тематических мероприятий и новых образовательных программ;
- 4) Включение в проводимые мероприятия (в том числе экскурсии, лекции и занятия) театрализованных и игровых форм;
- 5) Разработка и проведение PR-акций, сопровождающих выставочную деятельность музея.
- 6) Формирование в музее клубов, кружков и иных любительских объединений по интересам, а также иная музейно-педагогическая деятельность;
- 7) Проведение мероприятий для социально незащищенных слоев населения;
- 8) Использование новейших информационных технологий в научно-просветительской /культурно-образовательной деятельности.

Приложение №5. Образовательные программы Российского этнографического музея.¹⁸⁵

№	Тип программы	Программа	Возрастные категории	Экспозиция
1	Детская экскурсия	«Теремок»	дошкольники	Русские. Конец XIX — начало XX в.
2	Детская экскурсия	«У зайчика была избушка лубяная...»	дошкольники, младшие классы	Обзорная
3	Детская экскурсия	«Как рубашка в поле выросла»	дошкольники, младшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в.
4	Детская экскурсия	«В каких домах живут люди»	средние классы	Обзорная
5	Детская экскурсия	«Всякая душа празднику рада»	младшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в.
6	Детская экскурсия	«Делу время — потехе час»	младшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в.
7	Детская экскурсия	«Падчерица и чёрт»	младшие классы	Белорусы. Конец XIX — начало XX в.
8	Детская экскурсия	«Янтарное море, янтарный берег»	младшие классы	Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв.
9	Детская экскурсия	«Перя-богатырь»	младшие классы	Народы Поволжья и Приуралья. Середина XIX — начало XX в.
10	Детская экскурсия	«Предания полярной ночи»	младшие классы	«Арктика — земля обитаемая»
11	Детская экскурсия	«Спой песню, Акын»	младшие классы	Народы Средней Азии и Казахстана
12	Детская экскурсия	«Умная жена»	младшие классы	Народы южного Кавказа конец XIX–начало XX вв

¹⁸⁵ Справочник музейных образовательных программ 2019 год.

№	Тип программы	Программа	Возрастные категории	Экспозиция
13	Детская экскурсия	«Отцовский клад»	младшие классы	Молдаване. Конец XIX — начало XX в.
14	Детская экскурсия	«Негаснущая свеча»	младшие классы	«История и культура евреев России»
15	Детская экскурсия	«Муравейное братство»	младшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в.
16	Детская экскурсия с игровыми элементами	«Все по лавочкам сидят, кашу маслену едят»	младшие классы	Площадка Детского центра
17	Детская экскурсия с игровыми элементами	«Едет маслена по льду, везёт блинцы на меду»	младшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
18	Детская экскурсия с игровыми элементами	«Русская народная игрушка»	младшие классы	Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв., Площадка Детского центра
19	Детская экскурсия с игровыми элементами	«Жили-были дед и баба...»	младшие классы	Площадка Детского центра
20	Детская экскурсия с игровыми элементами	«Плачет хлебушек, когда есть его лентяй»	младшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
21	Детская экскурсия с игровыми элементами	«Уродилась коляда на кануне рожества»	младшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
22	Детская экскурсия с игровыми элементами	«Дорого яичко ко Христову дню»	младшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
23	Детская экскурсия с игровыми элементами	«Игра не хитрая штука, да в каждой игре наука»	младшие классы	Обзорная

№	Тип программы	Программа	Возрастные категории	Экспозиция
24	Детский праздник в музее	«Именины хлеба»	средние классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
25	Детский праздник в музее	«Покроа»	средние классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
26	Детский праздник в музее	«Русские святки»	средние классы	Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв., Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
27	Детский праздник в музее	«День рождения домового»	средние классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
28	Детский праздник в музее	«Масленица»	средние классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
29	Детский праздник в музее	«В хороводе на горе девушки гуляли»	средние классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Площадка Детского центра
30	Детский праздник в музее	«Бесёда	средние классы, старшие классы	Площадка Детского центра
31	Экскурсия с использованием дидактического материала	«Письмо на клыке моржа»	младшие классы	«Арктика — земля обитаемая»
32	Экскурсия с использованием дидактического материала	«Амулет, оберег, талисман»	средние классы, старшие классы	Обзорная

№	Тип программы	Программа	Возрастные категории	Экспозиция
33	Обзорная экскурсия	Обзорная экскурсия по музею	средние классы, старшие классы, взрослые	Обзорная
34	Тематическая экскурсия	Тематическая экскурсия по временным выставкам	средние классы, старшие классы, взрослые	Временная выставка
35	Тематическая экскурсия	«Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII –XX вв.»	старшие классы, взрослые	Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв.
36	Тематическая экскурсия	«Народы Поволжья и Приуралья XIX – XX вв.»	старшие классы, взрослые	Народы Поволжья и Приуралья. Середина XIX — начало XX в.
37	Тематическая экскурсия	«Белорусы. XIX – XX вв.»	старшие классы, взрослые	Белорусы. Конец XIX — начало XX в.
38	Тематическая экскурсия	«Молдаване. XIX – XX вв.»	старшие классы, взрослые	Молдаване. Конец XIX — начало XX в.
39	Тематическая экскурсия	«Народы Средней Азии и Казахстана. XIX –XX вв.»	старшие классы, взрослые	Народы Средней Азии и Казахстана
40	Тематическая экскурсия	«Народы Южного Кавказа. XIX – XX вв.»	старшие классы, взрослые	Народы южного Кавказа конец XIX–начало XX вв
41	Тематическая экскурсия	«История и культура еврейского народа на территории России XVIII –XX вв.»	старшие классы, взрослые	«История и культура евреев России»
42	Тематическая экскурсия	«Кость, рог, янтарь в традиционных культурах народов Евразии. XVII – XX вв.»	старшие классы, взрослые	«Арктика — земля обитаемая»
43	Тематическая экскурсия	Народы Сибири по выставке «Арктика – земля обитаемая»	старшие классы, взрослые	«Арктика — земля обитаемая»

№	Тип программы	Программа	Возрастные категории	Экспозиция
44	Тематическая экскурсия	Экскурсия по экспозиции «Русские. XIX – начало XX вв.»	старшие классы, взрослые	Русские. Конец XIX — начало XX в.
45	Тематическая экскурсия	«Традиционные обряды и праздники русского народа»	старшие классы, взрослые	Русские. Конец XIX — начало XX в.
46	Тематическая экскурсия	«Русский традиционный костюм»	старшие классы, взрослые	Русские. Конец XIX — начало XX в.
47	Тематическая экскурсия	«Русская трапеза»	старшие классы, взрослые	Русские. Конец XIX — начало XX в.
48	Тематическая экскурсия	«Созываем гостей со всех волостей»	старшие классы, взрослые	Обзорная
49	Тематическая экскурсия	«Свадьба в традиционной культуре народов России»	старшие классы, взрослые	Обзорная
50	Тематическая экскурсия	«Драгоценности Особой кладовой»	взрослые	Сокровища особой кладовой
51	Тематическая экскурсия	«Архаические верования»	средние классы, старшие классы	«Арктика — земля обитаемая»
52	Тематическая экскурсия	«Христианство»	средние классы, старшие классы	Русские. Конец XIX — начало XX в., Народы Северо-Запада России и Прибалтики XVIII–XX вв. Белорусы. Конец XIX — начало XX в.
53	Тематическая экскурсия	«Иудаизм»	средние классы, старшие классы	«История и культура евреев России»
54	Тематическая экскурсия	«Ислам»	средние классы, старшие классы	Народы южного Кавказа конец XIX–начало XX вв, Народы Средней Азии и Казахстана

№	Тип программы	Программа	Возрастные категории	Экспозиция
55	Тематическая экскурсия	«Буддизм»	средние классы, старшие классы	Сокровища особой кладовой
56	Тематическая экскурсия	«Текстиль в традиции народов России»	средние классы, старшие классы	Обзорная
57	Тематическая экскурсия	«Дерево в традиции народов России»	средние классы, старшие классы	Обзорная
58	Тематическая экскурсия	«Глина в традиции народов России»	средние классы, старшие классы	Обзорная
59	Тематическая экскурсия	«Кожа в традиции народов России»	средние классы, старшие классы	Обзорная
60	Тематическая экскурсия	«Металл в традиции народов России»	средние классы, старшие классы	Обзорная
61	Мастер-класс	Школа ремёсел	младшие классы, средние классы, старшие классы	Площадка Детского центра
62	Мастер-класс	Викторина	младшие классы	Площадка Детского центра
63	Мастер-класс	Ичиги	младшие классы	Площадка Детского центра
64	Мастер-класс	Игры народов Кавказа	младшие классы, средние классы	Площадка Детского центра
65	Рекреационные программы	«Крошка этнограф»	дошкольники	Обзорная
66	Рекреационные программы	Студия этнопедагогики «Солнышко»	дошкольники	Обзорная, Площадка Детского центра
67	Рекреационные программы	День рождения в музее	младшие классы, средние классы	Обзорная

Приложение №6 Пилотажное исследование посетителей на дне открытых дверей 23 сентября 2018 года. Результаты опроса.

Анкета¹⁸⁶:

1: Вы посещаете РЭМ... (0-впервые, 1-раз в год и реже, 2-несколько раз в год, 3-раз в месяц, 4-часто)

2: Вы посещаете другие музеи/выставочные пространства... (0-в другом городе (для туристов), 1-раз в год и реже, 2-несколько раз в год, 3-раз в месяц, 4-часто)

3: Есть ли у Вас дети/внуки (несовершеннолетние родственники)? (ДА/НЕТ)

4: В какой компании Вы сегодня пришли в музей? (1-одни, 2-с друзьями/семьей, 3-в компании с ребенком)

5: Как предпочитаете посещать музей? (0-затрудняюсь ответить/не интересуюсь, 1-самостоятельно/в компании, 2-самостоятельно в компании с ребёнком, 3-с экскурсией, 4-детские программы/мастер-классы)

6: Что вас больше всего привлекает в музее? (тема музея/интересная коллекция, экспозиция/возможность посещать детские программы¹⁸⁷)

7: Откуда узнали о дне открытых дверей (1-группа музея ВК, 2- сайт музея, 3-от сотрудников музея, 4-от друзей, 5-случайно)

8: Укажите Ваш пол (Ж - женщина, М - мужчина)

9: Укажите Ваш возраст (1 - 18-24 года, 2 - 25-32 года, 3 - 33-40 года, 4 - 41-54 года, 5 - 55-64 года, П - 65+ лет)

10: Ваше место проживания (С-Санкт-Петербург, Л-Ленобласть, Т-турист, ИТ-иностраный турист)

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	2	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	1	Ж	3	Л
2	1	2	ДА	3	4,2,3,1	тема музея	5	Ж	4	Л
3	4	2	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	1	Ж	3	С
4	2	3	ДА	3	4,2,3,1	тема музея	5	Ж	5	Л

¹⁸⁶ Анкетирование проводилось лично, анкеты заполнял интервьюер.

¹⁸⁷ Прим. Респондентам предлагался вариант ответа «возможность посещать лекции/экскурсии», но те, кто говорил, что интересуется музейными образовательными программами, добавлял комментарий, что интересуется именно детскими программами.

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	2	3	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	1	Ж	5	Л
6	0	0	ДА	3	0	тема музея	2	Ж	4	Т
7	4	3	ДА	3	4,2,1,3	коллекция музея	3	Ж	3	С
8	2	3	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	4	Ж	4	С
9	2	3	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	4	Ж	4	С
10	2	2	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	1	М	5	С
11	1	3	ДА	3	4,3,2,1	тема музея	1	М	5	С
12	0	0	ДА	3	0	детские программы	4	Ж	5	Т
13	2	3	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	4	М	П	С
14	3	3	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	1	Ж	4	С
15	1	0	ДА	2	0	детские программы	2	Ж	1	Т
16	0	0	ДА	2	0	тема музея	4	М	1	Т
17	2	2	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	2	Ж	5	С
18	1	2	НЕТ	2	3,1	коллекция музея	2	Ж	2	С
19	1	3	НЕТ	1	1,3	коллекция музея	4	Ж	1	С
20	1	2	НЕТ	2	3,1	тема музея	5	М	4	С
21	1	2	ДА	3	3,4,2,1	тема музея	5	Ж	4	С
22	4	2	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	2	Ж	3	Л
23	2	2	ДА	3	3,4,2,1	тема музея	1	М	4	Л
24	2	2	НЕТ	2	1,3	коллекция музея	2	М	2	С
25	2	2	ДА	3	1,3,4,2	коллекция музея	5	М	2	С
26	1	2	ДА	3	3,1,4,2	тема музея	2	Ж	1	С
27	0	4	НЕТ	1	3,1	коллекция музея	4	Ж	1	С
28	1	4	НЕТ	2	1,3	коллекция музея	2	Ж	2	С
29	2	2	ДА	2	4,2,3,1	детские программы	2	Ж	5	С
30	1	2	ДА	2	4,2,1,3	тема музея	5	Ж	5	Л
31	2	2	ДА	2	4,3,2,1	детские программы	1	М	П	Л
32	2	2	ДА	2	4,3,2,1	детские программы	1	Ж	П	Л
33	0	0	ДА	2	0	тема музея	5	М	4	Т
34	0	0	ДА	2	0	тема музея	5	М	4	Т

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
35	4	4	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	1	Ж	3	С
36	4	4	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	3	Ж	3	С
37	4	3	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	3	Ж	3	С
38	2	4	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	1	М	4	С
39	1	2	НЕТ	2	3,1	коллекция музея	2	Ж	2	С
40	3	2	ДА	3	4,3,2,1	детские программы	1	Ж	5	С
41	1	1	НЕТ	2	1,3	коллекция музея	2	М	П	С
42	1	1	НЕТ	2	1,3	коллекция музея	2	Ж	П	С
43	1	2	НЕТ	2	1,3	коллекция музея	4	М	1	С
44	1	2	НЕТ	2	1,3	тема музея	2	М	1	С
45	0	0	ДА	2	0	тема музея	4	М	3	ИТ
46	1	0	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	2	Ж	2	ИТ
47	1	0	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	2	М	3	ИТ
48	3	2	ДА	3	2,1,3,4	тема музея	4	Ж	5	С
49	3	2	ДА	3	2,4,3,1	тема музея	2	Ж	5	С
50	2	3	ДА	3	2,1,3,4	коллекция музея	2	М	П	С
51	1	2	НЕТ	2	3,1	коллекция музея	4	М	5	С
52	3	3	НЕТ	2	1,3	коллекция музея	2	Ж	3	С
53	2	3	ДА	3	3,4,2,1	тема музея	3	М	4	С
54	2	2	ДА	3	4,2,1,3	тема музея	5	Ж	5	С
55	4	3	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	1	Ж	П	С
56	3	4	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	1	Ж	3	С
57	2	4	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	4	Ж	П	С
58	2	4	ДА	3	4,2,3,1	тема музея	1	М	П	С
59	2	3	ДА	2	3,4,2,1	тема музея	2	М	П	С
60	0	2	ДА	3	4,3,2,1	детские программы	4	М	2	С
61	3	2	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	1	Ж	3	Л
62	0	2	НЕТ	2	1,3	тема музея	4	М	1	С
63	0	2	НЕТ	2	1,3	коллекция музея	4	Ж	1	С
64	4	2	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	3	Ж	3	С

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
65	4	4	ДА	3	4,2,1,3	детские программы	1	Ж	3	С
66	2	3	ДА	3	4,2,1,3	тема музея	5	М	5	С
67	0	0	ДА	2	0	детские программы	4	Ж	П	Т
68	1	4	НЕТ	1	3,1	коллекция музея	2	Ж	1	С
69	2	3	ДА	3	4,2,3,1	детские программы	3	Ж	4	С
70	3	2	ДА	3	4,2,1,3	тема музея	2	Ж	1	С
71	1	2	НЕТ	2	3,1	коллекция музея	2	Ж	4	С
72	4	4	ДА	2	4,2,1,3	детские программы	2	Ж	П	С

72 анкеты

Пол

47 Женщин

25 Мужчин

55 человек имеют детей или внуков
(Ж-37, М-18)

17 человека не имеют

несовершеннолетних родственников
(Ж-10, М-7)

Возраст

18-24 года — 11 чел (Ж-7, М-4)

25-32 года — 7 чел (Ж-4, М-3)

33-40 лет — 14 чел (Ж-12, М-2)

41-54 года — 14 чел (Ж-8, М-6)

55-64 года — 14 чел (Ж-10, М-4)

65+ лет — 12 чел (Ж-6, М-6)

из 55: 43 пришли в компании

несовершеннолетних родственников,

12 пришли с друзьями или семьёй без

совершеннолетних родственников

Приложение №7 Результаты опроса гидов-переводчиков

Опрос гидов-переводчиков, проходящих повторный курс занятий по методике проведения экскурсий по основным экспозициям и выставкам Российского этнографического музея в период с 8 февраля 2018 г. по 30 апреля 2019 г.

Всего было опрошено 34 человека, среди них:

Женщин: 27 чел.

Мужчин: 7 чел.

Всего гиды-переводчики заполнили 43 анкеты.

Разница между количеством участников опроса и количеством анкет объясняется тем, что 9 человек из 34х владеют двумя иностранными языками и, соответственно, работают с туристическими группами говорящих на разных языках. Каждый из гидов заполнял от 1й до 2х анкет соответственно владению иностранными языками.

Распределение по языкам владения и их обозначение в Таблице №7.1.:

Английский язык (англ.) — 15 чел.

Французский язык (франц.) — 5 чел.

Итальянский язык (итал.) — 5 чел.

Финский язык (фин.) — 6 чел.

Испанский язык (исп.) — 6 чел.

Немецкий язык (нем.) — 6 чел.

Средний стаж работы в качестве гидов-переводчиков всех респондентов — 8 лет: от 3 до 37 лет (округление до целого числа).

Аккредитация гидов-переводчиков в Российском этнографическом музее действует 2 года. Для исследования нами были выбраны гиды-переводчики, проходящие программу продления аккредитации, то есть, респонденты как

минимум в течении двух лет водили экскурсионные группы в Российский этнографический музей в качестве гида-переводчика.

Анкета опроса:

1. Укажите ваш пол
2. Укажите стаж работы в качестве гида-переводчика
3. Укажите языки, которыми вы владеете
4. Укажите экспозиции Российского этнографического музея, интересные для групп туристов, с которыми вы работаете

Группы экспозиций в таблице соответствуют следующим числам:

1. Экспозиции по народам Восточной Европы
2. Экспозиции по народам Сибири и Дальнего Востока (в виде временной выставки «Арктика — земля обитаемая»)
3. Экспозиции по народам Средней Азии и Казахстана
4. Экспозиция «История и культура евреев России»
5. Сокровища Особой кладовой
6. Экспозиции по народам Кавказа и Крыма
7. Временные выставки

Таблица №7.1.

№	Пол	Стаж работы	Язык владения	Экспозиции и выставки, отмеченные спросом аудитории
1	Ж	3	англ.	1, 3, 4
2	Ж	3	франц.	1, 3, 4, 6
3	Ж	5	итал.	1, 2
4	М	3	англ.	1, 3, 4, 6
5	Ж	4	франц., исп.	франц. 1, 3, 6 исп. 2, 5, 7
6	Ж	3	англ.	5
7	Ж	3	англ.	4, 5
8	Ж	3	англ.	1, 3, 4

№	Пол	Стаж работы	Язык владения	Экспозиции и выставки, отмеченные спросом аудитории
9	Ж	4	франц.	1, 5, 7
10	Ж	37	фин.	1
11	Ж	9	итал.	2, 3
12	Ж	5	англ.	1, 2, 5
13	Ж	12	англ., нем.	англ. 1, 3 нем. 4, 5
14	Ж	3	англ., исп.	англ. 1, 3, 6 исп. 1, 2, 6
15	Ж	3	итал.	5
16	Ж	26	франц.	3, 5
17	М	3	англ.	1, 3, 5
18	Ж	28	исп.	5, 6
19	Ж	5	англ., фин.	англ. 1, 5 фин. 1, 2, 5, 7
20	Ж	3	исп.	2, 3, 5
21	Ж	3	англ.	1, 2, 5
22	Ж	7	англ.	1, 2, 4, 5
23	Ж	15	франц.	1, 5, 6
24	М	7	фин.	1, 5
25	М	14	англ., нем.	англ. 1, 3, 6 нем. 4
26	Ж	5	нем.	4
27	Ж	5	итал.	5
28	М	12	фин.	1, 2, 5
29	Ж	4	нем.	1, 4
30	М	6	исп.	1, 2, 5
31	М	24	фин., исп.	фин. 1, 5, исп. 1, 2, 5
32	Ж	10	англ., нем.	англ. 5, нем. 4, 5
33	Ж	7	англ., нем.	англ. 5, нем. 4
34	Ж	3	фин., исп.	фин. 1, 2, 5, исп. 1, 2, 4

Результаты опроса

В Таблице №7.2 представлены результаты опроса гидов-переводчиков. Для наглядности информации в таблице отражены данные, полученные из анкет

в числовом выражении, а также индекс полярности. В связи с тем, что распределение респондентов и их языков владения неравномерно, нами после количества анкет, указывающих на спрос аудитории на тот или иной культурный продукт в скобках указан (И) Индекс популярности ($I=K1/K2$) — от 0 до 1, где 0 — это нет спроса, а 1 — 100% спрос у данной категории. Индекс популярности предложен для удобства оценки спроса на тот или иной культурный продукт у туристических групп, говорящих на том или ином языке.

И - Индекс популярности

K1 - Количество анкет, указывающих на спрос на культурный продукт

K2 - Общее количество анкет

Таблица №7.2.

Название экспозиции	Всего (43)	англ. (15)	франц. (5)	итал. (5)	фин. (6)	исп. (6)	нем. (6)
Экспозиции по народам Восточной Европы	25 (0,5)	10 (0,6)	4 (0,8)	1 (0,2)	5 (0,8)	4 (0,6)	1 (0,1)
Экспозиции по народам Сибири и Дальнего Востока (временная экспозиция «Арктика — земля обитаемая»)	14 (0,3)	3 (0,2)	—	2 (0,4)	3 (0,5)	6 (1)	—
Экспозиции по народам Средней Азии и Казахстана	12 (0,2)	7 (0,4)	3 (0,6)	1 (0,2)	—	1 (0,1)	—
Экспозиция «История и культура евреев России»	13 (0,3)	5 (0,3)	1 (0,2)	—	—	1 (0,1)	6 (1)
Сокровища Особой кладовой	26 (0,6)	9 (0,6)	3 (0,6)	2 (0,4)	5 (0,8)	5 (0,8)	2 (0,3)
Экспозиции по народам Кавказа и Крыма	8 (0,18)	3 (0,2)	3 (0,6)	—	—	2 (0,3)	—
Временные выставки	3 (0,06)	—	1 (0,2)	—	1 (0,1)	1 (0,1)	—