

References

1. Appakova-Shogina N.Z. *V'ezdnoy i vnutrenniy turizm v Respublike Tatarstan: opyt mul'tinauchnogo issledovaniya [Inbound and domestic tourism in Republic of Tatarstan: experience of multidisciplinary research]*. Kazan, Center of innovative technologies Publ., 2014. 296 p. (In Russ.).
2. Akhatova L.I. *Razvitie turizma kak osoboy formy massovoy kul'tury v Rossii v 20-80-e gody XX veka: na materialakh TASSR: dis. kand. ist. nauk [The development of tourism as a special form of mass culture in Russia in the 20-80s of the XX century: on the materials of TASSR. PhD in history diss.]*. Kazan, 2008. 212 p. (In Russ.).
3. Valeev R.M. *Gosudarstvennaya kul'turnaya politika v oblasti sokhraneniya ob'ektov kul'turnogo naslediya v Respublike Tatarstan [State cultural policy in the field of preservation of cultural heritage in the Republic of Tatarstan]*. Kazan, Institute of History named after Sh. Marjani of the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, 2007. 40 p. (In Russ.).
4. Valeeva G.A. *Deyatel'nost' kantonnykh kraevedcheskikh organizatsiy v Tatarii v 20-e gody XX veka [The activities of the cantonal organizations of local lore in Tatarstan in the 20s of XX century]*. *Vestnik Tatarskogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta [Bulletin of the Tatar State Humanitarian Pedagogical University]*, 2008, no. 3 (14). (In Russ.).
5. Dvornichenko V.V. *Razvitie turizma v SSSR (1917–1983) [The development of tourism in the USSR (1917–1983)]*. Moscow, Central advertising and information bureau “Tourist” Publ., 1985. 87 p. (In Russ.).
6. *Itogi raboty Gosudarstvennogo komiteta Respubliki Tatarstan po turizmu za 2017 god [Results of the work of the State Committee of the Republic of Tatarstan on tourism for 2017]*. (In Russ.). Available at: <http://tourism.tatarstan.ru/documents.htm> (accessed 29.04.2018).
7. *Materialy turistsko-ekskursionnoy raboty Obshchestva proletarskogo turizma i ekskursiy za 1936 god [Materials of the tourist-excursion work of the Society of Proletarian Tourism and Excursions for 1936]*. *Natsional'nyy arkhiv Respubliki Tatarstan [National Archive of the Republic of Tatarstan]*, F. P-1110, Op. 1, D. 60, L. 6. (In Russ., unpublished).
8. Meshcheryakov I. *Istoriya turizma v Tatarstane [History of tourism in Tatarstan]*. (In Russ.). Available at: <http://tourism.intat.ru/papers/17/> (accessed 15.11.2017).
9. Polosukhina L.E. *O sostoyanii i rabote Tetyushskogo Muzeya mestnogo kraya pri Pedtekhnikume za 1926 god (po otchetu muzeya) [On the status and work of the Tetyushi Museum of the Local lore under the Pedagogical Technical School for 1926 (according to the museum's report)]*. *Zapiski Tetyushskogo muzeya [Notes of the Tetyushi Museum]*. Kazan, 1927, no. 1, pp. 16-18. (In Russ.).
10. *Rezolyutsii-Tyurkologicheskogo s'ezda [Resolution of the I Turkological Congress]*. *Natsional'nyy arkhiv Respubliki Tatarstan [National Archive of the Republic of Tatarstan]*, F. P-447, Op. 1, D. 4, L. 11. (In Russ., unpublished).
11. *Svodki o kolichestve ekskursiy, provedennykh Obshchestvom proletarskogo turizma i ekskursiy za 1933 god [Summary of the number of excursions conducted by the Society of Proletarian Tourism and Excursions for 1933]*. *Natsional'nyy arkhiv Respubliki Tatarstan [National Archive of the Republic of Tatarstan]*, F. P-1110, Op. 1, D. 18, L. 20. (In Russ., unpublished).
12. *Seksii kul'tury i byta Obshchestva izucheniya Tatarstana [Sections of the culture and lifestyle of the Society for the study of Tatarstan]*. *Natsional'nyy arkhiv Respubliki Tatarstan [National Archive of the Republic of Tatarstan]*, F. P-447, Op. 1, D. 10, L. 4. (In Russ., unpublished).

УДК 069.01

ИСТОЧНИКИ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ИМИДЖА МУЗЕЯ: К ФОРМИРОВАНИЮ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ПОДХОДА

Шестак Оксана Валерьевна, исследователь, преподаватель-исследователь по направлению «Культурология», методист Муниципального бюджетного учреждения дополнительного образования «Детская школа искусств “Традиция”» (г. Барнаул, РФ). E-mail: ok_schestak@mail.ru

В статье с позиций культурологии, связанных с определением социокультурной информации, впервые дается характеристика репрезентативной совокупности источников для изучения имиджа музеев.

Цель статьи – показать целесообразность формирования междисциплинарного подхода к созданию и анализу источниковой базы, отражающей явления и процессы, связанные с имиджем музея. Акцентируется внимание на междисциплинарности самого понятия «имидж», развитии междисциплинарного подхода к его изучению с учетом теории информации и новой исследовательской парадигмы музея как компонента документально-коммуникативного сектора культуры. В соответствии с авторским определением имиджа музея рассматриваются не только константные группы источников, но и сопряженные с ними динамичные ресурсы музея (правовые, финансовые, ресурсы публичности). Совокупность источников представлена по типам, способам кодировки информации. Подчеркивается, что при формировании междисциплинарного подхода следует учитывать активно расширяющееся пространство технотронных документов и объективно оценивать контент вербальных. Структурированы использованные и потенциальные традиционные письменные источники (нормативные документы, делопроизводственная документация, материалы периодической печати), оценена информативность нарративных источников, музеографической продукции. Показана эффективность применения знаковых и поведенческих источников, основанная на авторских научно-методических разработках. Как квинтэссенция актуального имиджа музея в глобальном мире определены его интернет-ресурсы. В целом применение междисциплинарного подхода к репрезентативной источниковой базе может обеспечить глубокую научную рефлексию, обеспечивающую адекватное современному обществу и перспективное развитие такого феномена как имидж музея.

Ключевые слова: имидж музея, источники, междисциплинарный подход.

SOURCES FOR STUDYING THE IMAGE OF THE MUSEUM: FOR THE FORMATION OF THE INTERDISCIPLINARY APPROACH

Shestak Oksana Valeryevna, Researcher, Teacher-researcher in the Sphere of Culturology, Methodist of Municipal Budgetary Institution of Supplementary Education “Children’s Art School ‘Tradition’” (Barnaul, Russian Federation). E-mail: ok_schestak@mail.ru

From the standpoint of culturology, a characteristic of a representative set of sources for studying the image of museums is given in the article for the first time. The purpose of the article is to show the expediency of forming an interdisciplinary approach to the creation and analysis of a source base that reflects the phenomena and processes associated with the image of the museum. Attention is focused on the interdisciplinarity of the concept of image, the development of an interdisciplinary approach to its study, considering the information theory and the new research paradigm of the museum as a component of the documentary and communicative sector of culture. According to the author’s definition of the image of the museum not only constant groups of sources are considered, but also the dynamic resources of the museum associated with them (legal, financial, publicity resources). The collection of sources is presented by the types and methods of encoding information. It is emphasized in the article that while forming an interdisciplinary approach, one should consider the actively expanding space of technotronic documents and objectively evaluate the verbal content. Sources that were used and potential traditional written sources are structured (normative documents, records management, periodical press materials), the informative nature of narrative sources and museographic products are estimated. The effectiveness of the use of sign and behavioral sources is shown, based on author’s scientific and methodological developments. As the quintessence of the museum’s actual image in the global world its Internet resources are defined. In general, the application of an interdisciplinary approach to a representative source base can provide a deep scientific reflection that provides a development of such a phenomenon as the museum image.

Keywords: museum image, sources, interdisciplinary approach.

В условиях современной социокультурной динамики, обусловленной процессами глобализации, информатизации, интенсивной трансформации общественных институтов, музеи играют существенную роль в продвижении позитивного имиджа страны, регионов [8]. Вместе с тем исследование проблем создания и развития имиджа самих музеев находится в начальной стадии и требует определения совокупности репрезентативных источников, определения эффективных подходов к ее анализу. Учитывая междисциплинарный характер понятия «имидж» [7; 3], теорию информации, новую парадигму изучения музея как «компонента документально-коммуникативного сектора культуры» [1, с. 145], значительный эмпирический массив социокультурной практики музеев, целесообразно формировать междисциплинарный подход к источникам, отражающим сущность этого феномена.

Имидж музея мы рассматриваем как образ заявленной социально-культурной позиции, основанной на собирании, изучении, хранении и экспонировании предметов-памятников естественной истории, материальной и духовной культуры, также просветительской и популяризаторской деятельности, то есть такой образ, который данное учреждение создает и транслирует различным целевым группам с целью формирования их определенного отношения к данному учреждению.

Коммуникационные процессы, связанные с имиджем музеев, весьма динамичны, поэтому целесообразно говорить как о константных группах источников, так и о ресурсах музея. Современная культурология сформулировала емкий и многозначный термин «текст» – социокультурная информация, отраженная или воплощенная в источнике, который подразумевает любую форму отражения действительности [4, с. 71]. При междисциплинарном анализе таких текстов применительно к имиджу музея необходимо учитывать соответствующие подходы в музеологии, психологии, социологии, информатике, связанные с характером взаимодействия музеев с информационным пространством, контактными группами, организациями, музейной аудиторией, корреляцию понятий «имидж», «репутация», «брендинг».

Согласно устоявшейся традиции совокупность источников в гуманитарных исследованиях представляется по типам источников и способов кодировки информации. При формировании меж-

дисциплинарного подхода следует уделять особое внимание активно расширяющемуся пространству технотронных документов, созданных и (или) читаемых при помощи применения особых устройств и приспособлений (кино-, фото-, фоно-, видеодокументы, электронные документы).

Вербальные источники, фиксирующие информацию на языке как средство общения, с учетом их родовой и видовой классификации [4, с. 82], имеют существенное значение в изучении междисциплинарного феномена – имиджа музея. Структурируем, охарактеризуем использованные и потенциальные письменные источники.

Нормативные документы (законодательные, нормативные акты). Изучение имиджа современного музея требует знания основных положений международных актов: Конвенций об охране природного и культурного наследия, Кодекса профессиональной этики Международного Совета по делам музеев (ICOM). Важен анализ законов РФ: «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации», «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» и подзаконных региональных актов. Большое значение для развития имиджа музеев имеют местные подзаконные акты, принимаемые органами власти субъектов Российской Федерации и регулирующие наиболее значительные области правовых отношений музеев. Например, Постановление администрации Алтайского края от 19.11.2010 года № 517 «Об утверждении государственной программы Алтайского края «Культура Алтайского края на 2011–2015 годы».

Делопроизводственная документация. Основная ее часть хранится либо в фондах самих музеев, либо в государственных, муниципальных архивах. Для изучения имиджа значимы уставы музеев, организационно-распорядительные документы, учетно-контрольная и отчетная документация, материалы о работе с посетителями. Они позволяют сформировать мнение о конкурентоспособности музея в условиях рынка и отражают внутренний имидж учреждения.

Большое значение имеет анализ документов, содержащих информацию о финансовых ресурсах музея. Государственное финансирование создает некоторую стабильность, позволяет включать статью расходов на формирование имиджа музея. Получение гранта, частное, спонсорское и

иное финансирование подразумевает существование положительного имиджа, авторитета, репутации конкретного музея в целевой группе («коллеги», «эксперты», «государственные структуры», «бизнес-структуры»). Благотворительный фонд В. Потанина закладывает в основу своих управленческих решений объективную, проверенную, максимально полную информацию [5], доступную для исследователей. Порядок проведения конкурса по отбору проектов на получение грантов губернатора Алтайского края в сфере культуры на 2018 год [6] требовал соответствия определенным статусным критериям.

Материалы периодической печати являются одним из самых массовых и информативных источников, позволяющих определить: официальную позицию по отношению к деятельности музеев; характер, содержание информации, представляемой в СМИ самими музеями. Важно использовать в данном контексте специализированные издания, журналы (например, «Музей», «Дом культуры»).

Комплексный анализ названных выше источников позволяет выявить правовой и экономический ресурс музея как основу для формирования, развития имиджа в соответствующих социально-экономических условиях.

Существенное значение для определения ресурса публичности музея – важнейшего элемента его имиджа, имеет использование достаточно представительного корпуса повествовательных (нарративных) источников. Летописи, хроники создания и развития музеев содержат комбинированную из разных типов источников систематизированную хронологическую и иллюстративную информацию, позволяющую в исторической динамике проследить процесс формирования имиджа музея.

Комплексный анализ научно-методических пособий и рекомендаций, образовательных программ, материалов по организации и проведению музейных научно-практических конференций дает возможность определения эффективности работы музея с такими целевыми группами, как «коллеги», «эксперты», «государственные структуры», «бизнес-партнеры». Изучение опыта проведения на базе «Музей Город» (г. Барнаул, Алтайский край) секции «Проблемы изучения сохранения и трансляции историко-культурного и природного наследия» в рамках программы

Международного научно-практического форума «Культура евразийского региона» (24–27 мая 2017 года) показало, что научные доклады, презентации, личные знакомства, новые деловые связи, опубликованные материалы конференции заложили прочную основу в позитивное восприятие образа музея, расширили его **PR-ресурсы**, направленные на развитие имиджа музея в тренде интеграции науки, образования, культуры.

Источники личного происхождения включают воспоминания посетителей, сотрудников музеев о их непосредственном восприятии музеев. Интерес в этом отношении представляют недавно опубликованные истории, рассказанные известными музейщиками России [11]. К этому виду источников могут быть отнесены и «Книги отзывов почетных посетителей музея». Разработанная автором статьи методика анализа книги отзывов как инструмента изучения и формирования внешнего и внутреннего имиджа музеев [10] представляется весьма эффективной и уже апробируется в Музее «Заельцовка» филиале «Музея Новосибирска».

Класс изобразительных источников во всех его разновидностях (родах): изобразительно-художественные источники (произведения изобразительного искусства, художественная фотография, художественные кино- и видеоматериалы); изобразительно-графические источники (карты, планы, схемы); изобразительно-натуральные источники (документальная фотография, документальные кино- и видеоматериалы) [4, с. 81], несомненно, играет важную роль для извлечения информации. Он требует разработки специальной (на стыке культурологии, искусствоведения, музееведения) методики. В этой связи можно заметить особенность работы при изучении имиджа музея с изобразительными и вещественными источниками. Она происходит преимущественно опосредованно через результаты музеографической деятельности музеев, направленной на публикацию альбомов, каталогов коллекций, знаковых экспонатов. Особую ценность представляют издания, базирующиеся на комплексе источников. В этом отношении весьма показателен альбом «Томский областной краеведческий музей: из прошлого в будущее», охватывающий все многообразие деятельности музея за первые 80 лет его жизни. Языком письменных, вещественных и изобразительных источников авторы этой работы раскрыли важные моменты истории музея,

его коллекции, показали вклад руководителей и рядовых сотрудников в его становление и развитие (см. [2]).

Хотелось бы обратить внимание на целесообразность привлечения для развития междисциплинарного подхода к изучению имиджа музея знаковых и поведенческих источников. К знаковым источникам относятся статистические материалы, которые отражают действительность в цифровой форме. Как современный вариант знаковой системы можно предложить рассматривать кейсы с набором информационно-презентационных материалов. Они могут быть выполнены в едином фирменном стиле и отражать концепцию имиджевой политики.

Поведенческие источники связаны с групповым поведением, характерным для представителей отдельных субкультур, профессиональных и производственных коллективов; визуально-наблюдаемыми и воспроизводимыми формами поведения индивидуальных и коллективных субъектов. Значительная эмпирическая база сформировалась в ходе проведения авторского тренинга «От образа к имиджу музея» в одном из круп-

ных музеев Алтайского края и представления его на III Всероссийской научно-практической конференции «Современные тенденции в развитии музеев и музееведения» [9], а также «включенного наблюдения» при работе в учреждениях музейного типа. Были зафиксированы (фото- и видеосъемка, рабочие тетради участников тренинга) и проанализированы особенности индивидуального и группового поведения, характерного для представителей профессиональных экспертных групп и производственных коллективов.

В заключение заметим, что в глобальном мире интернет-ресурсы, источники удаленного доступа (официальные сайты, порталы справочно-информационного характера) обеспечивают оперативность получения информации о структуре и деятельности музея, становятся своеобразной квинтэссенцией его актуального имиджа, но только развитие и применение междисциплинарного подхода к репрезентативной источниковой базе может обеспечить глубокую научную рефлексию, обеспечивающую адекватное современному обществу и перспективное развитие такого феномена, как имидж музея.

Литература

1. Андреева И. В. Музей в системе документальных коммуникаций // Современные тенденции в развитии музеев и музееведения: мат-лы III Всерос. науч.-практ конф. – Новосибирск: Ин-т истории Сиб. от-я РАН, 2017. – С. 141–145.
2. Григорьева С. Е. Научно-исследовательская, музеографическая и культурно-образовательная деятельность Томского областного краеведческого музея (1990–2010 годы) [Электронный ресурс] // Ист. исслед.: мат-лы II Междунар. науч. конф. (г. Чита, дек. 2013 года). – Чита: Молодой ученый, 2013. – С. 65–69. – URL: <https://moluch.ru/conf/hist/archive/116/4259/> (дата обращения: 17.01.2018).
3. Кузьмина Е. С. Онтологический статус имиджа в современной культуре: автореф. дис. ... канд. культурологии. – СПб., 2012. – 22 с.
4. Основы музееведения: учеб. пособие. – М., Едиториал УРСС, 2005. – 504 с.
5. О Фонде [Электронный ресурс] // Благотворительный фонд В. Потанина. – URL: <http://www.fondpotanin.ru/about> (дата обращения: 26.01.18).
6. Приказ управления Алтайского края по культуре и архивному делу от 13.12.2017 № 355 [Электронный ресурс] // Управление Алтайского края по культуре и архивному делу. – URL: http://www.culture22.ru/competitions/granty_gubern1.html (дата обращения: 26.01.18).
7. Социальное пространство имиджа: моногр. – М., 2015. – 152 с.
8. Шелегина О. Н. Роль музеев в формировании и трансляции позитивного имиджа Сибирского региона // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2011. – № 351. – С. 74–80.
9. Шестак О. В. Тренинг «От образа к имиджу музея» как инструмент формирования внешнего и внутреннего имиджа музея // Современные тенденции в развитии музеев и музееведения: мат-лы III Всерос. науч.-практ конф. – Новосибирск: Ин-т истории Сиб. отд-ния РАН, 2017. – С. 141–145.
10. Шорина Д. Е., Шестак О. В. Книга отзывов как инструмент исследования и формирования имиджа музея // Ценности и смыслы. – 2017. – № 4 (50). – С. 106–113.
11. «Я поведу тебя в музей...». Истории, рассказанные музейщиками России. – М.: АСТ, 2017. – 249 с.

References

1. Andreeva I.V. Muzey v sisteme dokumental'nykh kommunikatsiy [Museum in the system of document communications]. *Sovremennye tendentsii v razvitiu muzeev i muzevedeniya: materialy III Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Modern trends in the development of museums and museology: materials III All-Russian Scientific and Practical Conference]*. Novosibirsk, Institute of History of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences Publ., 2017, pp. 141-145. (In Russ.).
2. Grigoryeva S.E. Nauchno-issledovatel'skaya, muzeograficheskaya i kul'turno-obrazovatel'naya deyatel'nost' Tomskogo oblastnogo kraevedcheskogo muzeya (1990–2010 gody) [Research, museum and cultural-educational activities of the Tomsk Regional Museum of Local History (1990-2010)]. *Istoricheskie issledovaniya: materialy II Mezhdunar. nauch. konf. (g. Chita, dekabr' 2013 goda) [Historical Studies: materials of the II International Scientific Conference]*. Chita, Molodoy uchenyy Publ., 2013, pp. 65-69. (In Russ.). Available at: <https://moluch.ru/conf/hist/archive/116/4259/> (accessed 17.01.2018).
3. Kuzmina E.S. *Ontologicheskiy status imidzha v sovremennoy kul'ture: avtoref. dis. kand. kul'turologii [Ontological status of image in contemporary culture. Author's abstract. diss. PhD in culturology]*. St. Petersburg, 2012. 22 p. (In Russ.).
4. *Osnovy muzevedeniya: uchebnoe posobie [Fundamentals of Museology. Tutorial]*. Moscow, Editorial URSS Publ., 2005. 504 p. (In Russ.).
5. O fonde [About the Fund]. *Blagotvoritel'nyy fond V. Potanina [Charity fund of V. Potanin]*. (In Russ.). Available at: <http://www.fondpotanin.ru/about> (accessed 26.01.18).
6. Prikaz upravleniya Altayskogo kraya po kul'ture i arkhivnomu delu ot 13.12.2017 № 355 [Order of the Altai Territory Administration of Culture and Archival Affairs dated 13.12.2017 No. 355]. *Upravlenie Altayskogo kraya po kul'ture i arkhivnomu delu [Administration of the Altai Territory of Culture and Archival Affairs]*. (In Russ.). Available at: http://www.culture22.ru/competitions/granty_gubern1.html (accessed 26.01.18).
7. *Sotsial'noe prostranstvo imidzha: monografiya [Social space of image. Monograph]*. Moscow, 2015. 152 p. (In Russ.).
8. Shelegina O.N. Rol' muzeev v formirovani i translyatsii pozitivnogo imidzha Sibirskogo regiona [The role of museums in the formation and translation of a positive image of the Siberian region]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Tomsk State University]*, 2011, no. 351, pp. 74-80. (In Russ.).
9. Shestak O.V. Trening "Ot obraza k imidzhu muzeya" kak instrument formirovaniya vneshnego i vnutrennego imidzha muzeya [Training "From Model to Image of the Museum" as an Instrument for the Formation of the External and Internal Image of the Museum]. *Sovremennye tendentsii v razvitiu muzeev i muzevedeniya: mat-ly III Vseros. nauch.-prakt konf [Modern trends in the development of museums and museology: materials III All-Russian Scientific and Practical conference]*. Novosibirsk, Institute of History of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences Publ., 2017, pp. 141-145. (In Russ.).
10. Shorina D.E., Shestak O.V. Kniga otzyvov kak instrument issledovaniya i formirovaniya imidzha muzeya [Guestbook as an Instrument of Research and Formation of the Museum Image]. *Tsennosti i smysly [Values and Meanings]*, 2017, no. 4(50), pp. 106-113. (In Russ.).
11. «Ya povedu tebya v muzey...». *Istorii, rasskazannye muzeyshchikami Rossii [“I'll take you to the museum...” Stories told by museum workers in Russia]*. Moscow, AST Publ., 2017. 249 p. (In Russ.).