

СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

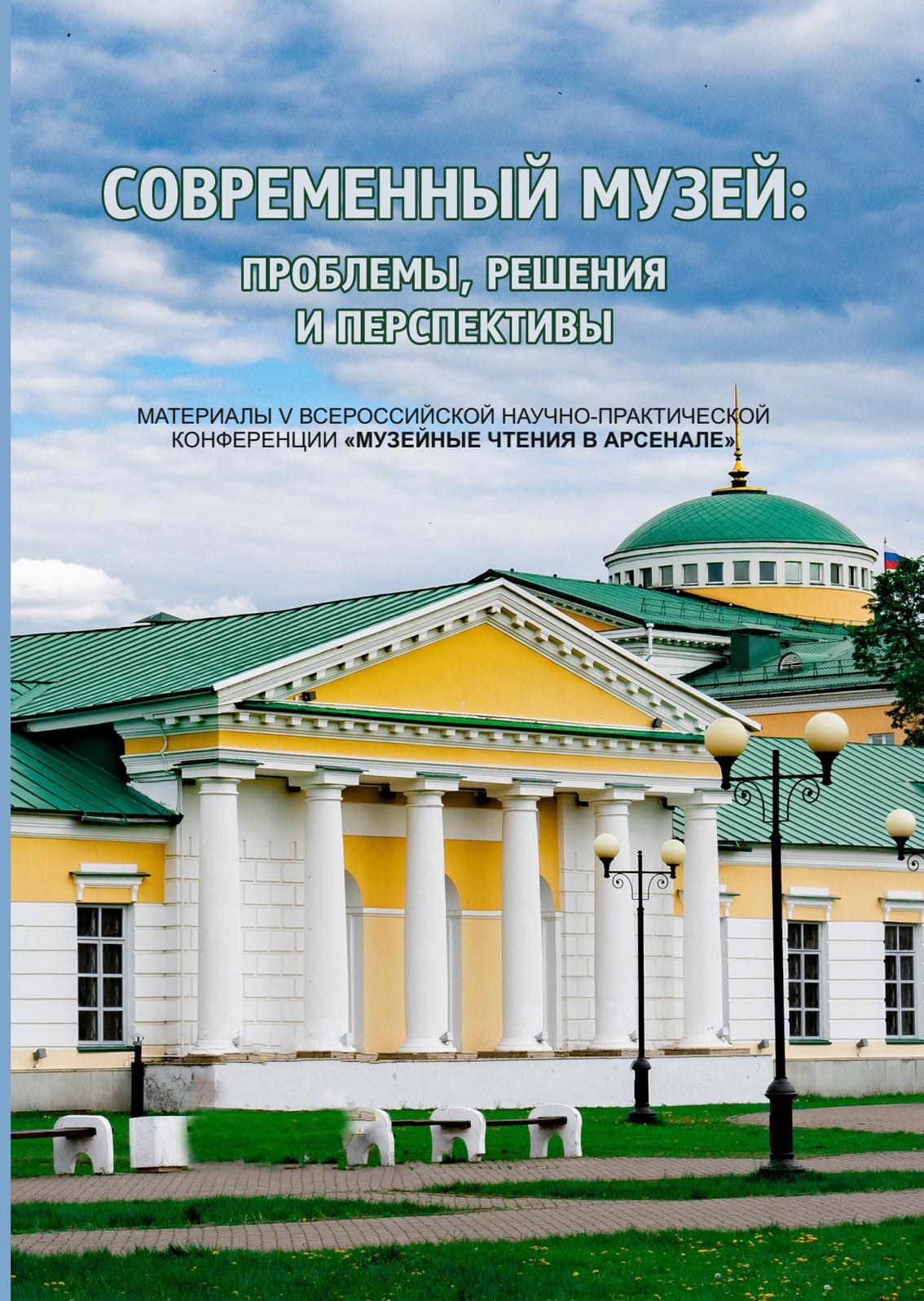
# СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

МАТЕРИАЛЫ V ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ  
КОНФЕРЕНЦИИ «МУЗЕЙНЫЕ ЧТЕНИЯ В АРСЕНАЛЕ»

ISBN 978-5-907677-50-0



9 785907 677500 >



Министерство культуры Удмуртской Республики  
Бюджетное учреждение культуры Удмуртской Республики  
«Национальный музей Удмуртской Республики имени Кузубая Герда»

# СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Сборник материалов  
V Всероссийской научно-практической конференции  
«Музейные чтения в Арсенале»  
(г. Ижевск, 26–27 октября 2023 г.)*

 Издательство  
**елест**  
Ижевск, 2024

УДК 069(082)  
ББК 79.1я43  
С56

Ответственный редактор *Н.А. Замятина*

Редакционная коллегия:

*Н.В. Валова, Н.Ю. Сунцова, Н.А. Замятина*

С56 Современный музей: проблемы, решения и перспективы : сборник материалов V Всероссийской научно-практической конференции «Музейные чтения в Арсенале» (г. Ижевск 26–27 октября 2023 г.) / ответственный редактор Н. А. Замятина ; редакционная коллегия: Н. В. Валова [и др.]. – Ижевск : Шелест, 2024. – 204 с.: ил.

ISBN 978-5-907677-50-0

В данный сборник вошли материалы V Всероссийской научно-практической конференции «Музейные чтения в Арсенале», прошедшей в г. Ижевске 26–27 октября 2023 года. В ней приняли участие музейеведы из нескольких регионов России.

В материалах представлены результаты исследования проблем современного выставочного проекта, новых форм взаимодействия музея и посетителя, опыта социальных инвестиций в музеи, примеров инновационных и междисциплинарных музейных практик.

Сборник рассчитан на историков, музейных работников, культурологов, искусствоведов, а также всех интересующихся развитием современного музея в Российской Федерации.

ISBN 978-5-907677-50-0

© Авторы статей, 2024

© Издательство «Шелест», 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Ахматвалиева Р.Н.</i> Гординскому камню – 700 лет .....	5
<i>Бадртдинов Е.Г.</i> Коллекция предметов карлыганских удмуртов в фондах Национального музея Удмуртской Республики: этапы формирования и структурный анализ .....	13
<i>Борисенко Е.А., Новоселов М.Ю.</i> Межмузейное сотрудничество на примере выставки «Бой за Диксон. Подвиг во льдах» .....	17
<i>Валеева Н.С.</i> Личностно-ориентированный подход на музейных занятиях «Комната открытий» .....	22
<i>Веретенникова М.В.</i> Музейная экспозиция как пространство смыслов (об архитектуре выставок Музея Ижевска) .....	27
<i>Владимирова Е.В.</i> Интерактивные формы работы с аудиторией разных возрастных категорий на выставке «Вышитая карта России» .....	34
<i>Гай И.А.</i> Тенденции современного музейного туризма на примере Удмуртской Республики .....	41
<i>Гамазова А.А.</i> Выставка «Meine Familie. Судьбы российских немцев на Южном Урале» в Государственном историческом музее Южного Урала (г. Челябинск): к вопросу комплектования музейных коллекций, подготовки выставки и общественного резонанса .....	47
<i>Давыдова Т.А.</i> Фандрайзинг в Чувашском национальном музее: история и современность .....	53
<i>Данилова А.В.</i> По страницам творческой биографии А.М. Перевозчикова, конструктора транспортных средств Ижевской конструкторской школы .....	61
<i>Дружинина Э.О.</i> Творческая коллаборация в рамках этнопроекта «Уральский взгляд» .....	69
<i>Дьяконова О.В.</i> Новые поступления геологического и палеонтологического материала в естественноисторическую коллекцию Национального музея Удмуртской Республики .....	75
<i>Замятина Н.А.</i> Партнерские выставки в музее: проблемы, решения и перспективы .....	81
<i>Захарова Т.А.</i> С.К. Медведев, директор Ижевского металлургического завода в 1943–1946 гг. Кадры решают все .....	85
<i>Карпеева Е.Ю.</i> «Две судьбы, две истории» или «Судьбы и истории» .....	93
<i>Кораблева О.В.</i> Волга и Волгари в произведениях живописи и графики в фондах художественно-исторического музея им. А.В. Григорьева г. Козьмодемьянска .....	98

<i>Куркова С.В.</i> Просветительский потенциал естественнонаучного музея (из опыта работы Музея естественной истории Татарстана) .....	106
<i>Лисицына Т.В.</i> Погружение в цвет. Итоги курса «Препарируй музей! – изучи музейную работу изнутри» .....	110
<i>Лукьянова Е.В.</i> Пожарная каланча: путь от проектирования до реализации .....	115
<i>Михеева О.В., Чечевин Г.Б., Шмидт А.В.</i> Побывать на Чукотке, не выезжая из Ханты-Мансийска: новый выставочный проект в Музее Природы и Человека .....	121
<i>Мухамедишина А.С.</i> «Новые формы взаимодействия посетителя с музеем. Опыт Центра «Эрмитаж-Казань» .....	128
<i>Парфёнов Е.И.</i> Дневник как форма организации виртуальной выставки (на примере выставки «Дневник из солдатского мешка. К 80-летию Курской битвы и битвы за Днепр») .....	133
<i>Попова Е.В.</i> Пища и кухня горожан: опыт изучения и экспонирования в Музее города Ижевска .....	138
<i>Пислегина М.Ю.</i> О реализации проекта «ППШ»: Память, Победа, Шпагин .....	146
<i>Приходько Ю.С., Белоусова А.Ю.</i> Музей для одного. На примере выставки-диалога «Времени нет» .....	152
<i>Романова Д.Д., Шитшова А.А.</i> Казанский Кремль и его роль в развитии туризма в Республике Татарстан .....	157
<i>Скрябина К.Н.</i> Музейно-образовательная программа: урок-исследование, как новое направление работы с младшими школьниками в музее истории г. Йошкар-Олы ....	164
<i>Строк А.Ш.</i> Сыновья мастеровых Ижевских заводов – инженеры: до и после революции 1917 г. ....	167
<i>Сунцова Н.Ю.</i> Междисциплинарный подход в научно-исследовательской и выставочной деятельности отдела природы Национального музея Удмуртской Республики .....	176
<i>Тихонова М.С.</i> Архитектура впечатлений: каким должен быть современный выставочный проект .....	181
<i>Хапова Е.В.</i> Арт-лаборатория в музее как средство развития креативного мышления подростка .....	186
<i>Чебыкина Л.В.</i> Литературно-музейный центр «Среда просвещения»: из опыта работы .....	192
<i>Чечелев М.Н.</i> Трансмедийные технологии в виртуальной исторической реконструкции .....	198

## ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

*И.А. Гай*

*ФГБОУ ВО «Удмуртский  
государственный университет»,  
г. Ижевск, Удмуртская Республика*

**Аннотация.** Туризм в современном мире является одной из наиболее динамично развивающихся и перспективных отраслей экономики. В представлении большинства людей туризм связан, прежде всего, с отдыхом и досугом, новыми впечатлениями и удовольствием, то есть обладает огромным эмоциональным воздействием на человека. В комплексе туристских впечатлений значительное место занимает и знакомство с музейными коллекциями. В статье обсуждаются вопросы взаимодействия туристских компаний и музеев при формировании и реализации совместного продукта.

**Ключевые слова:** музей, туризм, туристские фирмы, экономика впечатлений, музейный туризм

**Abstract.** Tourism in the modern world is one of the most dynamically developing and promising sectors of the economy. In the minds of most people, tourism is primarily associated with rest and leisure, new impressions and pleasure, i.e. it has a huge emotional impact on people. Acquaintance with museum collections takes a significant place in the complex of tourist impressions. The article discusses the issues of interaction between tourism companies and museums in the formation and implementation of a joint product.

**Keywords:** museum, tourism, tourism firms, impression economy, museum tourism.

Современный музей презентует себя как быстроменяющаяся, заметно влияющая на социальные процессы и явления современного информационного общества социокультурная открытая система. В связи с этим в музейном мире наблюдается усложнение музейной классификации и типологии и разделение современных музеев на традиционные «коллекционные» и музеи «нового

типа», среди которых можно выделить три устойчивых музейных образования: музей-ансамбль, «музей традиции» и «средовой музей», занимающиеся музеефикацией историко-культурной и природной среды, нематериальных объектов наследия. Одновременно в музейной среде появились такие новые понятия, как «открытый музей», «живой музей», требующие дополнительного осмысления. Основой культурно-познавательного туризма традиционно являются музеи-заповедники, музеи «под открытым небом», музеи-усадыбы, то есть музеи «ансамблевого» типа, истории создания, функционирования и анализу основных направлений деятельности этого типа музеев уделяется особое внимание. Объекты историко-культурного и природного наследия являются фундаментом туристского ресурса того или иного региона, основными объектами туристского показа. В то же время, в силу своей функциональной специфики, музеи являются традиционными научно-методическими центрами региона – дестинациями, разрабатывающими вопросы охраны и использования культурно-исторического и природного наследия, его актуализации, что также способствует более эффективному решению проблемы включения объектов наследия в современную общественную практику, а также частичному разрешению существующего противоречия между двумя базовыми понятиями культурно-познавательного туризма – «культурное наследие» и «туристские ресурсы» [2].

Музеи сегодня активно включаются в процессы туристской деятельности, обуславливая выделение в сфере культурно-познавательного туризма такой его разновидности как «музейный туризм». Современные музеи столкнулись с тем, что общество, испытывая большое влияние высоких технологий, особенно глобальной сети Internet, которая позволяет найти ответ почти на все интересующие вопросы, даёт возможность совершать путешествия по городам, странам и музеям, не выходя из дома, требует от них кардинально нового во взаимодействии с реальным и потенциальным посетителем. Несмотря на доступность информации, потребность видеть своими глазами и памятники древности, и шедевры мирового искусства, и природные заповедники заставляет людей собираться в путь и становиться туристами. В силу этого проблема «музей и туризм» приобретает в настоящий момент особую актуальность. Неслучайно многие музеологи выделяют ее в качестве приоритетной в XXI веке, подчеркивая значи-

мость аспектов управления процессами взаимодействия музеев с индустрией туризма. В последние годы именно туризм признан тем феноменом международного значения, который потребовал пересмотра и корректировки деятельности музеев. Никто не сомневается, что развитие туризма способствовало радикальным изменениям, произошедшим в музее в последние годы, но музейное сообщество пока так и не выработало определённой стратегии действий. По этому вопросу идёт обширная полемика среди специалистов. Некоторые уже готовы принять изменения, происходящие в музее, а другие настаивают на том, что они несут в себе угрозу музеям и другим хранилищам наследия. Одни утверждают, что «музеи захлестнула обыденщина, снижение культурного уровня, они превратились в место развлечений и массовых увеселительных мероприятий на потребу индустрии туризма и в угоду экономическим требованиям». Их оппоненты думают наоборот, поскольку видят музей активным участником текущих глобальных процессов. Для этой группы своеобразным девизом стало высказывание Ролана Арпена: «Музей – это не остров. Музей является частью «культурной системы». Дискуссионность проблемы подтверждает ее несомненную актуальность и недостаточную изученность [1].

Анализируя взаимодействие музея и туризма в современном мире, мы можем заметить, что оба эти явления глубоко взаимосвязаны друг с другом. В современных условиях туризм приобрёл поистине массовый характер и стал одной из форм проведения свободного времени не только элитной части общества, но и среднего класса, молодёжи и учащихся, что привело к формированию мощной индустрии досуга со своей инфраструктурой. Личность туриста – любителя исторического наследия отличается более высоким уровнем образования, интеллекта и материального обеспечения. Цель его путешествий – пополнение знаний, участие в познавательных и просветительных программах, а досуг и развлечения стоят на втором месте.

Таким образом, туризм рассматривается как способ использования свободного времени, дающий большой простор креативному развитию личности. Анализируя развитие российского музейного дела и туризма, выявилась взаимозависимость музеев и туризма, которая выражается в том, что именно музеи часто определяют формирование и туристских маршрутов. Одновременно происходит и обратный процесс: высокий спрос на духовные

ценности или привлекательность значимого историко-культурного памятника и территории становятся причиной создания новых музеев.

Подобная взаимозависимость существует во всём мире. На современном этапе развития индустрии туризма маршруты создаются как раз с учётом разнообразия культурного наследия, что порой вызывает опасения у специалистов. Широко бытует мнение о том, что музеи – это великие символы цивилизации, кладовые человеческого наследия. Но музеи не всегда в состоянии справиться с возрастающим потоком желающих их посетить. Такими местами могут быть зоологические и ботанические сады, заповедники, музеи восковых фигур и другие. В современном мире музеям неизбежно приходится конкурировать с другими активно развивающимися учреждениями досуга. Результатом можно считать превращение некоторых музеев в центры культурно-исторического наследия.

Все вышеуказанные тенденции мы можем наблюдать и отношении взаимодействия музейной сферы Удмуртской Республики с турбизнесом. Туристский потенциал Удмуртской Республики разнообразен. Здесь, вполне успешно можно использовать технологию культурного туризма, позволяющую выявлять, интерпретировать и использовать в целях туризма самые разнообразные ресурсы: природные, исторические, культурные, научные, образовательные и прочее. Необходимо отметить большую роль, которую сыграли в формировании турпрограмм учреждения культуры, в первую очередь музеи, выступая одновременно объектами и субъектами туристской деятельности. Музеи различного профиля готовы разрабатывать и реализовывать туристско-привлекательные проекты, программы, фестивали, выставки, так как это положительно сказывается на формировании регионального имиджа республики и дополнительно привлекает в музей посетителей. Однако, если проанализировать востребованность музеев республики в реализации туристских программ, то можно заметить, что там представлено ограниченное количество музеев. В сентябре 2023 года студентами Института социальных коммуникаций был проведён мониторинг туристских маршрутов ведущих туроператоров по Удмуртии с целью изучения включения в них музейных программ. Результат исследования 10 компаний показал, что предсказуемо лидирует «Музейно-выставочный комплекс стрелкового оружия имени М.Т. Калашникова» (соеди-

няющий интерес к весоному бренду республики и возможность посетить тир), рядом с ним высокий интерес к Музею-усадьбе П.И. Чайковского и музею под открытым небом «Лудорвай», а также Сарапульский историко-архитектурный музей-заповедник (отражают ещё два бренда – культурный и этнический). На этом фоне отметим включение в ряд программ исторических музеев других городов и районов, таких как «Иднакар» в Глазове или Музей истории Сибирского тракта. Гораздо реже в организованном туризме представлены, например, Национальный музей УР или Музей искусств. Избирательно подходят туристские компании и к использованию ресурсов музеев районов. Это обусловлено рядом вполне понятных причин. Включают в показ туристам тот музей, который имеет неплохую материально-техническую базу, современный подход к формированию экспозиции, оригинальную идею (например, как в культурном пространстве д. Сеп), органично вписывается в концепцию турмаршрута и доступен по логистике и дорогам, важную роль играет и то пространство, которое используется для туристского сервиса (мастерские, сувенирные отделы, кафе, гардероб, санитарные услуги и т.д.). Наряду с этим, сами музеи не всегда проявляют достаточную активность в продвижении своего продукта туристским компаниям, взаимообмену идеями, отработке технологии приёма гостей, которая требует общей согласованности и гибкости.

Сотрудничество между музеями и предприятиями туристической индустрии актуально и важно для обеих сторон. В настоящее время для эффективной деятельности российских музеев необходим отказ от прежних стереотипов, сложившихся в сознании людей относительно музейного предложения и музейных услуг. Музейным работникам важно активно взаимодействовать с целевыми аудиториями музейного рынка, перейдя от односторонней коммуникации к освоению различных форм взаимовыгодного общения и сотрудничества с различными категориями посетителей.

Музеи республики не должны стремиться подменить турфирмы в реализации своей музейной программы, а правильнее тот вариант развития, к которому сейчас идут многие музеи, имеющие аттрактивные ресурсы для привлечения туристов и экскурсантов. Музей является проектировщиком музейно-экскурсионной программы, а затем музейного продукта, и в сотрудничестве турфирмами привлекает туристов, туристские компании добавля-

ют необходимые услуги для формирования туристских маршрутов. Именно музейная программа с выстроенной ориентацией на определенного потребителя и его потребности может стать основой формирования музейного пространства на определенной территории. А современное понятие музейная среда включает в себя это пространство. Итак, по общему признанию, музеи наряду с объектами историко-культурного наследия являются главным «действующим лицом» в индустрии туризма.

#### **Список источников и литературы**

1. Михайлова Т.Б. Менеджмент музеев: учебно-методическое пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 88 с.
2. Юренева Т.Ю. Музееведение: Учебник для высшей школы. 2-е изд. М.: Академический Проект, 2004. 560 с.

***I.A. Gai,***  
*Federal State Budgetary Educational Institution  
of Higher Education «Udmurt State University»,  
Izhevsk, Udmurt Republic*

TRENDS OF MODERN MUSEUM TOURISM  
ON THE EXAMPLE OF THE UDMURT REPUBLIC

СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ:  
ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Сборник материалов  
V Всероссийской научно-практической конференции  
«Музейные чтения в Арсенале»  
(г. Ижевск, 26–27 октября 2023 г.)*

Компьютерная вёрстка *И.А. Шитова*  
Корректор *Г.В. Гребнева*

Подписано в печать 15.03.2024. Гарнитура Таймс. Бумага писчая.  
Печать цифровая. Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Усл. печ. л. 11,86.  
Заказ № 729. Тираж 100 экз.

Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «Шелест»  
426060, УР, г. Ижевск, ул. Энгельса, 164  
+7-(904)-317-76-93, +7-(963)-548-51-43  
shelest.izd@yandex.ru, malotirazhka@mail.ru