

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭРМИТАЖ

**МУЗЕЙ И ПРОБЛЕМЫ  
КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА**

**Материалы двадцатого Круглого стола**

7–8 апреля 2022 года

Санкт-Петербург  
Издательство Государственного Эрмитажа  
2022

УДК 006.91(006.3)  
ББК (4)77.04  
М90

Печатается по решению  
Редакционно-издательского совета  
Государственного Эрмитажа

Материалы Круглого стола в Государственном Эрмитаже  
Санкт-Петербург, 7–8 апреля 2022 года

*Организаторы Круглого стола:*

Государственный Эрмитаж,  
Союз музеев России,  
при участии Российского союза туристической индустрии,  
при информационной поддержке интернет-портала «Музеи России»,  
при поддержке Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга  
и Санкт-Петербургской ассоциации международного сотрудничества,  
ООО «Гид-Интур»

*Рабочая группа проекта:*

Е. М. Сиракян, начальник Службы развития Государственного  
Эрмитажа, куратор проекта  
О. Б. Архипова, начальник Отдела туризма и специальных программ  
Государственного Эрмитажа, руководитель проекта  
А. В. Диденко, менеджер Отдела туризма и специальных программ  
Государственного Эрмитажа, координатор проекта



Похоже, мы попадаем в какое-то новое время – с новыми ориентирами. Многим кажется, что спокойнее жить отдельно. Но вот культуру изолировать не надо. Потому что она лучшее лекарство от вражды.

*Генеральный директор  
Государственного  
Эрмитажа*

A handwritten signature in black ink, which appears to read "М. Б. Пиотровский".

**М. Б. Пиотровский**



Интерес к внутреннему туризму в России сформировался далеко не вчера, он существовал с давних пор, трансформировался и развивался вместе с условиями жизни и взглядами путешественников, «шел в ногу» с техническим прогрессом. Пандемия только подтолкнула этот процесс, так же как и закономерный интерес к внутренним маршрутам.

Появилась новая логистика туризма, и значительной ее частью, важной точкой притяжения, конечно, остаются музеи. Это дорога с двусторонним движением, когда серьезно меняются и музеи, и предпочтения самих туристов.

Одновременно доступность путешествий по России была поддержана комплексными решениями органов государственной власти. В качестве примера можно привести программу «Музейные маршруты России» – Министерство культуры создало эффективный инструмент реализации богатейшего потенциала отечественных музеев, привлечения в них посетителей. Люди приезжают в первый раз, получают информацию, посещают какое-либо знаковое место, связанное с природой, историей, культурой... И нередко это ключевой музей региона. Но для следующего посещения

туристы должны получить дополнительную мотивацию. Готовность вернуться в понравившиеся места свойственна человеческой натуре, но она должна быть чем-то подкреплена для более глубокого погружения в местную жизнь. И очень часто эту возможность создают наши музеи с их богатыми и разнообразными коллекциями, увлеченными и знающими сотрудниками.

Кто, как не музейные учреждения, может дать самое глубокое, а с другой стороны – концентрированное знание об истории региона, известной личности, природных объектах? Это органично вплетается в новую туристскую мобильность. Для путешественников это бесконечное множество интересных маршрутов с новыми впечатлениями, с новыми знаниями, для музеев это создание устойчивого, стабильного интереса со стороны посетителей. В туризме важна всесезонная составляющая, и этому тоже могут способствовать музеи.

Министерство культуры РФ запустило замечательный проект, в котором все стороны являются заинтересованными. Участие в нем дает музеям не только увеличение числа гостей сейчас, но и реальное понимание, как с этим работать.

В свое время Михаил Борисович Пиотровский, президент Союза музеев, генеральный директор Государственного Эрмитажа, ввел в обиход новый термин – «музейная экология». Это правильно организованная логистика туристских групп в музеях, когда, например, используются радиогиды и аудиогиды, что комфортно для других посетителей музеев. Современные технологии дают возможность действительно создавать эту музейную экологию.

Появилась новая «музейная азбука». Музей богат, есть и фонды, и коллекции, и тематическое разнообразие, но начинать надо с азбуки, как в школьном образовании, постепенно переходя к серьезной литературе. Музейная азбука – это не упрощение содержания музея, а донесение простыми инструментами (например, при помощи социальных сетей, короткими сообщениями) «первой страницы» всей информации до посетителя. Это особое умение знающего многое человека изложить все просто и доступно в любой аудитории. В сегодняшнем информационном пространстве надо уметь кратко сказать: «Этот музей уникален потому-то и потому-то», привлечь внимание. XXI век – время быстрой информации, а социальные сети – ее отражение.

С другой стороны, главная реклама сейчас, как и было всегда, – это «сарафанное радио», рассказы, передаваемые от людей к людям. В наше время «сарафанное радио» – это те же соцсети. Многие музеи уже весьма успешно их используют.

Появился еще один новый термин – «музейное гостеприимство». Первый шаг – это заинтересовать, привлечь современного посетителя, второй шаг – не упустить этот интерес. Должна быть обратная связь с гостем: оставьте отзыв, а мы на него среагируем; задайте вопрос, мы на него ответим.

Эффективно совместное проведение событийных мероприятий, когда музей и регион к памятным историческим датам проводят фестивали и исторические реконструкции, привлекают большое количество туристов.

Музеи в данном случае – прививка от глобализации. В результате знакомства с универсальным контентом разных регионов, стран и городов у многих людей возникает желание посмотреть что-то новое для себя, аутентичное, не похожее ни на что ранее увиденное в едином глобальном информационном потоке. Далее это желание у многих людей реализуется в поездке в конкретное место для того, чтобы увидеть что-то собственными глазами, ощутить атмосферу заинтересовавшего их места.

Культурно-познавательный туризм остается наиболее популярным мотивом для путешествий среди российских туристов. В частности, 48,2% российских туристов прибыли в Санкт-Петербург в прошлом году с культурно-познавательными целями.

Главная задача экономики туризма – чтобы люди возвращались, приезжали круглый год, разным составом. Важно разнообразие. Нельзя сужать восприятие региона, города, места потенциального общественного интереса... Музей XXI века может быть доступным и гостеприимным, разнообразным и живым. Посетители должны хотеть возвращаться в музей снова и снова. К этому могут привести наши совместные усилия, работа профессионалов музейного дела и сферы туризма, при квалифицированной поддержке Министерства культуры России.

**С. Е. Корнеев,**  
*председатель Комитета  
по развитию туризма Санкт-Петербурга*

Двадцать лет тому назад в Зале Совета Государственного Эрмитажа состоялся первый Круглый стол «Музей и проблемы культурного туризма». Тогда за большим столом Зала Совета собралось 19 сотрудников петербургских музеев и туристических компаний с целью обсудить работу музеев в высокий летний сезон. Теперь ежегодные встречи собирают сотни участников, обсуждается широкий круг различных аспектов музейной деятельности, а первоначально вызывающий сомнения термин «культурный туризм» прочно вошел в теорию и практику.

В этом году мы отмечаем две даты: это двадцатая встреча и в третий раз мы встречаемся онлайн. Пандемия изменила реалии музейной жизни, но не смогла ее отменить (изменить ее кардинально). Открываются новые экспозиции, временные выставки, количество виртуальных посетителей во много раз превысило посещаемость даже по сравнению с временами избыточного туризма. Музейные конференции все так же собирают участников и представляют интерес для большой аудитории.

На двадцатый Круглый стол «Музей и проблемы культурного туризма» подано 48 докладов. В них освещаются вопросы работы в условиях пандемических ограничений, онлайн- и офлайн-форматы, использование новых технологий, дается анализ трансформации традиционных форм музейной работы в новых условиях, монетизации музейных продуктов, креативных индустрий в целом.

Впервые принимают участие Сабина Рафиковна Бабаева (Азербайджанский университет туризма и менеджмента, Баку, Азербайджан), Лариса Анатольевна Козлова (Государственный исторический музей, Тула), Елена Петровна Коневских (музей «Дом маяков», Кронштадт), Александр Святославович Лесков, Галина Андреевна Лескова, Ирина Владимировна Молозина (Санкт-Петербургский государственный институт культуры), Ирина Владимировна Любченко (Тобольский историко-культурный музей-заповедник), Лайла Ариповна Омарова (Библиотека Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы, Нур-Султан, Казахстан), Виктория Константиновна Салькова (Государственный мемориальный историко-художественный и природный музей-заповедник В. Д. Поленова, Тульская область, с. Страхово), Ирина Владимировна Страшко (Астраханская картинная галерея имени П. М. Догадина).

Ежегодно представляя все новых и новых участников, мы не можем в этой связи не вспомнить В. Ю. Матвеева. Именно

благодаря его энтузиазму и неукротимой энергии в Круглом столе принимают участие российские музеи, причем их география постоянно расширяется. В 2022 году это Азов, Астрахань, Белгород, Владимир, с. Вильгорт (Республика Коми), Казань, Калининград, Кронштадт, Кунгур, Милан (Италия), Москва, Невьянск, Новосибирск, Петрозаводск, Самара, Санкт-Петербург, с. Страхово (Тульская область), Тверь, Тобольск, Тула, Уфа, Череповец. Ближнее и дальнее зарубежье представлено Баку (Азербайджан), Веной (Австрия), Миланом (Италия), Донецком, Нур-Султаном (Казахстан).

Двадцать лет работы продемонстрировали актуальность Круглого стола и рассматриваемых на нем проблем культурного туризма – представление инновационных проектов привлекает не только сотрудников музеев и представителей туристической отрасли, но и технических специалистов, преподавателей высших учебных заведений, журналистов средств массовой информации, сотрудников Эрмитажных центров в России и за рубежом.

**О. Б. Архипова,**  
*начальник Отдела туризма  
и специальных программ Службы развития  
Государственного Эрмитажа*



## **М. Кустачер**

### **СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ КОВИДНОГО КРИЗИСА**

#### **Музей истории искусств в Вене (Kunsthistorisches Museum) и Музейное объединение Музея истории искусств (КНМ-Museumsverband)**

КНМ-Museumsverband является одной из крупнейших международных музейных организаций, и его бывшие Императорские коллекции Габсбургов постоянно входят в десятку лучших в мировых рейтингах музеев.

Крупнейшее объединение музеев Австрии состоит из следующих федеральных музеев:

Венский Музей истории искусств (Kunsthistorisches Museum) на площади Марии Терезии, Эфесский музей (Ephesos Museum) и Всемирный музей (Weltmuseum Wien) с Охотничьей и Оружейной палатой и Коллекцией старинных музыкальных инструментов в Новом замке (Neue Burg), Театральный Музей во дворце Лобковиц, Императорская сокровищница в Швейцарском крыле венского Хофбурга, Императорский музей карет в Шенбрунне, Храм Тесея в венском Фольксгартене и замок Амбрас в Инсбруке

#### **Задачи КНМ-Museumsverband**

Задачи КНМ-Museumsverband регулируются Федеральным законом о музеях и заключаются в расширении, а также сохранении, исследовании, документировании, продвижении и презентации коллекций. Научные задачи выполняют около 100 ученых, что делает КНМ-Museumsverband одним из крупнейших неакадемических научно-исследовательских учреждений страны.

#### **Последствия пандемии ковида**

После рекордного 2019 года и самых успешных в 2020 году месяцев (январь и февраль) КНМ-Museumsverband пережил с середины марта самое продолжительное закрытие со времен Второй мировой войны. Серьезные ограничения на поездки по миру и мобильность, а также закрытие границ и спад в городском туризме привели в 2020 году к сокращению количества посетителей на 75%, а также к коренным изменениям основ ведения бизнеса.

В 2021 году удалось добиться восстановления посещаемости за счет изменения маркетинговых стратегий и увеличения количества посетителей из соседних стран.

### **Маркетинговые стратегии во время кризиса**

Массовый спад в городском туризме и отсутствие посетителей из таких важных регионов-источников выездного туризма, как Россия, Азия и США, потребовали новых маркетинговых стратегий и концентрации всей маркетинговой деятельности на местном населении, на посетителях из Австрии и европейских стран-источников выездного туризма, а также на привлечении новых целевых групп. В 2021 году, несмотря на кризис, все музеи КНМ-Museumsverband снова зафиксировали рост показателей из Австрии, Германии и близлежащих регионов.

Кризис также был использован для переосмысления целей КНМ Museumsverband в пяти основных областях: исследования и оцифровка; выставки, программирование и маркетинг; международное присутствие; совершенствование и мероприятия, а также будущие проекты и инвестиции.

### **Новые продукты: Семейный годовой абонемент КНМ**

Во время коронавирусного кризиса в качестве символа уверенности был специально составлен новый пакет предложений. Новый семейный годовой абонемент объединяет все аспекты посещения музея в одном билете для всей семьи и предлагает вдохновение и развлечения для всех без исключения возрастов на всех объектах КНМ-Museumsverband. Кроме того, в рамках празднования 130-летия Kunsthistorisches Museum посетителям было предложено бесплатно посетить коллекции в день рождения.

### **Рекламные кампании**

Рекламные кампании 2020 и 2021 годов были ориентированы на местную аудиторию. Большие кампании КНМ «Пробуждение весны» и «Летний отдых в КНМ» 2021 года были успешно направлены на местное и австрийское население.

### **Новые онлайн-форматы**

Во время закрытия музеев цифровое предложение для виртуальных посетителей было расширено и сделано привлекательным.

Новые форматы в Instagram, такие как #ArtAperitivo (14 600 просмотров) и Short & Fun Live Tours по коллекциям Kunsthistorisches Museum (74 600 просмотров), привели к увеличению числа подписчиков на 31%. Kunsthistorisches Museum с 131 000 подписчиков занимает первое место среди австрийских музеев.

Следующий шаг заключался во введении международных онлайн-форматов, которые в основном ориентированы на крупные территориально отдаленные рынки Азии и США. Благодаря сотрудничеству с Discover Culture потенциальные зарубежные посетители воспользовались из дома онлайн-экскурсиями и 3D-форматами, и это вдохновило их на то, чтобы запланировать посещение музеев КНМ-Museumsverband во время их следующего визита в Вену. Эти экскурсии предлагаются на платной основе.

### **Прогноз на 2022–2023 годы**

Мы ожидаем в 2023 году скорого возвращения посетителей из Европы и России и оживления территориально отдаленных рынков США и Азии.

Пользуясь случаем, хочу поблагодарить Ольгу Архипову, начальника отдела туризма Государственного Эрмитажа, за успешное и долгосрочное сотрудничество.

## THE CULTURAL SIDE OF LIFE MATTERS?

### **The recent context: the pandemic**

In the last decades we faced different pandemics from AIDS<sup>1</sup> to MERS<sup>2</sup>, SARS<sup>3</sup>, and Ebola<sup>4</sup>. In 2020, the term pandemic took the real meaning to be global and creating a global apprehension, no more confined in the TV news concerning far away territories and population but a 'clear and present danger'<sup>5</sup> of death. Initial scientific studies and evidence have shown that SARS COV 2, if not promptly cured, is more severe an illness than is seasonal influenza, and is probably more contagious than are seasonal influenza viruses, having a basic reproduction number ( $R_0$ )<sup>6</sup> nearly twice as high. SARS COV 2 was declared a pandemic by WHO<sup>7</sup> on March 11, 2020, the first non-influenza pandemic, affecting more than 200 countries and areas, with more than 59 million cases by May 31, 2020<sup>8</sup>. Countries developed strategies to deal with the pandemic trying to fit their epidemiological situations, capacities, and values. One of the first cyber tools to be identified was the contact tracing APP rolled out to automate labour intensive tasks critical to containing the spread of the virus. Of course, the ability to trace our contacts in real-time impact our privacy and in some way our freedom, however this approach found very soon the limit due to the fast-paced progression of contacts, this remembers me the 'test tube' by David Suzuki<sup>9</sup> even if that example was related to overpopulation and simply exponential growth rate.

### **Governmental initiatives and mitigation actions**

The pandemic has seen governments worldwide introducing unprecedented measures to contain the virus, restrictions on travel and business operations, isolate infected people, locking down cities and countries, all these measures brought the tourism economy to a standstill. Quoting the official report '*The ministers at an extraordinary virtual meeting of the Group of Twenty (G20) tourism ministers held on April 23, 2020, issued a statement welcoming national efforts to mitigate the economic and social impact of the pandemic, and committing to work jointly toward sustainable and inclusive recovery of the tourism sector.*' Moreover, '*As opening up the sector will be more challenging than shutting it down, a balanced and measured approach is required to protect people by minimizing job losses and business closures in the short and long term.*'<sup>10</sup>

## **Intersection between tourism and culture**

Accordingly, with the OECD Report 2020<sup>11</sup>, tourism has enjoyed sixty years of consistent growth, and still remains one of the world's most important economic sectors. Tourism is a key digital economy actor in the domain of e-services creating jobs, fostering regional development and local communities, generating income at international level, bridging different cultures and lifestyles. Incomes due to foreign visitors are economically significant and positively impacting the GDP<sup>12</sup>, the return of investment (ROI) in the touristic sector many times exceeds the one in export. Globalisation is one of the key terms used to describe actual trends, but there are many aspects of this concept that should be carefully considered, such as the impact on cultural identity<sup>13</sup>. In the age of 'googling' information and consuming it without any further critical evaluation and elaboration<sup>14</sup>, a kind of surface 'culture' made by islands and archipelagos of information quite different from knowledge and real 'Culture', cultural institutions through their active role in communities can elicit a positive behaviour. There is a need to preserve and transfer to future generations people's cultural identity many times jeopardised and blurred by dominant cultural models and languages; local cultural behaviours, lifestyle, food, artistic expression and more tend to disappear under the pressure of global trends. Uniformity is the nightmare concerning our future, one currency, one language, one 'culture', one food, one taste... Cultural diversity as biodiversity means richness, it is an asset that needs to be preserved, and to do so cultural models must be considered. Cultural diversity is the engine of cultural and economic growth; it provides incredible richness as well as traditions.

## **Cultural tourism, museums & economics**

The evolution of tourism through the centuries met 'Cultural tourism' as one of the trends, some years ago this approach was many times merged with the idea to spend vacations in historical towns, arts cities, enjoying monuments, museums, art galleries and sometimes adding operas, concerts and, why not, food and drinks if typical in that area. Tourists are constantly dealing with web sites and apps, platforms and navigation systems stimulating them thanks to push messages promoting 'nearby' points of interest, so become a 'must' for cultural institutions, hotels, restaurants, to be included in the POI<sup>15</sup> lists of navigation systems as a first approach to new tourists' trend. Dealing with 'Culture Counts'<sup>16</sup> let's start quoting Andy C. Pratt, '*Discussion*

*if the cultural economy can be differentiated by how the two terms are linked: as an adjective ('cultural' economy) or as a compound noun ('cultural economy'). The notion of a 'cultural' economy refers to the cultural dimensions of economic activity (the design or marketing of any product or service; or, simply, the social dimensions of the organisation of production). The term 'cultural economy' is indicative of a particular subsection of economic activity which is concerned with cultural products and activities (such as music, film, and fine art) as opposed to say transportation or mining*<sup>17</sup>.

We all know that *'La culture, ce n'est pas une marchandise comme les autres'*<sup>18</sup>, and that those that work in the field of culture usually try to shield it as much as possible from the 'world' of money and business. Very often cultural heritage, tangible heritage especially, is perceived as a pure cost – something we are committed to investing in without any actual or future return on investment (ROI). This happens because those that earn money from cultural heritage are often not the same people that are willing to invest in and preserve cultural heritage. Depending on the country, most of the revenue from cultural heritage is usually shared among travel agencies, hotels, restaurants, merchandise suppliers, and more. Direct revenue, such as entrance fees, usually represents a minor or even insignificant part of the revenues.

The World Economic Forum (WEF) based on an analysis of 136 countries draws up a ranking of the results achieved by the various countries analysed. In detail, human capital appears to be one of the most deficient aspects in addition to the supply-demand conditions for assignments in the tourism sector, the WEF survey highlights a serious and persistent lack for some countries in touristic infrastructures<sup>19</sup> and the effectiveness and ability of marketing policies to affect the country's attractiveness for foreign tourists, this many times is directly connected to cultural tourism. A final element that contributes to the mismanagement of a huge wealth owned by some countries is the inability to collect enough data, the timeliness in carrying out this activity and the ability to extract strategies from them.

According to the latest annual research report of World Travel & Tourism Council<sup>20</sup>, the travel and tourism industry grew by 3.5% in 2019, surpassing the global economic growth of 2.5% for nine consecutive years. In the past five years, the tourism industry has created

a quarter of new jobs, making tourism the government's best partner for job creation, these are good news considering the usual cultural heritage performance in job creation rate. The OECD 2020 report underlines that tourism is an important driver of economic growth, globally and locally, directly contributes 4.4% of GDP, 6.9% of employment and 21.5% of service exports in OECD countries. These indexes, when available, are quite different in 2020 and 2021. OECD recommends the creation of integrated and forward-looking policies to ensure this growth better delivers benefits for people, places, and businesses. The OECD 2020 report also recommends effective and continuous involvement of all stakeholders potentially included in the tourism industry processes such as involved economic operators, residents in the areas visited and tourists<sup>21</sup>. One element on which OECD and UNWTO are completely in agreement is the development of a 'sustainable tourism' which is a tourism system that reconciles the demands of economic agents, residents, and tourists, considering present and future economic, social, and environmental impacts. All this is possible, according to the aforementioned entities, through the identification of financial instruments (public, private or 'mixed') for the realisation of 'green investments' aimed at improving the management of resources, promoting the care of the territory, biodiversity, and the cultural heritage of each country.

### **Cultural tourism facing the pandemic**

The pandemic had different impacts mainly as a direct consequence of the governmental approach looking for a golden balance between public health and socio-economic aspects. The touristic trends listed above changed in favour of safer behaviour. One of the key aspects was and still is 'communication', as it happens on ships in case of emergency the 'Commander' cannot transfer to the crew and passengers the idea of being scared having no clue about directions and clear safety plans. Apparently, we were unprepared to face a similar situation having no clear studies on the potential drawbacks both on public health and economy including the crisis on the supply chains<sup>22</sup>. The different approaches to the crisis operated in different countries, often frequently updated, increased citizen's sentiment to limit touristic activities, consider mainly short vacations within national borders many times within their own region, prefer personal transportation means avoiding as much as possible crowded areas. Therefore, even considering the long-lasting impact

of the crisis, we faced relevant changes, among the others: almost full cancellation of fairs and exhibits, festivals, events in general, concerts, operas, theatres, celebrations, special markets (e. g., Christmas Markets), the list of what we lost is endless and major part of such ‘cancellations’ had a direct or indirect impact on cultural tourism. Fairs and conferences are many times a good opportunity to enjoy cultural assets like museums or monuments. *‘Tout se tient’*, so the full added value chain from tour operators, carriers to hotels, restaurants, shops, and cultural institutions were and still are suffering negative impacts. The pandemic has gradually reduced and finally stopped the flow of tourists, directing the interests towards online content and services.

### **Recent trends**

Technology today is moving towards a new era where users will experience and interact with the world in innovative new efficient ways. The latest innovations include Machine Learning (ML), Artificial Intelligence (AI) and its various flavours, Virtual and Extended Reality, Blockchain, Internet of Things and many more. The recent pandemic turned out to be a huge opportunity for recent technologies to be adopted and scaled up amongst the population that had been in lockdown with harsh limitations to their freedom of movement. The only opportunities left to the cultural sector, as to many others, were to reinvent itself using promising digital technologies. Long term lockdowns imposed to find the way to reconnect with researchers, passionate visitors and, why not, attract newcomers. Museums reacted to the lockdown creating virtual<sup>23</sup> guided tours<sup>24</sup>, thematic on-line lectures<sup>25</sup>, webinars and more. The previous attempt to offer interactive virtual reality<sup>26</sup> access to museums and collections didn’t perform positively, visitors didn’t find significant added value from a similar fruition of artefacts, the gap between a video game experience and a cultural experience was seldom bridged. Consequently, a different approach was required, being already well known by experts that video content and webinars are much more appealing than textual pages, on-line guided tours and webinars were chosen by cultural institutions. People prefer to watch videos and refer to static pages mainly to get more in depth on specific topics. Consequently the ‘professional’ production of video lectures visiting museums’ rooms or series of thematic lectures involving additional experts and speakers was and still is a valid approach. The extension of the fruition enabled by social media and related communities



did the rest engaging ‘visitors’ thanks to the opportunity to interact with experts live or by chat. This approach looks like typical TV series like Discovery Channel or Arte<sup>27</sup>, even governmental events like G20 Culture 2021 took advantage from webinars.<sup>28</sup>

Through time culture and more specifically cultural heritage experienced cutting-edge technologies it happened with computer graphics, virtual reality, 2 and 3D scanning, remote sensing, and more. ‘Long time ago’, in the time scale of technology, in the early age of DVDs<sup>29</sup> thanks to the switchable multiple audio and video tracks one of the potential applications in the field of cultural heritage was the ability to watch the content choosing among two or three video tracks representing the visit to the museum or archaeological site in: ‘free format’ enjoying the typical guide contribution, visit following a pre-casted itinerary again enjoying the typical guide contribution, visit accompanied by the curator and an expert discussing about the different artefacts encountered during the visit. On the audio side the choice was about the approach, the focus on the speech and the opportunity to freeze the video and get more in detail on specific aspects.

Similar experiences in the use of ICTs were devoted to visual impaired citizens and, we may say, the reverse. The idea was to offer the chance to enjoy paintings to blind citizens thanks to *haut-relief* reconstructions of the content of the canvas adding sound feedback representing the colour nuances. This experience outlined the key difference between blind-born and the ones that lost the sight later. The ‘reverse’ opportunity to try the same technology has been offered to usual museums’ visitors setting up an exhibit in full darkness.

Recently the new approach revolved around a subset of virtual reality, called extended reality or immersive technologies in a format that is recalling the approach defined by Jaron Lanier’s ‘Artificial Reality’, and includes the technologies that give users the impression of being immersed in a synthetic physical and computer-generated world without the need to wear or use devices like spectacles or head-mounted displays like Oculus.<sup>30</sup> Similar installations are designed to optimise the user centricity as well as the quality, efficiency and the communication impact offering a high level of user experience. For a few years now, and with a sharp increase during the pandemic, immersive technologies in their various forms have in fact penetrated Cultural

Heritage and are increasingly popular among cultural and creative industries actors. Known projects are Virtual Uffizi Experience (2016),<sup>31</sup> Van Gogh (2020–2021),<sup>32</sup> Claude Monet (2019), The Smurf Experience (2018–2019), Gustaf Klimt (2021),<sup>33</sup> The World of Banksy (2019 Baden-Baden and 2021), The Arc de Triomphe (2020), Napoleon, Beyond the Myth (2021). Similar technologies have been used in the field of operas as in the case of The Last Judgment<sup>34</sup> on stage at the Moscow Kremlin Theatre in 2011 or The Magic Flute<sup>35</sup> to get to didactic digital performances.<sup>36</sup>

These projects aim to explore the potential of immersive technologies and user-centric experiences for multichannel and multinational digital impact as a future driver for innovation and economic growth in the cultural and creative industries and beyond. The above sentence is valid even in case of holographic items or persons acting as guides or key actors. You may say that due to the still active pandemic these immersive experiences are not compliant with the basic rules of protection like distancing, but technology may help. Similar systems are largely based on sensors and computer vision identifying in real time the location and shape of the body of each participant, in doing this the system can send an aimed warning message, e.g., blinking in red the contour of the participant, if such specific rules are broken.

Finally, a typical example of emerging technologies' impact on art and culture, not to forget the creation of a new market, is NFT. This new technology has led to an important innovation in the art market. From the lexical point of view, an NFT<sup>37</sup> is a 'non-fungible token', that is, that special type of cryptographic token, an equal and decentralised digital resource, which cannot be interchanged, it is a unique and inimitable virtual object of its kind. Legally speaking, its characteristic is the split between material purchase and purchase of the right of ownership of the work of art: whoever buys a work linked to an NFT does not acquire the work itself, but the possibility of demonstrating a right to the work. All this is guaranteed through a smart contract, an IT protocol which, as indicated by the term itself, facilitates the negotiation and execution of the contract in question. Actually, this technology is not directly related to cultural tourism, but it is surely related with the economics in culture and, why not, museums' merchandise shops.

## Ending notes

Access to experiences with cultural heritage contributes to social cohesion and inclusion, by strengthening resilience and the sense of belonging, bringing people, physical visitors, and online users together to improve their cultural education and well-being. We consider the above-mentioned efforts aimed to re-establish 'Cultural enjoyment continuity' a relevant outcome to be further developed in future times within the museums' mission. It is time to think about the future organisation of cultural institution system by taking advantage from the experience gained and adopting the best solutions to achieve a resilient infrastructure. Anyway, as a positive follow-up of the present crisis we can envisage different benefits: first of all, the acceleration of the switch to distant fruition of cultural heritage on the way to an improved resilience of the cultural ecosystem but even an empowered knowledge transmission and acquisition from the end of the crisis onward. All these technologies and services are not aimed to surrogate the direct fruition and enjoyment of cultural heritage but will improve its knowledge and understanding securing its access.

<sup>1</sup> AIDS – acquired immunodeficiency syndrome (1986).

<sup>2</sup> MERS – Middle East respiratory syndrome (2012).

<sup>3</sup> SARS-CoV-1 – severe acute respiratory syndrome coronavirus 1 (2003).

<sup>4</sup> Ebola is a virus that causes problems with how your blood clots (source: Johns Hopkins) also known as Ebola virus disease (EVD) and Ebola haemorrhagic fever (EHF) (1976).

<sup>5</sup> Clear and present danger. URL: [https://www.law.cornell.edu/wex/clear\\_and\\_present\\_danger](https://www.law.cornell.edu/wex/clear_and_present_danger) (accessed 11.03.2022).

<sup>6</sup> R0 represents the number of people potentially contaminated by an infected human being.

<sup>7</sup> World Health Organisation (WHO). URL: <https://www.who.int> (accessed 12.01.2022).

<sup>8</sup> On January 11, 2022 the number of cases become 310 436 812.

<sup>9</sup> Test Tube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bsd1IT7ySfE> (accessed 12.01.2022).

<sup>10</sup> G20 Insights – 2020, The Covid-19 crisis and tourism: Response and recovery measures to support the tourism sector in OECD countries, November 29, 2020. URL: [https://www.g20-insights.org/policy\\_briefs/the-covid-19-crisis-and-tourism-response-and-recovery-measures-to-support-the-tourism-sector-in-oecd-countries/](https://www.g20-insights.org/policy_briefs/the-covid-19-crisis-and-tourism-response-and-recovery-measures-to-support-the-tourism-sector-in-oecd-countries/) (accessed 11.03.2022).

- <sup>11</sup> OECD Tourism Trends and Policies 2020. Paris, 2020. URL: <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en> (accessed 11.03.2022).
- <sup>12</sup> Gross Domestic Product.
- <sup>13</sup> Ronchi A. M. National Languages and 'Minoritised' Languages in a Long-Term Perspective // Multilingualism in Cyberspace. Proceedings of the Ugra Global Expert Meeting, Khanty-Mansiysk, Russian Federation, 4–9 July 2015. Moscow, 2017. P. 269–274.
- <sup>14</sup> Ronchi A. M. Museums Exhibitions in the Age of Digital Communication // Музей, памятник, наследие. 2017. № 1. С. 146, 154.
- <sup>15</sup> POI – Point of interest, AOI – Area of interest.
- <sup>16</sup> 'Culture Counts' was the title of an international event held in Florence in 1999 organised by UNESCO, The World Bank, and the Italian Government.
- <sup>17</sup> Pratt A. C. Cultural Economy // The International Encyclopaedia of Geography: People, the Earth, Environment, and Technology. 2016.
- <sup>18</sup> UNESCO 1999. URL: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000122892\\_fre](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000122892_fre) (accessed 12.01.2022).
- <sup>19</sup> Transportation means, hospitality services, qualified guides, etc.
- <sup>20</sup> [WTTC 2020] Economic Impact Reports. URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> (accessed 12.01.2022).
- <sup>21</sup> Ronchi A. M. Understanding Overtourism 'Drivers' // Музей и проблемы культурного туризма: Материалы восемнадцатого круглого стола, 2–3 апреля 2020 года. СПб., 2020.
- <sup>22</sup> E.g., unavailability of some components, problems to preserve both flying licenses for airline pilots and airports slots, temporary unavailability of medical personnel and other key working profiles.
- <sup>23</sup> URL: <https://rusmuseumvrm.ru/?lang=en> (accessed 12.01.2022).
- <sup>24</sup> URL: <http://www.museivaticani.va/content/museivaticani/it/collezioni/musei/tour-virtuali-elenco.html> (accessed 12.01.2022).
- <sup>25</sup> URL: [https://www.youtube.com/watch?v=U9UUIkr0l2U&feature=emb\\_imp\\_woyt](https://www.youtube.com/watch?v=U9UUIkr0l2U&feature=emb_imp_woyt) (accessed 12.01.2022).
- <sup>26</sup> Mainly digital walkthrough in museums, art galleries and archaeological sites.
- <sup>27</sup> E.g., Arte Guide TV – Leda and the Swan by Paolo Veronese. URL: <https://www.arte.tv/fr/videos/092036-008-A/vilain-petit-canard/> (accessed 12.01.2022).
- <sup>28</sup> G20 Culture 2021 webinar. URL: <https://cultura.gov.it/g20webinar> (accessed 12.01.2022).
- <sup>29</sup> Digital Versatile Discs – realised in 1996.
- <sup>30</sup> Oculus rift (2012), new version Quest 2 (2021) is a virtual reality headset since 2014 owned by Facebook.
- <sup>31</sup> URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8pG4FLIEFBc> (accessed 12.01.2022).

- <sup>32</sup> URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WyyXYo7sdyU> or <https://www.youtube.com/watch?v=BbgrHnbgoDU> (accessed 12.01.2022).
- <sup>33</sup> URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oaDc-blTdCw> (accessed 12.01.2022).
- <sup>34</sup> URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3uz9DztRf8g> (accessed 12.01.2022).
- <sup>35</sup> URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NvbZwIEbO1I> (accessed 12.01.2022).
- <sup>36</sup> URL: <https://photos.google.com/share/AF1QipPmGPIL-u4-cIMmpEQ5aC1A-g7cpwdRA-BkjP9waWq-Bl8VJT0ZBVuIee2CkwjlbDg?key=azU5OTVYcEN5U0s5RE9mX1JvdmY0ZzZZWmpab2pR> (accessed 12.01.2022).
- <sup>37</sup> NFT e.g., <https://onlineonly.christies.com/s/beeple-first-5000-days/beeple-b-1981-1/112924> (accessed 12.01.2022).

**А. Б. Абсалямова**

**КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ НА СТРАНИЦАХ  
СОВРЕМЕННОГО ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ  
НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «КАЗАНЬ». PRO ET CONTRA**

Самое популярное и старейшее в Татарстане художественно-публицистическое издание – иллюстрированный журнал «Казань» (издается с 1993 года) – уделяет большое внимание освещению музейной деятельности и вопросам культурного туризма. Помимо государственных музеев, в последние годы объектом интереса журнала стали частные инициативы, такие как интерактивный музей чак-чака или «музеи», созданные известными деятелями культуры Татарстана в своих загородных домах. Изначально задуманные исключительно как места для экспонирования домашних коллекций, со временем эти «музеи» перестали быть таковыми в кавычках и привлекли к себе немало туристов (чему способствовали, в том числе, и публикации на страницах журнала «Казань»).

Остановимся на деятельности двух из них.

Архитекторы, профессора Казанского государственного архитектурно-строительного университета Равиль и Галина Айдаровы собрали обширный фонд предметов этнографии. В годы, когда в центре Казани шел повальный снос старых домов, Равиль Сайярович работал архитектором Вахитовского района. Именно тогда он начал собирать дверные ручки. Когда сносили располагавшийся ранее на участке Айдаровых дом, было найдено немало интересных предметов. Это и четырехгранный штык, и эфес от сабли, и медный циркуль, и серебряная крышка от часов... Все они впоследствии стали экспонатами семейного музея. Выделить любимый не просто: каждый по-своему уникален.

Предметы, попадающие в музей в неидеальном состоянии, хозяин реставрирует сам. Например, для разбитой прялки лично выточил из липы шишки и спицы, приведя ее тем самым в полностью рабочее состояние.

Точное количество экспонатов Айдаров назвать затрудняется – создать подробный каталог пока не успел: во время учебного года у заслуженного архитектора республики Татарстан немало дел как в вузе, так и за его пределами.

В опубликованной на страницах июльского номера журнала «Казань» за 2021 год статье «Дача с секретом» читаем:

*«Директор музея» не разделяет свои экспонаты на «русские» и «татарские». Взаимопроникновение культур настолько велико, что выделять что-то, характерное лишь для кого-то одного, не видит смысла.*

*Равиль Сайярович не ставит целью непрерывно пополнять свою коллекцию. Тем не менее, это происходит само собой. Что-то находит сам, что-то привозят друзья... Один из них даже подарил... огромный поплавок, привезенный из Мурманска, с Баренцева моря.*

*К формированию экспозиции Айдаров, в отличие от классических музейных работников, подходит с юмором. Помимо бахила или тапочек-«путешественников», здесь можно увидеть и ассортимент мобильных телефонов, которыми владели представители семьи архитекторов с момента появления в стране сотовой связи (казалось бы, это было совсем недавно, и – тем не менее – уже история!), и кепки из разных стран, и магниты...*

*Эклектичный подход хозяина не смущает: все предметы здесь имеют свою, важную для него историю, а значит – находятся на своем месте.*

Другой создатель собственного загородного музея – художественный руководитель и главный дирижер казанского камерного оркестра La Primavera, народный артист Татарстана Рустем Абязов. В ноябрьском номере журнала «Казань» за 2021 год он рассказал о своем «Музее советского хлама»:

*Я начал собирать вещи, принадлежащие советскому времени, стараюсь делать акцент на знаковые предметы советского быта. Радиоприемники-легенды «ВЭФ», «ВЭФ-Спидола» и «Альпинист», патефон и культовый проигрыватель «Юность», керогаз и примус, ручная мясорубка и алюминиевые кастрюли... А разве мог я пройти мимо граненого стакана в алюминиевом подстаканнике?!*

Публикации на страницах журнала вызвали широкий резонанс: десятки казанцев пожелали поделиться экспонатами с создателями «музеев», куда были организованы специальные экскурсии под эгидой журнала.

В текущем году это сотрудничество будет продолжено.

**Н. А. Алиева**

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЦЕНТРА РУССКО-АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ  
ЛИТЕРАТУРНЫХ СВЯЗЕЙ ИМЕНИ СЕРГЕЯ ЕСЕНИНА  
(ФИЛИАЛА НАЦИОНАЛЬНОГО МУЗЕЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ  
ЛИТЕРАТУРЫ ИМЕНИ НИЗАМИ ГЯНДЖЕВИ) В 2020 ГОДУ**

Прощай Баку! Синь тюркская, прощай  
Хладеет кровь, ослабевают силы.  
Но донесу, как счастье, до могилы  
И волны Каспия, и балаханский май!

*Сергей Есенин, Баку, 1925*

В постсоветский период истории известны примеры трансформации литературных музеев, обусловленные изменениями в презентации литературного наследия. Характерным для современной культуры является факт тотальной музеефикации, повсеместно отмечается увеличение литературных экспозиций, которые позволяют говорить о важной роли музеев литературного профиля в современной культуре. В постсоветское время усилился процесс возникновения музеев, связанных с именами писателей и поэтов, не признанных или забытых в советский период; кроме того, в этот период в развитии литературных музеев прослеживается тенденция преобразования ранее сложившейся модели сакрализованного мемориального пространства в многофункциональные культурные центры. В Азербайджане на государственном уровне большое внимание уделяется развитию музейной сети. Но главным музеем, оказавшим значительное влияние на развитие музеев литературного профиля не только в Баку, но и в регионах Азербайджана, является Национальный музей азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви. Хотелось бы отметить, что музей имеет три филиала, в частности мемориальный музей С. А. Есенина, который одним из первых в Азербайджане стал функционировать не только как дом-музей, но и как центр русско-азербайджанских литературных связей.

История творческих связей русской и азербайджанской поэзии берет свое начало в XIX веке – эта традиция была заложена великими русскими поэтами А. С. Пушкиным и М. Ю. Лермонтовым. Есенин, продолжая и развивая лучшие традиции русской классической литературы XIX века, смог стать неповторимым



национальным художником и занял достойное место в плеяде великих лириков России. За свою легендарно короткую и драматически оборвавшуюся жизнь Есенин побывал во многих странах, но особую тягу и интерес поэт испытывал к Востоку, в частности к родине лирической поэзии – Персии. Побывать на родине классической лирики было заветным желанием Есенина. Следует отметить тот факт, что в XIX–XX веках увлечению бессмертной поэзией народов Ближнего Востока отдают дань многие выдающиеся поэты Европы и России. В отрывках и в полном объеме произведения великих корифеев восточной литературы – Омара Хайяма, Саади, Хафиза, Фирдоуси, Низами Гянджеви, Хагани Ширвани – были переведены на немецкий, английский, французский, русский и другие языки такими известными востоковедами, как Й. Хаммер-Пургшталь, Э. Фицджеральд, А. Е. Крымский, И. П. Умов и др. Будучи талантливым лириком, Есенин даже в переводе смог уловить необыкновенное изящество поэзии Ближнего Востока. Любовь к Востоку приводит Есенина в сентябре 1924 года на Кавказ, в столицу Азербайджана Баку – город, в котором соединились культуры Востока и Запада. Друг Есенина Петр Чагин, второй секретарь ЦК КП Азербайджана, главный редактор газеты «Бакинский рабочий», на страницах которой в 1924–1925-х годах будет опубликовано 45 произведений поэта (43 стихотворения и 2 поэмы), сумел воплотить мечту поэта в жизнь и создать для него иллюзию Персии, поселив поэта на правительственной даче в Мардакяне (до советизации Азербайджана дача бакинского нефтепромышленника-миллионера М. Мухтарова). «Это была доподлинная иллюзия Персии – огромный сад, фонтаны и всяческие восточные затеи. Ни дать ни взять Персия», – писал Есенин<sup>1</sup>. Бакинский период творчества поэта считается одним из самых плодотворных. Здесь он пишет «Балладу о 26», «Анну Снегину», и именно здесь был создан цикл лирических стихотворений «Персидские мотивы».

Сегодня в прикаспийском поселке Мардакяны, в тени раскидистых деревьев дендрария, стоит небольшой дом, где в 1924–1925 годах жил великий русский поэт С. А. Есенин. Связь Есенина с Азербайджаном получила свое достойное воплощение на государственном уровне. По инициативе главы Азербайджана Гейдара Алиева в 1974 году и по постановлению Президиума АН Азербайджана был издан указ о создании дома-музея С. А. Есенина

в Мардакянах. 1 апреля 1975 года, накануне 80-летнего юбилея поэта (3 октября 1895 года), был торжественно открыт мемориальный музей. Поэт Егор Исаев, выступая 3 октября 1975 года на открытии мемориального Музея Есенина в Мардакяне, скажет: «У каждого великого поэта есть своя особая пора и место в творчестве. У Пушкина – это болдинская осень, у Есенина – бакинская весна. Я счастлив побывать в бакинской весне Сергея Есенина»<sup>2</sup>. Улица, где был размещен дом-музей, была названа его именем. Этот музей стал первым мемориальным музеем, посвященным жизни и творчеству русского поэта С. Есенина, созданным за пределами России. С 1999 года дом-музей становится филиалом Музея азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви Национальной академии наук Азербайджана. По решению Президиума НАНА в 2008 году была утверждена новая структура Национального музея азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви. Тогда же, по инициативе директора Национального музея азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви академика Рафаэля Гусейнова дом-музей был преобразован в Центр русско-азербайджанских литературных связей имени С. А. Есенина. Главная задача Центра, начавшего свою работу 5 января 2010 года, – ознакомление посетителей с жизнью, творчеством и поэтическим наследием С. А. Есенина, собирательская и исследовательская работа с материалами, касающихся русско-азербайджанских литературных связей<sup>3</sup>.

Ежегодно 3 октября в музее проводятся литературно-художественные мероприятия, посвященные дню рождения великого русского поэта Сергея Есенина. Первый в истории Есенинский праздник поэзии состоялся в Мардакянах 4 октября 1972 года. Он проходил в рамках Дней культуры Российской Федерации в Баку, и с тех пор ежегодно 3 октября в Мардакянах, в доме, где в 1924–1925 годах проживал С. Есенин, почтить его память собираются исследователи творчества поэта, литературоведы, общественные деятели и любители поэзии. Традиционно эти мероприятия посещает посол Российской Федерации в Азербайджане, представители дипломатической миссии в Баку, а также представители Русской общины и Россотрудничества. Так, к 120-летию поэта послом Российской Федерации в Азербайджане господином В. Д. Дорохиным музею были переданы оригинальные рукописи поэта, которые являются ныне одними из самых ценных

экспонатов мемориального музея. В экспозиции музея отражены не только жизнь и творчество поэта, но и вся история русско-азербайджанских литературных связей, а также история переводов русских авторов на азербайджанский язык.

Хотелось бы особо отметить, что за последние годы связи музея значительно расширились. Музей сотрудничает с такими организациями, как Московский государственный лингвистический университет, Северо-Осетинский государственный университет, Московское лингвистическое учреждение города Москвы, Московский государственный музей С. А. Есенина, Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина. В 2020 году как в России, так и в Азербайджане планировалось проведение 125-летия со дня рождения поэта. В непростой для всего мира период пандемии часть мероприятий была отложена, часть была проведена в онлайн-формате. В марте прошлого 2020 года Есенинским научным центром Рязанского государственного университета имени С. А. Есенина была создана Интернет-платформа «Международный Есенинский культурно-образовательный кластер». Задачей проекта было объединить усилия всех музеев Есенина в России и за рубежом (их около 20), всех библиотек имени Есенина (10), всех есенинских центров, чтобы обмениваться научной информацией и сообщениями о проводимых мероприятиях по есенинской тематике. Для этого была создана общая Интернет-платформа<sup>4</sup>. В рубрике «Есенинские музеи» был размещен сюжет и о деятельности музея С. А. Есенина в Мардакянах. Кроме того, информационное агентство ТАСС опубликовало информацию о работе Международного Есенинского кластера, в котором упоминался и музей Есенина в Мардакянах. В прошлом году в период пандемии музеем был реализован проект «В нашем музее вместе с вами», где экскурсоводами музея, ведущими экскурсии на азербайджанском, русском, английском, фарсидском и арабском языках были проведены онлайн-экскурсии, которые были также добавлены на YouTube-канал музея, а 18 мая, в Международный день музеев, сюжет о деятельности музея Есенина в Мардакянах также был размещен на канале музея. В 2021 году отмечалось 126-летие со дня рождения великого русского поэта. Присутствующий на мероприятии Чрезвычайный посол России в Азербайджане М. Н. Бочарников преподнес в дар музею табло молодой российской художницы Натан. Хочется выразить надежду, что на следующем юбилее

поэта в Баку смогут принять участие все желающие и аудитория музея С. Есенина в Мардакянах будет расширяться так же, как будут расти связи Центра русско-азербайджанских литературных связей имени С. Есенина.

- <sup>1</sup> Чагин П. И. Сергей Есенин в Баку // С. А. Есенин в воспоминаниях современников. В двух томах. Т. 2. Москва, 1986. С. 163.
- <sup>2</sup> Рисале. Сборник научных трудов. Национальный музей азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви. № 14. Баку, 2018. С. 119.
- <sup>3</sup> [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nizamimuseum.az/> (дата обращения 11.03.2022).
- <sup>4</sup> [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/kultura/8060465> (дата обращения 11.03.2022).

ОНЛАЙН- И ОФЛАЙН-ФОРМАТЫ ОРГАНИЗАЦИИ  
И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ:  
ВОЗМОЖНОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ ГАРМОНИЗАЦИИ

В условиях пандемии и постпандемийной реальности, быстрой смены трендов, активного развития цифровых технологий динамично развиваются новые практики работы учреждений культуры. Ключевыми особенностями этой работы могут быть названы стремительный переход к организации работы в дистанционном режиме, эксперименты с новыми форматами проведения мероприятий, расширение географии и состава аудитории, внедрение новых сценариев и технологий, развитие пространства цифрового присутствия.

Два года пандемии показали, что сотрудники учреждений культуры способны к динамичной трансформации деятельности, эффективному поиску новых форматов, сценариев и технологий организации работы, определению актуальных и востребованных приемов и техник, чтобы не потерять своего зрителя и сохранить доход. Практики цифровизации и внедрения онлайн-форматов продемонстрировали изменение композиции проведения проектов и коммуникации.

Среди проблем, с которыми столкнулись учреждения культуры, можно отметить недостаток живого общения с аудиторией и коллегами, эффект «невидимки» – невозможность вести работу с непосредственным контактом, исключение групп, которым недоступен цифровой формат, технические сложности и многое другое. Эти проблемы вызвали к жизни задачу сохранения коммуникации с аудиторией, чтобы вернуться к работе с ней после пандемии и снятия ограничений, а значит, поиска новых форматов и релевантного контента, гармонизации онлайн- и офлайн-форматов.

Рассматривая возможности гармонизации онлайн- и офлайн-форматов реализации проектов в сфере культуры, следует отметить, что для разных типов заведений такая гармонизация может быть обозначена совершенно различными факторами. Тем не менее есть общие правила. Так, опыт показал, что работа в режиме онлайн – это не просто копирование имеющегося контента

и размещение его на онлайн-площадках, а трансляция – это еще не онлайн-мероприятие. Онлайн-проекты как самостоятельные и самодостаточные проекты должны быть долгосрочными, масштабируемыми, адаптивными.

Стало ясно, что мероприятия с «полезным» контентом довольно легко переносятся в онлайн-формат. В свою очередь, события, имеющие целью «общение», проводить в режиме онлайн сложнее: нужны другие технологические платформы, такие, на которых можно реализовать разные форматы общения (чаты, видеозвонки, видеочаты и др.).

Согласно исследованию в рамках международного проекта «educro: Создание специализированных культурных продуктов и услуг на приграничной территории», который реализуется при поддержке Комитета по культуре Санкт-Петербурга в рамках программы приграничного сотрудничества «Россия – юго-восточная Финляндия 2014–2020» (авторы: О. А. Парфенова, К. Г. Галкин, Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия), можно выделить несколько стратегий, связанных с попытками гармонизировать форматы реализации мероприятий в сфере культуры. Для библиотек наиболее распространенной стратегией гармонизации различных форматов выступает стратегия гибридизации, которая возникла в библиотеках еще до начала пандемии и достаточно успешно зарекомендовала себя в работе в период распространения COVID-19. Она связана с тем, что часть мероприятий изначально проводится в режиме онлайн, а некоторые из офлайн-мероприятий записываются и остаются в библиотечных группах в социальных сетях.

Следующая стратегия – стратегия замещения – была характерна в основном для музеев и некоторых театров. Главный смысл этой стратегии – это попытка заместить (но не полностью) офлайн-формат работы онлайн-активностью. Учреждения, которые придерживались подобной стратегии, сохраняли значимость и все возможности офлайн-формата, но признавали и необходимость использования онлайн-стратегии, например, для рассказов о выставках, для презентации различных материалов конференций, мероприятий и новых возможностей музеев и театров в период пандемии. Основной упор здесь был сделан на сохранении особой идентичности музея или театра, но при этом социальные сети

рассматривались скорее как возможность создать пространство для маркетинга.

Следующая стратегия гармонизации онлайн- и офлайн-мероприятий – это стратегия освоения. Чаще всего она встречалась в небольших, камерных театрах и была связана с тем, что учреждения, которые реализовывали подобную стратегию, в большинстве своем осваивали ранее не знакомое или ранее не используемое онлайн-пространство. Стратегия освоения была связана и с нехваткой ресурсов для проведения онлайн-мероприятий, например онлайн-спектаклей, и с поиском новых форматов, которые были призваны помочь учреждениям выжить в период пандемии и становились единственной доступной формой коммуникации и связи со зрителями. Стратегия освоения в сравнении со стратегиями гибридизации и замещения является наименее гармоничной с точки зрения сочетания онлайн- и офлайн-форматов. И как следствие, эта стратегия может быть относительно эффективной лишь в периоды возникновения кризисных ситуаций, подобных пандемии и изоляции. При этом в случае возможности реализации офлайн-мероприятий подобная стратегия неэффективна для камерных и небольших театров и наименее эффективна для камерных детских театров, поскольку онлайн-формат не позволяет удерживать и концентрировать внимание детей в рамках выступлений и спектаклей, что создает достаточно серьезные сложности с проведением подобного рода мероприятий.

Среди подходов, которые могут быть использованы в процессе гармонизации онлайн- и офлайн-форматов реализации проектов, предложим следующие:

1. Проведение критической оценки тех мероприятий, которые «переводятся на язык онлайн» или изначально проводились в онлайн-режиме, разработка сценариев гибридизации и создание пула онлайн-мероприятий.

2. Осмысление сценариев работы в режиме офлайн (рекомендации и требования по ограничению количества участников мероприятий, по обеспечению безопасности), создание пула офлайн-мероприятий и развитие их ценности.

3. Развитие форматов коммуникации, диалога, где важным становится «борьба за контент», представленный в социальных сетях, и за внимание пользователя социальных сетей и Интернет. Аудитория заинтересована в том, чтобы следить за учреждениями

в социальных сетях, но ожидает диалога, а не просто продвижения мероприятий.

В заключение отметим, что ценность офлайн-мероприятий будет расти, «живое» общение уже превратилось в «новую роскошь». Но модели коммуникации, основанные на пассивном потреблении, давно устарели. Перспективы устойчивого и гармоничного развития учреждений культуры в контексте цифровизации видятся в продолжении работы в традиционных, классических формах и поиске и продвижении новых форматов; разработке сценариев гибридизации с критической оценкой тех мероприятий, которые «переводятся на язык онлайн»; создании пула офлайн-мероприятий и «нового» артикулирования их ценности; разработке релевантного контента, развитии новых направлений в презентациях своей деятельности и тесной работе со своими аудиториями.



## И. Г. Афанасьева

### «ПУШКИНСКАЯ КАРТА» В МУЗЕЕ (из опыта работы Азовского музея-заповедника)

В 2021 году все российские школьники и студенты стали участниками инновационного целевого государственного проекта, получив новый вид поддержки, обеспечившей доступ к культурным и творческим ценностям, – «Пушкинскую карту».

Казалось бы, что теперь каждый желающий использует уникальную возможность за счет государственного бюджета посетить музеи и театры. В действительности у большинства юных граждан это предложение не вызвало должного интереса, несмотря на то что бюджет карты составлял 3000 рублей и предусматривал неоднократное посещение культурных заведений страны.

Музеи активно включились в работу, нацеленную на популяризацию и продвижение «Пушкинской карты». Сотрудники Азовского музея-заповедника в рамках сотрудничества с Управлением образования города Азова предложили свою помощь учителям и преподавателям вузов, провели большую разъяснительную работу для облегчения процесса получения доступа молодежи к услуге.

К сожалению, этого оказалось недостаточно. Поток учащихся, желающих воспользоваться правом посещения музея на безвозмездной для семейного бюджета основе, оказался несущественным. Часть старшеклассников под влиянием учителей все же активировала карты, побывав на каком-либо одном событии, оставив нетронутыми на балансе более 2000–2500 рублей. Определенную трудность для большинства школьников и студентов составила регистрация на портале «Госуслуги» и получение доступа к приложению, несмотря на разработанные подробные пошаговые инструкции.

Многие, даже получив карту, столкнулись с трудностями покупки билетов. Для части целевой аудитории эта гуманитарная просветительская акция оказалась просто ненужной, так как, к сожалению, у молодежи нет навыка и потребности посещать музеи и театры. Для одних учащихся возможность воспользоваться «Пушкинской картой» стала шансом открыть новые перспективы в расширении кругозора и получении новых знаний, для других – рычагом принудительного воздействия со стороны учебных заведений.

Что касается нецелевого использования «Пушкинской карты», то были зафиксированы неоднократные попытки обналичивания средств, желание оплатить ею сувенирную музейную продукцию, приобрести билеты для родственников и друзей.

Сделав акцент на молодежную аудиторию, Азовский музей-заповедник разработал более 30 программ, нацеленных на расширение «культурного» кругозора, изучение историко-культурного наследия региона, укрепление гражданской позиции, популяризацию художественных и эстетических ценностей, приобщение к творческой деятельности. Школьникам и студентам была предоставлена возможность не только самостоятельного посещения музейных выставок и экспозиций, но и участия в событийных мероприятиях, творческих занятиях, тематических лекториях, познавательных мастер-классах. Воспользовались шансом немногие.

Решением проблемы посещения культурных учреждений молодежной аудиторией может стать включение «музейного продукта» в образовательный процесс для обучающейся возрастной категории (школьники, студенты) и расширение предложений для лиц, не продолживших свое обучение после школы, что будет способствовать пробуждению мотивации к получению новых знаний. Это могут быть мероприятия героико-патриотической и экологической направленности, интересные встречи с людьми, состоявшимися в профессии, творческие лектории, обогащающие копилку знаний об истории мировой и отечественной культуры, литературы, науки, знакомство с биографиями известных политических деятелей, военных, ученых, врачей, учителей, писателей, поэтов и художников, скульпторов, архитекторов, чья жизнь стала примером для подражания в служении своей Родине.

В перспективе можно также использовать платформу «Культурного дневника школьника», внедряемого в настоящий момент во многих регионах страны, другие альтернативные формы взаимодействия с образовательными учреждениями.

У «Пушкинской карты» весьма высокий потенциал, возможно, она предвещает другие, не менее важных государственных социальных программ уже для иных возрастных категорий, потому что доступность для разных слоев общества культурных ценностей и достижений во все времена объединяла людей, воспитывала сопричастность и ответственность за судьбу своей страны.

## ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ АЗЕРБАЙДЖАНА В СФЕРУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

Уровень вовлеченности азербайджанских национальных музеев в сфере культурного туризма объективно показывает весь спектр проблем, требующих решения. То место, которое национальные музеи Азербайджана занимают в индустрии туризма, несмотря на то, что они обладают значительным историко-культурным потенциалом, не отражает их объективных возможностей.

Причинами недостаточного участия национальных музеев в сфере туризма является ряд факторов, выявленных нами в ходе исследования. Они подразделяются на внешние (объективные) и внутренние (субъективные) факторы, которые тормозят, а иногда и ограничивают интеграцию национальных музеев в туризм.

К внешним (объективным) факторам относится необходимость совершенствования нормативно-правовой базы. На наш взгляд, изменения, произошедшие за последние годы в социально-экономической сфере общества, и влияние информационных и коммуникационных технологий на деятельность музеев должны найти свое отражение в действующем законодательстве. Прежде всего это поощрение благотворительной деятельности в сфере культуры посредством предоставления налоговых льгот компаниям и физическим лицам, организация музейной деятельности и расширение полномочий музеев по привлечению внебюджетных источников финансирования для стимулирования работы национальных музеев.

В этой связи наше исследование и международная практика показывают, что интеграция музеев в сферу культурного туризма возможна только в контексте научно обоснованной концепции. В рамках разработки данной концепции были проанализированы законодательная база, система управления, организация музейной работы, а также финансовая и социальная составляющая национальных музеев. Деятельность национальных музеев контролируется и финансируется Министерством культуры Азербайджанской Республики и Национальной академией наук Азербайджана. При этом следует отметить, что подобный опыт характерен для большинства национальных музеев мира.

В сфере законодательства необходимо внести ряд изменений и дополнений в Закон о музеях Азербайджанской Республики. В частности, п. 3 ст. 4 Закона о музеях следует изложить в следующей редакции: «обнаружение, сбор, охрана, изучение, популяризация музейных предметов и коллекций внутри и за пределами страны»; п. 5 ст. 8 Закона о музеях изложить в следующей редакции: «...Организация музейных экспозиций и выставок внутри и за пределами страны...», что, в свою очередь, юридически расширит деятельность музея не только внутри страны, но и за ее пределами.

Важными элементами концепции интеграции национальных музеев в сферу культурного туризма являются: а) привлечение дополнительных финансовых источников; б) формирование новой системы управления; в) обеспечение юридической самостоятельности в решении вопросов, связанных с приемом на работу и поощрением. Анализ деятельности национальных музеев показывает, что самостоятельное принятие решений по вышеуказанным вопросам в той или иной степени ограничено государственным органом, в юрисдикции которого они находятся. С этой точки зрения еще более важным становится вопрос реального разнообразия в привлечении финансовых ресурсов к деятельности национальных музеев. Так, ст. 24 Закона о музеях предусмотрены следующие источники финансирования: «...за счет средств государственного бюджета, внебюджетных поступлений и иных источников, не запрещенных законодательством». Из трех источников, упомянутых в законе, очевидным является только финансирование из государственного бюджета, а два других источника не указаны. По этой причине в ст. 24 Закона должны быть указаны источники финансирования национальных музеев (должна быть восстановлена первоначальная редакция ст. 24 Закона от 23.11.2001). Кроме того, по нашему мнению, «поступающие доходы» (не вошедшие в новую редакцию Закона), должны направляться «на содержание музея и оценку работы музейных работников». Доходы музеев, продолжающих свою внешнеэкономическую деятельность, не могут быть основанием для уменьшения выделяемых им из бюджета средств. Таким образом, включение (восстановление) данных положений в Закон существенно стимулирует работу музейных работников и положительно скажется на их деятельности. Важным условием привлечения внебюджетных источников является положение ст. 22 Закона в редакции от 31.10.2001, которое гласит, что

«юридические и физические лица освобождаются от уплаты налогов за периодические дотации, благотворительную и спонсорскую помощь на развитие национальных музеев». Это предложение, отраженное в ст. 22 Закона о музеях, было исключено из закона в июне 2007 года. Возврат к вышеуказанной редакции станет важным стимулом для спонсорской поддержки музеев юридическими и физическими лицами.

Таким образом, вышеупомянутые поправки в Законе о музеях расширят источники финансирования музея и позволят ему свободно решать свои вопросы. Также стремление музея к дополнительному заработку будет стимулом для выхода в сферу культурного туризма. Кроме того, привлечение дополнительного финансирования обеспечит реализацию комплексной социальной программы для сотрудников музея и решение других вопросов деятельности музея.

Помимо этого, Закон о туризме должен установить правовые нормы, регулирующие взаимодействие туристических компаний, музеев и других учреждений культуры в сфере рационального использования культурно-исторического и природного наследия страны. Принятие вышеуказанных положений создаст соответствующую правовую базу для привлечения различных групп посетителей и расширения деятельности музея с целью интеграции в туристическую отрасль.

Еще одним важным вопросом является государственное финансирование музейной деятельности и привлечение внебюджетных средств. Согласно пункту 28 рекомендаций 38-й сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО, эффективная деятельность музеев напрямую зависит от государственного и частного финансирования и необходимого партнерства. Страны-члены должны стараться обеспечить баланс между различными механизмами финансирования, чтобы обеспечивать музеи возможностью осуществлять свою миссию на благо общества, выполняя свои основные функции.

Опыт ведущих зарубежных музеев показывает, что структура финансовых поступлений музеев за последние годы существенно изменилась: доля государственного финансирования резко сокращается и продолжает снижаться на фоне роста доходов музеев, а также благотворительных пожертвований и спонсорской помощи. Сокращение государственного финансирования

вынуждает музеи искать источники внебюджетного финансирования. В целях увеличения доходов музеям необходимо активизировать работу с посетителями за счет расширения предлагаемых ими музейных услуг (организация платных выставок, расширение лекционно-экскурсионной деятельности, увеличение активности для детей), а также хозяйственной деятельности (музейные кафе, издательская деятельность, продажа сувениров и другие мероприятия). Кроме того, большое значение придается привлечению благотворительных и спонсорских средств, работе с многолетними меценатами и другим мероприятиям.

Что касается специфики финансирования национальных музеев страны, то, несмотря на стабильное государственное финансирование, необходимо организовывать акции по привлечению в них средств, проводить маркетинговые мероприятия, расширять сферу внебюджетных средств финансирования. Однако отсутствие опыта привлечения внебюджетного финансирования свидетельствует о необходимости использования новых форм деятельности по обеспечению общественной поддержки музейной деятельности в этой области.

К внутренним (субъективным) факторам относится применение новых форм управления и организации музейной деятельности – менеджмента, маркетинга и PR (связей с общественностью). Таким образом, следующим важным элементом предлагаемой концепции интеграции национальных музеев в сферу культурного туризма является создание в структуре музейного управления отдела маркетинга и связей с общественностью. В сложившейся ситуации, без учета вышеуказанных вопросов и без профессионализма, эффективное участие национальных музеев в сфере культурного туризма будет связано с определенными трудностями. На наш взгляд, в штат музея должны быть привлечены специалисты по музейному маркетингу и PR, прошедшие специальное обучение. Это положительно скажется на выполнении нетрадиционных для музея функций (что связано с сочетанием особенностей музейной деятельности с рыночными отношениями).

В ходе исследования мы определили, что национальным музеям в своей деятельности следует уделять больше внимания вопросам управления, маркетинга и PR. В связи с этим в кадровом составе национальных музеев страны должен быть штатный сотрудник или отдел с соответствующей квалификацией в этой области.

При отсутствии такого отдела или сотрудника, отвечающего за менеджмент и маркетинг, сложно говорить о правильно налаженной и спланированной работе по организации сотрудничества и привлечению посетителей – это касается как отдельных посетителей, так и туристических компаний. Обеспечение музеев специалистами в этой области находится в компетенции подведомственных органов, ответственных за сферу культуры. Практика ведущих музеев мира однозначно указывает на целесообразность наличия таких специалистов для работы музея. Без их профессионального участия национальные музеи не могут работать с посетителями, туристическими компаниями и другими учреждениями культуры.

Таким образом, внесение определенных изменений в систему управления является одним из важных факторов в концепции интеграции национальных музеев Азербайджана в сферу культурного туризма. Для повышения роли национальных музеев в общественно-политической, социально-экономической и культурной жизни страны и интеграции их в туристическую сферу необходимо создать Попечительские советы. Положение о Попечительском совете должно быть подготовлено государственным органом, которому подчинен музей, и утверждено этим органом или Президентом страны.

Попечительский совет будет заниматься следующими тремя вопросами: а) разработкой стратегии развития музея; б) подготовкой предложений о внесении изменений и дополнений в нормативные правовые акты, регулирующие деятельность музея; в) привлечением средств физических и юридических лиц. Совет не является юридическим лицом, и его решения должны носить рекомендательный характер. Членами Попечительского совета должны быть видные деятели культуры и искусства, руководитель музея, государственные служащие и известные бизнесмены, финансирующие деятельность музея. Участие членов Попечительского совета сыграет важную роль в популяризации богатого культурно-исторического наследия музея на современном этапе развития нашей страны.

Еще одним важным элементом концепции является создание единого информационного центра музеев нашей страны. Основной задачей этого центра будет информирование как местных, так и иностранных посетителей обо всех музеях Азербайджана, посещение культурно-исторических объектов, заповедников,

организация экскурсий. Это позволит посетителям, планирующим посещение музеев, больше узнать о музеях, экскурсиях, выставках и других мероприятиях. Электронные панели в здании центра должны показывать онлайн-изображения здания музея, залов, основных экспонатов, маршрутов. Музейно-информационный центр должен включать в себя сувенирные лавки различных музеев, кафе, информационный центр, секции для формирования экскурсионных групп для посещения одного или нескольких музеев. Здесь можно также приобрести музейный билет для посещения музеев в заранее оговоренный период. Билет также должен содержать карту музеев с их адресами, часами работы и месторасположением. Создание интернет-сайта и активное участие Музейно-информационного центра в социальных сетях значительно расширит возможности для привлечения местных и иностранных туристов.

Еще одним важным вопросом является активное использование современных инноваций и коммуникационных технологий в повседневной работе национальных музеев. Исследования показывают, что все национальные музеи страны имеют хорошо оформленные веб-сайты и социальные сети, благодаря которым пользователи могут получить необходимую информацию о деятельности музея.

Изучение сайтов Национального музея истории Азербайджана (<http://azhistorymuseum.gov.az>), Азербайджанского национального музея искусств (<http://nationalartmuseum.az/>), Азербайджанского национального музея ковра (<https://azcarpetmuseum.az/front/az>) и Национального музея азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви (<http://nizamimuseum.az>) показало, что в структуру этих сайтов входят разделы, описывающие историю музея и возможности посещения музея с презентацией основных коллекций и различных экспонатов, а также содержащие информацию о временных экспозициях и выставках. Пользователи сайта музея также могут получить информацию о часах работы и местонахождении музея, а также о стоимости входных билетов. На наш взгляд, наличие постоянно обновляемых виртуальных туров может привести к увеличению числа пользователей сайта музея. Однако работе с аудиторией уделяется недостаточно внимания, о чем свидетельствует малое количество пользователей в социальных сетях.



Практика ведущих музеев мира показывает, что количество виртуальных посетителей музея сегодня сопоставимо с количеством посетителей реальных. Музейные сайты создают для музеев дополнительные возможности представить свои коллекции и интегрировать их в новую музейную систему. Информация, размещенная на сайтах музеев, доступна широкой аудитории (в том числе специалистам, работающим в разных музеях), которые, в свою очередь, имеют возможность сравнивать музеи, оценивать приоритеты, находить аналоги и подбирать партнеров. Исходя из этого, национальные музеи должны активно использовать сайты и социальные сети для общения с виртуальными посетителями, создавать интерактивные виртуальные музеи в формате 3D, популяризируя свою деятельность через экспонаты, выражающие материальную и духовную историю и культуру страны.

Таким образом, активное участие национальных музеев страны в сети Интернет является одной из форм развития партнерских отношений с постоянными посетителями и привлечения новой аудитории. Неотъемлемой частью деятельности национальных музеев должно стать стратегическое планирование и разработка политики работы с посетителями. Учитывая, что работа с посетителями находится не на должном уровне, нашим национальным музеям следует широко использовать и адаптировать к своей деятельности опыт и практику ведущих музеев мира. Установление прочных отношений с постоянными посетителями должно быть приоритетом для национальных музеев. Вопрос увеличения количества постоянных посетителей и привлечения более широкой аудитории должен стать главным критерием качества их работы. Работа в этом направлении должна обеспечивать обратную связь между музеем и аудиторией. Безусловно, специалисты в области PR должны работать над этим на постоянной основе. В процессе изучения деятельности национальных музеев было установлено, что данная форма работы с аудиторией не применяется на должном уровне. Нехватка в стране специалистов в этой области приводит к недостаткам в сотрудничестве музеев со всеми заинтересованными органами и учреждениями культуры и туризма. Исходя из мировой музейной практики, PR охватывает практически всю деятельность музея, влияет на его развитие, формирует его имидж и определяет то, как он будет развиваться в дальнейшем.

На наш взгляд, используя PR, национальные музеи страны могут предоставлять информацию о выставках, экспозициях и мероприятиях. Общась с аудиторией различными способами, сотрудники музеев могут узнать мнение посетителей о музейной работе, формах представления коллекций и каталогов, научной и образовательной деятельности, добавить музеи в туристические маршруты, определить партнерские отношения с туристическими компаниями для привлечения местных и иностранных туристов. Таким образом, национальные музеи могут значительно увеличить количество посетителей за счет совершенствования нормативно-правовой базы, привлечения профессиональных менеджеров, создания соответствующей мотивации у сотрудников, активного использования современных информационно-коммуникационных технологий, правильной организации работы, направленной на широкую аудиторию.

В то же время для интеграции национальных музеев в сферу культурного туризма необходимо всестороннее продвижение культурно-исторического наследия. Несмотря на отсутствие эмпирического и фактологического материала по данной теме, мы надеемся, что полученные результаты будут применены на практике в работе музеев по привлечению местных и иностранных туристов.

**В. Н. Баргачева, П. И. Рысакова**

**КАК ПРИВЛЕЧЬ ТУРИСТА,  
КОТОРЫЙ УЖЕ ВСЕ ПОВИДАЛ?**

(на примере туристической отрасли Китая)

Всемирная эпидемия и связанные с ней ограничения на зарубежные поездки создают новые возможности для стимулирования внутреннего туризма. Однако такие, казалось бы, благоприятные условия высвечивают и новую проблему: как привлечь туриста, который, возможно, уже имеет немалый опыт поездок по своей стране, как мотивировать его повторно посетить уже знакомые места и достопримечательности. С подобным вызовом сталкиваются многие страны, имеющие развитый внутренний туристический рынок, что позволяет обратиться к сравнительному изучению примеров успешного решения таких задач. В этой перспективе знакомство с опытом китайского туристического сектора может иметь большое практическое значение.

**Интернет и опыт погружения.** Иммерсивный опыт, погружение в новую реальность, использование технологий VR и AR, практики активного участия, а не наблюдение – все эти темы активно обсуждаются китайским туристическим сообществом как новые стратегии развития туризма, которые позволят привлечь уже изрядно пресытившегося путешественника. Развитие подобных культурных индустрий стартовало примерно в 2017 году, и сегодня движение в этом направлении активно подкрепляется правительственными установками: программами цифровизации экономики и различных сфер общественной жизни, а также упрочения статуса национальной культуры и ее продвижения в цифровом пространстве. В 2019 году Госсовет КНР издал «Мнения о дальнейшем стимулировании потенциала культурного и туристического потребления» (关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见), которые предполагали «содействие интеграции культуры, туризма и современных технологий, а также разработку иммерсивного туристического контента нового поколения».

В марте 2021 года Национальная комиссия по развитию и реформам выпустила «План ускоренного развития новых видов потребления» (加快培育新型消费实施方案), в котором отмечалась

необходимость углубления цифровой трансформации индустрии культуры и туризма, а также развития цифровых форм искусства и иммерсивных форм цифровой культуры и туризма.

**Методы погружения.** В практике туристических дестинаций применение иммерсивного опыта развивается в двух направлениях. Первое направление – это создание особых пространств, нацеленных на максимальное вовлечение сенсорики потребителя с помощью актуальных цифровых технологий 5G, мультимедиа, искусственной и дополненной реальности (VR и AR), искусственного интеллекта. Второе направление связано с расширением туристического опыта за счет превращения потребителя из наблюдателя в активного участника – погружение в тематическую среду, костюмированные переодевания, DIY-активности, квесты и задания.

Сегодня в Китае трудно удивить туристов просто световыми шоу или шоу дронов, поэтому многие музеи или городские локации предлагают более сложные комплексные программы, включающие костюмированные переодевания, выполнение конкурсных заданий и квестов в искусственных цифровых или культурно-исторических локациях. Например, подобную программу – «Мистический Чунцин» (魔幻重庆) – в осенние каникулы 2021 года разработал этот крупнейший туристический центр юго-запада Китая. Туристам предлагалось посещение более десяти городских локаций с переодеваниями и выполнением заданий в рамках единого сценарного сюжета, декорациями для которого выступили местные достопримечательности.

Отдельное внимание уделяется разработке музейного мерчендайзинга. При этом акцент делается на высокое качество и, главное, на практичность и употребительность предлагаемых товаров. Они изначально разрабатываются не как линейка сувениров, а как практические товары, дизайн которых тематически связан с музейными экспонатами. Ярким примером такого подхода служит линия уходовых и косметических средств, выпущенная главной сокровищницей страны – Музеем императорского дворца Гугун. Большую популярность обретают продукты питания, изготовленные под брендами музеев, например мороженое с символикой музея, пирожные, напитки, названия и оформление которых связаны с его историей.

Успешная разработка музейного маркетинга последнего времени – так называемые «слепые коробки», конкретное содержание которых оказывается сюрпризом для покупателя. Как правило, в них находятся различные сувениры для коллекционирования. «Слепые коробки» можно приобрести как в музее, так и на площадках онлайн-торговли.

Иными словами, в новых стратегиях привлечения туристов акцент делается на предоставление принципиально нового опыта при посещении туристической локации, а также на создание относительно устойчивых схем потребительского спроса.

**Е. И. Бобрицкая, Е. И. Курбатова, Н. И. Схулухия**

**ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ  
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ В МУЗЕЕ:  
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КОММУНИКАЦИИ**

Рост потребности общества в технической деятельности стимулировал поиск новых подходов к осмыслению феномена техники, выраженного во всеобъемлющем ее влиянии на современный мир. Появляются новые тенденции в ее понимании, порождая новые аспекты в интерпретации. Среди важных составляющих новых подходов к интерпретации узкопрофильного технического и научного знания можно назвать гуманизацию техники и более активное включение человека в рассказ о ней.

Парадоксом техники является, с одной стороны, неразрывная связь с человеком, с другой стороны, некоторые ее аспекты кажутся пугающими и непостижимыми. В данном контексте актуален вопрос: как гуманизировать продукты науки и техники и создать пространство коммуникации, в котором зритель будет не просто наблюдателем, но и осмысленным участником коммуникации?

Технические памятники как объекты интерпретации содержат в себе сложный информационный потенциал, имеющий в своей основе рациональный, эмоциональный и эстетический уровни, которые раскрываются в процессе их изучения и осмысления. Музей науки и техники как пространство синтеза технического и гуманитарного знания должен не только сохранять научно-техническое наследие, проводить исследования, но и генерировать актуальные решения в работе с посетителями.

Обращаясь к современным тенденциям, Музей оптики Университета ИТМО ведет активную деятельность в области исследования и интерпретации предметов науки и техники. Основной целью является комплексное изучение, позволяющее рассмотреть коллекции с разных сторон: это не только история создания предмета, определение его среды бытования, назначения, применения, но и связь предметов с контекстом музейного пространства. Для этих целей в музее введена и апробирована ERP-система (ERP – enterprise resource planning – «планирование ресурсов»), одной из функций которой является учет и хранение информации о коллекции музея.

Нередко проблема интерпретации заключается в невозможности трансформации информационного поля музейного предмета в упрощенную, визуально эффектную форму, привычную для восприятия. Особенно остро это ощущается в случае с такими многосоставными и сложными для восприятия предметами, как голограммы. Зачастую голография воспринимается посетителями как метод копирования информации, имеющий узкое предназначение и не несущий ценности как таковой. Либо, столкнувшись с голограммой на экспозиции, зритель, ввиду недостаточного количества «входных данных», неверно истолковывает суть голографии. Узкая специфика экспонируемого материала порождает для посетителя проблему преодоления предметности.

Для решения этой проблемы коллективом Музея оптики был разработан проект выставки одного предмета – голограммы диатомовой водоросли. Выставка под названием «Диатомея» – это попытка показать, насколько технология голографирования способна высокоточно воспроизводить трехмерные образы объектов, величина которых достигает нескольких десятков микрон. Цель данного проекта – популяризация научных достижений, в частности голографии, и попытка ее осмысления как самостоятельного объекта наследия культуры. Рассматривая голограмму в разрезе проблемы преодоления предметности, можно назвать ее уникальным в своем роде объектом. С одной стороны, голограмма является продуктом репрезентации, то есть вторичным представлением первообразов, отражением их свойств. С другой стороны, сама по себе она служит сложной многоступенчатой технологией создания изображения, обладающего своими собственными, отличными свойствами.

Голограмма – это продукт деятельности, созданный при сочетании нескольких форм научного и технического знания, то есть синтетический предмет. В свою очередь синтез предполагает воссоздание всеобщих свойств предмета в различных его конкретных проявлениях. Этот принцип ложится в основу объяснения феномена голограммы как продукта междисциплинарной деятельности, сочетающей в себе исследования в таких областях, как археология, микробиология и оптика.

Создание выставки «Диатомея» подразумевает выделение трех основных аспектов процесса записи голограммы: регистрация информации об объекте записи (использование сканирующей

электронной микроскопии для получения исходных данных об объекте записи), считывание объекта на цифровой носитель (создание цифровой 3D-модели и трансформация в искусственную картину интерференции) и запись трехмерного изображения объекта на фотопластину. В соответствии с концепцией выставки, заключающейся в желании сделать акцент на процессе анализа «составных» компонентов голограммы, экспозиционное пространство делится на три зоны, отражающие процесс ее создания. Особенностью проекта является сопроводительный экспликационный материал в формате инструкций, благодаря чему зритель сможет систематизировать полученную информацию.

Повествование о голограмме разделяется на отдельные тематические блоки, что позволяет создать стройный, последовательный рассказ об объекте съемки, методах регистрации этого объекта и процессе записи голограммы. Подобный прием членения способен преподнести голограмму как продукт многоступенчатого технического процесса, таким образом, метод регистрации информации не просто становится методом копирования, но и выходит на качественно новый уровень осмысления. Выставка сама по себе – процесс познания многогранности голограммы.

Благодаря подобным выставкам становится возможным наиболее привлекательно показать процесс создания голограммы, что позволяет структурированно объяснить ее уникальность и ценность как предмета техники, а также упростить понимание узкопрофильной технической информации для посетителя, решая проблему коммуникации зрителя с предметами техники.

### **Список использованной литературы**

1. Сапанжа О. С. Основы музейной коммуникации : учеб. пособие. СПб., 2007.
2. Букки М. Пособие по общественным связям в науке и технологиях. М., 2018.
3. Беньямин В. Краткая история фотографии. М., 2013. С. 60–113.
4. Рансьер Ж. Эмансипированный зритель / пер. с фр. Д. Жукова. Н. Новгород, 2018.



**С. Д. Бородина, А. В. Булгакова**

## ДОМ ПРИЕМОМ КАК ГИБРИДНАЯ ФОРМА БРЕНДИНГА ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

В экономическом и культурном пространстве современных городов объекты архитектурного наследия занимают стратегическое место, являясь подлинными свидетелями исторических событий, воплощая в себе знания и умения своих создателей, храня семейные истории известных горожан.

В настоящий момент ОКН достаточно активно вовлекаются и в различные сферы городской инфраструктуры, однако не во все из них имеется открытый доступ. Например, широко известные шедевры архитектуры – особняк Зинаиды Морозовой на Спиридоновке (Дом приемов МИД) или особняк Харитоненко на Софийской набережной (резиденция посла Великобритании в Москве) – закрыты для посещения, москвичам и гостям столицы остается лишь любоваться их фасадами. Но и в случае открытости объекта его известность еще не гарантирует туристической притягательности – уникальный, но при этом аутентичный имидж для ОКН необходим не меньше, чем мероприятия по сохранению.

Анализируя опыт отечественных и зарубежных примеров разработки бренда ОКН, можно выделить две приоритетные модели их включения в современное городское пространство:

- в качестве культурного института – галереи, музея, библиотеки, образовательного учреждения;
- в качестве усадебного комплекса – дома известных деятелей культуры, творческого союза, штаб-квартиры компании.

Хотя антропогенные факторы влияют на сохранность ОКН сильнее и подчас разрушительнее, чем природно-климатические условия, «населенность» объекта является одним из условий его привлекательности для туристов. Объекты культурного наследия – не музейные экспонаты, их нельзя сохранить обособленно, выключив из социально-экономического и культурного пространства современного города, чем зачастую грешат устроители различных музеефицированных (хочется сказать, мумифицированных) пространств – слобод, исторических зон, усадеб. Напротив, привлекательность и сохранность обеспечиваются лучше, если ОКН интегрированы в экономическое пространство и олицетворяют культурную ценность нашего общего прошлого.

Дом приемов Группы компаний ASG-Invest – локация для проведения различных официальных мероприятий, переговоров, конференций, выставок и т. д. – размещается в доме Банарцева (Казань, ул. К. Маркса, 18), объекте культурного наследия регионального значения. Выстроенный в стиле ампира особняк экспонирует образцы интерьеров того же стиля. Каминный зал, салон, столовая, гостиная и другие помещения наполнены предметами мебельного и прикладного искусства, выполненными в стиле ампира. «Мягкая архитектура» – текстиль на портьерах и мебельной обивке – изготовлен на парижских мануфактурах по технологии XVIII века.

Уникальность и аутентичность имиджа Дома приемов обеспечены подлинностью его убранства – картин, мебели, фарфора, скульптуры и т. д. – и его позиционированием как «собирающего портрета» особняков богатых казанских дворян XVIII века. Такое решение пришло во время восстановления дома, который весь советский период использовался под жилье, а его внутренний декор был полностью утрачен. Иконографических источников также не осталось, и архитекторы-реставраторы проектных мастерских Международного института культурного наследия выполняли детали интерьера – двери, парадную мраморную лестницу и т. д. – по образцам, сохранившимся в казанских ОКН.

Опыт проведения мероприятий в Доме приемов, в основном делового характера, убеждает, что уникальная эстетизированная среда оставляет у участников неизгладимое впечатление, обзорная экскурсия по его интерьерам вызывает множество вопросов об авторах проекта реставрации, истории предметов и т. д.

Дом приемов, включающий в себя музейно-экспозиционную и деловую зоны, является гибридной формой, позволяющей не только сохранить, но и способствовать развитию объекта культурного наследия.

**Е. В. Васильева, Е. В. Останина, В. К. Тын**

**КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ:  
ЗАЧЕМ НУЖНО УЧИТЫВАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ  
НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ФОРМИРОВАТЬ  
НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ**

Современное общество характеризуется развитием экономики 4.0, изменением характера человеческой деятельности и повышением роли значимости результатов интеллектуальной деятельности компании; особенно это касается новых индустрий, к числу которых относятся креативные индустрии. 2021 год ООН объявила годом креативных индустрий, считая их перспективным направлением развития мировой экономики. Согласно классификации UNCTAD, к креативным индустриям относятся следующие сферы деятельности: кино, видео и фотография, телевидение и радио, музыка, архитектура, реклама и маркетинг, дизайн и мода, издательское дело, ПО и компьютерные игры, изобразительное искусство, исполнительское и театральное искусство, музеи, галереи и креативные кластеры, ремесла и культурное наследие<sup>1</sup>. Креативный сектор экономики Великобритании, США, Скандинавских стран и Китая считается одним из высокодоходных, его вклад в мировой ВВП составил в период до начала пандемии COVID 2019 года примерно 7%<sup>2</sup>.

Необходимо отметить, что в Великобритании для управления креативным сектором экономики разработана и внедрена цифровая экосистема, которая включает глобальную цифровую среду регистрации интеллектуальной собственности и цифровые инструменты учета ресурсов интеллектуальной деятельности в креативном секторе экономики, систему законодательных актов, направленных на охрану интеллектуальной собственности в креативном секторе экономики, экспертный совет исследования и управления ресурсами интеллектуальной собственности в креативном секторе экономики, правительственную программу финансовой поддержки учета ресурсов интеллектуальной деятельности. Подсчет вклада креативных индустрий в экономику страны британцы осуществляют благодаря оценке результатов интеллектуальной деятельности и учету нематериальных активов компании<sup>3</sup>.

В России в последнее время развитию креативного сектора экономики уделяется большое внимание: подготовлена Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, а также программы поддержки развития креативных индустрий на местном, региональном и национальном уровне. Вместе с тем методика учета результатов деятельности компаний креативного сектора еще не сложилась. Для развития методической базы учета результатов деятельности компаний креативного сектора экономики в настоящей статье разработаны некоторые рекомендации по использованию законодательных документов и стандартов, действующих в Российской Федерации.

Перейдя к формированию рекомендаций, необходимо отметить, что как в России, так и за рубежом сложилась нормативно-правовая система, обеспечивающая охрану и учет ресурсов интеллектуальной деятельности, которая включает:

- *Международное право* (Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 года, Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений 1886 года, Мадридское соглашение о международной регистрации знаков 1891 года, Договор о патентной кооперации 1970 года, Протокол к Мадридскому соглашению 1989 года, Всемирная конвенция об авторском праве 1971 года);
- *Гражданский кодекс РФ*, часть четвертая (Федеральный закон «О коммерческой тайне», Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и другие акты);
- *Нормативные документы, применяемые к ранее созданным объектам* (Закон об авторском праве и смежных правах 1993 года, Закон о правовой охране программ для ЭВМ 1992 года, Закон о товарных знаках 1992 года, Патентный закон 1992 года, Гражданский кодекс РСФСР 1964 года);
- *Разъяснения высших судебных инстанций РФ* (Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

1 января 2022 года вступила в силу новая редакция «Гражданского кодекса Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006

№ 230-ФЗ (ред. от 11.06.2021) ГК РФ Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. Ст. 1225 ГК РФ определяет охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации<sup>4</sup>.

В России результаты интеллектуальной деятельности охраняются авторским правом (произведения, в том числе неоконченные произведения, часть произведения или фрагмент, название, персонаж, производные произведения, составные произведения; программы для ЭВМ; базы данных); патентным правом (изобретения, опытные образцы, товарные знаки, в том числе логотипы и бренды); смежным правом (право на использование и воспроизводство любых произведений, изобретений, товарных знаков и др.). Необходимо отметить, что идеи, концепции, принципы, методы, процессы, системы, способы, решения задач, открытия, факты, языки программирования не попадают под действие авторского, смежного, патентного права.

Действующая в России нормативно-правовая система позволяет закрепить за участниками интеллектуальной деятельности право собственности на результат интеллектуальной деятельности, который, согласно законодательству, можно купить, продать, предоставить в пользование, подарить.

Таким образом, можно рекомендовать компаниям креативного сектора экономики осуществлять регистрацию результатов интеллектуальной деятельности с целью подтверждения своих прав и формирования интеллектуальной собственности компании на основе существующего в РФ законодательства.

Результаты интеллектуальной деятельности учитываются в качестве нематериальных активов компании. Согласно существующим оценкам, в развитых странах нематериальные активы обеспечивают от 17 до 37% роста производительности труда<sup>5</sup>. Таким образом, нематериальные активы компании становятся одним из основных источников конкурентных преимуществ и успеха хозяйствующих субъектов в условиях экономических трансформаций. Нематериальными активами (далее НМА) не являются расходы, связанные с образованием юридического лица (организационные расходы), интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификация и способность к труду.

В России учет нематериальных активов осуществляется на основе федерального стандарта бухгалтерского учета, Положения

по бухгалтерскому учету 14/2007 и Налогового кодекса РФ. В качестве рекомендаций при учете нематериальных активов следует обратить внимание на то, что стоимость НМА складывается из всех затрат на его производство или приобретение; срок полезного использования НМА определяется ст. 258 Налогового кодекса РФ не менее 13 месяцев или сроком действия патента; амортизация начисляется в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету 14/2007 «Учет нематериальных активов».

28 сентября 2021 года был опубликован проект нового ФСБУ 14/2021 «Нематериальные активы», который заменит ныне действующий в 2023 году. Согласно новому ФСБУ объектом НМА будет считаться актив, характеризующийся одновременно следующими признаками<sup>6</sup>:

- не имеет материально-вещественной формы;
- предназначен для использования организацией в ходе обычной деятельности при производстве/продаже продукции/товаров, при выполнении работ или оказании услуг, для предоставления за плату во временное пользование, для управленческих нужд либо для использования в деятельности некоммерческой организации, направленной на достижение целей, ради которых она создана;
- предназначен для использования организацией в течение периода, превышающего 12 месяцев, или обычного операционного цикла, длящегося более 12 месяцев;
- способен приносить организации экономические выгоды в будущем (обеспечить достижение некоммерческой организацией целей, ради которых она создана);
- может быть выделен (идентифицирован) от других активов, в том числе в отношении такого актива у организации при его приобретении/создании возникли исключительные права, права использования в соответствии с лицензионными договорами либо иными документами, подтверждающими существование самого актива и прав на него.

ФСБУ 14/2021 «Нематериальные активы» позволит регулировать вопросы, связанные с учетом НМА:

- о Принятие к бухучету;
- о Оценка по первоначальной стоимости;
- о Последующая оценка;
- о Амортизация;

- o Обесценивание;
- o Выбытие с бухучета;
- o Результаты операции с НМА.

Такое понимание НМА дает возможность составить видовую классификацию НМА с учетом результатов интеллектуальной деятельности креативных индустрий (Таблица 1).

Таблица 1

**Видовая классификация НМА для креативных индустрий**

Вид нематериального актива (НМА)	Документ, подтверждающий существование НМА и право организации на него
Исключительное право на изобретение, промышленный образец выставочных конструкций, полезная модель (техническое решение, относящееся к устройствам) при организации мероприятий.	Патент, выданный Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатент); Свидетельство о регистрации, Договор и исключительная лицензия (если лицензия куплена)
Произведения науки, литературы и искусства: дизайн-проект выставки, рекламные проспекты, плакаты и др.	Договор и первичные документы, подтверждающие передачу НМА (если организация приобрела исключительные права на данный НМА), свидетельство о регистрации
Секреты производства (ноу-хау): контент и сценарий мероприятия, методики и технологии организации мероприятий, сведения, имеющие коммерческую тайну.	Акт ввода НМА в эксплуатацию. Договор и первичные документы, подтверждающие передачу НМА (если организация приобрела исключительные права на данный НМА)
Исключительное авторское право на ПО, базу данных спикеров, экспертов и т. д.	Акт ввода НМА в эксплуатацию или свидетельство о регистрации. Договор и первичные документы, подтверждающие передачу НМА (если организация приобрела исключительные права на данный НМА)

Вид нематериального актива (НМА)	Документ, подтверждающий существование НМА и право организации на него
Исключительное право на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товаров	Свидетельство о регистрации права, выданное Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам. Договор и первичные документы, подтверждающие передачу НМА (если организация приобрела исключительные права на данный НМА)
Деловая репутация организации	Документы, подтверждающие приобретение организации как имущественного комплекса и позволяющие определить величину деловой репутации (стоимость НМА)

Предложенная видовая классификация НМА с учетом результатов интеллектуальной деятельности креативных индустрий может быть рекомендована предприятиям креативного сектора экономики как при формировании базы для ведения учета НМА, так и при разработке перспективных направлений развития компании.

В заключение отметим, что результаты интеллектуальной деятельности являются основными активами креативных индустрий, и поэтому нематериальные активы становятся важными показателями развития компаний креативного сектора экономики, однако компании креативного сектора экономики в России проявляют слабую активность в регистрации интеллектуальной собственности и учете нематериальных активов (это не касается деятельности кино и медиа). Возможно, причиной тому является недостаточная осведомленность о значимости регистрации результатов интеллектуальной деятельности и учета нематериальных активов для самих компаний, а также отсутствие финансовой поддержки со стороны государства и налоговых льгот, которые есть в практике Великобритании при работе в секторе креативных индустрий. Несмотря на это, учет НМА необходим для обеспечения охраны результатов интеллектуальной деятельности и расчета полной



стоимости компании в условиях купли и продажи; при формировании перспективных направлений деятельности компании; для повышения деловой репутации компании и обеспечения ее конкурентоспособности, определения вклада компании/отрасли в ВВП.

- <sup>1</sup> 100 Most Creative Russians. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.100mcr.com> (дата обращения 12.01.2022).
- <sup>2</sup> Creative Industries // International Trade Centre. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.intracen.org/itc/sectors/creative-industries/> (дата обращения 08.09.2020).
- <sup>3</sup> Independent Review of the Creative Industries. [Электронный ресурс]. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/649980/Independent\\_Review\\_of\\_the\\_Creative\\_Industries.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/649980/Independent_Review_of_the_Creative_Industries.pdf) (дата обращения 12.01.2022).
- <sup>4</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 11.06.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022). ГК РФ Статья 1225. Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/2a4870fda21fdffc70bade7ef80135143050f0b1/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/2a4870fda21fdffc70bade7ef80135143050f0b1/) (дата обращения 23.01.2022).
- <sup>5</sup> Стратегия-2020: Новая модель роста – новая социальная политика [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/Docs/2011/2011d153-doklad.pdf> (дата обращения 23.01.2022).
- <sup>6</sup> Методические рекомендации по применению ФСБУ «Нематериальные активы». [Электронный ресурс]. URL: [https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2020/12/main/Nematerialnye\\_aktivy.pdf](https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2020/12/main/Nematerialnye_aktivy.pdf) (дата обращения 23.01.2022).

О. Е. Гагина

ЭКСКУРСИЯ-ЭССЕ «РУССКИЙ ПЕЙЗАЖ»  
В КАРТИННОЙ ГАЛЕРЕЕ ВЛАДИМИРО-СУЗДАЛЬСКОГО  
МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА

Тематическая экскурсия в картинной галерее Владимиро-Суздальского музея-заповедника, посвященная русскому пейзажу, существовала уже длительное время, поэтому представлялось необходимым ее обновить, сделав актуальной для современной публики. И конечно, основой для разговора со зрителями о пейзаже могут стать чудесные «Письма о добром» Д. С. Лихачева. В этом произведении, адресованном юношеству, академик размышляет о многих нравственных сторонах жизни и культуры. Так, главы-письма «О русской природе», «О русской пейзажной живописи», «Ансамбли памятников искусства» и другие посвящены единству исторической и духовной памяти в отношении места, которое мы называем родиной.

Такую память он назвал «памятью культуры», считая огромной ее воздействующую силу: «Человек живет не только в природной среде, но и в среде, созданной культурой его предков и им самим. Сохранение культурной среды задача не менее важная, чем сохранение окружающей природы. Если природа необходима человеку для его биологической жизни, то культурная среда не менее необходима для его духовной, нравственной жизни, для его „духовной оседлости“, для его привязанности к родным местам, следованию заветам предков, для его нравственной самодисциплины и социальности»<sup>1</sup>. В XXI веке не менее важно понимать особенности не только своей, но и чужой культуры, культуры другого народа. Открыть характер русского пейзажа именно с такой точки зрения – как пейзажа, в котором формировался и который формировал русский народ, – представлялось очень интересным. На этой основе и родился новый авторский вариант экскурсии.

Воплощать задуманное пришлось приспособиваясь к конкретной аудитории: для участников Международного конкурса-пленэра юных художников на владими́ро-суздальской земле в 2017 году. По плану пленэра эта экскурсия была этапом подготовки молодых людей к очному конкурсу по рисованию, где они должны были

иллюстрировать отрывки из произведений русских писателей с пейзажными зарисовками. Трудность состояла в том, что произведения были написаны о владимирской земле, с ее типично среднерусскими видами («Владимирские проселки» В. А. Солоухина, «Мещерская сторона» К. Г. Паустовского, «Кладовая солнца» М. М. Пришвина), а ребята на конкурс приехали с Дальнего Востока и Крайнего Севера, из Прибалтики, Узбекистана, Болгарии, Греции и даже Америки и Африки... И они никогда раньше не бывали в таких местах, не были знакомы ни с нашим климатом, ни с нашими ландшафтами, ни с их обитателями (растениями и животными), ни с местной архитектурой. Программа пленэра предполагала активное знакомство с владимирской землей в поездках и на экскурсиях, на которых участники конкурса делали зарисовки. Но как быстро настроить ребят 12–18 лет на нужную волну? Сделать это и помогла авторская экскурсия-эссе «Русский пейзаж и его особенности», о логическом построении которой будет кратко рассказано ниже. Для тех, кто заинтересуется этим опытом, воспроизвести его и адаптировать свой материал в подобном ключе не составит труда.

Обычное для всех картинных галерей построение экспозиции по хронологическому принципу соединилось с изложением нестандартного взгляда Д. С. Лихачева на русский ландшафт с географической и исторической точек зрения, с рассказом о русском пейзаже как произведении живописцев, а также с необходимым минимумом строк русской литературы.

Вступлением в тему стал рассказ о постепенном «обрусении» классического европейского пейзажа, бывшего примером российским художникам начиная с XVIII века, о роле пейзажа в портрете, укреплении его как самостоятельного жанра.

Вторая часть начинается с рассказа о триумфе романтических видов с горами и морями. Конечно, марины И. К. Айвазовского прекрасны, но не они приходят на память при словах «русский пейзаж». На контрасте с романтическими картинами мгновенно узнается русский национальный пейзаж передвижников. Наша картинная галерея имеет возможность показать рядом два совершенно разных произведения А. К. Саврасова: «Сосна» (1854) и «Весенний день» (1873). Две эти живописные жемчужины собрания Владимиро-Суздальского музея-заповедника наглядно демонстрируют результат стремления художника отобразить черты

именно среднерусского пейзажа: от чистого академизма ранней работы, где невозможно определить, в какой именно стране была написана картина, до родных каждому русскому сердцу талого снега, разъезженной грязи дороги, крыш избышек и лип с грачными гнездами.

Именно этот художник совершил решительный поворот русской живописи к непритязательным в своей простоте мотивам, которые раньше игнорировались, уловив главное – мягкую волнистость ландшафта русской равнины, дымку влажного воздуха и жемчужное сияние света. Отсюда начинается «сотрудничество» с Д. С. Лихачевым, слова которого по-новому открывают запечатленное пейзажистами. Вслед за А. К. Саврасовым художники буквально соревнуются в «показе» для публики все новых, не освоенных живописью русских красот: богатства и разнообразия русского леса со всеми его обитателями, простора русского поля и неба над ним, их ритмов, о которых говорит и Д. С. Лихачев, а также всего калейдоскопа времен года и состояний природы, позволяющих любоваться ими на широте Средней России. Картины и этюды И. И. Шишкина, А. С. Егорнова, И. И. Левитана, Н. Н. Дубовского и других живописцев отражают все черты среднерусской природы. В русском пейзаже важна обжитость. Избы, выстроившиеся вдоль дороги или реки, изгороди, паханные поля, стога и, конечно, главки православных храмов стали важными приметам русской земли.

Эта главная часть экскурсии наполнена не просто информацией, вербальной и зрительной, а она диалогична: вначале экскурсовод указывает на характерные признаки русского пейзажа, а затем экскурсанты, опережая его, видят и называют их, поражаются тому, как по-разному художники создают образ. Именно эта часть экскурсии призвана «собрать» приметы воедино, в явление, носящее название «русский национальный пейзаж». Не только к А. К. Саврасову, но и к каждому его последователю и ученику, такому как И. И. Левитан, можно отнести слова К. Г. Паустовского о Бунине: «Русский пейзаж с его мягкостью, застенчивыми веснами, с его невзрачностью, которая через короткое время оборачивается тихой печальной красотой, нашел наконец своего выразителя, никогда не пытавшегося его приукрасить»<sup>2</sup>. Не приукрашивать, а научиться видеть, как писал в своем замечательном (извините, сокращенном) стихотворении Николай Рыленков:

*Всё в тающей дымке:  
Холмы, перелески.  
Здесь краски не ярки  
И звуки не резки.  
Здесь медленны реки,  
Туманны озера,  
И все ускользает  
От беглого взора.  
Здесь мало увидеть,  
Здесь нужно всмотреться,  
Чтоб ясной любовью  
Наполнилось сердце.  
...Чтоб вдруг отразили  
Прозрачные воды  
Всю прелесть застенчивой  
Русской природы»<sup>3</sup>.*

И остается последняя, третья, содержательная часть, посвященная имениям и городам. Дворянские имения с их классическими домами и дворцами, парками, аллеями и прудами – свидетельства не только экономического, но и эстетического преобразования российских земель в XVIII–XIX веках («Уголок дворца» Л. В. Туржанского (1912), «Летнее утро. Усадьба Рождествено» С. Ю. Жуковского (1918)), они составляют важную часть сельских видов среднерусской полосы и живописной «памяти культуры»<sup>4</sup>.

Также не менее важную и гораздо более древнюю особенность видов старых русских городов зафиксировали художники: их положение на высоком берегу реки («Набережная старого города» К. И. Горбатова (1915), «Ледоход во Пскове» И. И. Бродского (1913)). Д. С. Лихачев писал, что это обусловлено оборонительным удобством в старые времена: «...река и гора защищали город»<sup>5</sup>. Но есть здесь, как мне кажется, еще один очень важный смысл – гора над рекой всегда была сакральной точкой, соединяющей со времен язычества все стихии (воздух, вода, земля и огонь (неугасимые кострища капищ)), и являлась символом Мировой горы, основы мироздания. Во время христианизации на местах капищ ставились храмы: летописец сообщает о решении Владимира Крестителя «рубити церкви, и поставляти по мѣстомъ, идеже стояеху кумири»<sup>6</sup>.

Церкви стали выполнять роль новых маркеров сакрального пространства, а чем больше их появлялось в городе, например, тем

более защищенным и сильным он становился. Русский человек воспринимал это всем существом, всей заложенной в него генетикой: «Россия своих границ и пределов не знает, и хоть увидишь на карте, но в ощущении – нет. Связано это с соседством с Арктикой, с Севером, с просторами, лесами и тайгой Сибири... – и в общем: если, с одной стороны, русские ощущали плечо соседа и предел, то с другой – границ нет, и своя земля прямо переходит во Вселенную. И вот это прямое соседство с бесконечностью, оттянутость на нее, ориентированность и все время ее чутье – распяливает русского человека, его жизнь и ДУХ»<sup>7</sup>. Потому так греют сердце вертикали храмов, соединяющие нас и нашу землю со Вселенной, и, может быть, потому так тянутся люди приехать в старые города – хотя бы на несколько дней «поправить» душу.

Вот те черты русского пейзажа, с которыми знакомились молодые люди. Участники пленэра успешно справились с иллюстрированием «пейзажной» прозы русских писателей. В своих отзывах ребята благодарили за экскурсию, которая не только помогла им осознанно отнестись к заданию о средней полосе России, но и заставила задуматься о характере природы и ее художественных образах в разных странах и на других континентах.

С тех пор экскурсия-эссе проводилась для учащихся художественных школ Владимирской области, для молодежных туристических групп. «Ваши картины, ваша экспозиция помогает... хоть немного, но рассмотреть Русскую душу в ее подлинной среде – Русском пространстве», – написали ребята из подростковой группы паломников (22.07.2021). Отзыв руководителя этой поездки особенно ценен: «Вы не поверите, но всю дорогу из Владимира до Москвы только и обсуждали, что увидели и услышали в картинной галерее!»

Такая экскурсия не может конкурировать с обзорной, но разговор о русском пейзаже не только с исторической, но и с нравственной точек зрения необходим всем. Молодые самоидентифицируются: осознают свою «нравственную оседлость»<sup>8</sup>, зрелые утверждают в своей идентификации, в своей принадлежности истории и большой культуре России, частью которой является русский пейзаж: «Не здание даже нужно человеку, а здание в определенном месте. Поэтому и хранить их, памятник и ландшафт, нужно вместе, а не раздельно. Хранить строение в ландшафте, чтобы и то и другое хранить в душе»<sup>9</sup>.

- <sup>1</sup> *Лихачев Д. С.* Письма о добром. М. ; СПб., 2006. С. 176.
- <sup>2</sup> *Паустовский К. Г.* Иван Бунин. [Электронный ресурс]. URL: <https://biography.wikireading.ru/270105> (дата обращения: 27.12.21).
- <sup>3</sup> *Рыленков Н.* = в тающей дымке... [Электронный ресурс]. URL: <https://www.inpearls.ru/273566> (дата обращения: 27.12.21).
- <sup>4</sup> *Лихачев Д. С.* Указ. соч. С. 144.
- <sup>5</sup> Там же. С. 185.
- <sup>6</sup> ПСРЛ. Т. 1 : Лаврентьевская летопись. Л., 1926–1928. С. 83, л. 41.
- <sup>7</sup> *Гачев Г.* Русский эрос: «роман» Мысли с Жизнью. М., 2004. С. 13.
- <sup>8</sup> *Лихачев Д. С.* Указ. соч. С. 177.
- <sup>9</sup> Там же.

Г. Н. Гафарова

## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ МУЗЕЕВ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Музейный историзм, то есть памятники культуры, способствуют осознанному восприятию отечественной истории при помощи конкретных объектов. Иногда забытых или неизвестных культурных артефактов.

Сегодня на передний план науки все в большей степени выдвигается проблема выбора тех культурных ценностей, которые необходимо оберегать и сохранять в XXI веке ради преемственности в культуре и стабильности в обществе. Наши современники озабочены поиском оптимальных способов, позволяющих поделиться опытом, знаниями, технологиями. Это так или иначе относится и ко всем музеям, связанным с трансляцией культурного наследия, сохранением его памятников.

Музейный образ исторических памятников, несущих в себе отпечаток бытия национальной культуры, нередко оказывался особо ценным транслятором культурных традиций, лежащих в основе памяти поколений. «Без традиций, без преемственности, – подчеркивал Н. Бердяев, – культура невозможна»<sup>1</sup>.

Памятником истории и культуры является объект культурного наследия, обладающий достаточной полнотой сохранившихся форм, имеющий историческую, научную, инженерно-техническую или художественную ценность, подлежащий в силу этих качеств охране в конкретном пространстве и определяющий в нем характер дальнейших реконструктивных мероприятий<sup>2</sup>.

Азербайджан – страна богатая не только природными ресурсами, но и многообразной и яркой культурой и искусством, которые широко представлены в наших музеях. Интерес к нашим музейным коллекциям всегда был высок, но после обретения независимости он заметно вырос. Наши музеи вышли на совершенно иной уровень деятельности и постепенно стали соответствовать современным стандартам. Но, к сожалению, пандемия, охватившая весь мир, сказалась и на данной сфере. Музеям пришлось срочно менять свои планы, которые невозможно было реализовать в сложившихся условиях без применения новых технологий. Но, как говорится, нет худа без добра, и наши музеи проявили



профессионализм, творческую смекалку и за короткий срок обратили данную ситуацию в свою пользу.

Азербайджанские музеи во время пандемии COVID-19 довольно быстро смогли адаптировать свою работу соответственно требованиям карантинного периода и реализовать множество успешных проектов. Следует отметить, что в это время активность проявили не только крупные музеи республики, но и региональные, которые деятельно участвовали в вебинарах и онлайн-проектах. Большую поддержку в реализации этих проектов оказал Национальный комитет ИКОМ Азербайджана.

Следует отметить, что первопроходцами в данном процессе были крупные музеи республики – Азербайджанский национальный музей ковра, Национальный музей литературы им. Низами, Азербайджанский национальный музей искусств, Национальный музей истории Азербайджана. Из-за ограничений, связанных с пандемией, мероприятия для широкой зрительской аудитории проводились в онлайн-формате. К ним привлекались представители различных профессий и сообществ, что значительно расширило аудиторию. Кроме того, потерял свою актуальность возрастной ценз, в онлайн-мероприятиях получили возможность участвовать представители разных поколений. Главным достижением центральных музеев в период пандемии стало активное сотрудничество с региональными музеями, интерес к коллекциям которых значительно возрос, и привлечение их к своим проектам. Основная деятельность музеев в это время заключалась в проведении видеолекций, презентациях различных образовательных программ для детей и взрослых, а также в представлении электронных коллекций музеев.

Сложившаяся ситуация выявила ряд сложностей, связанных с технической базой музеев и использованием новых технологий сотрудниками музеев, но следует отметить, что данная проблема была решена за короткий срок с привлечением внутренних ресурсов.

После смягчения режима изоляции число посетителей в региональных музеях значительно выросло, интерес стали проявлять не только туристы, но и местные жители, которые заново знакомились с памятниками материальной культуры своего региона. Пандемия дала импульс увеличению количества подписчиков этих культурных учреждений в социальных сетях, повышению

интереса к сфере искусства. Особо следует отметить активность Азербайджанского государственного музея музыкальной культуры и Азербайджанской государственной картинной галереи, которые на своих электронных страничках в социальных сетях пропагандировали творчество как национальных музыкантов и художников, так и представителей мировой музыки и живописи. Проводимые ими мероприятия значительно обогатили вкус и знания молодого поколения азербайджанской молодежи, которая в силу современных веяний немного отделилась от классической культуры и мало знакома с ее яркими представителями.

Онлайн-встречи проводились с деятелями искусств и мастерами, которые рассказывали о своих произведениях широкому кругу зрителей, трансляции проводились на различных платформах – ZOOM, Microsoft Teams, YouTube и т. д. Примером могут служить проведенные Национальным музеем литературы им. Низами крупные онлайн-конференции, посвященные 80-летию музея и юбилею великого поэта Низами, в которых участвовали представители различных стран, а сами мероприятия транслировались на YouTube.

После почти 30-летнего перерыва появилась возможность посетить богатый историческими памятниками Карабах. Была проведена онлайн-сессия с директорами различных учреждений по вопросу восстановления и реконструкции культурного наследия данного региона.

Мероприятие было организовано со стороны АНМК при содействии Ш. Меликовой. Как известно, ИКОМ Азербайджана и Азербайджанский национальный музей ковра осуществляют в этом направлении слаженную работу. Собирается и анализируется постоянно обновляющаяся информация, ведутся переговоры с соответствующими международными комитетами ИКОМ по вопросам возвращения на родину утраченных экспонатов, восстановления музеев Карабаха и восполнения их коллекций.

Помимо этого за период пандемии АНМК организовал несколько интересных мероприятий, которые привлекли к себе внимание новой концепцией. Среди них особой интерес представляет выставка «Новые жемчужины коллекции», открытие которой прошло в необычном формате, за экспозицией можно наблюдать в социальных сетях в режиме онлайн. Подобная практика в музейном деле Азербайджана была применена впервые. «Век технического прогресса и виртуальной реальности Музей ковra осваивает

новые необъятные просторы всемирной сети. Впервые в Азербайджане открытие выставки проходит онлайн и все наши гости, друзья нашего музея в режиме реального времени могут увидеть экспозицию, не выходя из дома или офиса, в любой точке мира», – сказала на открытии директор Азербайджанского национального музея ковра заслуженный работник культуры Ш. Меликова<sup>3</sup>.

Вторым интересным проектом АНМК стала онлайн-трансляция в социальных сетях интеллектуальной викторины «Что? Где? Когда?», первой игры такого рода в музейной сфере страны. В ней приняли участие 20 команд, которые первыми прошли онлайн-регистрацию. Вопросы турнира были целиком посвящены музейной тематике, и в частности ковроткачеству. Несколько видеовопросов для знатоков предоставил сам Музей ковра – они записаны его сотрудниками. Команда-победительница получила призы от АНМК, другие участники игры также заслужили различные награды. Игра вызвала большой интерес, и мы надеемся на продолжение данного проекта.

Среди международных проектов, осуществленных за период пандемии, большой интерес вызывает Меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве, подписанный между Государственным Эрмитажем (Санкт-Петербург, Россия) и АНМК в 2020 году. В церемонии подписания приняли участие руководители обоих музеев – Михаил Пиотровский и Ширин Меликова. Стороны планируют проводить научно-исследовательскую работу, обмениваться информацией и опытом в сфере музейного дела, в том числе хранения и реставрации экспонатов, осуществлять совместные выставочные проекты.

Среди направлений сотрудничества большое внимание уделяется работе по улучшению условий доступа к культурным ценностям для людей с особыми потребностями. Одной из таких уже осуществленных программ стал инклюзивный проект «Пазырыкский ковер», который объединил опыт работы двух музеев в этой сфере. Предполагается создать реплики фрагментов пазырыкских ковров из собрания Эрмитажа, которые дадут возможность людям с нарушениями зрения ощутить разнообразие техник древних мастеров, почувствовать рисунок орнаментов. В основу проекта лег разработанный в АНМК специальный метод ткачества, сочетающий в себе безворсовую и ворсовую техники, который позволит тактильно определять форму орнамента и его структуру. Каждый образец

будет сопровождаться текстом, набранным шрифтом Брайля, и тифлокомментарием к экспонату. Тактильные модели могут быть интересны всем посетителям музея – многие хотели бы прикоснуться к ковру, ощутить его текстуру, особенность каждой техники<sup>4</sup>.

В Российском этнографическом музее в 2021 году открылась выставка декоративно-прикладного искусства Азербайджана под названием «Вплетая нить судьбы в ковер...». Она была организована в рамках подписанного между двумя музеями в 2018 году Меморандума о сотрудничестве. На выставке было представлено 120 экспонатов, большинство из которых экспонировалось впервые. Итогом совместной научной деятельности стала книга, содержащая в себе различную информацию об изготовленных в Азербайджане коврах, украшениях, одежде и т. д.

Подводя итог, следует отметить, что сложившаяся нештатная ситуация послужила толчком к развитию технического прогресса во многих отраслях деятельности человека. Особенно это касается области образования и культуры. И если сфере образования присущи более традиционные методы обучения, то учреждения культуры за счет возможности работы в онлайн-режиме значительно обогатили и расширили ареал своей деятельности. Коллекции различных музеев мира, ранее доступные лишь туристам и специалистам, за короткий срок обрели миллионную аудиторию, а научные конференции и семинары, в которых принимал участие лишь узкий круг специалистов, стали открыты представителям разных профессий и слоев общества, живущих в разных уголках мира, тем самым обогатив их кругозор и культурное восприятие наследия различных народов.

<sup>1</sup> Цит. по: Основы музееведения : учеб. пособие / отв. ред. Э. А. Шулепова. Изд. 2-е, исправ. М., 2010. С. 320.

<sup>2</sup> Гафарова Г. История музейного дела в Азербайджане: прошлое, настоящее, будущее // Вопросы музеологии. 2010. Т. 1, вып. 2. С. 33–40.

<sup>3</sup> Бабаева Дж. Впервые в Азербайджане! Музей ковра открыл выставку в режиме online. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.trend.az/life/culture/3202482.html> (дата обращения: 10.01.22).

<sup>4</sup> Бабаева Дж. Азербайджанский национальный музей ковра договорился о сотрудничестве с Эрмитажем. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.trend.az/life/culture/3188592.html>// (дата обращения: 10.01.22).

## П. З. Гольдин

### ПУТЬ К МУЗЕЮ КАК КУЛЬТУРНОЕ ПОЛЕ ПРИ НЕВОЗМОЖНОСТИ ПОСЕЩЕНИЯ МУЗЕЯ

Память культуры, историко-культурное наследие аккумулируется в институциональных музеях, однако ценности культуры всегда «разлиты в воздухе» окружающей культурной среды, в пространстве которой только и могут существовать музеи (можно провести аналогию с кристаллизацией соли в насыщенном растворе). Максимальной концентрации музейные ценности в составе музейных коллекций, сконструированных по правилам музейной науки и технологии, достигают внутри музейных зданий, которые, несмотря на их несомненную самостоятельную культурную ценность, можно охарактеризовать лишь как строительные коробки – вместилище коллекций. Однако замкнутые пространства внутри зданий признаны сейчас местами, представляющими наибольшую угрозу с точки зрения возможности распространения опасных инфекций. Этим обусловлено введение известных ограничений для посетителей музейных коллекций внутри зданий музеев. Именно поэтому давнее пристальное внимание гуманитарной науки к культурным ландшафтам, культурной среде, существующей вне стен музейных зданий и комплексов, неожиданно обрело дополнительные значения.

Представляется, что именно сегодня есть смысл присмотреться к содержательному наполнению следующей последовательности событий, обычно происходящих в течение одного дня: (1) анонс посещения музея – подготовка к посещению музея – (2) путь к музею – (3) нахождение в окружающем музей культурном пространстве – (4) собственно посещение музея как культурное событие – (5) осмысление музея – (6) путь обратно (или к следующему музею) – (7) осмысление, сохранение в долговременной памяти событий всего «музейного» дня.

Мы рассматриваем весь день посещения музея как значимое культурное событие для посетителя (семьи, компании). Если пребывание собственно в музее составляет примерно 2 часа, то это составляет приблизительно 1/8 часть дня, хотя и понимается как важнейшая цель дня. А если выясняется, что посещение музея как такового стало невозможным из-за форс-мажорных

обстоятельств? А если музей посещает лишь часть организованной группы, то могут ли оставшиеся получить при этом не меньший эффект от проведенного дня?

Для решения поставленных вопросов нужно рассматривать их в комплексе с такими разнородными предметами, как рациональная организация экскурсионно-туристического обслуживания, качественное информационное сопровождение, музейная педагогика, грамотное благоустройство территорий, последовательно проводимая охрана культурных ценностей и др. Ясно, что значительная часть приведенных сущностей находится вне зоны компетенции институционального музея. Однако мы предлагаем поставить акценты на движении, пути к музею как самоценной культурной категории.

Предвидим возражение: что же здесь нового? Разве это не апробированный бесчисленное количество раз экскурсионный путевой рассказ в автобусе вкупе с качественно изданным музейным буклетом и грамотно сконструированным музейным сайтом? С этим надо согласиться и на огромный багаж подобного опыта следует опираться. Однако именно классическое научное рассмотрение всего круга поставленных вопросов в их системном комплексе позволяет увидеть множество малоиспользуемых резервов в музейных и смежных с ними технологиях на каждом из этапов пути к музею – естественно, в каждой конкретной локации они будут различными.

Так, транспортировка экскурсантов на автобусе непосредственно ко входу в музей – далеко не единственный формат дороги к музею. Если мы рассматриваем пешеходный, велосипедный, автомобильный и иной «не автобусный» туризм, то возможная трассировка пути к музею возрастает кратно, но, соответственно, нужно кратно увеличить число разнообразных указателей на местности – как в городе или на другой антропогенной территории, так и в природных ландшафтах. Указатели или иные информационные знаки должны быть представлены и в традиционном материальном исполнении (таблички, доски, малые архитектурные формы и др.), и в форме доступа к виртуальной информации (таблички и доски с QR-кодом), а кроме того, должны использоваться и существующие собственно в виртуальном пространстве указатели (доступ к информации с привязкой к точке на карте). Сейчас таких точек доступа явно недостаточно. Мы предлагаем увязывать

их размещение в последовательности с известными в прикладной математике моделями теории графов, где музей будет являться вершиной схождения.

Второй аспект состоит в следующем: программа профессиональной подготовки музейных работников включает в себя изучение истории музеев и музейного дела. Большинство же посетителей музейных коллекций не знают, не представляют этой истории – выбор для посещения конкретного музея, как правило, достаточно случаен и обусловлен лишь его наличием на пути запланированной прогулки или путешествия. На наш взгляд, рассказ о конкретной музейной экспозиции было бы разумно дополнить самым кратким знакомством с общим ходом эволюции музеев, с тем чтобы обозначалось место данного музея в общем поле тысячелетней музейной культуры.

Третий аспект заключается в том, что пешеходный туристический формат самоценен сам по себе – он несравним с другими видами передвижения по местности по степени соприкосновения со средой. Пеший турист в буквальном смысле проходит сквозь культурные и природные ландшафты; запланированное посещение музея встраивается в общекультурный, мировоззренческое значение пути, единения с природой, с сюжетами лучших художественных произведений в разных жанрах. Удивительно, но километраж пути, пройденного за день, обретает смысл и в количестве увиденных ландшафтных красот и архитектурных картин. Многолетний опыт автора доклада в качестве гида подтверждает, что при пешеходном формате передвижения «издали» двухчасовое посещение музея зачастую воспринимается легче и «объемнее», чем при подвозе экскурсантов к дверям музея. Представляется, что даже при большой удаленности музея возможен и желателен вариант доставки экскурсантов к месту, находящемуся на расстоянии не менее 5–6 км, с тем чтобы они прошли оставшийся путь по продуманному пешеходному маршруту. На наш взгляд, посещение музея должно становиться кульминацией маршрута, а не началом; музей надо «заслужить», надо прочувствовать его локус на земле, в культурном пространстве и времени. Естественно, мы обязаны быть внимательными к тем, кто физически неспособен пройти этот путь: для них должна быть предусмотрена альтернатива. При таком подходе невозможность посещения в данный момент именно музея не окажется слишком существенной потерей – при

условии яркого, информативного рассказа о нем, при качественно подготовленном и грамотном показе пространства вокруг музея. То есть, если нельзя войти в сам музей, можно виртуально «вывернуть» культурное поле музея наружу и объединить его культурные смыслы с ощущением культурного пространства и времени, в котором существует музей.

Возвращаясь к информационному обеспечению музейной деятельности (которое не укладывается в формат информационного обслуживания), отметим фантастический с точки зрения предшествующих поколений качественный и количественный взлет в развитии обширного семейства виртуальных технологий. В рамках краткого доклада невозможно дать даже минимальный анализ их перспектив. Скажем лишь, что возможности дальнейшей адаптации цифровых технологий к потребностям и задачам гуманитарного по смыслу музейного дела по-прежнему многочисленны.

Одна из форм актуализации культурного наследия – это «мягкая» музеефикация фрагментов городской (сельской, фабричной и т. п.) застройки, части природного ландшафта, а чаще – культурного ландшафта, в котором сочетается природный и антропогенный факторы истории. Однако нередко бывает, что природная подоснова «стерлась», застроена или даже замусорена. Следовательно, наша задача – выявить и актуализировать эту подоснову. В частности, мы предлагаем варианты разработанных информационных знаков и иных семантических символов, раскрывающих «пропавший» смысл оврагов, речушек, прудов, холмов, лесных заимок, родников и других непреходящих ландшафтных ценностей. Наша цель в данном случае – показать, что в таком-то месте под асфальтом или на месте различных построек есть глубинная история «кормящих» (по выражению В. О. Ключевского) ландшафтов. Конструкция предлагаемых знаков не ограничивается традиционной табличкой на стене здания, семейство этих информационных форм намного шире и включает в себя виртуальную форму.

Таким образом, в результате системной подготовительной работы и при условии высококачественного исполнения музейных сценариев *путь к музею* из промежуточной стадии превращается в самоценный музейный продукт, который можно рецензировать, развивать, насыщать технологиями, которому можно обучать.



## **Литература**

Градостроительное планирование достопримечательных мест: в 2 т. : монография. М., 2012. Т. 1.

Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. М., СПб., 2004.

*Макаровских Т. А.* Комбинаторика и теория графов. М., 2017.

*Полякова М. А.* Культурное наследие России: История охраны и современное состояние : учебное пособие. М., 2015.

*Смолицкая Т. А., Король Т. О., Голубева Е. И.* Городской культурный ландшафт: Традиции и современные тенденции развития. М., 2014.

*Щенков А. С.* Реконструкция исторических городов : учебное пособие в 2-х ч. : Основы реконструкции исторических городов. Исторический опыт развития архитектурного ансамбля. М., 2013.

*Щукин В. Г.* Город и миф: Исследования в области геопоэтики. М., 2021.

## СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К МОНЕТИЗАЦИИ МУЗЕЙНЫХ ПРОДУКТОВ

Карантинные и посткарантинные ограничения заставили музеи обратить пристальное внимание на цифровой контент. Прежде всего это было сделано для сохранения своей аудитории и поддержания общественного интереса. Для этого музеи использовали социальные сети, обменивались существующими оцифрованными экспонатами, объектами и предоставили доступ к образовательным онлайн-ресурсам. Более того, монетизация цифрового контента – это один из способов возмещения потерянных доходов. Данное исследование посвящено проблеме систематизации работы музеев по получению доходов от платной реализации различного рода музейных онлайн-продуктов и услуг. Это новое явление в работе музеев получило определение как монетизация онлайн-продуктов.

Под монетизацией музейных онлайн-продуктов (МОП) нами понимается процесс перевода в платную или частично оплачиваемую форму онлайн-продуктов и услуг, создаваемых музеями самостоятельно или совместно с другими разработчиками.

Приведенное определение позволяет установить, что монетизироваться музеями могут, во-первых, онлайн-продукты, ранее созданные и размещенные в сети на бесплатной основе, но за пользование которыми музей начинает взимать плату впоследствии (например, посещение онлайн-мероприятий); во-вторых, платные музейные продукты, ранее существовавшие только в режиме офлайн, но затем переведенные в платный онлайн-режим; в-третьих, специально созданные только в режиме онлайн продукты, которые сразу предоставляются на платной основе.

В ходе исследования, проведенного авторами в сентябре-октябре 2021 года, был проанализирован опыт монетизации онлайн-продуктов, накопленный 173 зарубежными и российскими музеями. Отбор музеев производился на основе топ-рейтингов посещаемости музеев за 2019 год – последний предкризисный год. В результате было определено, что онлайн-продукты имеются практически у 95% исследованных музеев; при этом только у 25 музеев (14%) имеются платные онлайн-продукты.

Рассмотрение структуры монетизируемых музейных онлайн-продуктов позволяет сделать вывод о том, что наиболее распространенными в исследованных музеях являются онлайн-продукты с высокой степенью «актуальности», «сиюминутности», прежде всего прямые трансляции онлайн-экскурсий и онлайн-лекций (см. рис. 1).

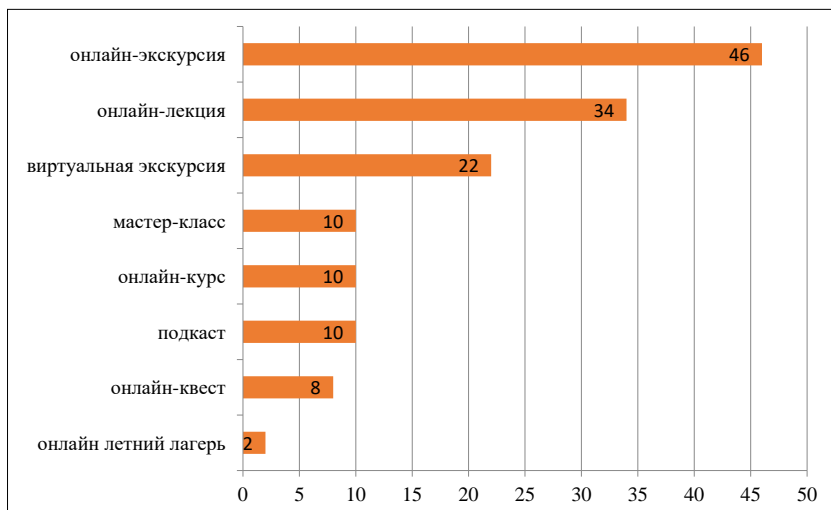


Рис. 1. Виды платных онлайн-продуктов исследованных музеев (в %)

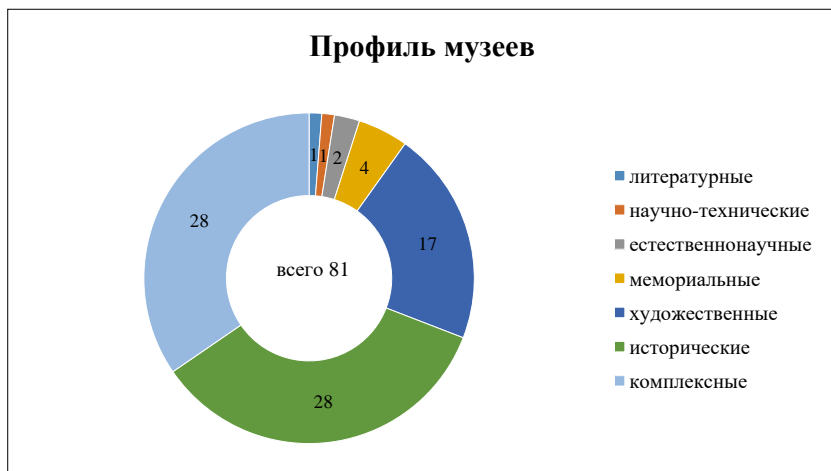


Рис. 2. Профиль музеев, сотрудники которых приняли участие в опросе

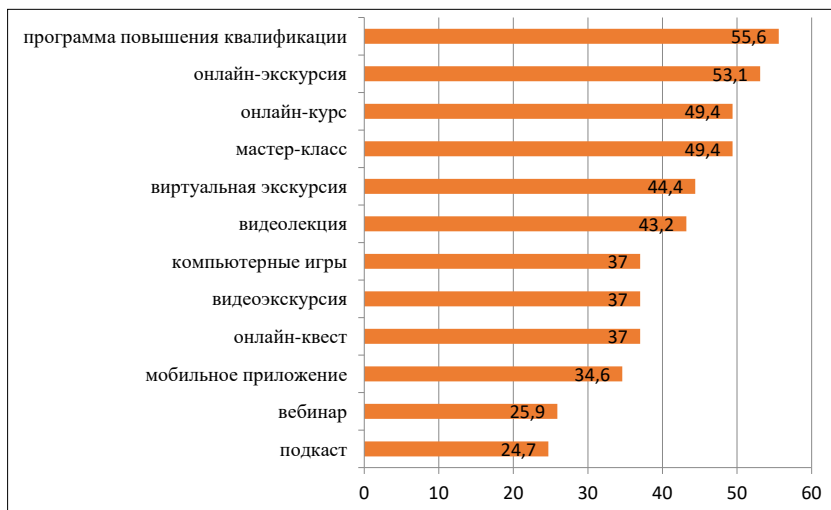


Рис. 3. Виды онлайн-продуктов музеев, перспективные для успешной монетизации (в %)

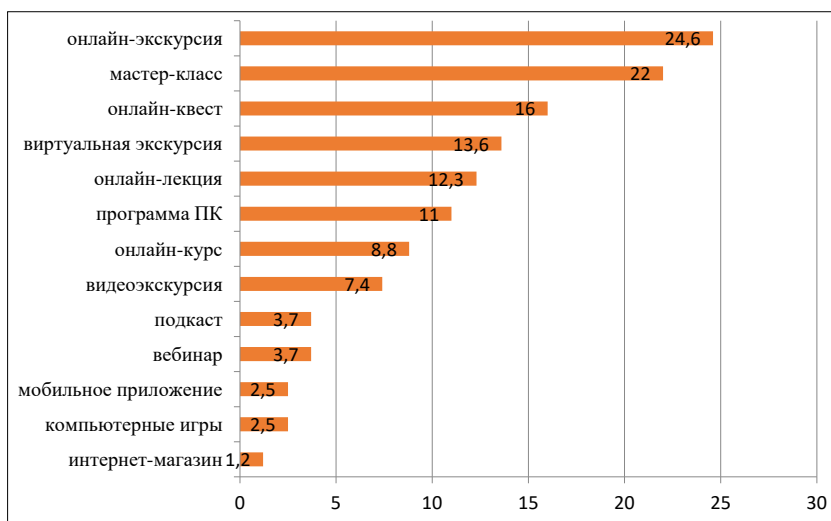


Рис. 4. Виды онлайн-продуктов музеев для успешной монетизации в конкретных музеях (в %)

Для определения перспектив развития монетизации музейных онлайн-продуктов Лаборатория экономики культуры НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург в сентябре 2021 года провела опрос сотрудников и руководителей музейных подразделений, вовлеченных в работу по созданию, продвижению и использованию онлайн-продуктов. Был получен 81 ответ. Респонденты распределились по профилю музеев следующим образом (рис. 2).

В рамках опроса сотрудников и руководителей музейных подразделений задавался вопрос о том, какие форматы цифровых продуктов могут быть, по их мнению, успешно монетизированы в музейной сфере в нынешней действительности. Ранжированное распределение ответов представлено на рис. 3.

Как видно на представленной диаграмме, наибольшие перспективы респонденты видят в развитии различных форматов платного повышения квалификации с использованием онлайн-продуктов. Из ответов респондентов также следует, что хорошие перспективы монетизации имеют онлайн-экскурсии, мастер-классы и онлайн-курсы. Все эти форматы можно охарактеризовать как достаточно традиционные и распространенные в музеях. В то же время, респонденты значительно ниже оценивают перспективы монетизации более инновационных форматов цифровизации – подкастов, мобильных приложений, компьютерных игр и онлайн-квестов.

Третьей итерацией в формировании системного подхода к монетизации музеями онлайн-продуктов и услуг явилось изучение основных направлений монетизации, которые респонденты считают возможным реализовать в собственном музее уже в ближайшем будущем (рис. 4).

Анализ ответов на этот вопрос показывает, что респонденты видят перспективы монетизации услуг своего музея в несколько отличном от общих тенденций ключе. Так, повышение квалификации уже не является лидирующим форматом, а таковыми становятся проведение онлайн-экскурсий (24,6%) и мастер-классов (22%). Наряду с широко распространенным форматом виртуальных экскурсий (13,6%) респонденты видят перспективы монетизации и у такого инновационного формата, как онлайн-квесты (16%).

В итоге можно сделать вывод, что внедрение монетизации оказалось для музеев сложным процессом. Музеи традиционно отдают предпочтение таким моделям финансирования, как государственное финансирование, гранты или спонсорство, которые

предусматривают предоставление пользователям бесплатного онлайн-контента. Таким образом, перед музеями встала непростая задача: не только перенести музейный опыт в онлайн, наладить и удерживать взаимодействие аудитории с новыми онлайн-продуктами, но и убедить ее платить за эти продукты. Как отметил заместитель генерального директора по информационным технологиям Государственного музея Востока: «зритель еще не привык к такому формату взаимодействия и не привык, что за контент нужно платить»<sup>1</sup>. Более того, согласно интервью с представителями российских музеев, они не решаются монетизировать онлайн-контент, так как видят миссией музея моральную поддержку людей в столь нелегкое для всех время<sup>2</sup>. Однако лишение источников дохода (таких как входные билеты, музейные магазины, кафе, аренда мест проведения мероприятий), неравномерное государственное финансирование и неопределенность будущего в принципе вынуждают музеи искать способы монетизации онлайн-контента.

На основе проведенных исследований авторами разработаны следующие рекомендации по стратегии монетизации музейных онлайн-продуктов:

✓ **учитывать целевые аудитории разрабатываемых онлайн-продуктов.** Хотя основная масса монетизируемых онлайн-продуктов носит унифицированный характер и предназначена в неизменном виде для самых различных категорий пользователей, часть онлайн-продуктов, предоставляемых на платной основе (например, SPOC – small private online courses – малые особые онлайн-курсы, предназначенные в том числе для обучения узких профессиональных групп слушателей), имеет специализированный целевой характер. Например, Национальный чешско-словацкий музей и библиотека в период карантина предлагали присоединиться к онлайн-урокам кулинарии. На курсах музея можно изучить традиционные славянские рецепты<sup>3</sup>.

✓ **развивать системный характер («сериальность») музейных онлайн-продуктов,** что стимулирует дальнейшее приобретение продуктов. Это особенно эффективно для игровых продуктов, которые строятся на преодолении нескольких уровней и отличаются тем, что окончательный результат может быть получен после прохождения всех из них. Аналогичная комплексность может быть реализована и в том случае когда музеи предоставляют образовательные онлайн-продукты, определенный набор которых даст

слушателю возможность получения образовательных сертификатов. Так, например, в 2020 году Метрополитен-музей запустил платные онлайн-курсы для детей и взрослых, которые позволили значительно увеличить доходы музея. В качестве другого примера можно привести Фонд Барнса в Филадельфии, который в начале пандемии перевел все офлайн-занятия по искусству и истории искусств в онлайн-формат<sup>4</sup>. Заметив высокий спрос на свои бесплатные обучающие видео на YouTube, когда началась пандемия, Фонд уже в марте создал платные онлайн-курсы в Microsoft Teams. В период с апреля по декабрь 2020 года на платформу было добавлено 46 новых уроков, в которых приняли участие более 2800 учеников<sup>5</sup>. Подобные курсы можно создавать для обучающихся разного уровня: от начинающих до продвинутых и профессионалов, тем самым обеспечивая для слушателей последовательность изучения материалов и поддерживая их заинтересованность.

✓ **разнообразить характер монетизируемых музейных онлайн-событий** (систематический, периодический, одноразовый). Монетизация затронула как те музейные онлайн-события, которые носят постоянный, рутинный характер (работа музейных студий, кружков, курсов), так и те события, которые периодически реализуются музеями в онлайн-режиме (виртуальные летние лагеря). Кроме того, в виртуальный формат было переведено и платное участие в таких уникальных музейных мероприятиях, как музейные фестивали и праздники. Например, Детский музей Питтсбурга начал серию недельных виртуальных лагерей. Художественный музей Басса в Майами также открыл виртуальные летние художественные лагеря, которые включают ежедневные видеоинструкции для детей в прямом эфире<sup>6</sup>. Не отстают и российские музеи: Еврейский музей и центр толерантности организовал несколько летних школ в 2021 году для детей от 5 до 12 лет.

✓ **обеспечить взаимодополняемость (гибридный формат) офлайн- и онлайн-продуктов и услуг.** Сочетание двух форматов обеспечивает дополнительные возможности для монетизации, поскольку позволяет создавать принципиально новые продукты, востребованные различными категориями посетителей музеев и пользователей онлайн-продуктов. Примером таких МОП могут быть мобильные приложения, базовая версия которых может быть предоставлена бесплатно, а обновления предлагаются за дополнительную плату.

✓ **разработать форматы частичной монетизации** (монетизируются только дополнительные сервисы, а основная услуга предоставляется бесплатно). Подобная монетизация, основанная на повышенной сервисности, с одной стороны, может привлечь новые категории потребителей, а с другой – создать экосистему онлайн-продуктов, позволяющую потребителю самому формировать полный «пазл» продуктов и сервисов в зависимости от его запросов и платежеспособности. Можно предложить музейным посетителям образовательный курс, где основы будут представлены бесплатно, а последующие курсы, углубляющие знания по теме, могут предоставляться за плату.

✓ **предусмотреть льготный или бесплатный доступ к онлайн-продуктам для отдельных категорий посетителей** (например, школы и вузы имеют бесплатный доступ по паролям к образовательному контенту, а для остальных он платный). Данный дифференцированный формат платности онлайн-продуктов в ближайшие годы станет преобладающим, поскольку он позволяет наладить разнообразные маркетинговые взаимоотношения с потребителями (в частности, на базе бесплатного школьного или университетского использования музейных онлайн-продуктов формируется потребительская лояльность, которая в последующем станет основой для создания различных моделей платного использования музейных онлайн-продуктов).

✓ **развивать интерактивность и иммерсивность монетизируемых онлайн-продуктов. Объективные ограничения** по развитию данных форматов работы с посетителями, прежде всего инфраструктурного характера, существующие в музейной среде, могут преодолеваются с помощью различных онлайн-продуктов. Быстрый рост подобных форматов работы в различных отраслях индустрии впечатлений (например, иммерсивные онлайн-спектакли) формирует запрос на аналогичные продукты, создаваемые музеями. Например, Музейный центр «Площадь Мира» в Красноярске представляет такие онлайн-проекты, как мастер-классы «для нескучного времяпрепровождения дома» и интерактивную игру для детей.

✓ **развивать коллаборации с ИТ-компаниями.** Создание совместных онлайн-продуктов позволяет музеям, во-первых, минимизировать расходы на различные виды работ по созданию и продвижению онлайн-продуктов; во-вторых, осуществить



кобрендинг с известными производителями техники и программного обеспечения; в-третьих, расширить круг посетителей за счет потребителей, лояльных к продуктам ИТ-компаний. ИТ-компании выступают соразработчиками и сопроизводителями цифровых продуктов, среди которых можно выделить как продукты традиционного формата (мобильный гид, фотоматериалы, электронные версии изданий, подкасты), так и современные технологические решения (VR-ролики, цифровые панорамы). Например, компания «Frost & Sullivan» использует технологии для создания цифровых копий музейных предметов, которые затем могут быть переданы по лицензии третьим сторонам в игровой или киноиндустрии<sup>7</sup>.

Ключевой рекомендацией, выдвигаемой авторами, является предложение о разработке музейного маркетплейса – интернет-платформы по типу B2C, на которой продавцы (музеи) и покупатели (музейная аудитория) находят друг друга и взаимодействуют между собой. Каждый музей может иметь свое место и представлять свои онлайн-продукты бесплатно (своеобразная «демоверсия») или платно, а на часть продуктов объявлять акции (скидки или аренду на некоторое время за более низкую стоимость и пр.). Держатель маркетплейса может взимать комиссию при оплате музейного онлайн-продукта. Пользователь может копить на своем электронном кошельке виртуальные суммы или баллы, с помощью которых может оплачивать другие покупки. Известно, что маркетплейсы наиболее эффективны для небольших компаний и предпринимателей, которые не готовы заниматься продвижением своих товаров. Крупные площадки с постоянным трафиком помогают им найти своего потребителя. Это очень актуально для малых и средних музеев в условиях все большего перехода в онлайн-режим и будет полезно не только для массового распространения МОП, но и успешной их монетизации.

<sup>1</sup> Концепция онлайн-присутствия. Как живут закрытые в пандемию музеи. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/society/24/11/2020/5fbba05b9a7947859310f890> (дата обращения 11.03.2022).

<sup>2</sup> Авраменко Е., Уваров С. Плати и смотри: Музеи хотят монетизировать свои онлайн-программы // Известия. 9 июля 2020 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/1033535/sergei-uvarov/plati-i-smotri-muzei-khotiat-monetizirovat-svoi-onlain-programmy> (дата обращения 11.03.2022).

- <sup>3</sup> How museums can generate revenue through digital content and virtual experiences. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.culturehive.co.uk/resources/how-museums-can-generate-revenue-through-digital-content-and-virtual-experiences/> (дата обращения 11.03.2022).
- <sup>4</sup> *Rea N.* Museums Are Selling Virtual Classes and Tours to Boost Revenue During the Pandemic. Here's What They've Learned About What Works. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.artnet.com/art-world/museums-digital-content-revenue-1944362> (дата обращения 11.03.2022).
- <sup>5</sup> *McGivern H.* Can museums really make digital visits pay? 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/29/can-museums-really-make-digital-visits-pay> (дата обращения 11.03.2022).
- <sup>6</sup> How museums can generate revenue through digital content and virtual experiences. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.culturehive.co.uk/resources/how-museums-can-generate-revenue-through-digital-content-and-virtual-experiences/> (дата обращения 11.03.2022).
- <sup>7</sup> *Rea N.* Museums Are Selling Virtual Classes and Tours to Boost Revenue During the Pandemic. Here's What They've Learned About What Works. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.artnet.com/art-world/museums-digital-content-revenue-1944362> (дата обращения 11.03.2022).

**Д. В. Грушевский**

## ФЕНОМЕН БЁХОВО

Село Бёхово (Россия), расположенное на правом берегу реки Оки в Тульской области, вошло в список «Лучшие туристические деревни», составленный Всемирной туристической организацией (UNWTO) – специализированным межправительственным учреждением системы ООН. Всего в списке, озвученном 2 декабря 2021 года в Мадриде, 44 сельских поселения из 32 стран.

В чем уникальность Бёхово, его социально-экономической модели?

Туристической общественности российское село известно, прежде всего, тем, что расположено на высоком берегу Оки, с которого открывается великолепный, растиражированный художниками и фотографами вид на излучину реки и окрестности, включая город Тарусу.

Не менее значительны исторические достопримечательности Бёхово:

1. Церковь Св. Троицы Живоначальной, построенная жителями села в 1904–1906 годах по эскизам художника В. Д. Поленова и проекту архитектора П. Л. Щетинина (1874–1933). Сын художника, Д. В. Поленов, пишет, что «образцом как для плана, так и для фасада послужили новгородские церкви XII века (Лазаря и Спаса Нередицы) и северные деревянные церкви (например, в Муромском монастыре на берегу Онежского озера)... Внутренний вид храма сделан наподобие церкви Святой царицы Елены в Иерусалиме VI века». На мой взгляд, ее визуальные решения ближе к эстетике храмов западных славян, которые можно встретить в Северной Македонии, Сербии и Украине и Чехии.

2. Мемориальное кладбище, где покоятся В. Д. Поленов, члены его семьи, танцор и балетмейстер Большого театра К. Я. Голейзовский (1892–1970), другие деятели искусства и науки Российской империи, СССР и РФ.

UNWTO выделяет сельские поселения, приверженные тому, чтобы использовать возможности туризма для развития, достижения и /или сохранения благополучия.

Инициатива организации, судя по программным документам, призвана повысить роль туризма в сохранении сельских

территорий, их ландшафтов, природного и культурного разнообразия, локальных ценностей, промыслов и предпринимательских традиций, включая местную гастрономию. Выбранные 44 сельских поселения обладают уникальными природными/культурными ресурсами, отличаются инновационными и преобразующими действиями жителей, их приверженностью развитию туризма в соответствии с целями устойчивого развития, разработанными в 2015 году Генеральной Ассамблеей ООН.

Соответственно, ключевой ресурс, послуживший веским основанием для включения Бёхово в список «Лучшие туристические деревни», – именно жители.

Первыми поселенцами места были древние славяне. Остатки их городища обнаружены на территории старого села. Первым широко известным жителем и *genius loci* Бёхово стал художник В. Д. Поленов.

Впервые он увидел эти места в октябре 1887 года, во время путешествия по Оке – от Алексина до Серпухова. Два года спустя он приобрел в Бёхово у помещицы Ю. С. Саблуковой усадьбу, в которой его семья проживала до того момента, пока он не построил новую – «Борок» – на песчаном холме в 1,5 км вверх по течению.

Среди наиболее известных произведений В. Д. Поленова, созданных в окрестностях села, – «Старое Бёхово» (1890), «Вид на Оку из старого Бёхово», «Ранний снег» (1891), «Золотая осень» (1893) и «Зимний пейзаж. Бёхово» (1897).

Творчество В. Д. Поленова, художников его круга, привлекло в село представителей визуальных искусств, которые стали селиться на берегу Оки, постепенно выкупая земли и дома у местных крестьян, либо гостить у поселившихся как, например, Э. М. Татевосян и Б. А. Мессерер.

И. Е. Репин написал для церкви Св. Троицы Живоначальной икону «Богоматерь», М. В. Нестеров, Э. М. Татевосян – сюжетные иконы и фрески.

В. Н. Бакшеев (1852–1958), впервые приехавший в Бёхово летом 1951 года, продолжил традиции окского пейзажа. Позже здесь творили участники творческого содружества «Кукрыниксы» П. Н. Крылов и Н. А. Соколов, воспринимая окружающие ландшафты как студию под открытым небом.

Последние годы жизни провел в Бёхово всемирно известный танцор и балетмейстер К. Я. Голейзовский. Он был также

одаренным театральным художником, создававшим эскизы декораций и костюмы к своим постановкам. Сучья, кору, оленьи рога, найденные в пойменных лесах рек Ока и Скнижка, он использовал для создания масок фольклорных и фантастических персонажей. Здесь родились образы «Ауки-хохотуна», «Макавки», «Бабы Яги», «Кощея Бессмертного» и другой нечисти. В Бёхово он создал и серию пейзажей: «Пейзаж» (1947), «Вид в сторону деревни Митино» (1948), «Бёхово. Ока» (1948), «Октябрь. Бёхово» (1950).

Часто подолгу жил и творил в селе Н. А. Свиридов (1913–1997). Здесь он создал камерные этюды с натуры – «Ранняя весна на Оке в окрестностях Бёхово» (1957), «Бёхово. Задворки» (1962), «Бёхово. Июльский полдень» (1978), «Весна» (1979).

Если говорить об инновациях XXI века – в церкви находятся две иконы, созданные художником В. А. Денщикковым в уникальной технике макраме из льняной нити.

Очарование места – в произведениях беховских художников Н. П. Христолюбова (1918–1995) и А. Т. Даниличева (1921–1994). Старый сельский дом надолго стал творческой мастерской художника Е. И. Данилевского (1928–2010), специализирующегося на исторической и батальной живописи, участника творческого коллектива Студии военных художников им. М. Б. Грекова. Мастер масштабных диорамных полотен, воспроизводя пейзажи окрестностей Бёхово, на контрасте поражает лирической проникновенностью: «Ока» (1956), «Окские дали» (1974), «Русский мотив» (1980).

Из окна бёховской мастерской художника В. М. Сибирского (1936–2019), коллеги Е. И. Данилевского по студии, соавтора масштабных исторических полотен, виден живописный бёховский холм и церковь. Здесь появились на свет произведения: «Моя мастерская» (1974), «Автопортрет с банькой» (1975), «Зимнее солнце над Тарусой» (1978), «Наташка с мамой в русской бане» (1979), портреты Ф. Д. Поленова (1989), внука художника и его спутницы жизни Н. Н. Грамолиной с внуком Василием (1999).

Сын В. М. Сибирского, А. В. Сибирский, также выбрал творческую профессию. В 1989 году он окончил Московский государственный академический художественный институт имени В. И. Сурикова и так же, как отец, создает батальные произведения в Студии им. М. Б. Грекова, в том числе фиксируя войну и Мир с натуры – в Боснии и Герцеговине, Сирии, Таджикистане, Чеченской

Республике и Южной Осетии. В то же время он, выросший в сельской мастерской отца, много внимания уделяет окскому пейзажу.

Кроме А. В. Сибирского в настоящее время в Бёхово живут и творят московские художники И. Ю. Даньшин, Е. А. (Алена) Шереметьева, О. В. и Е. О. Юферева, развивающие традиции пейзажной живописи.

И. Ю. Даньшина можно по праву считать современным *genius loci* Бёхово. В 2009–2011 годах он построил в селе мастерскую, создал Школу счастья для начинающих живописцев. За 13 лет он написал в сакральном месте более 300 этюдов и холстов, посвященных селу и его жителям. И. Ю. Даньшин – мастер сложносочиненного пейзажа, в котором с помощью эффектов света и тени (дымки, сумерек, тумана) раскрывается его импрессионистическое видение мира. Дом, сад, пляж, окрестности села вдохновляют его не меньше масштабных философских тем. В декабре 2021 года, в тот самый момент, когда консультативный совет UNWTO составлял список лучших туристических деревень Мира, в Доме ученых г. Пущино (Московская область) открылась выставка живописи И. Ю. Даньшина «Море моё – Ока».

В любое время года на берегах Оки можно встретить людей с мольбертами и этюдниками. В теплые периоды года на склоне перед церковью Св. Троицы Живоначальной собираются до 100 приверженцев творчества *en plein air* – профессиональных художников и учащихся художественных школ. Там периодически можно встретить живописцев Е. С. Оськину, Е. В. Сницарь, Ю. В. Хотян, А. В. Чубакова.

Это позволило художнику И. Ю. Даньшину назвать село «Барбизоном на Оке», что было мгновенно подхвачено медиа.

В селе шесть зигзагообразных, в силу кривизны ландшафта, улиц (Дачная, Живописная, Кузнечная, Музейная, Троицкая, Церковная) и 58 домовладений. Зимой в Бёхово проживает не более 30 человек, летом – до 500.

В период эпидемии Covid-19 число жителей села как минимум утроилось. Здесь снимали дома и комнаты, творили живописцы из Москвы, Санкт-Петербурга, Саратова, Царицына, Элисты и городов Московской области, сбежавшие от ограничений, введенных на территориях их проживания.

Расстояние от Москвы до Бёхово составляет 136,2 км. Путь на автомобиле занимает 2 часа. На электропоезде (включая экспресс

«Москва-Тула») можно доехать до станции Тарусская, а оставшиеся 14 км преодолеть на такси. Из гг. Серпухов (Московская область) и Таруса (Калужская область) в село можно добраться по Оке на катере.

Это оказалось удобным для жизни, творчества и коммуникации с «большим миром».

Бёхово – село, в котором на протяжении столетия практически ничего не меняется: нет ни развития, ни стагнации. Всегда можно приехать и полюбоваться знакомыми видами из детства, что редко достижимо в других местах. И это еще один феномен места.

Развитие не происходит в силу того, что населенный пункт находится на территории Музея-заповедника В. Д. Поленова – до построенной в норманнском стиле усадьбы семьи художника «Борок», жемчужины музея, из Бёхово можно дойти за 17–20 минут по живописной тропинке вдоль берега Оки. Новое строительство, с применением современных материалов и технологий, здесь запрещено, чтобы не нарушить цельность природного и исторического ландшафта. Село не газифицировано. На его улицах нет паутины из газораспределительных труб, испортивших большинство сельских ландшафтов РФ.

Стагнация не происходит в силу особого отношения жителей к месту. Дома, улицы, пруд, цветники и газоны сохраняют как самобытную культуру русской деревни конца XIX – начала XX века, как и завезенную В. Д. Поленовым и художниками его круга культуру французской провинции. Например, фахверковые строения.

Представленные в UNWTO поселения были оценены независимым консультативным советом на основе критериев, охватывающих девять сфер: 1. Культурные и природные ресурсы. 2. Сохранение культурных ресурсов. 3. Экономическая устойчивость. 4. Социальная устойчивость. 5. Экологическая устойчивость. 6. Потенциал и развитие туризма и интеграция производственно-сбытовых цепочек. 7. Управление и приоритезация туризма. 8. Инфраструктура и возможности подключения. 9. Охрана труда и безопасность.

Выбранные 44 из 175 представленных сельских поселений набрали не менее 80 из возможных 100 баллов.

Лучшими UNWTO признает поселения, которые обладают ярко выраженным ландшафтом, культурным, историческим потенциалом для развития сельского туризма, сохраняют и продвигают сельские и общинные ценности, продукты питания и образ жизни,

имеют приверженность инновациям и устойчивости во всех ее аспектах – экономических, социальных и экологических.

Село Бёхово – один из порталов в мир В. Д. Поленова, художников его круга и современных мастеров, вдохновленных видами места. Благодаря охранной территории Музея-заповедника В. Д. Поленова в селе сохранены природные и исторические ландшафты, флора, фауна, традиции землепользования и воздух.



Е. В. Дьякова, Е. Э. Эльц

РОЛЬ МУЗЕЕВ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В СОХРАНЕНИИ  
КУЛЬТУРЫ КОРЕННЫХ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ  
(на примере Ленинградской области)

Потенциал краеведческих музеев и коллекций предметов этнографии в защите прав национальных меньшинств неоднократно подтверждался музеологами Ю. де Вариним и Л. Рапозо, рассматривающих локальные музеи как многофункциональное общественное пространство, укрепляющее идентичность местной общины и использующее в этих целях ее историю, социальную историю, искусство и фольклор. Недавно реализованный международный региональный проект сотрудничества между европейскими и латиноамериканскими музеями *EULAC MUSEUMS* подчеркнул сложную взаимосвязь между коллекционированием наследия – материального и нематериального – территорией и местным сообществом. Локальные музеи – проводники новой музеологии – рассматривались как социальный инструмент, вызывающий к активной позиции местного населения, укрепляющий социальную сплоченность и устойчивость и обеспечивающий инклюзивность и культурное разнообразие.

Исследование формирования коллекций предметов этнографии вепсской культуры в районах традиционного проживания вепсов на Северо-Западе России показывает, что идея создания музея или коллекции обычно принадлежит инициативному человеку, вдохновленному миссией сохранения исчезающего наследия региона и историей людей, живших там.

Если музей создается в местности, где присутствует национальное меньшинство, и оно в той или иной степени озабочено сохранением и поддержанием собственной идентичности, то музей приобретает этнографический оттенок. Сбор экспонатов производится непосредственно у населения и носит стихийный характер. Атрибутивными признаками таких вещей бывают: старина, ненужность в хозяйстве, так как есть современные новые подобные предметы, принадлежность к этносу. Коллекции таких музеев отличаются менее строгой системностью и комплексностью, допускают лакуны. Однако вместе с тем они являются отражением отношения местных жителей к музею и опосредованно к своей

истории, памяти и предкам. В сельских музеях часто известно, кому принадлежал тот или иной предмет, и его бывшие владельцы приходят на него посмотреть и показывают родственникам или гостям, которые приезжают из другого региона. В музее проводятся посиделки и праздники, встречаются односельчане. Пространство музея является как бы общим для односельчан. Часто не имея официального статуса (организационно-правовые формы и названия могут различаться и динамично меняться: «музеи при Домах культуры», «музеи при библиотеках», «музейные комнаты», «частные музеи», «дом-музей», «школьный музей» и т. д.), музеи имеют больше свободы и легкости в отношении работы с экспонатами, они не обременены проблемами температуры и влажности, особенностями размещения предметов. Достаточным уровнем атрибуции является та информация, которую знают сотрудники учреждения, где находится такой музей.

Процессы депопуляции коренных малочисленных народов, как и сельских территорий в различных субъектах Российской Федерации, в том числе и Ленинградской области, актуализировали проблему сохранения коллекций сельских музеев или других учреждений культуры и поиск неординарных решений, подобных проекту создания Ассоциации этнографических музеев или экологических троп.

Подпорожский муниципальный район Ленинградской области является одним из четырех районов региона, включенных в перечень мест традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Российской Федерации. Согласно переписи населения, в 2010 году здесь проживало около 66% вепсов Ленинградской области, основную долю которых составляло сельское население. Задачи сохранения культуры коренных малочисленных народов включены в региональные целевые программы, учитываются в муниципальных программах поддержки коренного населения, региональных проектах и инициативах. Немаловажную роль играют в этом процессе поддержка и создание музейных институций.

Понимание музея как социального инструмента, связанного с определенной территорией и местным населением, раскрывает драматизм закрытия сельских школ, часто понимаемый как естественное следствие сокращения населения. Как показывает пример музея вепсской культуры в поселке Курба, закрытие школы

приводит к сокращению функций местного музея: здесь перестал действовать фольклорный коллектив и ремесленный кружок, прекратилось преподавание вепсского языка. Результатом становится не только ослабление локальной идентичности, под угрозой оказывается коллекция предметов этнографии вепсской культуры; помощь государства и туризм становятся важнейшими инструментами сохранения коллекции *in situ*. После закрытия в 2009 году детских садов и школ в поселке Курба и деревне Ярославичи Подпорожского района рядом с этими поселениями были проложены экологические тропы; посещающие их туристы знакомятся с этнографическими коллекциями местных музеев.

Статус села Винницы как столицы вепсов с традиционным областным вепским праздником «Древо жизни» и новым центром вепсской культуры «Вепсский центр фольклора» (проект создания центра завершен в 2019 году), в состав которого включена бывшая школьная коллекция предметов вепсской культуры и быта, недавно принял значение „Ноева ковчега“ для оятских вепсов. Многие вепские семьи из окрестных деревень переезжали в Винницы на новое место жительства, с 2009 года после закрытия школ в поселке Курба и деревне Ярославичи в селе действует единственная на всю округу вепсская школа-интернат.

Однако Винницы приобрели статус «вепсской столицы» не так давно: в течение многих веков это был погост как для русского, так и для вепсского населения; большинство жителей села считали себя русскими. Создание в Винницком сельском поселении Подпорожского района этнокультурного центра «Вепсский центр фольклора», соответственно, должно рассматриваться как крупный региональный многозадачный проект, целью которого является не только сохранение языка и культуры коренного малочисленного народа, но и ребрендинг депрессивного района в регионе.

Внимание муниципальных и региональных властей к музеям увеличивается, когда музей полезен для поддержания культурного уровня жителей районов, создания условий для качественного досуга, а также при наличии программ с акцентом на национальные меньшинства. В таком случае музей играет роль институции, которая формирует и транслирует идентичность малочисленных народов. Государственную поддержку получили связанные с развитием туризма проекты сохранения традиционной культуры вепсов в деревне Озера, реализуемые местной вепсской общиной,

в том числе создание этнографического музейно-образовательного комплекса.

На первый план востребованность региональных небольших музеев выходит в связи с развитием туризма, как на уровне государства, так и на частном уровне. Музеи включаются в экологические тропы, туристические маршруты и становятся объектом внимания туроператоров и блоггеров. Местные власти и институции предпочитают неофициальные музейные формы, избегая также чрезвычайной нагрузки ответственности.

**Е. В. Еремина-Соленикова, С. А. Юрьева**

## **О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ МУЗЕЕВ И ГОРОДСКИХ ЭКСКУРСОВОДОВ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ**

Санкт-Петербург – уникальный город, обладающий невероятным историко-культурным потенциалом, это центр притяжения туристов всего мира, и прежде всего наших сограждан со всех уголков России.

В Санкт-Петербурге работает более 200 музеев, среди них есть музеи разного подчинения.

### **14 музеев – ведомственные, например:**

- Экспозиционно-выставочный комплекс «Вселенная воды» (ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга»);
- Музей городского электрического транспорта (ГУП «Горэлектротранс»);
- Музей истории Аничкова дворца (ГОУ «Санкт-Петербургский городской дворец творчества юных»);
- Музей Петербургского метрополитена (ГУП «Петербургский метрополитен»).

### **40 музеев – городские, они подчиняются Комитету по культуре, например:**

- Государственный литературно-мемориальный музей Анны Ахматовой в Фонтанном доме;
- Государственный мемориальный музей А. В. Суворова;
- Государственный мемориальный музей обороны и блокады Ленинграда;
- Государственный музей городской скульптуры.

### **9 музеев – районные, они подчиняются администрациям районов, например:**

- Историко-культурный музейный комплекс в Разливе;
- Музей истории Кронштадта.

### **80 музеев – федеральные, из них 37 подчиняются Министерству культуры РФ.**

Пожалуй, самыми популярными из федеральных государственных музеев являются:

- Государственный Эрмитаж и его филиалы;
- Государственный Русский музей и его филиалы;

- Всероссийский музей А. С. Пушкина и его филиалы;
- Российский этнографический музей;
- Государственный музей-заповедник «Петергоф»;
- Государственный художественно-архитектурный дворцово-парковый музей-заповедник «Царское Село».

**Более 50 музеев – частные, например:**

- Музей Фаберже;
- Музей «Эрарта»;
- Музей Адмиралтейских верфей;
- Музей военного костюма.

Все это – огромное богатство нашего города, причем богатство вневременное, так что даже в последние два года, в условиях новой коронавирусной инфекции (COVID-19), культурная сфера Санкт-Петербурга продолжает развиваться.

Однако та ситуация, в которой мы живем, не могла не отразиться и на такой важной для города сфере, как обслуживание туристов, и в частности на работе экскурсоводов. Из-за сильнейшего сокращения потока иностранных гостей на первое и доминирующее место вышла работа с туристами российскими, прежде всего – русскоязычными. До 2020 года, как правило, право проводить экскурсии в музеях, не являясь при этом сотрудниками этих музеев, могли получить только гиды, ведущие экскурсии на иностранных языках. В последнее время сильно расширился список музеев, которые работают и с русскоязычными экскурсоводами. Многие музеи предлагают курсы подготовки экскурсоводов, на которых знакомят слушателей со своими богатствами. А после окончания этих курсов выдержавшим экзамен участникам разрешается проведение экскурсий по территории музея. С сентября 2022 года, экскурсоводам, желающим работать в Санкт-Петербурге, необходимо иметь действующую аттестацию, которая является обязательной и действует 5 лет, после чего необходимо проходить ее заново. До этого действует городская аккредитация. Многие музеи федерального и городского подчинения учитывают это.

Такая политика музеев является очень важной для поддержки городских экскурсоводов в наше время. Сейчас проводить экскурсию на русском языке экскурсоводам, не являющимся сотрудниками музеев, разрешают следующие музеи:

- Государственный музей-заповедник «Царское село»;
- Государственный музей-памятник «Исаакиевский собор»;

- Государственный музей-памятник Спас-на-Крови;
- Государственный музей-заповедник «Гатчина» с обособленными объектами (Приоратский дворец, парк, павильоны);
- Российский этнографический музей;
- Музей Фаберже;
- Государственный музей истории Санкт-Петербурга с обособленными объектами (Петропавловская крепость, Монумент героическим защитникам на площади Победы, особняк Румянцева);
- Музей театрального и музыкального искусства с обособленными объектами (Шереметевский дворец, Дом-музей Ф. И. Шаляпина, Музей Н. А. Римского-Корсакова, Музей-квартира актеров Самойловых);
- Кронштадтская крепость;
- Музей «Гранд Макет Россия»;
- Музей-макет «Петровская акватория».

Такую же политику в отношении экскурсоводов проводят и некоторые соборы Санкт-Петербурга, так как в нашем городе многие храмы по сути своей являются музейными объектами – и за счет своей интереснейшей истории, и за счет великолепной архитектуры, и за счет сохраняющихся в них культурных ценностей. С экскурсоводами сотрудничают:

- Смольный собор;
- Феодоровский собор;
- Казанский кафедральный собор;
- Собор Владимирской иконы Божией Матери;
- Свято-Троицкая Александро-Невская лавра;
- Ставропигиальный Никольский Морской собор в Кронштадте.

Экскурсоводы и гиды Санкт-Петербурга надеются, что списки музеев и соборов, сотрудничающих с ними, со временем расширятся. Сообщество экскурсоводов обращается ко многим музеям города с просьбой разрешить проводить экскурсии на русском языке гидам-переводчикам и экскурсоводам, аккредитованным при Правительстве Санкт-Петербурга и прошедшим соответствующее обучение (с сентября 2022 года – аттестованным Правительством Санкт-Петербурга). Такое решение привлечет в музей больше

посетителей, а также позволит снизить количество экскурсантов в одной группе, что крайне важно для соблюдения мер по профилактике новой коронавирусной инфекции. Однако в настоящее время ряд музеев настаивает, чтобы гиды работали только через посредников – фирмы, заключившие договор с музеем, из-за чего цена билетов на такие экскурсии оказывается существенно выше стандартной. Поэтому экскурсоводы Санкт-Петербурга надеются, что музеи разрешат им проводить экскурсии для туристов, которые купили билеты в кассе и/или электронные билеты самостоятельно, а также заключать договора на прохождение образовательных курсов повышения квалификации напрямую с музеем, минуя фирмы-посредники.

Сообщество экскурсоводов Санкт-Петербурга считает совместную работу с музеями нашего города очень важной и надеется на дальнейшее плодотворное сотрудничество.



Н. С. Закутерин, Н. К. Мальцева

## БАШЕННЫЕ ЧАСЫ РОССИИ – ПРЕДМЕТ НАУЧНОГО И КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

Сегодня, как никогда ранее, для развития различных направлений туризма становится актуальным не только возрождение и восстановление большого количества объектов культурного наследия России, но и популяризация знаний о них. Среди подобных исторических объектов отдельной группой следует выделить такие объекты, как монастыри с соборами, церквями, часовнями и колокольнями. На протяжении веков большинство из них считались не только местами высокой духовности и культуры той или иной местности, но и привлекали большое количество посетителей, так как отличались особой архитектурой или уникальными свойствами (характерными либо для той местности, где они были воздвигнуты, либо для того периода времени, в который они были построены). Так и сейчас почти каждая вторая достопримечательность, к которой стремятся путешественники или на фоне которой чаще всего в России они фотографируются, так или иначе связана с церковным наследием.

При этом не очень широко известно, что более 600 церковных объектов (а вместе с другими гражданскими – около 700) в России еще до 1917 года, то есть чуть более 100 лет назад, имели башенные часы, которые считались «изюминкой», символом благополучия местности, города или даже страны. Примером могут служить часы на Спасской башне Кремля в Москве или башенные часы в здании Зимнего дворца в Санкт-Петербурге.

Несмотря на то, что сегодня существует достаточно много информационных материалов<sup>1</sup> об истории создания, эксплуатации, степени сохранности башенных часов в России, туриндустрия нечасто использует эти данные при разработке новых маршрутов, тематических экскурсий для привлечения посетителей и популяризации знаний о столь интересных объектах культуры и науки. И объясняется данный факт тем, что для туристической отрасли не существует разработок, на основе которых можно создать маршруты для путешественников под условным названием «*Часы как символ города*», нет полной информации по коллекциям или отдельным экспонатам башенных часовых механизмов,

находящихся в различных, в том числе удаленных, районах России. Именно этой цели и посвящается данная публикация.

Очевидно, что за последние пару лет интерес наших соотечественников к внутреннему туризму сильно возрос. Именно поэтому в проблематике развития «культурного туризма» на примере башенных часов в первую очередь стоит отметить, что эта тематика актуальна в данном контексте по двум основным причинам:

– во-первых, как уже было сказано, основной составляющей является культурно-эстетическая – башенные часы и объекты, на которых они установлены (хотя все-таки в большей степени объекты и в меньшей степени циферблаты) доступны для обозрения уже с относительно большого расстояния, то есть их можно увидеть при приближении к объекту, поскольку такие объекты зачастую выделяются своей монументальностью, ведь часы устанавливались изначально именно на высотных объектах;

– во-вторых, наличие научной составляющей. Ведь как часовой механизм башенных часов, так и само сооружение, на котором он был установлен, являются объектами технического и архитектурного наследия, соответственно, часовые механизмы, являющиеся первыми автоматическими приборами времени на Руси, и сами объекты, на которых они были установлены, являются показателями (свидетелями) научно-технического гения своего времени.

Именно в создании механизмов часов и архитектурных ансамблей объектов мы можем увидеть развитие научной мысли и архитектурных стилей, переход от более простых конструкций, форм и стилей к более усложненным и изящным. Более того, именно церковные объекты с часами, например допетровских времен (хотя и после Петра есть уникальные объекты), имели уникальные, не похожие на европейские, архитектурные стили, циферблаты (с буквицей, как в Суздале) и колокольные перечестья.

Стоит сказать, что в Европе изучению таких объектов и механизмов, расположенных на них, уделяется особенное внимание (например, в Германии активно изучаются и восстанавливаются, и реставрируются механизмы башенных часов в ратушах, церквях и т. д.). Благодаря этому многие туристы могут воочию увидеть и услышать интересные сообщения об их истории и восхититься духом времени.

Еще в последней четверти XX века энтузиастом часового дела, инженером Ю. П. Платоновым<sup>2</sup>, были проведены первые в России

научные исследования, на основе которых состоялись реставрационные работы часовых механизмов в Суздале, Гатчине, Ферапонтово и т. д. Позже российские историки-хранители этих, с одной стороны, технических, а с другой – культурных экспонатов (среди них на сегодня наиболее известны имена Михаила Петровича Гурьева и Татьяны Алексеевны Фокиной) провели колоссальную работу по сбору и анализу информации, по классификации и изучению конструкций, возможности консервации и реконструкции российских механизмов башенных часов. Под их руководством и при их непосредственном участии сегодня мы можем воочию увидеть, как функционируют некоторые старинные механизмы башенных часов.

К сожалению, большинство оригинальных механизмов башенных часов России в силу разных причин, как и сами сооружения, на которых они были установлены, не сохранилось до наших дней. При этом та часть, которая дошла до современности, можно увидеть в экспозициях некоторых музеев нашей страны, как, например, в Политехническом музее Москвы или музее в Коломенском. Более поздние механизмы – уже петровской эпохи, как, например, эрмитажные часы – бережно сохраняются благодаря пристальному вниманию заведующего лабораторией научной реставрации часов и музыкальных механизмов Государственного Эрмитажа М. П. Гурьева, экспонируются и представляются широкой публике как при очном посещении музея, так и в виртуальном интернет-пространстве<sup>3</sup>. В ходе этой трансляции историю Зимнего дворца как части музея мировой известности – Государственного Эрмитажа – украшает и дополняет показ реального функционирования башенных часовых механизмов, установленных в Зимнем дворце.

Однако на данный момент для развития этой тематики и трансляции подобных технологий на другие российские исторические, культурные и научные достопримечательности нам необходимо решить целый ряд актуальных задач, а именно:

а) с точки зрения культурной составляющей, сама тема башенных часов в России изучена недостаточно полно. Из более 700 объектов с часами мы едва ли можем рассказать полную историю более чем 30–40 объектов. Применительно к одной лишь популярной среди туристов Владимирской области до сих пор нет определенного маршрута посещения мест, где и сегодня сохранились башенные часы.

б) что касается научной составляющей, то здесь недостаточно информации, чтобы осуществить полную классификацию часовых механизмов в России в привязке к архитектурным сооружениям, на которые устанавливались часы. Ведь каждый часовой механизм зачастую являлся единичным «товаром» и конструировался под определенный архитектурный объект, при этом и сама колокольня (или башня) зачастую проектировалась таким образом, чтобы механизм можно было разместить в особой нише в ней, учитывая, что в движение он приводился многометровым гиревым приводом.

В 2022 году во Владимирской области, где насчитывалось 20 таких объектов с башенными часами, готовятся к празднованию тысячелетия города Суздаля. Попробуем перечислить только те, что имелись в самом Владимире и в Суздальском районе:

1. Владимир, Богородице-Рождественский мужской монастырь. Колокольня с церковью Александра Невского, где часы были сооружены в XVII–XVIII веках и изначальная, первая колокольня не сохранилась<sup>4</sup>;

2. Владимир, Княгинин женский монастырь. Собор Успения Пресвятой Богородицы, где часы были сооружены в XVII веке (упоминались в описи 1697 года) и колокольня не сохранилась<sup>5</sup>;

3. Суздальский район, Боголюбово, Боголюбский женский монастырь. Колокольня Всех Святых с надвратной церковью Успения Пресвятой Богородицы и Святыми воротами, где первые часы были сооружены в XVII веке, а вторые – в 1884 году и первая колокольня сохранилась<sup>6</sup>;

4. Суздальский район, Суздаль, Церковь Благовещения Пресвятой Богородицы на архиерейском дворе (Суздальский Кремль), где часы, относящиеся к концу XVII века, сохранились<sup>7</sup>;

5. Суздальский район, Суздаль, Покровский женский монастырь. Церковь Зачатия Анны, где часы, относились к XVI–XVII векам, и звонница (часозвоня) сохранилась<sup>8</sup>;

6. Суздальский район, Суздаль, Ризоположенский женский монастырь. Колокольня Евфросинии Суздальской, часы относились к XVIII веку, первоначальная колокольня не сохранилась<sup>9</sup>;

7. Суздальский район, Суздаль, Спасо-Евфимиевский монастырь. Церковь Рождества Иоанна Предтечи в колокольне, где объект сохранился и часы относятся к периоду до 1660 года<sup>10</sup>.

Учитывая, что такие объекты с часовыми механизмами находятся почти по всей России, данные маршруты были бы актуальны почти для всех областей как минимум европейской части страны.

Завершить статью хочется словами замечательного исследователя часового дела, заведующего лабораторией научной реставрации часов и музыкальных механизмов Государственного Эрмитажа Юрия Петровича Платонова: **«Понимаете, сейчас эпоха глубинная. При всем том, что происходит, она все равно – конструктивная. Мы должны знать свое прошлое, слышать звуки прошлого. В часах ведь заложено столько! Просто люди забыли, что такое часы на самом деле. Это и музыка, и прекрасная техника, и интереснейшие технологические процессы»**<sup>11</sup>.

<sup>1</sup> Народный каталог православной архитектуры. [Электронный ресурс]. URL: sobory.ru (дата обращения 05.01.2022).

<sup>2</sup> Виртуальный музей Университета ИТМО. [Электронный ресурс]. URL: <https://museum.itmo.ru/person/496/> (дата обращения 05.01.2022).

<sup>3</sup> Башенные часы Зимнего дворца. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4mtvoN5bmQk> (дата обращения 22.12.2021).

<sup>4</sup> Народный каталог православной архитектуры. [Электронный ресурс]. URL: sobory.ru (дата обращения 05.01.2022).

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> Там же.

<sup>8</sup> Там же.

<sup>9</sup> Там же.

<sup>10</sup> Там же.

<sup>11</sup> Василенко С. С. О старинных часах Гатчины и ее окрестностей. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eco.nw.ru/lib/data/06/7/040706.htm> (дата обращения 03.01.2022).

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА**

Культурный туризм является привлекательной и очень популярной темой, о чем свидетельствует интерес к ней практиков международного туризма и богатая, разнообразная междисциплинарная литература. Большое внимание уделяется экономическому воздействию туризма, поскольку он является важным фактором регионального развития, так как туристы потребляют широкий спектр товаров и услуг, стимулируя практически все отрасли экономики.

Существует множество определений понятия «культурный туризм». При этом некоторые авторы считают, что все люди, посещающие культурные достопримечательности, являются культурными туристами (Richards 2003)<sup>1</sup>. Провести различие между «случайными» культурными туристами и туристами, считающими культуру главной целью своего путешествия, достаточно трудно. Однако это имеет значение для разработки политики, направленной на повышение роли культуры как фактора привлекательности и конкурентоспособности туристских направлений. Как правило, международная статистика не разделяет культурно мотивированных туристов и просто «отдыхающих». Тем не менее, по некоторым данным, культурные туристы составляют 40% всех международных туристов – посетителей культурных достопримечательностей, независимо от их мотивации<sup>2</sup>.

Большинство авторов, определяя культурный туризм, подчеркивают, что этот вид туризма подразумевает потребление культуры туристами. В то же время понимание термина «культура» применительно к туризму не является однозначным. Разнообразна мотивация туристов, посещающих культурные места. Одних интересуют материальные элементы культурного наследия, других – нематериальные, третьих – творческая деятельность, поиск культурного опыта, образ жизни местного населения, привычки, ритуалы, гастрономия и пр.

Культурное потребление туристов становится все более разнообразным. Типология культурных туристов строится в зависимости от типа объекта культуры, привлекающего туриста, его

мотивации и вовлеченности. Технологии анализа культурного потребления туристов в пункте назначения основываются на информации о мотивации, полученной в ходе опросов. По данным Всемирной туристской организации, более четверти европейцев (26%) в качестве мотива путешествия упоминают разные аспекты культуры (религию, искусство, гастрономию и пр.)<sup>3</sup>.

Существует тесная взаимосвязь между туристскими потоками и посещаемостью объектов культуры (музеев, театров, архитектурных и археологических памятников) и культурных мероприятий (концертов, фестивалей, карнавалов и др.). Однако не обязательно мотивы туристов, посещающих музеи или мероприятия, являются культурными. Иногда их можно отнести к рекреационным или развлекательным.

В целом, можно сказать, что туризм и культура тесно связаны. Чтобы выявить возможные экономические последствия их взаимодействия и разработать эффективную политику, необходимы исследования мотивации и поведения туристов как потребителей туристских и культурных услуг.

К наиболее важным экономическим факторам развития культурного туризма относятся следующие:

Во-первых, на расходы потребителей в сфере туризма в период путешествия влияют их привычки и вкусы. Расходы в сегменте культурных туристов, мотивированных профессиональными соображениями (в области искусства, в языковой сфере, в киноиндустрии) сильно отличаются от расходов тех туристов, которые путешествуют по профессиональным причинам, не связанным с культурными целями (например, в связи с посещением конференции), но тем не менее участвуют в некоторых культурных мероприятиях.

Анализ расходов путешественников, которых привлекает традиционное культурное наследие, и туристов с более современными, популярными культурными интересами дает возможность сравнить экономическую активность туристов при разных целях поездки. Результаты исследований показывают как совпадение расходов, так и существенные различия между туристами с разными целями. Например, на основе различий в туристских расходах делаются выводы о том, что грань между путешественниками с интересом к традиционной культуре и туристами, интересующимися популярной культурой, стирается. При этом отмечаются

отдельные виды предложений культурного туризма с особенной, дифференцированной привлекательностью<sup>4</sup>.

Сегментация рынка показывает, как местный портфель предложений культурного туризма потребляется людьми с разными целями или мотивами поездки. Это представляет собой основную проблему для поставщиков и планировщиков в сфере регионального туризма.

Во-вторых, существенным экономическим фактором развития культурного туризма являются особенности посещаемого места пребывания: загруженность отелей, устойчивость в секторе туризма, организация в индустрии встреч, уровень сервисного обслуживания<sup>5</sup>. Многие аспекты культурных услуг (ночная жизнь, архитектурное наследие, кухня, язык) могут служить дополнением или заменой объекта интереса, а также могут помочь оптимизировать портфель культурных поездок.

С экономической точки зрения сама дестинация (то есть город или регион в целом) может быть привлекательным туристическим объектом. Культурные элементы в этом случае выступают в ряду других, более общих и многомерных факторов, притягивающих туристов. Например, для молодежи часто интересными являются объекты «популярной культуры» – торговые центры, кварталы красных фонарей, крупные спортивные сооружения, места съемок телевизионных блокбастеров и фильмов и пр.

Культурный туризм включает в себя не только посещение музеев, памятников, площадей, но и знакомство с другими элементами инфраструктуры, которая сама по себе является исторической или относится к культурным артефактам. Культурные направления могут иметь целью языковое погружение (языковой туризм), участие в фестивале или выставке.

Значительная часть поездок совершается в группах. Взаимосвязь культурного туризма с масштабным совместным потреблением остается плодотворной областью для исследований. Это имеет особое значение в условиях перегруженности (сверхтуризма) или в тех случаях, когда сама толпа является частью мероприятия (например, на карнавале в Рио).

В культурном туризме существуют нишевые рынки, и туристским маркетологам следует внимательно изучать, почему потоки туристов устремляются в то или иное место, преодолевая значительные расстояния в погоне за символическими товарами



(впечатлениями). В целом, предложения культурных поездок и разнообразные туристские мероприятия находятся в постоянном взаимодействии, что оказывает существенное влияние на спрос, вызывая непредвиденные экономические эффекты.

Среди политических факторов<sup>6</sup>, оказывающих существенное воздействие на развитие культурного туризма, следует выделить регулирование международных въездов и выездов посредством визовых формальностей и предоставления возможностей для пересечения границ.

Изменения в политике в регионах мира<sup>7</sup> оказывают особое влияние на культурный туризм. Так, политика китайских властей способствует развитию культурного туризма, что увеличивает потоки китайских туристов в мире. Политические и избирательные циклы, взаимодействия между соседними местными органами власти имеют значение для формирования туристской политики.

Разрушительные последствия COVID-19 охватывают как экономические, так и политические аспекты индустрии туризма и культурного сектора. Сегодня индустрия туризма пребывает в условиях беспрецедентных глобальных ограничений на поездки и высокой неопределенности в отношении окончания пандемии. В частности, сильно пострадал дальнемагистральный туризм, что создает особенно серьезные проблемы для экономической устойчивости регионов с высокой туристской специализацией.

Сектор культурного наследия также потерпел значительный ущерб от пандемии COVID-19. По данным ЮНЕСКО за 2020 год, 90% музеев по всему миру временно приостановили свою работу на недели или месяцы, 10% из них сообщили, что находятся под угрозой постоянного закрытия. Даже там, где сохранялась возможность посетить культурные достопримечательности, потери доходов оказались значительными (до 75–80%), особенно в туристически значимых районах, поскольку перекрытие границ и частое блокирование передвижения внутри страны привели к резкому сокращению культурного туризма<sup>8</sup>.

Таким образом, государственная политика оказывает существенное воздействие на развитие туристских потоков. Регулирование туризма со стороны властей требует особой «экономической дипломатии», которая совмещает в себе экономические и политические средства.

- <sup>1</sup> *Richards G.* What is cultural tourism? // *Erfgoed voor Toerisme Nationaal Contact Monumenten* / ed. by A. van Maaren. 2003. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.docstoc.com/docs/2554594/> (дата обращения: 20.12.2021).
- <sup>2</sup> *Noonan D. S., Rizzo I.* Economics of cultural tourism: issues and perspectives. [Электронный ресурс]. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10824-017-9300-6.pdf> (дата обращения: 20.12.2021).
- <sup>3</sup> Preferences of Europeans towards tourism // *Eurobarometer*. 2016. Report No. 432. [Электронный ресурс]. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2065> (дата обращения: 06.01.2022).
- <sup>4</sup> *Loon van R., Gosens T., Rouwendal J.* Cultural heritage and the attractiveness of cities: Evidence from recreation trips // *Journal of Cultural Economics*. 2014. Vol. 38, No. 3. P. 253–285.
- <sup>5</sup> *Игнатъева И. Ф.* Сервис в туризме. Практикум. СПб., 2016.
- <sup>6</sup> *Исаев Б. А., Голиков А. К., Елисеев С. М., Игнатъева И. Ф., Лебедев С. В., Сирота Н. М., Хомелева Р. А., Чигарев В. Н., Шатравин С. А.* Политическая теория. Учебник для академического бакалавриата. М., 2017. С. 31–33.
- <sup>7</sup> *Исаев Б. А.* Геополитические эпохи развития Российского государства // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2005. Т. 1. № 2. С. 140–152; *Исаев Б. А.* Геополитика и геостратегия. Учебник для вузов. М., 2020. С. 235–249.
- <sup>8</sup> Survey on the Impact of the COVID-19 Situation on Museums in Europe // *Network for European Museums Organization (NEMO)*. 2020. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO\\_documents/NEMO\\_COVID19\\_Report\\_12.05.2020.pdf](https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf) (дата обращения: 20.12.2021).

## ОТКУДА В ДОНБАССЕ ПРЕДМЕТЫ РУССКОГО ПРОМЫСЛА

2021 год в Донбассе был объявлен Годом русской культуры. Каждому учреждению культуры хотелось представить что-то увлекательное, «не забытое», в общем, интересное для зрителя. Художественный музей «Арт-Донбасс» города Донецка подготовил ряд выставок и выставочных проектов, связанных с юбилеями русских деятелей культуры и искусства (выставка-конкурс детского рисунка «По мотивам произведений Некрасова», посвященная 200-летию со дня рождения писателя; выставка портретов русских писателей и поэтов «Красота русского слова»; «Русские пословицы и поговорки. Александр Осин»; посвященная 130-летию со дня рождения С. С. Прокофьева выставка «Послушайте мелодии картин»). Среди них хочется выделить одно из самых ярких, по мнению посетителей и общественности, событий года – выставку русских промыслов «Узоры русской души».

Идея этой выставки родилась во время командировок по городам России, имеющим богатую историю, в том числе и народных промыслов. Люди среднего и старшего возраста, конечно же, знают и помнят изделия известных русских творческих артелей, многие из которых до сих пор являются визитной карточкой не только одного региона, но и всей России. Но нам очень хотелось, чтобы и наши дети не только на картинках, но и вживую знали и различали эти произведения искусства.

Донбасс – уникальный многонациональный регион, в котором проживают, согласно переписи, более 110 этносов, развивающих, сохраняющих и популяризирующих свою культуру. В первое послевоенное десятилетие на восстановление шахт и заводов Донбасса приезжали люди из разных уголков Советского Союза. Но все же большую часть жителей Донбасса составляет восточнославянский народ, бережно хранящий свои традиции. Задумав реализовать эту идею, мы обратились к жителям Донецка старшего возраста с просьбой показать предметы русского промысла на выставке, т. к. коллекция музея состоит в основном из произведений живописи, графики и скульптуры современных местных художников. Каково же было наше удивление, когда горожане стали приносить посуду, мебель, предметы декора из дерева, керамики, глины,

фарфора, стекла, которые у них до сих пор используются в быту! Помимо предметов стали приносить и текстиль: шали, платки, кружева, головные уборы, рушники (один из которых датирован 1916 годом). Сотрудникам музея предстояло не только привести предметы в надлежащий вид, но и атрибутировать их!

В течение полугода шла подготовка к выставке, и 2 декабря 2021 года мы ее презентовали. В небольшом пространстве нам удалось собрать более 150 предметов, которые ярко демонстрировали 20 различных русских промыслов. В составе экспозиции были представлены: хохломская роспись (Нижегородская область), скопинская керамика (г. Скопин, Рязанская область), вологодское кружево и вологодские рушники (г. Вологда), павловопосадские набивные платки (г. Сергиев Посад, Московская область) и оренбургские пуховые платки (г. Оренбург), палехская лаковая миниатюра (п. Палех, Ивановская область) и федоскинская лаковая миниатюра (с. Федоскино, Московская область), каргопольская игрушка (г. Каргополь, Архангельская область) и солецкая игрушка (г. Сольцы, Новгородская область), матрешка (г. Семенов и с. Крутец, Нижегородская область, г. Нолинск, Кировская область, г. Сергиев-Посад, Московская область), гжельская майолика (с. Гжель, Московская область), гусевский хрусталь (г. Гусь-Хрустальный, Владимирская область), резьба по дереву и резьба по бересте (д. Курово-Наволоки Великоустюгского уезда и с. Вятское, Ярославская область), каслинское литье (г. Касли, Челябинская область).

Чтобы привлечь большее количество детей и подростков к данной теме, наряду с традиционными экскурсиями были организованы разнообразные мероприятия:

- Мастер-классы по росписи в технике гжель и хохлома. Занятие проходило непосредственно в зале, где можно было увидеть сами предметы и послушать историю этого промысла. Участникам мастер-класса предлагалось выполнить роспись открытки в технике гжель или хохлома, посмотрев перед этим на большом экране видеосюжет о создании того или иного предмета от и до;
- Тематические лекции о различных промыслах с показом видеосюжета о конкретном промысле и возможностью подержать в руках и рассмотреть изделие, выполненное в этой технике. В первую очередь данные мероприятия были ориентированы

на детей из интернатов, многие из которых впервые видели эти предметы. Такие лекции были очень интересны и людям старшего возраста, т. к. для многих представленные предметы стали связующей нитью между сегодняшним днем и их детством и юностью, которые прошли в разных регионах России (в Астраханской, Нижегородской, Рязанской, Ивановской, Оренбургской областях).

Несмотря на различные ограничения на посещение музея, интерес к данной выставке сохранялся как у отдельных посетителей, так и у организованных групп. Отдел межмузейных коммуникаций музея разработал помимо музейных также ряд внемузейных – выездных тематических лекций о русских промыслах для школьников, которые продолжают проводиться и после закрытия самой выставки. Для широкой аудитории в социальных сетях также были подготовлены авторские видеосюжеты о представленных на выставке экспонатах и игра «Арт-загадка».

Сотрудники музея зафиксировали результаты своих исследований, а также воспоминания владельцев предметов русских промыслов, не забыв указать города, откуда они переехали в Донбасс с 1945 по 1970 годы, что в дальнейшем может послужить основой для издания буклета.

Щедрым подарком музею стала передача из частного пользования в дар Художественному музею «Арт-Донбасс» многих предметов, которые послужат для сохранения общей русской культуры.

Подобные выставки, организованные Художественным музеем «Арт-Донбасс», проводятся не впервые, что позволяет, не используя финансовую поддержку, пополнить коллекцию музея старинными и редкими экспонатами и дать им вторую жизнь.

## ВИРТУАЛЬНАЯ ЭКСКУРСИЯ КАК АКТУАЛЬНАЯ ФОРМА ЭКСКУРСИИ СОВРЕМЕННОЙ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Экскурсия как форма профессиональной деятельности и способ проведения досуга, появившись более века назад, прочно заняла свое место в жизни и деятельности людей. В словарях и энциклопедиях экскурсия также имеет свою позицию: до сих пор культурологи и экскурсиеведы пытаются найти оптимальное определение. Но в наше динамичное время, когда изменения происходят очень быстро, меняется абсолютно все, и экскурсия как феномен тоже меняется, приобретая новые, современные черты. Автор этих строк, имеющий стаж экскурсионной деятельности более тридцати лет и почти такой же по продолжительности стаж преподавания экскурсионного дела начинающим экскурсоводам, поражается, насколько гибко и органично экскурсионное дело адаптируется к современным реалиям и насколько актуальны экскурсии для сегодняшнего дня, будь то традиционные классические экскурсии, онлайн-туры, видеоэкскурсии, виртуальные, онлайн-экскурсии или другие модификации экскурсионной практики.

В настоящее время существуют современные продвинутые технологии виртуальной реальности, позволяющие создавать виртуальные экскурсии, которые имитируют нахождение человека на различных объектах, дают возможность просмотра экспонатов в удобное время и решают проблемы доступности. Термин «виртуальный» происходит от английского слова «virtual» – «имитация реальной обстановки с помощью компьютерных устройств»<sup>1</sup>. Виртуальная реальность – исторически устоявшийся термин, означающий создаваемую компьютером среду при помощи специальных устройств<sup>2</sup>.

Первые виртуальные экскурсии представляли собой небольшие сайты с информацией о чем-либо. В дальнейшем начали появляться виртуальные туры, позволяющие визуализировать различного рода данные. В настоящее время виртуальные экскурсии соединяют в себе визуализацию большого количества музейных предметов и экспозиционных пространств. Виртуализация музея предполагает перемещение по панорамным залам, экспозициям и выставкам с целью знакомства и получения информации.

По мнению А. Н. Богомолова, виртуальная экскурсия – это «организационная форма дистанционного обучения, отличающаяся от реальной экскурсии виртуальным отображением реально существующих объектов (музеев, парков, улиц городов и пр.) с целью создания условий для самостоятельного наблюдения, сбора необходимой информации»<sup>3</sup>.

Виртуальные экскурсии – это не только эффективный, но и эффектный способ убедительного представления информации о самых разных объектах показа. Подобная экскурсия воссоздает полную иллюзию присутствия у экскурсанта. Это характеризует важный аспект экскурсии классической – принцип наглядности. Не покидая своего места, можно посетить далекие дестинации и познакомиться с объектами, расположенными далеко за пределами города и даже страны. Можно побывать в ведущих музеях мира и небольших, малых музеях, отдаленных и в реальной жизни малодоступных. Можно увидеть очень далеко расположенные и практически недоступные объекты природного наследия: горы, морские лагуны, а также ботанические сады и парки. Можно посетить разные предприятия – на виртуальных производственных экскурсиях. Причем сделать это можно когда угодно, не тратя времени на дорогу. Более того, длительность виртуальной экскурсии задает сам экскурсант, который может в подходящий для себя момент прерывать и возобновлять экскурсионный процесс. При этом существует возможность многократного просмотра экскурсий и описания объектов в любое время. С помощью виртуальной экскурсии создается эффект присутствия, поскольку экскурсант может осматривать помещение на все 360 градусов. К тому же виртуальные экскурсии большей частью бесплатны. Они являются выходом из положения для маломобильных экскурсантов, для людей с определенной степенью инвалидности. Также хотелось бы отметить безопасность экскурсанта в отличие от реальной экскурсии, где возможны плохая погода, пробки, аварии, кражи денег и документов и прочие происшествия. Более того, при путешествии за границу иногда случаются авиакатастрофы, внезапные болезни и прочие форс-мажоры. Совершая виртуальную экскурсию на своем компьютере из своего дома, экскурсант не подвержен этим рискам. Правда, здесь можно возразить, что экскурсант отправляется на реальную экскурсию именно затем, чтобы «почувствовать жизнь», увидеть ее многообразие своими глазами, а не через экран

монитора. С этим не поспоришь. Но, допустим, в период пандемийных ограничений, когда реальные экскурсии были невозможны, виртуальные аналоги экскурсий реальных давали возможность открыть для себя новое. К тому же виртуальную экскурсию в строгом смысле не стоит рассматривать как прямой эквивалент экскурсии реальной: каждая в своем роде выполняет свою важную миссию. Тем более, виртуальная экскурсия зачастую вызывает интерес к объектам показа и формирует желание увидеть виртуальные объекты в реале.

Правда, виртуальная экскурсия имеет свои недостатки. К ним можно отнести отсутствие прямого контакта и обратной связи, невозможность вести диалог, задавать вопросы и получать ответы.

Проблемы, связанные с реальными и виртуальными экскурсиями, являлись и являются предметами обсуждения в профессиональном студенческом объединении «Музеологическая студия» в Российском университете дружбы народов (РУДН). О деятельности студии, ее целях, задачах и проектах автор статьи рассказывал в предыдущем сборнике<sup>4</sup>. За прошедший год студентами – участниками студии было выполнено несколько интересных виртуальных экскурсионных проектов. Молодежь привлекают подобные форматы, поскольку виртуальная экскурсия позволяет создавать интерактивные модели различной сложности. В качестве этих моделей могут служить музейные предметы музейных собраний любого профиля, городские памятники и скульптуры, мемориальные композиции и доски, исторические центры населенных пунктов, всевозможные здания, мосты, постройки и архитектурные ансамбли.

Студентов привлекает то, что во время виртуальных экскурсий можно приблизить или отдалить любой объект, оглядеться по сторонам. В музее можно подробно рассмотреть заинтересовавший экспонат и отдельные детали экспозиции. Можно обозреть панораму экспозиционного пространства издалека, посмотреть вверх-вниз, приблизиться к выбранной точке или удалиться от нее. По общему мнению, виртуальный тур, конечно, не заменит личного присутствия, но позволит получить достаточно полное впечатление об изучаемом объекте и составить вполне предметное представление о посещаемом музее. Еще, по мнению студентов, во время виртуальной экскурсии не хватает общения с другими экскурсантами: иногда возникает необходимость «перелестись



словом и что-то быстро обсудить». Некоторые студенты сожалеют, что во время виртуальной экскурсии нельзя купить сувениры в музейном киоске: во многих музеях сейчас очень современные, интересные и связанные с музейной тематикой сувениры. И еще очень жаль, замечают студенты, что во время виртуальной экскурсии нельзя сделать свое собственное фото. Впрочем, при современном развитии информационным технологий эта проблема, скорее всего, в недалеком будущем найдет свое решение.

Таким образом, включаясь в состав туристского продукта в качестве важного элемента познавательного туризма, экскурсионная деятельность прибегает к внедрению новых форм представления информации, в том числе с использованием новых технологий. Это необходимо, чтобы «держать руку на пульсе», чтобы сохранять внимание потенциальных потребителей турпродукта, чтобы инициировать и поддерживать интерес как к культурному наследию своего региона и страны, так и к мировому наследию. Поэтому виртуальная экскурсия как феномен, приобретая новые современные черты, именно в настоящее время становится все более востребованной.

- <sup>1</sup> *Комилев Н. Г.* Словарь иностранных слов. М. : ЭСКМО-Пресс, 2006. С. 43.
- <sup>2</sup> *Авербух В. Л.* Развитие человеко-компьютерного взаимодействия // Научная визуализация. 2020. № 5. С. 130–164. DOI: 10.26583/sv.12.5.11.
- <sup>3</sup> *Богомолов А. Н.* Виртуальная языковая среда обучения русскому языку как иностранному (лингвокультурологический аспект) / А. Н. Богомолов. М. : МАКС Пресс, 2008. С. 192.
- <sup>4</sup> *Калита С. П.* Виртуальный музей и виртуальная экскурсия как способ деятельности профессионального студенческого объединения «Музеологическая студия» в период пандемийных ограничений // Музей и проблемы культурного туризма. Материалы Круглого стола в Государственном Эрмитаже. СПб., 2021. С. 112–117.

**ОБ ОПЫТЕ СОЗДАНИЯ, РАЗВИТИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ  
ФИЛИАЛА ИСТОРИЧЕСКОГО МУЗЕЯ В ТУЛЕ**

В феврале 2019 года по инициативе Министерства культуры РФ в рамках празднования 500-летия Тульского кремля и подготовки празднования 150-летия ГИМ было принято решение об открытии в Музейном квартале Тулы первого регионального филиала Государственного исторического музея. Для представительства был отведен дом № 10 по ул. Металлистов – здание 1891 года постройки, бывший особняк купца И. М. Белолипецкого.

В течение 2019–2020 годов велись ремонтно-реставрационные и строительные работы. Здание было восстановлено и переоборудовано под экспозиционное пространство, посетительские зоны, служебные и административные помещения музея. В кратчайшие сроки разработана концепция филиала. В экспозиционно-выставочной зоне были оборудованы залы для организации временных выставок и единственная в Тульской области тактильная экспозиция. Музей оснащен самыми новейшими системами жизнеобеспечения, включая комплексы охранно-пожарной безопасности, температурно-влажностного режима, освещения. Установлено и работает современное мультимедийное оборудование, уличный экран. Проведены масштабные работы по благоустройству прилегающей территории. Сформирован и обучен штат сотрудников филиала.

Открытие филиала Исторического музея в Туле состоялось 27 сентября 2020 года. За год работы тулякам и гостям города были представлены выставочные проекты «Реликвии и шедевры Исторического музея», «Пасхальные яйца из собрания Исторического музея», «Английский завтрак в России. Русская и английская керамика XVIII – начала XX века», вызвавшие большой интерес посетителей.

В филиале Исторического музея реализуется проект «ГИМ. Доступно». Для посетителей с инвалидностью по зрению работает тактильная экспозиция с макетами значимых памятников из собрания Исторического музея. Филиал стал первым и пока единственным в регионе музеем, где на постоянной основе проводятся программы и экскурсии для глухих и слабослышащих посетителей

с переводом на жестовый язык. Переводчик русского жестового языка работает в музее на постоянной основе.

С февраля по апрель 2021 года в филиале Исторического музея в Туле осуществлялась реэкспозиция. В это время для посетителей проводились разнообразные образовательные программы и программы с мастер-классами «Писать красиво нелегко!», «Секреты древней керамики»; лекции «Небесные покровители воинства Российского», «На южных рубежах Московии: XVI–XVII вв.», тематические мероприятия, привлекающие посетителей. В апреле 2021 года сотрудниками музея был подготовлен экскурсионный тур по историческому центру города: «По страницам истории: Тула XVI–XX веков», в ходе которого можно познакомиться с историей и архитектурой города, узнать о роли Тулы в истории нашей страны.

Одновременно с открытием филиала на Тульской набережной появилось новое пространство – Музейная площадь. Это современная благоустроенная территория музея со стороны Казанской набережной. Музей активно использует площадь для проведения праздничных мероприятий. Место полюбилось тулякам: здесь регулярно проходят концерты уличных музыкантов, свадебные фотосессии, флешмобы и перфомансы.

В течение года в филиале проводились культурно-массовые мероприятия для взрослых и детей. Масленица, День театра, День культурного наследия, Ночь музеев, День защиты детей, Ночь искусств, День матери и многие другие массовые праздники были отмечены специальными программами, также подготовленными сотрудниками филиала. К 80-летию героической обороны Тулы во внутреннем дворе филиала была открыта планшетная выставка «Хотели Тулу? Получили дуло!», прошли концерты и лекции с участием партнеров музея.

На площадке Тульского филиала проводится специальный проект «ART-talk: для знающих толк в искусстве», в рамках которого музей стал местом для встреч с художниками, писателями, искусствоведами, фотографами и музыкантами.

В сентябре 2021 года тулякам и гостям города представлен масштабный выставочный проект «Романовы», посвященный венценосной династии. Выставка приурочена к 300-летию образования Российской империи. На ней представлены личные вещи монархов и членов императорской фамилии, символика

государственной власти, наградное оружие, живописные полотна и костюмы из собрания Исторического музея. К выставке «Романовы» сотрудниками филиала подготовлены специальные научно-просветительские программы, разработаны авторские обзорные и тематические экскурсии, циклы образовательных программ для школьников и студентов.

Запущен цикл проектов «Музыка при дворе российских императоров». На концертах звучат произведения, исполнявшиеся при императорском дворе в эпоху Павла I, Александра I, Николая I и Александра III. Посетители концертов узнают о том, как члены императорской семьи обучались музыке, на каких инструментах играли, какие произведения были популярны. Произведения русских и зарубежных композиторов для посетителей исполняют музыканты – лауреаты международных конкурсов.

Еще один специальный проект – «Исторический лекторий». Каждую субботу посетители музейного лектория встречаются со специалистами в области истории и смежных дисциплин. Лекции читают как сотрудники Исторического музея, так и приглашенные докладчики. Темы субботних встреч в лектории разнообразны: это и история династии Романовых, и интересные подробности из жизни царствующих особ и их семей: путешествия, увлечения, доходы и болезни монархов.

С сентября 2021 года филиал Исторического музея в Туле принимает посетителей в рамках программы «Пушкинская карта»: школьники и студенты от 14 до 22 лет могут посетить музей на льготных условиях, приобщиться к культурной жизни города.

К новогодним праздникам в 2021 году подготовлены специальные программы: театрализованное представление «Новый год и Рождество в эпоху Романовых», матер-класс «История елочной игрушки» и др.

В первую неделю 2022 года филиал ГИМ в Туле стал инициатором квеста #ТулаБинго и привлек к мероприятию девять тульских музеев. Его участники выполняли различные задания и размещали фото в соцсетях.

В филиале с января 2021 года работает волонтерская программа. Волонтеры принимают активное участие в проведении мероприятий: встречают и консультируют посетителей, помогают с организацией программ, самостоятельно проводят мастер-классы, викторины, игротки, опросы в дни массовых акций. При участии

волонтеров в филиале состоялось несколько специальных мероприятий, в том числе межмузейная конференция «На связи с историей», посвященная вопросам доступности среды в музеях.

Филиал Исторического музея внедряет современные стандарты коммуникации. Разработан сайт с подробной информацией о филиале. Ведется активная работа по продвижению музея в социальных сетях, где размещаются анонсы мероприятий, онлайн-экскурсии, видеоклипы и тематические публикации, материалы о памятниках из коллекции Исторического музея, в том числе связанные с Тулой.

Регулярно сотрудниками филиала проводятся пресс-туры для СМИ и рекламные мероприятия для туроператоров.

Развивается сотрудничество с правительством Тульской области, министерствами культуры, образования области, Комитетом по развитию туризма региона, администрацией города Тулы.

Музей вошел в ряд туристических маршрутов, в том числе в национальный туристический проект «Императорский маршрут».

На постоянной основе проводится работа по привлечению школьников и студентов в музей. Так, ко Дню учителя была проведена акция, в рамках которой более 500 педагогов школ области смогли посетить музей и познакомиться с выставкой и разработанными образовательными программами для школьников. Работает музей и с двумя ведущими университетами области.

В филиале расположен музейный магазин, в котором посетители могут приобрести сувенирную продукцию и издания Государственного исторического музея.

Сотрудниками проведена огромная работа по созданию, развитию и продвижению музея. Несмотря на сложную эпидемическую ситуацию, в 2021 году филиал Исторического музея в Туле посетили более 20 тысяч человек. Подготовлено и проведено более 800 экскурсий, различных программ и мероприятий. Намечены дальнейшие планы развития и продвижения филиала Исторического музея в Туле.

Огромная работа по созданию нового музейного пространства в историческом центре Тулы проведена командой профессионалов Исторического музея, в состав которой вошли сотрудники тульского филиала.

**АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ  
«ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ  
И ФАКТОРОВ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ  
СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ ГРАЖДАНАМИ КНР  
ВО ВРЕМЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК ЗА ГРАНИЦУ»**

Проект КА9021 «Музеи в фокусе: развитие культурных сервисов для китайских туристов»<sup>1</sup>, который был реализован в Музее изобразительных искусств Республики Карелия в партнерстве с Музейным объединением города Йоэнсуу по программе приграничного сотрудничества «Карелия», направлен на создание музейных сервисов и продуктов для китайских туристов на региональном уровне. Одним из блоков реализации проекта стало социологическое исследование «Выявление потребительских предпочтений и факторов принятия решения при выборе сувенирной продукции гражданами КНР во время туристических поездок за границу», которое проходило на китайском рынке летом 2020 года. Для эффективной реализации целей проекта было важно выяснить, какие сувениры предпочитают приобретать жители Поднебесной во время поездок за границу, где узнают информацию, сколько готовы заплатить за стандартный набор сувенирной продукции.

Опрос был проведен на онлайн-платформе 51调查<sup>2</sup>. Ее услугам доверяют такие международные бренды, как Adidas, Audi, Samsung и Alibaba. Англоязычным аналогом сервиса является Alchemer<sup>3</sup>. Во время исследования был проведен опрос 220 индивидуальных респондентов из Китая, а также представителей десяти китайских музеев, что позволило взглянуть на потенциального клиента с точки зрения его потребностей. Важной частью исследования стали особенности производства и реализации сувенирной продукции в КНР – наличие Госплана, интернет-торговли и коллаборации с известными брендами.

В статье познакомимся с основными результатами, которые были получены в ходе исследования.

В исследовании приняли участие 200 респондентов, 50% мужчин и 50% женщин. Среди опрошенных 60 человек – младше 30 лет, 70 человек – средней возрастной категории (30–50 лет) и 70 человек – старшего возраста (более 50 лет). Гендерное распределение

среди возрастных групп оказалось крайне неравномерным. Так, из опрошенных младше 30 лет более 70% были мужчинами, а в старшей возрастной группе, наоборот, 80% составили женщины. Это оказало значительное влияние на результаты опроса: чаще всего наблюдалась строгая корреляция мнений в парах групп «мужчины» и «люди молодого возраста», «женщины» и «люди старшего возраста».

Больше половины всех опрошенных имеет законченное высшее образование (54% мужчин и 51% женщин), а треть – неоконченное высшее (24% среди мужчин и 35% среди женщин). Только среднее образование указали 15% респондентов, а неоконченное среднее – всего 4%.

Значительная часть опрошенных (74%) имеет постоянную работу. При этом доля работающих мужчин (84%) довольно заметно превышает долю работающих женщин (64%). Ровно наоборот ситуация обстоит с теми 14% опрошенных, кто указал, что уже вышел на пенсию: только 7% мужчин в противовес 21% женщин. Различия эти можно объяснить выборкой респондентов. 9% прошедших опрос работают на фрилансе, и 5% являются студентами.

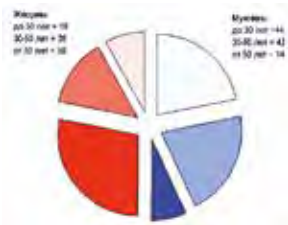


Диаграмма 1

Распределение полу и роду занятий, возрасту

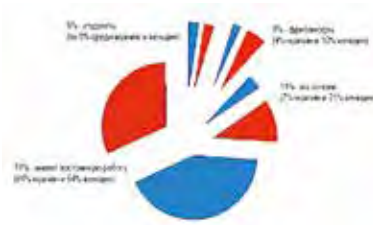


Диаграмма 2

Распределение по полу и роду занятий

Иностранным языком владеет всего 29% опрошенных, при этом среди женщин показатель несколько выше (31%), чем среди мужчин (27%). Из тех, кто указал, каким языком владеет, подавляющее большинство назвали английский (51 респондент), далее следуют русский и японский (по 3 респондента) и французский (1 респондент).

Почти половина опрошенных никогда не была за границей и не собирается (49%), в то время как 23% респондентов уже ездили

за рубеж, а 28% – планируют поездку в ближайшие 5 лет. Женщины чаще мужчин путешествуют за границу (25% женщин и 21% мужчин) и более позитивно оценивают свои планы на ближайшие заграничные поездки (31% и 25% соответственно). Возраст также влияет на активность путешественника: чем он старше, тем больше у него опыт заграничных поездок, и тем больше поездок он имеет в планах. Только 22% молодых людей до 30 лет планируют совершить заграничную поездку, а среди старшей возрастной группы доля составляет 31%.

Образование и род занятий, очевидно, влияют на опыт заграничных поездок. Так, респонденты с неполным и окончанным высшим образованием бывали в заграничных поездках почти в два раза больше (25%), чем те, кто имеет лишь неполное среднее или среднее образование (14% и 10%). Путешественники со стабильным источником дохода – постоянной работой или пенсией – имеют более обширный опыт выезда за границу (24% и 32%), чем студенты и люди без постоянной работы (0% и 7%).

5% опрошенных уже побывали в России, еще 10% планируют такую поездку в ближайшие 5 лет. Относительно небольшой процент туристов в Россию среди общего числа опрошенных респондентов не означает, что страна непопулярна среди китайских туристов. Из тех, кто имеет опыт заграничного путешествия, в России побывал каждый пятый (19%), а из тех, кто собирается в турпоездку за границу, нашу страну хочет посетить каждый третий.

Половина опрошенных всегда покупает сувениры в туристических поездках, еще 27% респондентов делает это иногда, а 23% указали, что никогда не покупают сувениры. Больше всего тех, кто никогда не покупает сувениров, среди мужчин (41%), молодых людей до 30 лет (40%), а доля тех, кто всегда покупает сувениры, увеличивается с возрастом, с уровнем образования, а также возрастает от студентов к пенсионерам.

Главную цель покупки сувениров – оставить на память впечатления о поездке – выбрали 92% опрошенных, следующий ответ – привезти подарок – чуть меньше (82%). Третий вариант – привезти практичную вещь для себя – выбрали почти вдвое меньше, всего 46%. Практическая ценность сувениров меньше всего важна для мужчин, молодежи и студентам, а также тем, кто только собирается в поездку.



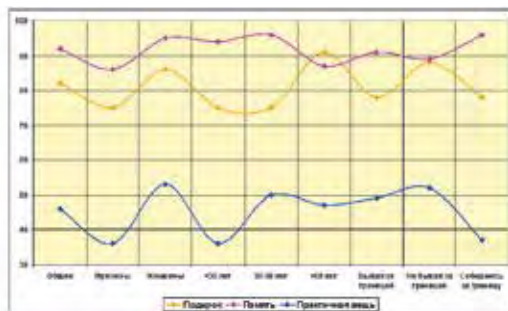


Диаграмма 3. С какой целью приобретаете сувениры в путешествии?

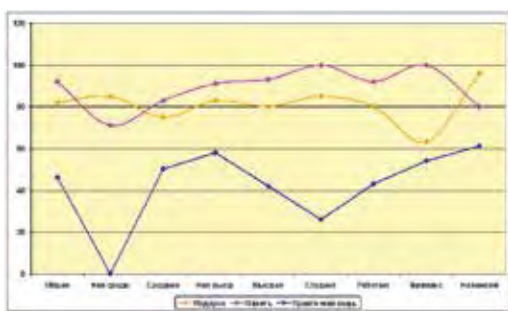


Диаграмма 3А. С какой целью приобретаете сувениры в путешествии?

При покупке сувениров больше всего респондентов (63%) ответили, что покупают вдумчиво. Чем выше уровень образования, тем выше доля тех, кто обращается за информацией к Интернету, кроме того, процент тех, кто узнает информацию о покупках на сайте, выше среди студентов и фрилансеров. Высокий процент тех, кто узнает информацию о покупках у туроператора, связан с практикой организации туристских поездок в Китае. Обычно время и место для шопинга прописывается дополнительным соглашением с клиентами: они обязуются совершать покупки только в тех магазинах, которые установил туроператор.

С практикой туристского обслуживания в КНР также связаны ответы, в которых фигурирует вариант «на месте (в музее / театре / культурном объекте)». Часто в Китае программа пребывания туристов складывается не только из посещения культурных объектов, но и включает в себя посещение разного рода производственных центров, которые, помимо прочего, называются «музеи» – музей чая,

музей шелка и т. п. По сути это специализированные торговые залы с дополнительными опциями. Представляется, что значительная часть опрошенных, которые выбирали ответы «на месте (в музее / на объекте посещения)» в этом вопросе, подразумевали именно такой опыт посещения объектов производства и продажи продукции.

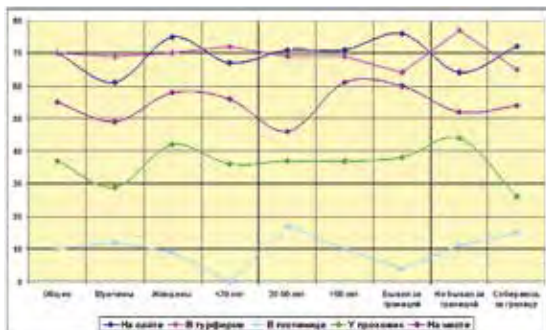


Диаграмма 4. Где вы узнаете информацию о сувенирах?

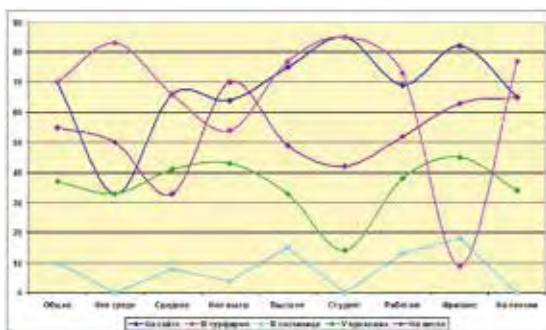


Диаграмма 4А. Где вы узнаете информацию о сувенирах?

Больше всего респондентов (77%) отметили, что покупают сувениры в сувенирных магазинах. Торговый центр предпочитают 70%. Третий по популярности ответ – на посещаемом объекте – отметили 53% опрошенных. В супермаркетах предпочитают покупать 43% респондентов, а на рынке – 36%. Самый непопулярный ответ – в отеле, там покупают сувениры всего 9% респондентов.

По мнению 83% опрошенных, сувенир должен отражать стереотипы, шаблоны представления о стране. Чуть меньшее число

респондентов (79%) считает, что сувенир должен быть связан с территорией, где побывал путешественник. Следующий по популярности ответ – культура места – его выбрали 58%. И самый непопулярный ответ – учреждение, которое турист посетил – всего 24%.

Важность отражения стереотипных образов страны для всех категорий примерно одинакова (82%–85%). Сувенир как отражение территории, где побывал, больше других привлекает женщин (90%) и важен только для 61% мужчин. Локальную культуру в сувенирах меньше всего хотят видеть люди среднего возраста и те, кто только собирается в поездку (50%). А вот купить вещь, напоминающую об учреждении, в котором они побывали, более других склонны молодые люди (31%). Самый популярный ответ – стереотипы – тем не менее является лишь третьим по значимости для людей без образования, студентов и пенсионеров. Для них важнее всего в сувенире – отражение местности, которую они посетили, а на втором месте – культура. Для всех других категорий тройка популярных ответов выглядит следующим образом: стереотипы, территория, культура. Учреждение, в котором побывал, совсем не важно для людей без образования, а люди с неполным высшим образованием выбрали этот ответ чаще других категорий респондентов.

Для большинства самым важным качеством сувенира является воплощение памяти о поездке / месте пребывания. На втором месте стоит экологичность для всех, кроме людей без образования, для них важнее оказалась практичность. Практичность и экологичность одинаково важна для пенсионеров. Менее всего на практичность сувениров обращают внимание мужчины, а также те, кто только собираются за границу, и студенты.

Важно было определить средний бюджет, который китайские туристы готовы потратить при посещении музейных сувенирных магазинов. Большинство опрошенных выбрали среднюю ценовую категорию – от 50 до 100 юаней (51%), следующий популярный ответ – 10–50 юаней выбрали 29%. Более 300 юаней тратят только 15%, и лишь 5% – менее 50 юаней. Траты менее 10 юаней не выбрал ни один. Фрилансеры и люди без образования чаще других выбрали бюджет в пределах 10–50 юаней (20% и 17% соответственно). Женщины в среднем готовы тратить больше мужчин: 19% женщин выбрали бюджет от 300 юаней, а среди мужчин – только 8%. Бюджет от 100 до 300 юаней также чаще выбирали люди с высшим образованием (23%), реже других – с неполным высшим (4%).

Проанализируем ассортимент сувенирной продукции, которая пользуется большей популярностью у представителей Поднебесной.

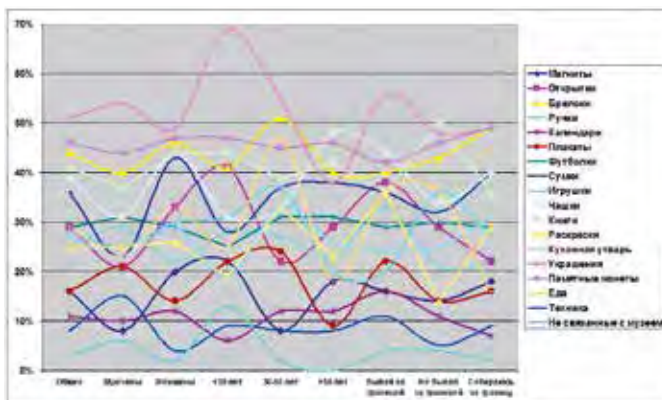


Диаграмма 5. В музее я покупаю

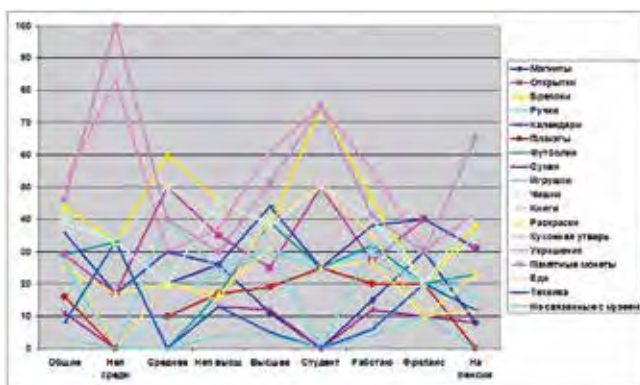


Диаграмма 5А. В музее я покупаю

Самый популярный ответ – украшения. Мужчины и молодые люди его выбирали даже чаще, чем женщины и другие возрастные категории. Этот ответ также популярнее среди людей без образования и студентов. На втором месте по популярности – памятные монеты / хрустальные шары. Чуть меньше, чем остальные категории респондентов, их предпочитают покупать те, кто уже бывал за границей. А больше других – те, кто только собирается поехать.

Этот вариант является самым частым в ответах людей без образования, а также пенсионеров.

На третьем месте по популярности – брелоки для ключей, чаще других их выбирали люди среднего возраста, а также те, кто собирается в поездку, люди со средним образованием и студенты.

На четвертом месте – книги/журналы/альбомы. У женщин они несколько популярней, чем у мужчин, их тоже чаще других выбирают те, кто за границей не бывал, а также студенты и люди со средним образованием.

На пятом месте – чашки. Их чаще покупают женщины и люди старшего возраста.

На шестом месте – сумки/зонты. Женщины значительно чаще мужчин выбирали эту категорию. Сумки заняли третью строчку популярности у людей с высшим образованием. А фрилансеры поставили сумки на первое место вместе с открытками. Эти шесть основных позиций выбрали больше, чем 30% всех респондентов.

От 20% до 30% опрошиваемых выбирали: еду, футболки, открытки, игрушки, кухонные принадлежности, раскраски и ручки. От 10% до 20% респондентов выбрали: плакаты, магниты, календари.

В ходе исследования выяснилось, что меньше всего в музеях покупают технику (8%) и не связанную с музеем продукцию (3%). Четверка самых популярных ответов на вопрос «Что я никогда не куплю?» выглядит так: кухонные принадлежности и календари (особенно у молодых людей, тех, кто не бывал за границей и студентов), техника и магниты.

При совершении покупки в магазине сувениров музея наиболее удобный способ оплаты варьируется между наличными, банковской картой и мобильными платежами. Мобильными платежами предпочтут воспользоваться 69% всех опрошенных, наличные возьмут в музей 25%, и меньшинство (6%) захочет использовать банковскую карту.

Мужчины (29%), люди старшего возраста и те, кто никогда не бывал за границей (32%), склонны больше других полагаться на наличные. Меньше всего наличным доверяют молодые (17%) и те, кто только собирается за границу (16%), они же больше других предпочитают пользоваться мобильными платежами (80% и 78%). Наличными чуть более охотно будут расплачиваться люди со средним и неоконченным высшим образованием, а также пенсионеры. Банковская карта более других категорий приемлема для

людей, имеющих только среднее образование. Мобильные платежи в 100% случаев предпочитают студенты, и в 83% – люди без образования. Меньше других мобильным платежам доверяют люди со средним образованием и пенсионеры.

Представляется, что при возможности выбрать несколько из предложенных вариантов ответа, доля тех, кто доверяет наличным и банковским картам, была бы выше.

Результаты этого исследования позволяют глубже проанализировать имеющийся ассортимент сувенирной продукции в музее, выявить точки роста и сформировать уникальное предложение для туристов из Китая.

- <sup>1</sup> Официальный сайт Музея изобразительных искусств Республики Карелия. [Электронный ресурс]. URL: <https://artmuseum.karelia.ru/projects/muzei-v-fokuse-razvitie-kulturnyh-servisov-dlya-kitajskih-turistov-ka9021/> (дата обращения: 12.10.2021).
- <sup>2</sup> Популярный в Китае ресурс для проведения онлайн опросов. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.51DiaoCha.com> (дата обращения 12.10.2021).
- <sup>3</sup> Популярный в Европе ресурс для проведения онлайн опросов. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alchemer.com/> (дата обращения 12.10.2021).

## Литература

1. *Форти А.* Объекты желания. Дизайн и общество с 1750 года. М., 2013. С. 26.
2. *Mensh P. van.* Museums and authenticities // ICOFOM Study Series. 1985. Is. 8. P. 20.
3. *Sofka V.* In the spirit of the theme: Substitute for an editorial // ICOFOM Study Series. 1985. Is. 8. P. 10.
4. *Мельникова-Григорьева Е.* Безделушка или жертвоприношение простых вещей. М., 2008. С. 8–9.
5. *Лола Г. Н.* Дизайн-код, культура креатива. СПб., 2011. С. 67.
6. *Craddock P.* The art and craft of faking: copying, emdellishing and transforming // Fake? The Art of Deception / Ed. by M. Jones, P. Craddock, N. Baker. London, 1990. P. 247–274.
7. *Никифорова А. А., Скульмовская Л. Г.* Сувенирная продукция в музеях: современные кейс-практики // Вестник культуры и искусств. 2018. № 2 (54).

## Е. П. Коневских

### РАЗВИТИЕ НОВОГО МУЗЕЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ

Музей «Дом маяков» – новый частный музей Кронштадта. Мы открылись чуть больше года назад, но стоит начать с идеи его возникновения.

Новый музей – продолжение уже существующего Музея маячной службы. Его открыли офицеры-гидрографы запаса, имевшие небольшую коллекцию найденных осветительных устройств. Коллекция пополнялась все большим количеством линз, музей стал одним из главных мест привлечения туристов в Кронштадте, но многие гости задавались вопросом, где можно увидеть сами маяки. И тут родилась идея – построить парк маяков. В Европе уже есть примеры подобных музеев, и мы ориентировались на опыт их создания в Польше и Финляндии. По нашему заказу было выполнено десять копий маяков Финского залива, модель акватории Невской губы с подсвеченными фарватерами и навигационными ориентирами. Мы воссоздали комнату служителя маяка и назвали музей Домом – ведь это место, где живут маяки, и можно прийти к ним в гости, рассмотреть во всех деталях, узнать их истории.

Стоит отметить, что акватория у острова Котлин (где расположен Кронштадт) уникальна – здесь имеется самое большое во всей стране количество маяков и навигационных знаков на один квадратный километр. С помощью модели мы показываем это сложное для мореплавания место под названием «Кронштадтский рейд», рассказываем, почему здесь такое скопление маяков и чем они между собой различаются (ради этого макета к нам приходят не только моряки, но и обычные туристы, на которых он производит сильное впечатление).

Более того, маячное дело нашей страны берет свое начало именно с Кронштадта. Первый маяк был построен на Котлинской отмели по указу Петра I, который собственноручно нарисовал его эскиз, – это маяк Толбухин (или «дедушка всех маяков», как его называют неофициально). Петр I даже намеревался построить самый высокий маяк в мире – как раз в сквере, где сейчас находится

здание нашего музея. Это одно из первых кирпичных зданий Кронштадта, бывший минный корпус, в котором преподавал и проводил опыты с радио А. С. Попов.

Так получилось, что в советский период о маячных линзах как о культурном наследии никто не думал и после службы их утилизировали. Уникальные экспонаты, представленные в музеях и чудом дошедшие до наших дней, показывают, что маячное дело достойно большого внимания. Наши музеи, посвященные маячной тематике, – первые в России, и в этом мы видим нескончаемый потенциал развития в области как научных исследований, так и экспозиционной деятельности. К нам уже приезжают люди из разных и порой удаленных уголков нашей страны, например с Дальнего Востока или Черного моря, и спрашивают, когда мы будем показывать их маяки. Мы надеемся, что в скором будущем.

Что касается тематики этого года – «Музей и культурный туризм в зеркале экономики культуры», мы, как частный музей, можем сказать, что открываться в пандемию – не лучшая идея, однако внутренний туризм за прошедший год сильно вырос. Нам, как молодому музею, не с чем сравнивать динамику; тем не менее отметим, что в течение года был виден стабильный рост числа посетителей. Конечно, музею немножко повезло, ведь Кронштадт последнее время у всех на слуху. Но мы тоже стараемся привлечь новую аудиторию, широко используя для этого социальные сети, участвуем в реализации программы «Пушкинской карты». Для повышения экономической привлекательности музея прорабатываем возможность создания билета, который будет единым и для других новых частных музеев Кронштадта.

При этом мы стараемся быть современным музеем. Это предполагает большее взаимодействие с посетителем, музей перестает быть простым хранилищем предметов, но становится площадкой для общения и передачи знаний в любых формах: мы проводим квесты, мастер-классы, встречи с людьми, имеющими отношение к маякам, чтобы как можно больше наших гостей заинтересовалось тематикой, влюбилось в морские башни. С самого начала музей «Дом маяков» строился с использованием современных технологий (профессиональное освещение, интерактивные экспонаты, дистанционное управление экспонатами), но при всей современности музея мы сохранили живое общение. Всех



посетителей сопровождает экскурсовод, который находит верный подход к каждому гостю, поэтому в нашем музее интересно как взрослым, так и детям. А если после экскурсии остались вопросы, экскурсовод с радостью даст на них ответы. Именно живая экскурсия погружает в домашнюю атмосферу, за которой к нам возвращаются снова и снова.

## И. А. Кривонос

### БЕСПЛАТНЫЕ ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ, РАСШИРЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАК АЛЬТЕРНАТИВА ПЛАТНОМУ ЭКСКУРСИОННОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ

Калининградский областной музей янтаря – это брендовый музей янтарного края с одной стороны и единственный государственный музей янтаря в России – с другой. В последние годы популярность Калининградской области сильно выросла, чему способствовала пандемия COVID-19. До тех пор пока государственные границы можно пересечь только в случае подтвержденной необходимости, туристические визиты в некоторые российские регионы будут сохранять популярность.

Калининград активно привлекает гостей. Город уже сильно преобразился в рамках подготовки к Чемпионату мира по футболу в 2018 году. За последние годы строительный бум и активное благоустройство изменили Калининград почти до неузнаваемости, и каждый шаг был направлен на увеличение его туристской привлекательности.

Постепенно Музей янтаря, который был популярен, даже когда находился на окраине города, оказался практически в центре – в благоустроенном районе прогулочной зоны между Верхним и Нижним озерами.

Музей янтаря – один из самых посещаемых музеев области, однако в 2020 году в связи с трехмесячным локдауном и последующими ограничениями число гостей значительно снизилось. Сейчас попасть в музей можно только при наличии QR-кода о вакцинации, и даже несмотря на это, Музей янтаря восстановил показатели посещаемости – в 2021 году экспозицию посетили 235 000 человек.

При этом сотрудниками музея было проведено 1527 экскурсий, и более 12 000 гостей прослушали аудиогиды. Таким образом, каждый десятый посетитель так или иначе проходит по музею с экскурсией. И даже если бы у музея была возможность нанять отдельный штат экскурсоводов (а ее нет в связи с отсутствием физического места), учреждение все равно не смогло бы обеспечить экскурсиями всех желающих. Музей расположен в весьма компактном фортификационном сооружении – башне 1853 года постройки.

Экспозиция, площадь которой составляет всего 931 кв. м., идет по кругу, и два экскурсовода должны находиться на достаточном расстоянии, чтобы их голоса не перекрывали друг друга.

В связи с текущей ситуацией музей вводит различные виды бесплатных аудио- и визуальных гидов, которые являются альтернативой услугам экскурсовода или (при бронировании турфирмами большого количества устройств) аудиогиду.

Музей янтаря не проводил оценки возможных финансовых потерь в связи с введением бесплатных гидов. Но в большинстве случаев музей рассматривает их как часть стратегии гостеприимства.

Более того, Музей янтаря – это государственное бюджетное учреждение культуры, и просвещение и предоставление доступа к коллекции – это важнейшие цели, стоящие перед ним. Музей придерживается принципа доступности, даже несмотря на то, что многие нужды покрываются за счет собственных заработков. Более того, в 2020 году ввел дополнительные льготы: снизил стоимость входного билета для лиц, достигших пенсионного возраста.

В музее на постоянной основе действуют приложения дополненной реальности, которые рассказывают о постоянной экспозиции, предметах коллекции и происхождении янтаря:

- часть коллекции внесена в гид ARTEFACT;
- для музея ведущим экспертом в области растительного состава «янтарного леса» в эоцене (40 млн. лет назад), кандидатом биологических наук П. И. Алексеевым, разработано приложение виртуальной реальности «Янтарный лес», которое работает на сайте музея и на всех типах мобильных устройств (360 раз скачано, 160 раз просмотрено с сайта);
- для музея разработано AR-приложение «Life in Amber» – экскурсия по ископаемым организмам в балтийском янтаре (20 AR-объектов), которое доступно для скачивания на GooglePlay и AppStore (4438 установок);
- сотрудниками музея М. В. Медведевой и Е. А. Машегировой разработан квест по территории крепостного вала «Видоискатель» на бесплатной платформе izi.TRAVEL (885 просмотров);
- для музея разработана аудиоэкскурсия с тифлокомментариями «Прикосновение света» (для людей с нарушениями зрения) на бесплатной платформе izi.TRAVEL (3403 просмотров и прослушиваний);

### **Гиды по временным выставкам:**

- «Восточно-прусское золото» на izi.TRAVEL (3558 прослушиваний);
- «Ты просто космос!» на izi.TRAVEL (519 прослушиваний).

### **В разработке:**

- идет работа над VR-экскурсий «Ловец янтаря», которая рассказывает о добыче и значении янтаря в XIV веке, во времена так называемых Litauerreise<sup>1</sup>;
- гиды по временным выставкам разрабатываются и размещаются на платформе izi.TRAVEL.

Так как посещаемость музея с каждым годом, за исключением 2020-го, только растет, рациональным выбором для учреждения на данный момент остается стратегия гостеприимства. Более того, музей продолжит работу над приложениями и другими способами сделать экспозицию понятной посетителю, даже если он проходит ее без экскурсовода и аудиогuida.

<sup>1</sup> Litauerreise – Прусский крестовый поход.

А. С. Лесков, Г. А. Лескова, И. В. Молозина

## ЭКСКУРСИЯ КАК СРЕДСТВО СОВРЕМЕННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ МУЗЕЯ И ГОРОДА В КУЛЬТУРНОМ ТУРИЗМЕ

«В любой области человеческого знания заключается бездна поэзии <...> Как всегда в Ленинграде, больше всего времени я провел в Русском музее и Эрмитаже. Легкий сумрак Эрмитажных зал, тронутый темной позолотой, казался мне священным. Я входил в Эрмитаж, как в хранилище человеческого гения. В Эрмитаже я впервые, еще юношей, почувствовал счастье быть человеком». И еще об этом великом хранилище: «Эрмитаж берет в плен крепко, на всю жизнь».

К. Г. Паустовский

Главные из реалий, затронувших туристскую отрасль и ее важнейшую часть – *экскурсионное сопровождение человека путешествующего* – это:

- клиентоориентированность, понимаемая как умение определить потребности и желания потребителя экскурсионных услуг, чтобы удовлетворить их с максимальной пользой для клиента, а в идеале – превзойти его ожидания и вызвать восторг<sup>1</sup>;
- направленность на интересы потребителей (в том числе финансовые) с соблюдением интересов принимающего региона – как пространства экономического, о чем еще в свое время было записано в Манильской декларации<sup>2</sup>, не потерявшей свое значение и в наши дни;
- развитие третичного сектора экономики – сектора услуг и формирование устойчивого представления об экскурсии как *услуге информационно-коммуникационной*<sup>3</sup>;
- информатизация общества и его компьютеризация, сделавшие доступной любую информацию и в нашем случае – страноведческую, регионоведческую, градоведческую, вещеведческую, необходимую при путешествии, при котором многие туристы не видят необходимости пользоваться услугами гида-экскурсовода;
- новое понимание экскурсионной услуги в условиях усложнения форм и каналов коммуникации с туристско-экскурсионной средой, посещаемой дестинацией, мыслимой как среда социокультурная<sup>4</sup>, в которой объектами экскурсионного

интереса являются не только памятники культуры, но и люди – резиденты, жители посещаемого места<sup>5</sup>.

Перемены, происходящие во всех сферах нашей жизни, в том числе и новом понимании досуга, проводимого вне дома – в путешествии, каким бы дальним или ближним оно ни было, и новых форм (и соответствующих им методов) организации досуговой деятельности, требуют пересмотра основных позиций – точек зрения на такие понятия, как:

- экскурсия как услуга особого рода, как средство презентации музейного и городского пространства в контексте культурного туризма;
- туристско-экскурсионная среда и ее ресурсная база, не ограничивающаяся только памятниками культурного наследия, но и иные продукты, являющиеся объектами туристского интереса, которые в качестве туристского товара не столько удовлетворяют потребности, сколько обозначают статус и культурные запросы туриста;
- турист-экскурсант как потребитель туристско-экскурсионной среды, обладающий особенностями психографики, отражающей поведенческие инициативы туриста при выборе туров, музеев для посещения, экскурсионных программ и маршрутов, проходимых в определенном социокультурном, экономическом ландшафте с его валютоносными точками<sup>6</sup>;
- экскурсовод – наблюдатель и участник постоянно происходящей модификации бизнес-процессов в туристско-экскурсионном деле эпохи глобальной цифровизации, постоянно пополняющий на основе теории и практики свои компетенции, число которых доходит до сорока<sup>7</sup>.

Такова современная парадигма экскурсионного образования и такова культурная политика, которая должна стать частью политики развития культурного туризма и всех его акторов, включая музеи.

В отличие от советского времени, когда в основе профессионального образования экскурсоводов лежали его базовое высшее образование и курсы подготовки экскурсоводов и гидов-переводчиков, дающие основы экскурсионной методики в соответствующей этому образованию предметно-тематической области (филологическое – литературоведческие экскурсии, историческое – историко-революционные, военно-исторические экскурсии и т. д.), в настоящее время эти связи нарушаются, особенно в последние годы,

когда кризисные явления на рынке потребителей и производителей экскурсионных услуг заставляют экскурсоводов браться за любую географию, за любую тематику экскурсий, лишь бы она сулила перспективы работы. На рынке рабочей силы наряду с выпускниками вузов, получившими профессиональную подготовку в сфере экскурсоведения, трудятся выпускники краткосрочных курсов и – чего греха таить – просто дилетанты, приобретающие опыт работы и эмпирические знания в области методики по мере этой работы.

Предметно-тематический подход, основанный на грамотности экскурсовода, обусловленной его ориентацией в конкретных предметных областях, вряд ли возможен в ближайшие годы. В современных условиях такая специализация практически невозможна. Тогда речь должна вестись о другом виде грамотности – *грамотности общекультурной, трансдисциплинарной и информационной*, понимаемой как *умение и навыки ориентироваться во многих предметных областях, таких как литература, архитектура, все виды искусства (пространственные и временные), религиоведение, экономика, антропология и социология города и региона, энвайронментальная психология и т. д.*

В разработке современной экскурсионной программы, соединяющей в единое целое музейные, городские и загородные трассовые экскурсии, должны быть использованы такие **подходы** к добываемой и постоянно пополняемой **информации**, как *ландшафтный*<sup>8</sup>, *социокультурный* и *культурологический*<sup>9</sup>, *цивилизационный*<sup>10</sup>, *трансдисциплинарный*<sup>11</sup>, *метапредметный*<sup>12</sup>, и, наконец, *ресурсоориентированный*<sup>13</sup> и *клиентоориентированный*<sup>14</sup>.

Все используемые в экскурсионной деятельности подходы в своей совокупности дают единый системный подход:



Экскурсионная деятельность в рамках культурного туризма является сложной системой. Чтобы управлять этой системой, необходимо *системное мышление*.

Современная профессиональная грамотность в сфере экскурсоведения включает такие понятия, как:

- *географическая культура, мыслимая в первую очередь как градоведческая грамотность;*
- *источниковедческо-библиографическая грамотность;*
- *визуальная грамотность*<sup>15</sup>.

XXI век характеризуют как мир экранной, «зримой», культуры, требующей соответствующего уровня компетентности прочтения и особой – *визуальной – грамотности (visual literacy)*<sup>16</sup>. В сформулированной нами культурологической модели экскурсии «Экскурсия – это единство визуального, вербального и акционального» приоритет был, есть и навсегда останется за *визуальным*. По образному выражению П. Клоделя – «глаз слушает»<sup>17</sup>. *Это обстоятельство всегда требовало от экскурсовода развития визуальной культуры*<sup>18</sup>.

«**За**» развитие экскурсионной деятельности выступают:

- современный интерес людей к визуальным образам, их потреблению, а также к визуальной среде в целом;
- глобализация и в соответствии с ней – стремление не только к виртуальному, но и к реальному познанию глобального мира путем путешествий, *экскурсий – peregrinandum*.

«**Против**» экскурсии как вербальной услуги, оказываемой экскурсоводом-профессионалом современным поколениям – представителям визуальной культуры, говорит тот факт, что *визуальный образ как основная коммуникативная единица для многих ее потребителей самодостаточна, является оппозиционной по отношению к текстуальной культуре с ее словом, и, таким образом, не нуждается в вербальном сопровождении*.

*Потребность в визуализации информации и ее генерализации привела к использованию в экскурсоведении ментальных карт, или интеллект-карт, помогающих созданию экскурсионного текста, его визуализации и структурированию под запрос потребителя, обновился и подход к портфелю экскурсовода, в котором присутствует и обязательно должна присутствовать инфографика*<sup>19</sup>.

Представления о *визуальной грамотности* выводят обучение в сфере экскурсионного дела на новый – научный уровень, на более



глубокое понимание такой важной категории экскурсоведения, как *«вербальный показ экскурсионного объекта»*. Замечательное понятие *«вербальный показ в экскурсии»* как базовый метод, выделяющий экскурсию из всех других видов текстов, и ее основная технология, которой всегда было весьма трудно обучить новичка, наконец-то приобрел научную поддержку *«в терминах изображений»*, предполагающих способность экскурсовода *анализировать и синтезировать зрительную реальность*.

Перечисляя разновидности *грамотности*, без которых невозможна сегодняшняя экскурсия, необходимо назвать научную и технологическую грамотность экскурсоводов, предполагающие *медиаграмотность* (media literacy), которая понимается как совокупность навыков и умений, позволяющих человеку не только анализировать, но и создавать сообщения в разных видах медиа, жанрах и формах.

В *инновационной экскурсионистике*, как и в современных медиасредствах, следует выделять *три группы жанров: информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры экскурсии*. Информационный жанр предполагает оперативность сообщений, как в выражении советского времени: *«утром в газете, вечером – в куплете»*. Аналитический жанр предполагает логическую цепочку развития исторических явлений и событий, как, например, в цикле экскурсий *«Три века петербургской архитектуры»*.

*Художественно-публицистические жанры* характеризуются образностью, яркостью композиции. Детали, выразительные черты характера (например, в экскурсиях *«Памятники замечательным людям в нашем городе»* или в современном цикле *«ЖЗЛ»*), сюжетно-бытовые зарисовки становятся экскурсионными единицами отражения действительности. Объектом анализа в экскурсии публицистического жанра становится мировоззрение человека, восприятие им окружающей действительности, система его ценностей, что предполагается сделать, например, в экскурсии по Красному маршруту, посвященной В. И. Ленину.

Так современные медиа подсказывают экскурсоводу, *владеющему медиакультурой, медиатехнологиями, современную драматургию экскурсии...* Вставки из «внероссийского» материала играют роль *перебивки*, которая разделяет соседние фрагменты экскурсионного текста, и дают возможность экскурсантам подготовиться к восприятию следующего *экскурсионного эпизода*. Вместе с тем

они выполняют *функцию связи отдельных частей экскурсионного сценария в единое целое.*

*Медиаграмотность* наряду с *аудиовизуальной грамотностью* определяет качество работы с медиапродуктом, обуславливая способность, читая «чужие» медиатексты, создавать свои.

*Сетевое общение* выступает в экскурсионной деятельности как *новый вид коммуникации*: без изучения текстов и изображений, размещаемых туристами и экскурсантами в социальных сетях после посещения того или иного места, нельзя понять их информационные потребности и запросы.

*Нелинейные связи в логике* построения текста, посвященного экскурсионному объекту, наглядно демонстрируют *интеллектуальные карты*, или *ментальные карты*. Их же требует дифференцированный подход к экскурсионным группам и гипертекстуальный подход к социокультурной действительности экскурсионной среды.

Дифференцированный подход к организации экскурсионного обслуживания предполагает учет потребительских требований различных социально-демографических групп, основанных на возрасте отдыхающих, их образовательном уровне, профессиональной принадлежности (сельские или городские жители, подростки, молодежь, родители с детьми, пенсионеры, смешанные группы). При этом важна информированность различных групп, что нельзя не учитывать при разработке текста экскурсии.

Изучение потребителей экскурсионных услуг с точки зрения их принадлежности к тем или иным общественным классам позволяет формировать экскурсионные услуги с более точной адресностью, с учетом поведенческих, ценностных и гендерных особенностей экскурсантов. Такой «индивидуальный пошив» не может не отразиться в особенностях экскурсионного текста и в целом на содержании экскурсионных программ.

*Гипертекстуальности, выражаемой в вариативности экскурсионного текста, требует* и избирательность экскурсионных запросов по отношению к культурно-историческим эпохам, представленным в посещаемых ими дестинациях. В соответствии с делением туристов и экскурсантов в зависимости от их отношения к истории и современности на *антикваристов, презентистов и футуристов* можно утверждать, что *рассказ о современной культуре и искусстве предпочитают презентисты.*

Антикваристы, чей туристский интерес направлен на предметы старины, в большей степени, чем презентисты, интересуются классическими музеями, часто в сочетании с антикварными рынками и винтажными магазинами. Антикварные ресурсы, их показ в экскурсии в качестве экскурсионных объектов и профессиональный рассказ о них сегодня выходят на одно из первых мест среди других разновидностей культурных туристских ресурсов. Возможность удовлетворить интерес гостей – туристов и экскурсантов – к винтажу, антиквариату может дать городу дополнительную прибыль. *Поэтому гипертекст экскурсии не может не содержать гиперссылки на эти объекты.*

Данное утверждение предполагает, что современный экскурсовод владеет материалом и способен *путем гипертекста дать ту характеристику посещаемому месту, которая будет наиглавнейшей для данного потребителя, например, Невский проспект:*

- для антикваристов – *прямо как стрела Невский: первая проспектива Петровского Петербурга;*
- для презентистов – *Невский как современная торговая улица: пассаж длиной пять километров;*
- для футуристов: *Невский, постоянно меняющий свое лицо. Каким он будет через сто лет?*

Главное, что выносит экскурсант из путешествия, в котором были произведены адресные информационные услуги и созданы условия близости с предметным миром культуры, – это новая степень уверенности в себе, своеобразная метафизическая бодрость, которая укрепляет его в ненапрасности собственного существования.

Создание экскурсионного текста как гипертекста – инноватика, продиктованная учетом информационных запросов современных экскурсантов.

Для работы в открытом информационном пространстве, помимо конкретных технологических навыков, необходимо наличие таких качеств, как *спонтанность и креативность, которые также невозможны без гипертекста. Креативность* является сейчас активно изучаемой темой, поскольку развитие креативности имеет прямую ценность в бизнесе, образовании, искусстве. С креативностью непосредственно связаны такие компетенции, как *интуитивная прозорливость (serendipity<sup>20</sup>), когнитивная игривость (cognitive playfulness)*. «Когнитивно-игривые» люди предрасположены к изобретательности, к желанию играть с инновациями.

Экскурсию в целом можно рассматривать в контексте всех мероприятий, обеспечивающих поддержку *позитивного имиджа* конкретной среды с ее культурными и социальными компонентами. Главным из них является *музей* – как интерьер, как часть культурного и экономического ландшафта посещаемого города, как часть системы музейного ландшафта, как социальная среда, осознание которой начинается с *музейной очереди* как части глобального культурного потока, в котором туристы как индивиды создают и осознают свою личную и коллективную идентичность, свой социальный статус, который после посещения музейной экспозиции будет поддержан в финансовом ландшафте музейного бутика с его книжными изданиями, сувенирной продукцией, в котором турист проявит свою финансовую состоятельность и материальное благополучие, покупая дорогие – «статусные» – издания. Все это вместе взятое будет выражением оценки туристами потребительской стоимости музея и его собрания, работая как на имидж самого музея, так и на образ всей дестинации как культурной ценности особого рода. При этом «имидж» целенаправленно формируется всей упряжкой коммуникаторов, в которой главная роль принадлежит экскурсоводу, оказывающему эмоционально-психологическое воздействие на туриста как потребителя всей среды во всех ее пяти измерениях как некоего глобального культурного потока. Эти измерения включают:

*этноскейпы*<sup>21</sup> – потоки человеческих миграций, которые включают и потоки туристов как представителей различных народов, этносов и рас;

*техноскейпы* – потоки и конфигурации современных технологий, в том числе и музейных – как реальных, так и виртуальных; финансовые ландшафты – денежный поток и глобальные бизнес-сети;

*медиаскейпы* – поток сетей культурной индустрии с их «образами» – изображениями, повествованиями о посещаемом музее, городе;

*идеоскейпы* – поток идей и идеологий, состоящий из концепций, терминов и образов. Это движение идей начинается при посещении дестинации под воздействием экскурсий как информационных услуг и продолжается в информационном пространстве, например, когда человек делится своими личными взглядами

в Twitter, или оно может происходить на более широком и систематическом уровне.

Имидж города, отдельных его «сред», в первую очередь **музейной среды**, является побудительным фактором для выбора туристом городов для последующего посещения.

Таким образом, пространство туристской дестинации, ее отдельные ландшафты являются актуальным предметом научной рефлексии, которая находится в поиске новой интегративной модели культурного туризма.

## Литература

1. *Добельд О. А., Лесков А. С.* Инновационная концепция туристско-экскурсионного образования // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2019. № 1 (38). С. 163–168.

2. *Колесникова И. А.* Новая грамотность и новая неграмотность двадцать первого столетия // Непрерывное образование: XXI век. ФГБОУ ВПО «Петрозаводский государственный университет». 2013. № 2 (2). С. 109–122.

3. *Лесков А. С., Лескова Г. А.* Профессиональное туристское образование: трансдисциплинарный подход // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 1 (34). С. 157–162.

<sup>1</sup> Это альтернатива продуктовым подходам: «продать можно все» и «хороший товар найдет покупателя».

<sup>2</sup> Манильская декларация по мировому туризму (1980). Принята Всемирной конференцией по туризму, проходившей в Маниле (Филиппины). Декларация определила место туризма в современном обществе, а именно: «Туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую сферы жизни государств и международных отношений». Особо в этом акте подчеркивается связь между туризмом и правами граждан на отдых, отпуск и свободные передвижения.

<sup>3</sup> Возможно даже относить экскурсию как услугу информационную к четвертичному сектору экономики – к областям экономики, входящим в понятие экономики знаний. Четвертичный сектор – это высший этап развития постиндустриальной экономики и инновационной экономики, для которого характерно информационное общество, или общество знаний. *Инновационная экономика (экономика знаний, интеллектуальная экономика)* – тип экономики, основанной на потоке инноваций, на постоянном технологическом

совершенствовании, на производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с очень высокой добавочной стоимостью и самих технологий. Относя экскурсионную деятельность к сфере интеллектуальной экономики, что уместно в условиях передачи всего туризма под юрисдикцию Министерства экономического развития РФ, предполагаем, что при этом прибыль от экскурсий создает интеллект экскурсоводов-новаторов с их герменевтическими способностями, постоянно развивающимися за счет развития информационной сферы, за счет ежедневной интеллектуальной работы над экскурсией, мыслящейся как научный продукт, а совершаемой как художественное действо.

- 4 Исходя из определения культурного туризма, данного ИКОМОС.
- 5 Последнее требует изучения социологии, антропологии, энвайронментальной психологии.
- 6 На основе анализа теоретических источников выявлены следующие модальные типы личности экскурсанта эпохи глобализации: «человек глобальный» – Homo globalis и Homo localis – «человек локальный», «человек цифровой» – Homo digitalis, «человек потребляющий» – Homo consumens и «человек мобильный» – Homo mobilis. Типы туристов в их историческом развитии:
  - турист как homo aestheticus: эстетический опыт туриста;
  - турист как homo economicus, видящий в туре возможности финансово-экономической деятельности;
  - турист как homo habilis – человек умелый, предпочитающий деятельностный подход созерцательному;
  - турист как homo ludens – человек играющий, в массовом туризме видящий возможности для формирования группового поведения: знакомства, дружбу, контакты и пр.;
  - турист как homo scientificus – человек научный, желающий при знакомстве с *другими культурами* в ходе своего путешествия, расширить палитру знаний о культуре;
  - турист как homo sociologicus – человек социальный, для которого смысл путешествия заключен в обращении к чужой жизни, к другому социуму;
  - турист как homo virtualis – активно вовлеченный в пространство виртуальной реальности, где он реализует свои индивидуально и культурно значимые поведенческие стратегии.
- 7 сорок компетенций, которыми должен обладать экскурсовод: медиатор между людьми и культурами, оратор и IT-проповедник, расширяющий свою аудиторию за счет активного присутствия в социальных сетях, ученый-эрудит и источниковед, историк, этнограф и политолог, географ и картограф, ландшафтовед и ресурсовед, графовед и архитектуровед, искусствовед и памятниквед, культуролог, краевед, регионовед и страновед, музевед, вещевед и арт-медиатор, лингвист и лингвострановед, социолог, психолог и педагог, сценарист, драматург, режиссер и актер-исполнитель, локейшен-менеджер и event-менеджер, трэвел-журналист и бренд-менеджер территорий, экскурсовод-сервисолог, экскурсовод-создатель реальных экскурсий, экскурсовод-создатель виртуальных экскурсий, маркетолог,

агент рекламный, PR-менеджер, имиджмейкер и digital-менеджер, билд-редактор и менеджер визуального контента, экономист и агент туристских микрорынков, трансдисциплинарный специалист, в совершенстве владеющий ГИС-технологиями, иммерсивными технологиями, VR-технологиями, майндмэппинговыми технологиями, цель которых – помочь душе современного человека в ее земных странствиях.

- <sup>8</sup> *Ландшафтный подход* предполагает умение увидеть и обозначить в экскурсии взаимосвязи и взаимную обусловленность природных географических компонентов той или иной среды, в которой происходит экскурсия, и историко-культурных элементов этой среды. Ландшафтный подход включает в себя и изучение экономического ландшафта (нем. Wirtschaftslandschaft) как системы рыночных сетей, создаваемой в туристской дестинации зонами сбыта продукции в определенных зонах территории, в рамках которых заданный объем спроса удовлетворяется с наименьшими издержками. Музеи и другие культурные объекты в экономическом ландшафте города выступают в качестве отдельных слотов единого фрейма туристских интересов.
- <sup>9</sup> *Социокультурный и культурологический подходы* предполагают анализ посещаемого места сквозь призму культурного пространства, в контексте социальных и культурных реалий. Частными случаями этих реалий являются: рассмотрение той или иной культурно-исторической эпохи, наиболее ярко представленной в посещаемом месте (например, петровского барокко в Санкт-Петербурге или эпохи Возрождения в городах Италии и т. д.), показ элементов той или иной субкультуры (например, молодежной) и т. п. Культурологический подход обусловлен объективной связью человека с культурой как системой ценностей. Реализация такого подхода приводит к принципу множественности описания. Исходя из этого, разные аспекты сущности индивида понимаются в их «иерархическом сопряжении». Культурологический подход предполагает изучение культур посещаемых дестинаций разного ранга – локальных, региональных, национальных: культур в их трех модальностях: предметной – культурных артефактов и ментифактов, человеческой – их творец и их потребитель и деятельностной – связанной с представлением о культуре как виде деятельности, как процессе, развивающемся во времени и пространстве данной территории.
- <sup>10</sup> *Цивилизационный подход* к показу и интерпретации экскурсионных ресурсов подразумевает не только памятники культурного наследия, но и объекты, связанные с показом техники, производства и истории их происхождения, что может придать системный характер исторической памяти экскурсантов. Научить экскурсанта *мыслить глобально, понимая локальные особенности* той или иной исчезнувшей или ныне существующей цивилизации – задача экскурсовода, владеющего цивилизационным методом показа действительности. *Цивилизационный подход* открывает широкие перспективы перед городами, имеющими имидж мировых, евразийских интеллектуально-промышленных центров. Для успешного применения *цивилизационного подхода* необходимы систематические глубокие знания в области истории мировых цивилизаций у людей, готовящихся к работе в экскурсионной сфере.

- <sup>11</sup> *Трансдисциплинарный подход* предполагает объединение в единой системе деятельности теоретических и экспериментальных исследований, прикладных и фундаментальных знаний. «Классическая» классификация наук и разделение наук на естественные, гуманитарные, технические недостаточно адекватно описывает состояние современной постнеклассической науки. В. И. Вернадский охарактеризовал современную науку следующим образом: «...рост научного знания быстро стирает грани между отдельными науками. Мы все больше специализируемся не по наукам, а по проблемам. Это позволяет, с одной стороны, чрезвычайно углубляться в изучаемое явление, а с другой – расширить охват его со всех точек зрения». Данный постулат заставляет задуматься о необходимости трансдисциплинарного подхода к дисциплинам учебного плана и метапредметных связей между ними.
- <sup>12</sup> *Метапредметный подход* в образовании и соответствующие образовательные технологии были разработаны для того, чтобы решить проблему разобщенности, оторванности друг от отдельных научных и учебных дисциплин. Термин «метапредметность» ввел еще Аристотель. Метапредметный тип сознания не «застревает» в информационных ограничениях одного какого-то учебного предмета, этому типу соответствует гипертекстуальность экскурсии как особого метапредметного текста.
- <sup>13</sup> *Ресурсоориентированный, или «ресурсноцентричный»*, подход предполагает акцентирование внимания экскурсантов на объективных признаках и свойствах экскурсионного предмета без учета специфики информационного запроса конкретной экскурсионной группы или одного экскурсанта как индивида. Сегодняшним требованием к экскурсоводу является его ориентация на потребителя, но она невозможна без углубленного знания всей ресурсной базы посещаемой территории на предмет замены «менее интересного» для данного потребителя на «более интересный» ресурс.
- <sup>14</sup> Под *клиентоориентированным подходом* понимается подход к созданию экскурсионного продукта и способам оказания экскурсионных услуг, при которых фокус внимания направлен на потребителей-экскурсантов. Принципами клиентоориентированного подхода являются глубокое понимание потребностей и проблем клиентов, реализация услуг, качество которых соответствует ожиданиям потребителей или превосходит их.
- <sup>15</sup> Термин введен в конце 60-х годов XX века соучредителем Международной ассоциации визуальной грамотности Дж. Дебесом (Jack Debes).
- <sup>16</sup> Под визуальной грамотностью понимается способность интерпретировать и извлекать смысл из информации, представленной в виде изображения. Визуальная *грамотность* основана на идее, что фотографии, карты – всевозможные изображения – можно «читать», и это значение связывается с процессом чтения.
- <sup>17</sup> Поль Клодель (1868–1955), классик французской литературы XX века, размышляя о живописи великих мастеров, предлагает не просто всматриваться в произведения искусства, а как бы вслушиваться в них, проникать в их глубинный смысл.



- <sup>18</sup> Нужно отметить, что сама по себе визуальная культура становится доминирующей формой культуры как таковой. Если до недавнего времени визуальные образы были предметом научного и практического интереса представителей сферы искусства, в первую очередь виды зрелищного искусства, то в настоящее время визуальная культура стала новым проблемным полем исследования ученых – культурологов, социологов, антропологов, психологов и представителей сферы ИТ. Николас Мирзоев, теоретик визуальной культуры и профессор факультета медиа, культуры и коммуникации Университета Нью-Йорка, известный своей работой в области визуальной культуры, автор широко используемого учебника по этому предмету, так характеризует визуальную культуру как некую повседневную среду жизни современного человека и ее особенности и причины: глобализация, экранность, высокая скорость производства и потребления визуальных продуктов; доминирование во всех сферах повседневной жизни визуальных практик, медиаослабление критического мышления и аналитической речемыслительной деятельности (клиповое сознание).
- <sup>19</sup> Инфографика (от лат. *informatio* – осведомление, разъяснение, изложение; и др.-греч. *γραφικός* – письменный) – графический способ подачи информации, целью которого является зримо, быстро преподнести сложную для восприятия на слух информацию.
- <sup>20</sup> Инстинктивная (интуитивная) прозорливость – термин, происходящий из английского языка и обозначающий способность, делающая глубокие выводы из случайных наблюдений, находить то, чего не искал намеренно. В экскурсионной деятельности это согласуется с методом включенного наблюдения, позволяющим накапливать опыт экскурсионного общения и делать его основой инноватики.
- <sup>21</sup> Каждый этноскейп требует своей интерпретации культурного наследия.

**И. В. Любченко**

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ОТКРЫТИЯ ТОБОЛЬСКОГО  
АЭРОПОРТА «РЕМЕЗОВ»**

Тобольск – древняя столица Сибири, ни один из сибирских городов не сравнится с Тобольском богатством исторического прошлого. Город всегда привлекал к себе внимание своим месторасположением – силуэт его построек раскинулся на гребне уникальной естественной гряды холмов Тобольского материка.

Тобольский кремль – уникальный комплекс исторических и архитектурных памятников, который складывался постепенно, на протяжении трех столетий. Территория кремлевского ансамбля органично сочетает в себе несколько звеньев: Воеводский двор – сложившийся комплекс административно-управленческих зданий, Софийский двор – духовный центр, резиденция сибирских архипастырей, Гостиный двор, который подчеркивает торгово-экономическое значение Тобольска. Комплекс зданий Тюремного замка дополняет кремлевские постройки еще одной специфической гранью – государственной системой наказаний. Возведенный талантливыми зодчими, единственный в Зауралье белокаменный кремль, является не только визитной карточкой города, но и символом Сибири. Тобольск является ярким примером организации жизнедеятельности отдаленного региона страны.

Тобольский губернский музей – именно так именовалось наше учреждение в XIX столетии – основан в 1870 году. Это не просто старейшее в Западной Сибири хранилище редких экспонатов, а культурно-просветительский, научный центр изучения края, демонстрирующий свои коллекции на всероссийских и международных съездах и выставках. Тобольский музей одним из первых музеев Сибири начинает издательскую деятельность: «Ежегодник Тобольского Губернского музея» выпускался с 1893 по 1918 год, всего было издано 29 выпусков. «Ежегодник» освещал вопросы истории, этнографии, естествознания, публиковались отчеты об экспедиционных поездках, которых только с 1900 по 1927 годы было совершено 37<sup>1</sup>.

С 1920 года музей был переименован в «Музей Тобольского Севера», и его работа была перестроена по типу советского

краеведческого музейного учреждения, но с сохранением уже имеющихся традиций научно-исследовательской и культурно-просветительской работы. В годы Великой Отечественной войны сотрудники музея, несмотря на тяготы и лишения, занимались комплектованием и сохранением фондов, вели экспозиционную работу. Они смогли сохранить музей и его фонды – это был их вклад в общую победу над фашизмом.

В послевоенные годы музей обрел статус государственного, в 1961 году он был преобразован в Тобольский историко-архитектурный музей-заповедник. В сферу его деятельности теперь вошла не только работа с фондами и коллекциями музея, но и показ архитектурных памятников, организация своевременной их реставрации, сохранение уникальной архитектуры и культурного ландшафта. В 1995 году указом президента РФ ансамбль Тобольского музея-заповедника вошел в «Перечень объектов исторического и культурного наследия федерального значения». Сегодня Тобольский музей является балансодержателем 50 объектов – архитектурных памятников, из которых 35 являются объектами туристического показа, 9 – музейного<sup>2</sup>.

Одним из приоритетных направлений в работе Тобольского историко-архитектурного музея-заповедника является активное развитие туристско-экскурсионной деятельности в городе и регионе. Стремительно развивающийся рынок туристических услуг требует регулярного качественного обновления в подходах к организации экскурсионного обслуживания, особенно в условиях нарастающего внутреннего туристического потока, связанного в том числе с появлением нового аэропорта в древней столице Сибири.

Еще в 2013 году президент В. В. Путин распорядился рассмотреть вопрос о возможности постройки аэропорта в Тобольске. Строительство развернулось в 2018 году, аэропорт был построен в кратчайшие сроки при содействии правительства Тюменской области и компании «Сибур» – градообразующего предприятия Тобольска. Первый технический рейс аэропорт принял 24 марта 2020 года, а первый тестовый пассажирский рейс – 24 сентября 2021 года. Аэропорт Тобольска оснащен самым современным оборудованием, обеспечивающим безопасность полетов, и рассчитан на обслуживание 380 пассажиров в час.

Международный аэропорт «Ремезов» носит имя самого известного тоболяка – Семена Ульяновича Ремезова. Назвать аэропорт

именем сибирского зодчего, картографа, летописца решили сами жители, в ходе народного голосования «Тобольск открывает». Аэропорт «Ремезов» – первый в истории России, построенный для города с достаточно небольшим количеством населения. Открытие нового аэропорта позволит в разы увеличить поток прибывающих в Тобольск любителей путешествий, для них уже разработан и действует новый экскурсионный маршрут «Аэропорт – Тобольский кремль», в ходе которого, буквально с первых минут пребывания на сибирской земле, начинается процесс приобщения к богатейшему культурно-историческому наследию города и региона. Экскурсия обозначает Тобольск не только как крупный административный центр Сибири минувшего периода, но и идущий в ногу со временем промышленный центр Западной Сибири. Новый экскурсионный маршрут органично вписался в уже имеющийся перечень тематических и обзорных экскурсий по городу, его окрестностям и объектам музейного показа, находящимся на территории Тобольского кремля.

Наличие хорошо налаженного транспортного сообщения имеет огромное значение для активного развития музейной деятельности. Оно позволяет организованным туристическим группам и индивидуальным путешественникам быстро, с комфортом добраться до музея. Тюменская область имеет качественное железнодорожное, автомобильное, водное сообщение, а теперь оно дополнено возможностью комфортных авиапутешествий из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Новосибирска. В перспективе открытие других направлений.

Пребывание в Тобольске – а это настоящий город-музей под открытым небом – позволяет гостям погрузиться в особую атмосферу заповедной территории, в непринужденной обстановке прикоснуться к истории Сибири, вдохновиться ее красотой, отдохнуть от повседневных забот, почувствовать радушие и гостеприимство жителей края.

<sup>1</sup> Сидорова С. Ю., Жучкова Л. Н. 140 лет Тобольскому музею // Реликвариум. 2011. № 1. С. 18–25.

<sup>2</sup> Сидорова С. Ю. Вопросы продуктивной организации социокультурных ресурсов региона (на примере деятельности Тобольского музея-заповедника) // Знания. Понимание. Умение. 2013. № 14. С. 99–102.

## В. И. Лямина

### К 77-й ГОДОВЩИНЕ ОБРАЗОВАНИЯ ЛЕНИНГРАДСКОГО ГОРОДСКОГО ЭКСКУРСИОННОГО БЮРО

Среди многочисленных профессий, пожалуй, одна из самых петербургских – экскурсовод. Уже много лет экскурсовод – это своеобразная «визитная карточка» нашего города. Экскурсионное дело основывается на популяризации знаний, оно требует артистизма, безупречной лаконичной и эмоциональной речи. Экскурсовод обязан быть и проницательным психологом, причем на первом месте всегда должен оказываться объект показа. Экскурсовод часто выступает неким посредником между объектом показа и экскурсантами.

Сравнительно недавно экскурсионное дело было важным разделом культурно-просветительной работы среди населения нашей огромной тогда страны – СССР. Значимую роль в этом процессе играло Городское экскурсионное бюро Ленинграда – старейшее в стране. Оно было создано спустя два месяца после окончания Великой Отечественной войны приказом Ленгорисполкома № 88 от 4 июля 1945 года. Но официальным днем рождения считается 23 октября 1945 года, когда был утвержден Устав ГЭБ. Тогда, в 1945 году, двумя энтузиастами-экскурсоводами были разработаны две первые экскурсии: сначала – обзорная экскурсия по Ленинграду, вскоре – вторая, особенно близкая и понятная основателям-фронтовикам – «Героическая оборона Ленинграда». Эти экскурсии проводились на простых грузовиках!

В 1950-е годы штат экскурсоводов расширился. Тогда в организации работали преданные своему делу люди, большая часть из которых – блокадники.

Когда в 40-летие Октября в бывшем особняке балерины Кшесинской открывали Музей Великой Октябрьской социалистической революции (в настоящее время Музей политической истории), то первые экскурсии вели экскурсоводы ГЭБ. Они же проводили экскурсии в парках и дворцах Петродворца и Пушкина, хотя дворцы после войны еще лежали в руинах, а также в единственном сохранившемся пригородном дворце – Китайском в Ломоносове. Экскурсантов водили на колоннаду Исаакиевского собора (в самом соборе шла реставрация), в Петропавловскую

крепость, где показывали только Трубецкой бастион, в Эрмитаж, Русский музей, дворец Петра I в Летнем саду. Всего экскурсантов принимали 19 музеев. Позднее музеи начали создавать свои экскурсионные отделы.

В 1950–1960-е годы главной по значимости была, конечно, историко-революционная тематика. В ГЭБ тогда разрабатывали одну ленинскую тему за другой. Большой популярностью пользовалась экскурсия про семью Ульяновых, позже подготовили и проводили экскурсию «Последнее подполье Ильича» с посещением Разлива.

Затем новыми жителями, приехавшими восстанавливать Ленинград после войны, были востребованы темы, связанные с историей и культурой города. Тогда тематика стала расширяться, кроме историко-революционной появились секции: истории города, литературная, искусствоведческая, архитектурная, военно-историческая, водная, по работе со школьниками и др. К началу 1980-х годов их было девять. Хотелось бы отметить роль одного сотрудника, который долгое время возглавлял секцию истории города, – это Фаина Иосифовна Герловиная. Это был великий методист! Все мы называли себя «птенцами гнезда Герловиной».

Наибольший расцвет ГЭБ пришелся на период с 1968 по 1988 год, когда организацию возглавляла Марина Германовна Чарная. Тогда в ГЭБ работало более 600 только штатных экскурсоводов, а списочный его состав превышал тысячу человек, в каждом районе города были организаторы экскурсий. Количество экскурсионных тем и маршрутов составляло более 300.

Тогда же особое внимание уделялось методике проведения экскурсий, которая в Ленинградском бюро экскурсий была доведена до высокой степени совершенства. Работал методический кабинет, библиотека. Ежегодно за плодотворную работу ГЭБ удостоивался переходящего Красного знамени Центрального и Ленинградского советов по туризму и экскурсиям, ЦК профсоюзов работников культуры и многочисленных дипломов. Совершенствовать свое мастерство в ГЭБ Ленинграда стремились экскурсоводы со всех уголков Советского Союза и из смежных организаций, таких как государственные музеи, Бюро международного молодежного туризма «Спутник», «Интурист» и др.

О высоком уровне ГЭБ свидетельствует то, что один из экскурсоводов бюро, Болеслав Казимирович Пукинский, проводивший первые экскурсии, известен многим ленинградцам и петербуржцам

и как автор популярной книги «1000 вопросов и ответов о Ленинграде». Его дело продолжили В. С. Шварц, И. И. Лисаевич, М. Г. Чарная, Г. Г. Бунатян, Л. И. Бастырева, Л. И. Бройтман, Е. П. Саруханян и др. Они являются авторами многих замечательных книг о нашем городе. В свое время от ГЭБ была подана заявка в Лениздат на выпуск книг серии «Зодчие нашего города», авторами некоторых из них были экскурсоводы бюро. Открывалась серия скромной книжкой Ирины Игнатьевны Лисаевич о первом архитекторе Петербурга Доменико Трезини. Таким образом, многие сотрудники стали проявлять себя и в литературной деятельности.

В начале 1950-х годов существовала экскурсионная база Ленинградского туристско-экскурсионного управления при ВЦСПС, находившаяся во Дворце труда. Одновременно с ним было создано Городское экскурсионное бюро, располагавшееся на Малой Садовой, д. 3, при Управлении культуры Исполкома Ленсовета. Эти организации дублировали друг друга и в 1955 году были объединены под эгидой Управления культуры в ГЭБ.

Экскурсоводы продолжали работать на маршрутах по городу и в музеях. Постепенно музеи «отошли» от ГЭБ, и он сконцентрировался на подготовке экскурсий по городу. «Палитра» экскурсионных возможностей была ограничена политическими обстоятельствами, связь с современностью определялась решениями того или иного съезда партии, но все-таки число экскурсий увеличивалось. Постепенно «политический пресс» смягчался. Появилась возможность обратиться к темам, посвященным Пушкину, Достоевскому, Гоголю, Лермонтову, добавить экскурсии о Тютчеве, Есенине. По архитектурной тематике была создана серия экскурсий «Зодчие нашего города», рассказывающая не только о творчестве, но и о судьбах архитекторов.

Долгое время сотрудники ГЭБ проводили экскурсии не только для ленинградцев, но и для приезжих соотечественников и иностранцев. В дальнейшем их обслуживание возложили на специально созданные Бюро путешествий и «Интурист». Позднее, в 1972 году, вновь произошло объединение экскурсоводов Бюро путешествий и ГЭБ теперь уже под эгидой Ленинградского областного совета по туризму и экскурсиям при ВЦСПС.

Но как бы власти города не преобразовывали ГЭБ, сложившиеся традиции его не менялись: создавались новые экскурсии, продолжались уникальные поездки по городам России, для знакомства

с местами, откуда прибывали в Ленинград туристы, организовывались великолепные «капустники». Увеличение объемов экскурсионной работы требовало новых кадров, поэтому одновременно с разработкой новых маршрутов велось обучение методическим приемам подготовки и проведения экскурсий. Открываются Зональные курсы при Совете по туризму, где методисты ГЭБ готовили новые кадры. К сожалению, в начале 1990-х прекратил свое существование тот «старый» ГЭБ. Тогда многое рушилось...

В настоящее время многих из вышеперечисленных организаций уже не существует, за исключением государственных музеев, которые оказались самыми жизнестойкими институтами, несмотря на всю сложность социально-экономического развития нашего общества. «Эстафетная палочка», в свое время переданная ГЭБ этим музеям, оказалась в надежных руках. Музеи хранят не только традиции культуры и свидетельства высочайших достижений творческого гения человечества, но и выработанные методики подготовки и проведения экскурсий для различных групп населения.

Сегодня одна из важных задач экскурсионного дела в Санкт-Петербурге – подготовка экскурсоводов. На смену Зональным курсам пришли разнообразные учреждения, готовящие новые кадры. В заключение хотелось пожелать СПб ГБУ «Городское туристско-информационное бюро» взять на себя труд не только сертифицировать существующих экскурсоводов различных турфирм, но и возродить единые курсы по подготовке экскурсоводов, пока еще живы люди, понимающие толк в экскурсионном деле.



**В. Н. Макарова**

**СОХРАНИТЬ СВЯЗЬ ВРЕМЕН.  
ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОХРАНЕНИЮ ИСТОРИКО-  
КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В РАМКАХ МЕРОПРИЯТИЙ  
ПРАЗДНОВАНИЯ 450-ЛЕТИЯ УФЫ**

Башкирия – одна из самых многонациональных республик в Российской Федерации, со своей богатой культурой и историей. Но, к великому сожалению, за последние двадцать лет в Уфе было уничтожено огромное количество уникальных архитектурных памятников. Центр города почти утратил свой исторический облик. А между тем, всех жителей и гостей Уфы интересуют местные особенности, отличие от других в формировании собственной идентичности.

В середине XX столетия в нашей стране стало формироваться общественное движение в защиту историко-культурного наследия. Инициаторами этого направления выступили видные ученые, авторитетные писатели, музыканты, художники, публицисты. Позиция этих людей находила понимание не только среди широкой общественности, но и у представителей партийно-государственных элит. В 1980-х годах в Уфе был воссоздан целый квартал исторической городской застройки, так называемый «Ленинский мемориал».

Последний десяток лет отмечен заметным всплеском интереса к славному прошлому России и отдельных ее территорий. Краеведами и историками выпускаются серьезные труды по истории Уфы, ее улиц, сохранившихся памятников архитектуры, опубликованы биографии отдельных лиц, оставивших заметный след в истории края. Интерес к данной теме проявляют также художники и архитекторы.

В настоящее время обращает на себя внимание отсутствие среднего контекста в городе, которому исполняется 450 лет. Многие объекты в связи с массовым жилищным строительством снесены. Осуществлен опыт сохранения и модернизации исторической застройки в пределах общественного пространства «Арт-квадрат». Но сохранившиеся ансамбли улиц Гоголя и Октябрьской революции, квартал в границах улиц Тукаева – Новомостовой – проспекта Салавата, представляют собой места, где можно проследить

и восстановить эмоционально-интеллектуальную атмосферу поселения и его культурную историческую глубину.

Для сохранения уникального архитектурного ансамбля нашей столицы, по примеру других городов России, мы предлагаем создать культурно-исторический комплекс «Наследие Уфы» на базе исторической части Уфы вдоль улицы ОКТЯБРЬСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ (бывшей Большой Казанской) и улицы ПУШКИНА (Пушкинской), включая объекты на НОВОМОСТОВОЙ и улице ГОГОЛЯ, ТУКАЕВА. Данный комплекс можно разделить на четыре больших экскурсионно-туристических маршрута:

- Первый маршрут: Монумент дружбы – ул. Октябрьской революции – Гостиный двор – ул. Коммунистическая – ул. Карла Маркса – ул. Гоголя;
- Второй маршрут: ул. Пушкина – ул. Новомостовая – ул. Ленина – ул. К. Маркса – ул. Гоголя;
- Третий маршрут: Конгресс-холл – ул. Валиди – ул. Гоголя – ул. Свердлова;
- Четвертый маршрут: ул. Тукаева – ул. Новомостовая – пр. Салавата.

Предлагаем в пространстве, которое примыкает к Советской площади, сохранить историческую застройку, внести в нее новые смыслы, организовав малые музейные группы. В отреставрированных зданиях (в нежилых помещениях) по улице Октябрьской революции предлагаем создать следующие музеи: музей имени меценатов Чижовых; музей заводчиков Демидовых; музей ученого-историка и краеведа Петра Федоровича Ищерикова; музей Суворова и всех военных компаний, в которых принимали участие башкирские полки; музей уфимской полиции; музей пожарной охраны (*работает, статус ведомственный*); музей «старой фотографии», со сменяемыми выставками «Уфа в старой фотографии», «Лица Уфы»; музей предпринимательства в доме Шамова; музей начального образования в Кузнецовском училище (*в корпусе БГПУ или в отдельном здании рядом*); музей Красного креста (*про Первую мировую войну*); музей Надежды Дуровой, участницы Отечественной войны 1812 года, гостившей у полицмейстера Грибовского; музей благотворительности в доме бывшего «дамского общества» (богадельни). Да и что только не напрашивается на этот участок города: музей уфимской моды, архитектуры, музей частных коллекций, музей коммунального быта постсоветского периода.

Другую часть освобожденного нежилого пространства можно использовать под народные библиотеки, маленькие лавочки, кафе с народными кухнями, мини-гостиницы, этноподворья в виде ремесленных мастерских, где в течение года можно будет проводить праздники, фестивали, приглашать иногородних туристов или делегации.

Ввиду близости в Аксаковском парке (парк Луначарского) необходимо воссоздать если не летний театр, то хотя бы открытую сцену-раковину для проведения концертных мероприятий. Улица Гоголя расположена совсем неподалеку от Конгресс-холла, и здесь есть возможность проводить актуальные пешие экскурсии, рассказывая о необычайно интересной истории этой части города Уфы: от археологии до знаковых объектов двадцатого столетия.

Улицу Гоголя – от Валиди до Пушкина необходимо сохранить как ансамбль и создать там музеи истории медицины, включая мемориальный дом-музей врача Д. И. Татарина, дом, где жил офтальмолог Р. Г. Кудояров. В подворье по адресу ул. Гоголя 22, в уникальном одноэтажном доме с верандой – музей ученого ботаника А. К. Носкова. Материалы для создания музеев пока не утрачены.

Квартал ул. Тукаева – Новомостовой – пр. Салавата вмещает такие исторические постройки, как здание школы № 14 (медресе Усманийа), дом жены муфтия Марьям Султановой – основательницы первого российского дамского благотворительного общества, дом Фатимы Тевкелевой и др. Квартал вмещает такие памятники, как Первая соборная мечеть, мемориальный дом-музей С. Т. Аксакова. Историческое значение данного квартала означает полное сохранение застройки, что необходимо подчеркнуть отдельно.

В инфраструктуру комплекса можно включить пешеходные зоны и велодорожки. Таким образом, сохранив хотя бы часть архитектурного ансамбля улиц, мы можем говорить о сохраненной исторической среде. Предлагаем дополнительно, в рамках реализации проекта, привлечь для его создания архитекторов, художников, предпринимателей, а также волонтеров из числа активных граждан и общественных организаций. Исторический контекст при современном архитектурном развитии города очень важен.

Как возникли эти предложения. В начале 2020-х годов был организован референдум по реконструкции Советской площади, на который надо было прийти со своими предложениями. Незадолго до этого были расселены дома по целой улице, и сейчас это

не просто бесхозные дома, напротив, они вызывают у населения огромное количество вопросов, которые делегируются власти, средствам массовой информации. В частности, корреспондент «Уфимских ведомостей» обратилась с вопросом, почему для меня как историка так интересен этот городской ландшафт по улице Октябрьской революции и что бы я хотела узнать дополнительно.

Да, многое хотелось бы узнать! Кто жил на этой улице, кто строил эти дома?.. Большая часть из них построены в последней четверти XIX – начале XX века. И лишь немногие – образец застройки середины девятнадцатого столетия. История улицы озвучена многими известными фамилиями. И это не только Демидовы, Чижиовы, Блохины. Здесь проживали Ребелинские – первые летописцы Уфы. В каком из домов, к примеру, полицмейстер Грибовский в 1828 году встречал известную Александрову-Дурову, автора известных записок кавалерист-девицы? Семье Шамоновых в разное время принадлежали целых три дома (№№ 49, 53/1, 53/2). В котором из них была картинная галерея? Среди них были ценители искусства и собиратели картин. На этой улице, кстати, проживали Кларки. Павел Иванович Кларк в 1928 году стал директором Эрмитажа. А еще по этой улице, через десяток лет, наверняка ходил еще один директор известного дворцового собрания Сергей Николаевич Тройницкий, оказавшийся в Уфе в ссылке. Много тайн хранят эти дома и никому уже ничего не расскажут.

Внимание привлекает хорошо сохранившийся дом № 25. Он принадлежал Елене Константиновне Ушковой. Кто она – хозяйка этого дома, какова ее судьба? А может быть, она имеет отношение к известной династии Ушковых, создавших целые направления промышленного развития России. В каком из этих домов квартировал инженер Владимир Березин, строивший железнодорожный мост через реку Белую и множество сибирских мостов? В какой дом приходил Федор Шаляпин фотографироваться? Немного мы знаем и о Демидове, в особняке которого останавливался на постой Александр Васильевич Суворов в смутные времена Крестьянской войны. Как давно это было – в период «пугачевской экстремы», как писали местные летописцы. А дом стоит.

Кто такой Вершинин – чиновник, отправивший письмо императору Александру I о том, как бедствуют уфимцы после пожара 1816 года? Чтобы отстроиться, они были вынуждены взять непосильные кредиты. В 1824 году, прибыв в Уфу и проезжая по главной

ее улице, император лично удостоверился в величине ущерба от огненной стихии. «Старое надо бы побереечь!» – рекомендует он руководству города и губернии, пожертвовав 100 тысяч рублей – (невероятную по тем временам сумму!) – на строительство дамб, мостов и прочее обустройство города.

А еще очень хотелось бы узнать, кто был архитектором Спасского храма – некогда одного из красивейших зданий в стиле классицизма в городе. Он также нуждается во внимании и реконструкции: алтарная часть располагается над оврагом. Совсем недавно здесь была обнаружена старинная роспись сводов, сделанная художником Андреем Корниловым, дворовым человеком вице-губернатора Безобразова. Эти фрески необходимо укреплять. В духовных росписях (исповедных ведомостях) мы находим массу интересных сведений о народонаселении этого района Уфы. В Спасскую церковь на службу ходили все первые лица губернии, хотя бы потому, что дом губернатора находился в приходе Спасского храма. Духовные росписи восстанавливают имена губернаторов и их домочадцев: Иосиф Львович Дебу, Матвей Андреевич Навзоров, Авксентий Павлович Гевлич, Иван Дмитриевич Талзин. Статские, военные, купеческие фамилии, городские головы, банкиры, очень известные в свое время люди. В этом храме крестили Михаила Васильевича Нестерова.

Как считает Константин Донгузов, профессор кафедры архитектуры УГНТУ, заслуженный архитектор Республики Башкортостан: «Если мы хотим реконструировать улицу Октябрьской революции, то начинать нужно с возвращения названия улицы и первоначального вида Спасскому храму. Это здание – архитектурная доминанта двух улиц. Прекрасный образец архитектуры классицизма первой половины XIX века, выстроенный под влиянием знаменитого Казанского собора в Санкт-Петербурге. Никто сегодня не понимает, почему в основу какого-то небольшого проекта в провинциальной Уфе положен этот знаменитый собор. А это следствие утраты местной дореволюционной топонимики и связанного с ней нарратива – отсылки к (бывшему) названию улицы Большая Казанская и, соответственно, Казанскому собору и хранящейся в нем иконе Казанской Божией Матери, которая была с нашими войсками в сражении под Бородино. Победа в войне над Наполеоном была главным событием в истории России первой половины XIX века. И Спасский храм (1824–1844) – единственный

сохранившийся в Уфе архитектурный монумент, посвященный этому событию».

История этой улицы – достояние нашего края, именно поэтому нужен очень внимательный и взвешенный подход к реализации планов реконструкции, которую горожанам обещают уже к 2024 году. Наши предложения – это лишь соображения по поводу того, как внести новые смыслы, придать и реализовать историческое звучание городу, который будет отмечать 450-летие.

## А. С. Маркова

### ПЕРСПЕКТИВЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА ЦЕНТРА «ЭРМИТАЖ – КАЗАНЬ» С ТУРИСТИЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ КАЗАНИ

Центр «Эрмитаж – Казань» является первым представительством Государственного Эрмитажа, в котором ежегодно по плану организуется две временные выставки из собрания крупнейшего музея мира. Кроме того, в малых залах одновременно реализуются не менее интересные проекты, которые также освещаются с использованием различных каналов для увеличения посещаемости.

Работа в направлении популяризации выставок ведется заблаговременно – разрабатывается медиаплан, который позволяет вести работу одновременно по нескольким траекториям каждому сотруднику, что приводит к хорошему результату в итоге. Распространение информации о работе выставки, проводимых на ней программах, экскурсиях и реализуемых проектах, в первую очередь проходит через наружную рекламу и публикации в интернете. Но стоит отметить, что реклама имеет одну главную цель – посещение выставок и программ. Именно по этой причине следует помнить, что продукт должен быть очень качественным, иначе посетитель может почувствовать себя обманутым и примет решение не возвращаться в музей.

Каждый музей интересуют несколько категорий посетителей, для которых ведется работа по привлечению, а также разрабатываются программы. Для детской и семейной аудитории проводятся интерактивные программы с использованием игровых элементов, которые позволяют в полной мере раскрыть порой очень сложные темы детям, позволить им высказывать свои предположения и отвечать на вопросы экскурсовода, не ожидая оценки. Например, в Центре «Эрмитаж – Казань» в рамках выставки «Пять символов счастья» из собрания Государственного Эрмитажа проводятся интерактивные программы для младшей школы «Тайны китайских древностей или как поймать счастье за хвост» и семейные программы «Family travel», «Путешествие в мир волшебных существ», которые предполагают использование игровых элементов. Взрослая категория посетителей ориентирована на обзорные экскурсии и тематические программы по выставкам. Но распределение посетителей в музей

по категориям происходит также и в другой плоскости, рассматривая, например, взаимодействие музея с туристическими организациями.

Туристические организации – это коммерческие и некоммерческие учреждения, обеспечивающие подготовку и проведение туристских путешествий<sup>1</sup>. В зависимости от масштаба работы каждая туристическая фирма выстраивает работу с определенной категорией посетителей и выбирает свой сегмент рынка, то есть подразделяет потенциальных потребителей на рынке на различные группы. Опираясь на их запросы, музей создает свой продукт и предлагает менеджерам в сфере туризма.

Туризм в Казани становится полноправной отраслью городской экономики, поскольку ежегодно Татарстан посещает порядка трех миллионов туристов, также как и главную достопримечательность, Музей-заповедник «Казанский кремль»<sup>2</sup>, исключая 2020 г., итоги которого показали, как сильно эпидемиологическая ситуация повлияла на работу туристических организаций. Как отметила Дарья Санникова, директор комитета по развития туризма в Казани, поток туристов в 2020 году упал в два раза. В период с января по август поток составил 2,8 миллионов туристов, где иностранных туристов лишь 6–7%, частыми посетителями Республики Татарстан стали гости из близлежащих регионов: Москва и Подмосковье, Санкт-Петербург, Владимирская область, Поволжье<sup>3</sup>. Итоги 2021 года показали результаты, сравнимые с 2019 годом, туристический поток увеличился, но ориентирован он, прежде всего, на прием туристов.

Центр «Эрмитаж – Казань», располагаясь, на территории Казанского кремля, может принимать туристические группы после экскурсий по Музею-заповеднику. К сожалению, за все время существования Центра целенаправленно работа по взаимодействию с туристическими фирмами Казани и Татарстана ведется лишь в течение года, но к концу 2021 года уже есть видимый результат.

Туристические организации Казани, работающие на внутренний туризм, составляют программу, включающую уникальные аутентичные места, раскрывающие специфику татарской культуры и самобытность народов Поволжья. Темы выставок «Эрмитаж – Казань» зачастую не соответствуют их содержанию, но все они уникальны не только в коллекции, которую раскрывают, но и в представлении дизайна. В таком формате, как в Татарстане, эти выставки, больше не будут реализованы, что необходимо было донести до представителей туристических фирм.



Для установления контактов с туристическими фирмами, в первую очередь, было отправлено коммерческое предложение с информацией о выставочном плане Центра на ближайший год, а также с программами, которые могут быть интересны их клиенту – туристу. Предложение включало возможность посетить выставки Центра с программами на особых условиях при заключении договора с Музеем-заповедником, что позволяет предложить качественный продукт клиентам и оставить у туристов хорошее впечатление не только о Казани, но и о работе туристической организации.

После первого этапа информирования последовало личное знакомство с представителями организаций, для демонстрации выставок и программ Центра, а также обсуждения условий договора. В результате несколько туристических фирм Казани уже к концу 2021 года предложили своим клиентам посещение выставки «Пять символов счастья. Благопожелания в китайском искусстве XVII–XX веков в собрании Государственного Эрмитажа».

В билетной системе «Инфотех», которая установлена в Музее-заповеднике «Казанский кремль», существует единое билетное пространство, автоматизированный контроль и управление потоками посетителей, электронная отчетность и документооборот<sup>4</sup>, что позволяет максимально точно отследить всю статистику. Опираясь на статистику 2020 года по билетной системе «Инфотех» можно отследить прогресс в этом направлении работы и сделать выводы о посещаемости Центра «Эрмитаж – Казань» туристическими организованными группами. Количество туристических групп увеличилось в три раза по сравнению с 2019 годом, что позволяет сделать вывод о результативности используемых методов работы с туристическими фирмами на базе Центра «Эрмитаж – Казань».

<sup>1</sup> Сайт словарей и энциклопедий «Академик». [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/> (дата обращения 18.12.2021).

<sup>2</sup> Официальный сайт Государственного комитета Республики Татарстан по туризму / Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2020 год. [Электронный ресурс]. URL: [https://tourism.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub\\_2710907.pdf](https://tourism.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_2710907.pdf) (дата обращения 19.12.2021).

<sup>3</sup> Официальный сайт Татар-Информ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/society/> (дата обращения 18.12.2021).

<sup>4</sup> Официальный сайт «Инфотех». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.infotec.ru/> (дата обращения 18.12.2021).

## **М. В. Морева**

### **НЕВЬЯНСКИЙ МУЗЕЙ: РЕСУРСЫ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ ОСНОВНЫХ МУЗЕЙНЫХ КОЛЛЕКЦИЙ**

#### **О городе**

Не так уж много в России городов, настолько уникальных и самобытных, как Невьянск, основанный 15 декабря 1701 года – первый в истории город-завод, известный лучшим в мире железом, самой большой царь-домной, первым громоотводом, где проводились первые опыты по применению технологии железобетона, и тайны, тайны...

#### **О башне**

Посетители, экскурсии были в музее всегда, однако в последние годы туристическое направление деятельности музея стало практически приоритетным, и главным объектом показа является Невьянская наклонная башня!

Башня построена в 1721–1725 годах из подпятного кирпича по приказу Акинфия Демидова. Имя архитектора-строителя неизвестно. Высота башни составляет 57,5 метров, отклонение от вертикали вверху – 2,2 метра на юго-запад. В отличие от падающей Пизанской башни, Невьянская никогда не упадет.

#### **О музее**

История Невьянского государственного историко-архитектурного музея очень обширна и включает в себя больше века событий, процессов, явлений. Но деятельность музея то возникала, то прерывалась в связи с событиями истории нашей страны. Невьянский музей прошел все этапы развития нашего государства в XX–XXI веках, испытал вместе с ним взлеты и падения, расцвет и новые перспективы.

2 октября 1909 года – первое упоминание о музее.

1913–1914 годы. Екатеринбургская уездная земская управа приняла решение о создании в Невьянском заводе народной библиотеки-читальни и научно-показательного музея. На постройку здания по смете 1914 года Управа выделила 6000 рублей, но средства

израсходованы не были. В документе «Объяснения по смете расходов 1914 года» указано, что строительство было отложено (возможно, в связи с начавшейся Первой мировой войной). Данные о создании музея в эти годы отсутствуют.

1930 год, 17 июня. На очередном заседании президиума Невьянского горсовета было решено: «расширить работу музея...».

1941 год, 7 мая. На очередном заседании горсовета рассматривался вопрос о проведении капитального ремонта учреждений культуры и образования. На эти цели Невьянскому музею было выделено 10 000 рублей. Но началась Великая Отечественная...

1941 год, 22 августа. Приказом областного отдела народного образования Невьянский музей был закрыт, а его фонды эвакуированы из здания.

1947 год, 8 июля. Невьянский музей (в документах он именуется – Невьянский районный краеведческий музей) вновь открыт для посетителей. С этого времени музей больше не закрывался. За первый полный год работы музей посетили 1020 человек.

2002 год, 4 марта. Невьянский музей обрел статус областного государственного учреждения «Невьянский государственный историко-архитектурный музей». В 2008 году было открыто здание фондохранилища по адресу пл. Революции, 5. Начался переезд музейных коллекций в новое здание. Сегодня Невьянский музей – крупное, значимое учреждение культуры Свердловской области. А наклонная башня Демидовых – самый посещаемый музейный объект области.

### **О фондах**

Привлечение туристов в музей – дело сложное и хлопотное, однако важное и даже выгодное. В основе музейной деятельности, в том числе создания музейного туристского продукта, находятся музейные фонды. Именно богатство фондов, уникальность хранящихся в них предметов, их изученность, позволяют создавать туристски привлекательные музейные события: выставки, экскурсии, мероприятия.

Фонды Невьянского музея насчитывают свыше 70 тысяч предметов. В настоящее время все имеющиеся музейные предметы распределены по коллекциям (всего 17 коллекций).

Что из значительного музейного собрания может быть интересно современному туристу? Какие предметы и музейные коллекции

являются наиболее привлекательными для создания актуального музейного продукта?

Если определить тематический круг, то главной темой, безусловно, будет история династии заводчиков Демидовых, которые способствовали индустриальному становлению и развитию Урала. Столицей ведомства Демидовых в XVIII веке был Невьянск. Именно здесь ими был построен первый железоделательный завод и уникальная наклонная башня.

История рода Демидовых и демидовская история Невьянска наиболее полно раскрывается через изучение и презентацию музейных предметов из коллекции «Металл», которая в настоящее время насчитывает около 4000 тысяч единиц хранения, относящихся к XVIII–XXI векам, и наиболее ярко иллюстрирует историю становления Урала как горнозаводского края, ставшего центром индустриального развития Российской империи.

Гордостью музейного собрания являются уникальные предметы, изготовленные на Невьянском заводе в первой половине XVIII века: молниеприемник – шар с шипами, который в первой четверти XVIII века был установлен на Невьянской башне с целью уберечь уникальный архитектурный объект от ударов молний. Это инновационное для своего времени устройство. Судя по всему, это первый в мире громоотвод! Официально признано, что громоотвод был изобретен в Америке Бенджамином Франклином в 1752 году, но неизвестный зодчий установил молниеприемник на Невьянской башне на два десятилетия раньше, чем это устройство было официально изобретено! Уникальным является флаг-флюгер с макушки Невьянской башни. Флаг-флюгер находился на башне с 1732 по 1976 год (во время реставрации башни он был заменен на точную копию). Более 240 лет он вращался вокруг собственной оси, показывая направление ветра. На флюгере изображен (высечен) герб дворян Демидовых. Сегодня это и музейный предмет – один из главных артефактов демидовской эпохи, вызывающий безусловный интерес туристов. Именно предметы из коллекции «Металл» чаще всего представляются на выставках, в экспозиции музея, и всегда их экспонирование вызывает реакцию удивления, восхищения и подлинной заинтересованности у туристов!

Невьянский край богат своими ремесленными традициями. Наиболее развитой из них с конца XVII века и по сей день является гончарное ремесло. Исторически в Невьянске и его окрестностях

создавались яркие образцы керамики. И сегодня, когда наблюдается повышенный интерес к ремеслам и промыслам, музейные продукты, популяризирующие их, востребованы чрезвычайно.

Невьянский музей обладает уникальной коллекцией уральской керамики, которая насчитывает 1642 единицы. Формирование коллекции началось в послевоенный период. В ее состав входят художественная керамика и майолика, строительная и промышленная керамика, изделия из фарфора и фаянса, гипсовые скульптуры и формы. Наш музей является единственным обладателем наиболее полной коллекции таволожской керамики, в которой представлены работы таволожских гончаров 1930-х годов, в том числе чернолощенная керамика, продукция артели «Керамик», завода художественной керамики ЗАО «НЗХК», участка по изготовлению керамических изделий МКП «ЗОТ», ООО «Таволожская керамика». Разнообразна коллекция кирпичей, среди которых представлены интересные образцы XVIII века с построек Невьянского завода, кирпичи уральских предприятий XIX – начала XX веков со старых домов города, в том числе с клеймами Верхне-Нейвинского завода М. Е. Скороходова, П. Ф. Давыдова в Екатеринбурге, продукция кирпичных предприятий Невьянска. Предметы из этой коллекции также вызывают живой интерес туристов. На сегодняшний день гончарный промысел в Невьянском районе развивается крайне активно. Современные мастера, создавая свои предметы, опираются на искусство невянских гончаров XVIII и XIX веков, поэтому изучение коллекции «Керамика», экспонирование предметов, публикации материалов по данной коллекции крайне актуальны и востребованны.

Еще одним ярким проявлением истории Невьянска, интерес к которому растет год от года, является старообрядчество. Среди музейных предметов, показывающих жизнь, быт старообрядцев, их традиции и устои, есть немало уникальных. Прежде всего, это предметы из коллекции «Ткани», которая включает в себя коллекцию народного костюма, в том числе старообрядческой прослойки населения: сарафаны, рубахи, пояса, сороки, шали, порты, зипун, девичью ленту, костюмы-«парочки», шамшуры, а также образцы интерьерного текстиля, среди которых выделяется коллекция вышитых обрядовых полотенец конца XIX – начала XX веков. А коллекция уникальных икон невянской школы иконописи не оставит равнодушным ни одного туриста.

## **О туристском продвижении объектов музея**

В современных условиях музей стал не только учреждением, сохраняющим вещественные и документальные фрагменты истории, организующим научную, просветительскую, реставрационную деятельность, но и объектом туристической деятельности и даже, в ряде ситуаций, инициатором и организатором турпотока.

Музейные коллекции, их изучение и популяризация являются главным инструментом реализации туристического потенциала музея, основой содержательного контекста культурного туризма.

Каждый приезжающий в музей турист знакомится с Невьянском и Уралом посредством постоянных экспозиций, размещенных в здании музея истории Невьянского края (бывшей заводской электростанции): «История Невьянского края в XVII–XVIII веках», «По старым улицам Невьянского завода», «Невьянские заводчики Яковлевы», «Невьянский завод в XIX веке», в рамках которых экспонируется свыше 1132 предметов из фондов музея, в том числе уникальные: прижизненный портрет Никиты Демидова, закладные плиты XVIII века, водоотводная труба Невьянского завода. Эти и многие другие предметы из фондов Невьянского музея создают неповторимую, уникальную и очень привлекательную для туристов атмосферу старого индустриального Урала.

Для поддержания интереса туристов (а многие приезжают в Невьянск по нескольку раз) и с целью более глубокого освещения отдельных страниц истории Невьянска, Свердловской области, Урала постоянные экспозиции музея дополняются временными выставками, актуальными для конкретного времени. Так, в 2020 году в музее была размещена выставка, посвященная 310-летию со дня рождения Прокофия Акинфиевича Демидова, предметный ряд которой содержал портрет юбиляра, документы, относящиеся к его деятельности. Данная форма работы позволяет, с одной стороны, увеличить количество экспонируемых предметов, а с другой – создать дополнительные визуальные и содержательные опции для разных целевых сегментов туристской аудитории.

Главным объектом внимания в Невьянском музее является уникальное архитектурное сооружение – объект культурного наследия федерального значения – Невьянская наклонная башня Демидовых. Башня как объект культурного туризма вызывает живой интерес туристов из различных регионов Российской Федерации,

стран ближнего и дальнего зарубежья. Ежегодно проводится более 4 тысяч экскурсий по башне, которые посещает порядка 120 тысяч человек. В башне размещены три постоянные экспозиции (на 1, 2, 3, 4 этажах), экспонирующие 132 предмета из фондов Невьянского музея. Это, безусловно, очень немного. С целью содержательного наполнения и создания условий для визуализации экскурсий по башне, а также формирования и поддержания интереса к объекту используются временные выставки и сменные экспозиции. Так, в 2019 году на 2 этаже башни в помещении «Жилые палаты с печами» разместилась фотовыставка «Невьянская башня в ретроспективе», представившая уникальные фотографии башни XIX–XX века. Фотографии показывают, как менялся объект и окружающая его территория в течение полутора веков, как из промышленного объекта, части завода, Невьянская башня, через упадок и разруху середины XX века, обрела современный, близкий к задуманному в XVIII веке вид и стала туристским объектом. К акции «Ночь музеев – 2021» создана сменная экспозиция, характеризующая башню как объект, опережавший свое время по техническим параметрам и достижениям, и связанная с главной темой акции – «Год науки и технологий в Российской Федерации». В экспозиции было представлено уникальное оборудование и инструменты, использовавшиеся на Невьянском заводе в XVIII веке (наковальня, формы для литья), фрагмент стяжки с шайбой Невьянской башни, макет башни, созданный на 3D-принтере и позволяющий разглядеть ее вблизи (и потрогать руками). Этот проект вызвал многочисленные отклики туристов и позволил показать привычный объект с новой, неожиданной стороны.

Подобные приемы позволяют привлечь туристов различных целевых аудиторий, расширить спектр экспонируемых музейных предметов, сформировать более глубокие представления об отдельных фрагментах истории туристских объектов. При этом данное направление работы требует детального глубокого изучения музейных коллекций, формирования отдельных тематических блоков, которые в дальнейшем обретут форму в ТЭП выставки или проекте экспозиции. Требуется дополнительная информация о предметах и личностях, событиях и явлениях, а также отдельные локальные выводы о значимости и исторической ценности экспонируемых предметов и объектов. Продвижение наклонной башни как объекта культурного туризма осуществляется нами

целенаправленно с учетом постоянно меняющихся требований туристского сообщества.

В современных условиях любое действие, чтобы обрести успех, обязательно должно быть поддержано онлайн-версией, информационным сопровождением, поэтому в 2020–2021 годах специалистами музея были созданы 106 виртуальных проектов, направленных на поддержание интереса к деятельности музея в эпоху ограничительных мер, на продвижение туристского потенциала музея, на популяризацию музейных коллекций. Примером таких проектов является виртуальная выставка «О чем расскажет экспонат». Проект содержит 10 выпусков, каждый из которых посвящен предмету из фондов Невьянского музея.

Особую актуальность при продвижении туристических музейных объектов имеют выставочные проекты, представляющие музейные коллекции и артефакты, связанные как с объектом показа, так и с местностью, где он расположен. Примером такого выставочного проекта из практики ГАУК СО «НГИАМ» является передвижная выставка «Рукотворные чудеса невянских мастеров», которая была организована в выставочном зале Елабужского государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника в рамках реализации национального проекта «Культура», проекта Уральского федерального округа «Славим человека труда!» и приурочена к 100-летию образованию Татарской АССР. В рамках выставки экспонировалось 345 предметов из фондов НГИАМ и организации-партнера, 21 из которых экспонировался впервые. Для создания выставки проведена большая научная работа: разрозненные экспонаты скомплектованы в тематико-экспозиционные комплексы. Экспонаты объединены в соответствии с научной концепцией и художественным решением выставки сообразно теме: ремесла и промыслы Невьянского края, исторически бытовавшие, и продолжающие существовать в наши дни. Подготовлены пояснительные тексты, аннотации к предметам и этикетаж к выставке. Разработан контрольный текст экскурсии. Подготовлено и опубликовано печатное издание, содержащее научно-популярные сведения и изображения предметов, включенных в состав экспозиции выставки, буклеты. Создана виртуальная версия выставочного проекта. Туристские объекты музейного комплекса были представлены посредством предметного ряда, который дополнял и раскрывал особенности Невьянска как



центра уральской горнозаводской цивилизации. Выставка вызвала широкий резонанс и интерес со стороны посетителей и СМИ.

Таким образом, развитие музейного туризма в Невьянском музее неразрывно связано с деятельностью по сохранению, изучению, систематизации, реставрации музейных предметов и коллекций. История показывается и рассказывается через подлинный предмет эпохи, что вызывает к ней интерес, уважение и даже восхищение современного музейного туриста, которого вообще-то крайне непросто заинтересовать и восхитить! Ставка на подлинную историю позволила сохранить и даже расширить туристский поток, несмотря на ограничения и сложности 2020–2021 годов, что само по себе уже результат!

## В. Н. Муравьев

### ПУТЕШЕСТВИЕ «НАЛИМОВ» ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА В ВЫЛЬГОРТ НА РОДИНУ МАСТЕРА

В селе Выльгорт Сыктывдинского района Республики Коми родился выдающийся мастер по изготовлению балалаек Семен Иванович Налимов. Отсюда, из родительского дома, он ушел в армию и «вернулся» на родину лишь полтора века спустя – в виде бронзового памятника, который был установлен в 2005 году в Выльгорте в сквере перед детской музыкальной школой, носящей его имя.

Подростком Семен Налимов попал в учение к столяру, показал себя способным учеником. После службы в армии в поисках заработка уехал из родного края в Тверскую губернию. В 1890 году судьба свела его с «отцом русской балалайки» Василием Андреевым. Поначалу тот заказал мебель из мореного дуба, а затем Андреев предложил мастеру заняться выделкой балалаек. В 1898 году к десятилетию Андреевского оркестра Налимов изготовил комплект из 16 инструментов. Летом 1900 года он был награжден в Париже бронзовой медалью. Его инструменты выставлялись и на первой Всероссийской выставке музыкальных инструментов «Музыкальный мир» в Санкт-Петербурге в 1906–1907 годах, где они были удостоены Большой золотой медали<sup>1</sup>. Балалайки, созданные им в конце XIX – начале XX веков в Тверской губернии, находятся в музеях Санкт-Петербурга, Москвы, Бежецка, в частных коллекциях, на них продолжают играть музыканты разных стран мира.

В Республике Коми нет ни одного «налима» – так именуют инструменты Налимова в профессиональной среде. В Шереметевском дворце – Музее музыки, где собрана самая большая коллекция балалаек, домр и гуслей Семена Налимова, с инструментов сдувают пылинки. Это раритет, национальная гордость России. А тут – такое путешествие! До сих пор его балалайкам нет равных в мире по совершенству формы и звучания. Не случайно Налимова называют русским Страдивари (телеканал «Юрган» снял об нем документальный фильм «Русский Страдивари» в 2020 году)<sup>2</sup>.

У жителей Республики Коми нет возможности увидеть творения своего выдающего соотечественника и услышать их звучание. Для подрастающего поколения знакомство с деятельностью и достижениями их земляка очень важно, ведь личность Налимова

Семена Ивановича может стать еще одним предметом гордости за родное село, родную республику, что очень важно для воспитания патриотизма. Президент России Владимир Путин еще в 2016 году на встрече с активом «Клуба лидеров» заявил, что национальная идея России — это патриотизм. «У нас нет никакой, и не может быть другой объединяющей идеи, кроме патриотизма. А для того, чтобы его пробудить, а точнее внедрить сознание о патриотизме как о национальной идее, нужно постоянно об этом говорить, на всех уровнях».

Для сохранения и популяризации наследия «русского Страдивари» на родине мастера были запланированы передвижная выставка Шереметевского дворца – Музея музыки г. Санкт-Петербург в Музее истории и культуры Сыктывдинского района им. Э. А. Налимовой в с. Вьльгорт – «Балалаечный Страдивари», VII Межрегиональная научная конференция «Налимовские чтения», III Республиканский конкурс исследовательских работ «Родовые (семейные) тайны и легенды».

Жители села, в котором родился Налимов Семен Иванович, смогут познакомиться с изделиями своего выдающего соотечественника. Учащиеся и студенты узнают о деятельности человека с мировым именем, которым смогут гордиться. Воспитанники детской музыкальной школы в с. Вьльгорт, которая носит имя Семена Ивановича Налимова, смогут услышать виртуозное исполнение музыки на народных инструментах, что станет для них примером успеха, которого и они могут достичь. Музыканты, которые примут участие в мероприятиях проекта, смогут расширить свою аудиторию.

23 июня 2022 года в День балалайки в музее села Вьльгорт будет проведена концертная программа «Балалайка – душа России».

В августе 2022 года состоится торжественное открытие выставки «Балалаечный Страдивари» в рамках празднования 100-летия Республики Коми. На открытии выставки планируют выступить Андрей Горбачев (российский балалаечник, лауреат международных конкурсов, с 2004 года заведующий кафедрой струнных народных инструментов РАМ им. Гнесиных, с 2010 года – профессор), Валерий Гребенников (мастер-реставратор РАМ им. Гнесиных), виртуоз-балалаечник Алексей Архиповский и оркестр русских народных инструментов им. В. В. Андреева.

Алексей Архиповский играет на балалайке № 169, сделанной нашим земляком, великим мастером Семеном Ивановичем Налимовым, в 1915 году, незадолго до смерти. Архиповский купил эту балалайку у коллекционера в Германии.

«Золушка» – это как будто история самой русской балалайки. Из «убогого» мужицкого инструмента С. Налимов создал такую красавицу – по форме и звуку, что теперь ее сравнивают только со скрипками Страдивари.

Государственный академический русский оркестр им. В. В. Андреева – первый в мировой истории профессиональный коллектив, в котором национальные инструменты были объединены по принципу симфонического оркестра. Идея принадлежит его основателю – выдающемуся русскому музыканту, композитору и общественному деятелю Василию Васильевичу Андрееву. Со дня первого концертного выступления 20 марта 1888 года Андреевский оркестр составляет гордость и славу русского искусства, является жемчужиной мировой музыкальной культуры<sup>3</sup>. С 1895 по 1916 год Семен Иванович Налимов служил в имении В. В. Андреева, изготавливая для него и его оркестра музыкальные инструменты. 6 мая 1911 года, по представлению В. В. Андреева, С. И. Налимов был удостоен звания Потомственный почетный гражданин. Семен Иванович Налимов не выезжал из Марьино Тверской губернии, а его балалайкам, домрам и гуслиам в начале XX века рукоплексали Франция, Германия, Англия, Канада, США. Всего мастером изготовлено около 300 инструментов, сделанных в период с 1895 по 1915 год. Кузов балалаек изготавливался из горного волнистого клена.

На первых инструментах внутри кузова была наклеена бумажная этикетка, целиком написанная от руки В. В. Андреевым. В более поздний период информация на этикетке отпечатывалась типографским способом, но год изготовления и номер инструмента В. В. Андреев продолжал писать от руки (на первых балалайках номера не было). На головку грифа (лопатку) балалаек и домр мастер устанавливал эмблему в виде геральдического щита, состоящую из цветов черно-желто-белого флага Российской империи: белой полосы посередине, проходящей по диагонали сверху вниз, черного цвета снизу и желтого – сверху от нее. Вместо белой полосы также могла быть и трехцветная: красного, зеленого и белого цветов, напоминающая российский флаг<sup>4</sup>.

Уникальный случай – все инструменты в оркестре сделаны одним мастером! Звучал такой оркестр невероятно!

Если говорить про американские гастроли, то вот что вспоминал В. В. Андреев: «Рецензии американских газет сводятся к одному. Когда танцевала Павлова или когда оркестр исполнял симфоническую музыку Чайковского, американцы говорили: „Как прекрасно русское искусство“. Когда же выступал Великоорусский оркестр и с эстрады лилась русская народная песня, то они говорили: „Как прекрасен русский народ“»<sup>5</sup>.

В рамках проекта на базе Музея истории и культуры Сыктывдинского района им. Э. А. Налимовой в июне – августе 2022 года заработает онлайн-мастерская «Балалаечная Кремона». Мастер-классы по изготовлению балалаек будет давать Михаил Степанович Ковальчук из Испании. Михаил Степанович родился в 1953 году в г. Краснодар, окончил Уральскую консерваторию с квалификацией «концертный исполнитель, артист оркестра, преподаватель», работал в ряде оркестров артистом оркестра и мастером по ремонту музыкальных инструментов. Прошел курс обучения в специальном училище скрипичных мастеров в Чехии, получил квалификацию мастера по изготовлению и ремонту скрипок. В настоящее время – пенсионер, живет в Испании, занимается научно-исследовательской работой.

«Балалаечная Кремона» предоставит населению информацию об истории народных музыкальных инструментов, об огромной пользе для детей и взрослых, которую оказывает обучение и игра на таких инструментах, а также методические рекомендации и руководства по изготовлению народных инструментов и обучению игры на них. Михаил Степанович разрабатывает и делает образцы народных музыкальных инструментов, видеофильмы с пояснениями о том, как сделать инструмент. В течение года можно сделать 15–20 видеоуроков с разными музыкальными инструментами.

В августе 2022 года также планируется командировка руководителя проекта, директора Сыктывдинского музейного объединения В. Н. Муравьева, в г. Санкт-Петербург с целью увезти горсть родной коми земли на Большеохтинское кладбище, а горсть питерской земли привезти на старое кладбище в с. Выльгорт и на «стилизованной могиле» установить памятный знак.

Во время работы над фильмом телеканала «Юрган» «Русский Страдивари» было совершено большое исследовательское открытие – получены официальные документы из архива Санкт-Петербурга. Семен Налимов нашел последний приют не на Волковском кладбище, как полагалось ранее, а на Большеохтинском. К сожалению, найти могилу С. И. Налимова не удалось, поэтому важно поклониться месту, где похоронен великий мастер.

22 августа 2022 года в день памяти С. И. Налимова будет проведен вечер памяти в Музее истории и культуры Сыктывдинского района им. Э. А. Налимовой.

В рамках проекта также состоится VII Межрегиональная научная конференция «Налимовские чтения», в которых приняла участие вдова выдающегося ученого, математика и философа, профессора МГУ, доктора технических наук Василия Васильевича Налимова (4 ноября 1910 — 19 января 1997), Жанна Александровна Дрогалина. Чтения прошли в форме панельной дискуссии. Одно из высказываний Василия Васильевича Налимова стало темой дискуссии: «Культура – это духовная терапия. Она действует только тогда, когда есть согласие, есть взаимное понимание, есть терпимость, открытость новому...». 23 года проходят Налимовские чтения, посвященные научной династии Василия Петровича и Василия Васильевича Налимовых. В декабре 1999 года на базе Музея истории просвещения Коми края при Сыктывкарском государственном университете и Музея культуры и истории Сыктывдинского района состоялись первые Налимовские чтения на тему «На изломе культуры». У истоков Налимовских чтений стояли директор Музея истории просвещения Коми края СГУ М. И. Бурлыкина и основательница Музея истории и культуры Сыктывдинского района Э. А. Налимова.

Проект «Налимовские чтения» (соавтор – руководитель Клуба ученых – уроженцев Сыктывдинского района, кандидат филологических наук Е. П. Шеболкина) получил высокую оценку в российском научном сообществе и в 2005 году был поддержан грантом Президента РФ как имеющий особое значение для культуры региона.

«Путешествие „налимов“ из Санкт-Петербурга в Выльгорт на родину мастера» будет долгоиграющим передвижным юбилейным проектом.

- <sup>1</sup> *Артеев А.* Страдивари из Вильгорта. Коми самородок Семен Налимов прославился своими балалайками. [Электронный ресурс]. URL: [https://vk.com/id4035911?w=wall4035911\\_495](https://vk.com/id4035911?w=wall4035911_495) (дата обращения 21.03.2022).
- <sup>2</sup> *Красильникова Е. А.* Это невероятно!!! Только что Музеи Сыктывдина сообщили, что красавицы-балалайки нашего земляка, великого музыкального мастера Семена Налимова в 2022 году привезут на выставку из Музея музыки Санкт-Петербурга (Шереметевский дворец) в Коми!!! Это произойдет ВПЕРВЫЕ!!! [Электронный ресурс]. URL: [https://vk.com/id286428659?w=wall286428659\\_2322%2Fall](https://vk.com/id286428659?w=wall286428659_2322%2Fall) (дата обращения 21.03.2022).
- <sup>3</sup> О НАС на официальном сайте Государственного академического русского оркестра им. В. В. Андреева. [Электронный ресурс]. URL: <https://andreyev-orchestra.ru/o-nas/> (дата обращения 21.03.2022).
- <sup>4</sup> Налимов, Семён Иванович. [Электронный ресурс]: Википедия. Свободная энциклопедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Налимов,\\_Семён\\_Иванович](https://ru.wikipedia.org/wiki/Налимов,_Семён_Иванович) (дата обращения 21.03.2022).
- <sup>5</sup> *Красильникова Е. А.* Уникальный случай – все инструменты в оркестре сделаны одним мастером!!! [Электронный ресурс]. URL: [https://vk.com/id286428659\\_1741%2Fall](https://vk.com/id286428659?w=wall286428659_1741%2Fall) (дата обращения 21.03.2022).

С. М. Мушкалов

## МУЗЕЙНЫЙ UPGRADE

Художественный музей в г. Кунгуре, филиал Кунгурского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, был открыт в апреле 2006 года на базе Выставочного зала имени Г. А. Мелентьева. Размещался он в одном из старинных зданий в историческом центре города, бывшем особняке кунгурского купца Г. И. Юхнева. В этих стенах на протяжении нескольких десятилетий, начиная с 1956 года, находилась детская больница. Завершение строительства нового, современного здания медицинского учреждения позволило наполнить освободившуюся постройку новым содержанием и ввести его в историко-культурный и туристический оборот.

За прошедшие годы музей, который ежегодно посещают около 20 тысяч посетителей из разных регионов нашей страны и из-за рубежа, по праву стал одним из признанных центров художественной жизни города. Между тем, здание музея, возведенное еще в дореволюционный период и неоднократно перестроенное впоследствии, оказалось не очень удачным с экспозиционной точки зрения. Помещения залов были маленькие, что не давало возможности не только показывать имеющиеся коллекции, но и принимать туристическую группу в полном объеме.

В январе 2021 года в оперативное управление музею-заповеднику было передано здание бывшей городской управы. Это одна из жемчужин архитектурного наследия города, и в минувшем году она отметила свое 210-летие. Для нашего музея это здание примечательно еще и тем, что именно здесь в далеком 1909 году начинался городской музей Кунгура, от которого ведет свою историю Кунгурский музей-заповедник.

Начался длительный процесс освоения нового помещения. Одновременно начался перевоз коллекций. Однако по ряду объективных причин развернуть экспозиции в этом здании мы не смогли.

Для размещения Художественного музея администрация Кунгурского муниципального округа в марте 2021 года передала двухэтажное старинное здание в Засылвенской части города, расположенное на перекрестке улиц Степана Разина и Воровского.



Это здание имеет богатую историю. Оно было возведено в 1887 году по решению Кунгурской городской Думы на месте бывшей усадьбы мещан Холмогоровых. Автором проекта был известный в городе зодчий Иван Иванович Мартемьянов. Строительные работы возглавлял другой не менее известный кунгуряк – Дмитрий Семенович Дрягин. На первом этаже разместилось Второе мужское начальное народное училище. На втором – Второе женское. С 1909 года здесь работало Кунгурское реальное училище.

В советский период здание продолжало выполнять образовательную функцию. В нем находилась сначала школа 2-й ступени, затем – неполная средняя школа № 2, филиал школы № 18. В начале 2000-х годов здесь разместился детский кинотеатр «Октябрь». Затем – Центр информационных технологий, позднее – вечерняя школа, а в 2019 году – Центр бухгалтерского учета.

В очень сжатые сроки была разработана новая концепция создания музейной экспозиции и музейный «upgrade» начал воплощаться в жизнь<sup>1</sup>. Финансовую поддержку проекту оказали Министерство культуры Пермского края, ООО «ЛУКОЙЛ-Пермь», а также администрация Кунгурского муниципального округа.

Первый этаж здания отведен под постоянные экспозиции, посвященные традиционным для нашей территории промыслам. Так, один из залов посвящен Кунгурскому камнерезному промыслу, являющемуся одним из символов не только Кунгура, но и всего Западного Урала. Представленные экспонаты – в их числе авторские работы наших знаменитых мастеров-камнерезов, известных далеко за пределами Прикамья, рассказывают в ретроспективе историю возникновения и развития обработки мягкого поделочного камня с конца XIX века и до сегодняшнего дня.

Второй зал посвящен истории керамического производства. Здесь представлены не менее интересные и любопытные изделия – как относящиеся к так называемой «крестьянской керамике», так и изготовленные в разные годы (и даже века) на различных предприятиях города. Особое место уделено и получившей в последние годы широкое распространение авторской керамике.

Не меньший интерес вызывает и экспозиция «На острове воспоминаний». Здесь представлена продукция Кунгурской артели имени XVIII Партконференции (так называемый «модельный гипс»), некогда получившая широкое распространение в нашей стране,

а ныне сохранившаяся (по причине хрупкости) в основном в музейных собраниях и частных коллекциях.

Коридоры и фойе отданы живописным и графическим работам знаменитых пермских художников из фондов Кунгурского музея-заповедника. Особое место уделено произведениям уроженцев г. Кунгура: Г. А. Мелентьева, В. В. Журавлева, А. И. Самойловских и А. Д. Щекалиной.

Второй этаж здания отдан под выставочные проекты. В коридоре экспонируются картины известного в свое время самодеятельного художника М. Т. Шумилова. Здесь же представлены уникальные резные изделия из оргстекла, выпускавшиеся Кунгурским заводом художественных изделий в 1960–1970-х годах. Малый выставочный зал демонстрирует уникальные по характеру и удивительные красоте изделия кунгурских ювелиров.

Большой выставочный зал позволяет познакомиться с неповторимыми по колориту полотнами наших современников – членов Союза художников Российской Федерации. Это же помещение используется как актовый зал. Здесь проводятся не только экскурсии, но и кинолектории, встречи с интересными людьми, концертные программы.

Особый интерес для посетителей представляет «Творческая мастерская». Здесь каждый может найти занятие по душе: изготовить своими руками игрушку из глины, расписать модели теплового аэростата, пасхальное яйцо или подставку под телефон, «собрать» из кусочков ткани куклу-«закрутку» или рождественского ангела и многое другое...

<sup>1</sup> Upgrade – в переводе с английского означает «обновление», «модернизация», «усовершенствование».

ПО ПЕТРОВСКИМ МЕСТАМ БЕЛГОРОДСКОГО КРАЯ

Наступивший 2022 год – год 350-летия со дня рождения российского императора Петра I.

Общепризнано исключительное значение реформ Петра I для государства. Его преобразования коснулись не только нравов и быта, искусства и архитектуры. Значительные изменения претерпела военная сфера и административный аппарат. Многие нововведения прочно укоренились в стране, и последующие поколения совершенствовали созданную Петром систему. В силу того что проводимые Петром I реформы требовали от государя личного присутствия на возводимых объектах, ему приходилось много путешествовать по России. Неоднократно Петр I посещал Белгородский край, где осталось немало мест, связанных с его именем.

В связи с этим мы разработали программу выходного дня «По петровским местам», которая рассчитана на два дня пребывания в Белгородской области.

В день прибытия в Белгород туристы начинают знакомство с областным центром с обзорной экскурсии по городу, ориентированной на показ достопримечательностей, так или иначе связанных с именем Петра I и его соратников.

От Белой горы, где стояла первая Белгородская крепость, путь пройдет по нынешнему микрорайону Савино, который когда-то был слободой, названной в честь полковника Белгородского полка Саввы Васильевича Айгустова, назначенного на эту должность в 1698 году. Он участник знаковых событий в истории России, упоминается во многих энциклопедиях и научных трудах. Документального подтверждения о том, что земля в Белгороде досталась ему за воинские заслуги, не обнаружено. Но при упоминании слободы Саввино с XVII века всегда делалась пометка-пояснение – «Айгустово то ж».

С ним же связан еще один топоним областного центра – улица Белгородского полка. На пересечении этой улицы с Народным бульваром (который задумывался как музей под открытым небом), напротив своеобразного в архитектурном плане здания – Белгородской филармонии, – обращают на себя внимание два знаковых памятника: Федору Иоанновичу, по указу которого строилась первая Белгородская крепость (автор монумента – заслуженный

художник России Александр Лохтачев), и памятный знак в честь 300-летия Полтавской битвы. На огромном каменном постаменте находится бронзовый медальон, изготовленный белгородским скульптором Тарасом Костенко. Этот знак был установлен в память об участии Белгородского пехотного полка в битве под Полтавой. На медальоне выгравировано знамя полка, на котором изображены парящий орел – символ России – победительницы и лежащий лев – символ поверженной Швеции. Они символизируют храбрость, силу, величие, прозорливость и власть белгородских воинов. Здесь же размещены портрет предводителя битвы – Петра I и образы нескольких солдат. Современный герб Белгорода создан на основе знаменной эмблемы Белгородского пехотного полка, проявившего доблесть в Полтавской битве.

Далее путь лежит к самому древнему строению Белгорода, чудом сохранившемуся Успенско-Николаевскому собору. По преданию сам Петр I во время пребывания в Белгороде дал 100 рублей на постройку в Жилой слободе церкви, которая и была сооружена в 1701 году в совершенно несвойственном нашим местам – югу России – стиле. Рассматривая объемно-пространственное построение храма, его планировку и архитектурный декор, можно сделать вывод, что храм был возведен в эпоху «московского барокко». В 1930-е годы здесь располагалась тюрьма НКВД, после Великой Отечественной войны – хлебозавод, что позволило зданию сохраниться до наших дней, но шатровая колокольня была утрачена. Ее восстановили только в конце XX века по дореволюционным фотографиям. Сейчас территория, где находится храм, принадлежит Марфо-Мариинской обители.

Рядом с монастырем, на берегу реки Везелка – притока Северского Донца, – установлена в 2019 году необычная опора ЛЭП. Конструкция высотой 26 метров повторяет своей формой герб Белгорода – стоящего на задних лапах золотого льва и парящего над ним серебряного орла. Это первая в мире функциональная опора, выполненная в виде геральдического символа.

Продолжается экскурсия на главной площади города, которая сейчас называется Соборной. Здесь располагается стела «Город воинской славы», а на один из бронзовых рельефов, окружающих ее, помещена надпись: «Участие Белгородского полка в сражении под Полтавой, почетное, пожалованное Петром, знамя с будущим гербом».

В завершение двухчасовой обзорной экскурсии по городу предлагаем туристам посетить Белгородский государственный музей народной культуры, где будет экспонироваться выставка казачьей культуры, приуроченная, в том числе, к 350-летию Петра.

Белгород и Старочеркасск связывает одна общая интересная традиция – праздничный салют. Петр I был увлечен пиротехникой, обучался этому искусству в Европе, и при нем фейерверки стали неотъемлемой частью любого торжества. Один из первых фейерверков был дан в Санкт-Петербурге в феврале 1697 года по случаю взятия крепости Азов. В том же году по пути возвращения из Азова в Москву полки во главе с Петром остановились в Черкасске, где 18 августа праздновалось взятие крепости. В этот день был сожжен фейерверк, продолжавшийся до полуночи. Это был первый случай, когда наряду с салютными выстрелами был специально устроен фейерверк в честь военной победы. В годы же Великой Отечественной войны 5 августа 1943 года в честь освобождения двух старинных русских городов Орла и Белгорода в Москве был дан первый победный со времени начала войны салют.

После обеда туристы отправятся в Борисовский район. История района тесно связана с именем сподвижника Петра I – Бориса Петровича Шереметева. Факты из жизни Бориса Шереметева говорят о том, что человек он был незаурядный. В 1697–1699 годах он совершил дипломатическое путешествие по Западной Европе и вернулся в Россию в немецком платье, с мальтийским крестом на груди, вызвав восторг Петра I. При этом Борис Петрович не боялся высказывать перед царем непопулярные взгляды. Французский дворянин на русской военной службе Жан-Никола де Бразе в своих записках характеризует Шереметева как человека, «не любившего иностранцев, какой бы нации ни были, и не подавшего им никакой помощи, нарочно для того, чтоб вводить их в ошибки и чтоб иметь случай упрекать его царское величество за привязанность его к иноземцам»<sup>1</sup>.

В итоге Шереметев заменил на посту командующего российской армией шотландца Огилви, который уговаривал Петра звать на службу больше иностранных офицеров. Но на самом деле граф прекрасно ладил с иностранцами. Одним из его лучших друзей был ученый-шотландец Яков Брюс. С 1692 года Шереметев командовал войсками в Белгороде и Севске, охраняя Россию от крымских набегов. Впоследствии он обустроил здесь имение с хозяйственным

двором и построил небольшой дом, где жили и работали делопроизводители. Они, в частности, выискивали и отбирали голосистых борисовцев для графского театра. Известный музыкант – композитор и дирижер Степан Аникиевич Дегтярев – тоже был выходцем из Борисовки. До наших дней от имения сохранился только искусственно выкопанный пруд, который и по сей день украшает парк в Борисовке. На берегу его стоял так называемый домик Петра I. В маленьком, простой архитектуры доме на первом этаже было помещение для охраны, а наверху две комнаты: приемная и спальня. Рядом с домом стояли пушки, захваченные у шведов во время Полтавской битвы. Впоследствии для сохранности над домиком возвели крышу. Позднее в нем располагался земский архив. К сожалению, постройки сгорели в 1906 году в ходе народного бунта.

До сих пор в Борисовке живут предания, что царь здесь был, плавал в лодке по Ворскле, а кто-то говорит – и на кораблях. Одна из легенд рассказывает, что Петр I потерял «стекло» – подзорную трубу, она упала в воду, на что он вскричал: «Вор скла!» (На самом деле еще Геродот в своем сочинении о скифах называл эту реку Ворскол, на современном языке это значит «граница проживания сколотов» – тех же скифов, праславян.)

Существует еще одна легенда, связанная с Петром I и Шереметевым. Отправляясь на Полтавское сражение, Борис Петрович дал обет построить в случае победы монастырь в честь любимой иконы Тихвинской Божьей Матери. Во время генерального сражения со шведами, командуя центром русской армии, Шереметев отличился мужеством: находясь под жесточайшим огнем, он остался невредимым даже тогда, когда пуля, пробив латы и платье, задела рубашку, проглядывавшую из-под расстегнутого камзола. Легенда гласит, что именно Тихвинский образок на груди защитил его от смерти. Возвращаясь после победы из-под Полтавы, Петр I заехал к своему соратнику и другу в имение Борисовка и прогостил там шесть недель. Здесь-то Шереметев и поведал государю свое желание построить женскую обитель. По преданию Петр I, обозревая окрестности, обратил внимание на гору над речкой Ворсклой, приказал изготовить большой деревянный крест и собственноручно водрузил его на вершине, назначая тем самым место для построения будущего Преображенского храма. Главная же церковь, уже по воле графа Шереметева, была устроена во имя Тихвинской иконы Божией Матери, а монастырь получил наименование Богородицко-Тихвинского.

Фельдмаршал подарил в обитель «знаменосную» Тихвинскую икону, ту самую, что сопровождала его в Полтавском сражении.

Туристы посетят возрождаемую обитель и Архангело-Михайловскую церковь, где находится чудодейственная икона, и иконописную мастерскую. До начала XX века в Борисовке был крупнейший на юге России иконописный, иконостасный, иконообдельческий, киотный промысел. Борисовскими иконами снабжался весь юг России, Грузия, Сербия. Во время экскурсии мастера иконописи предложат туристам попробовать самостоятельно подготовить икону к росписи в традициях старых мастеров.

Здесь же, рядом с монастырем, находится заповедник «Лес на Ворскле» – бывшая заказная роща графа Шереметева. Это нагорная дубрава, где господствуют 100–110-летние дубы, но около 130 гектаров занято дубами в возрасте свыше 300 лет. Поэтому на гербе Борисовского района, созданном по мотивам графского герба, центральное место занимает дуб. Сегодня об именитом графском роде в Борисовке напоминают памятник Борису Шереметеву, экспозиции краеведческого музея и музея природы.

По течению Ворсклы встречается несколько топонимов, связанных с именем Петра I. Так, в Грайвороне есть популярное место отдыха – Петровская круча, да и сама застройка города, сторевшего от пожара, отсылает нас к проекту, разработанному по приказу Петра I для Васильевского острова в Санкт-Петербурге.

Следующий день посвящается старинному городу Валуйки, что расположен в 150 километрах южнее областного центра. Изначально город был заложен как крепость Белгородской оборонительной черты, стоящая на страже южных рубежей Московского государства на Кальмиусском тракте. Удобное географическое положение города – между Белгородом, где формировались сухопутные воинские соединения, и Воронежем, в котором шло строительство российского флота, способствовало тому, что царь Петр неоднократно бывал в нем. В 1695–1696 годах валуйская земля была сборным пунктом русской сухопутной армии во время Азовских походов. В Валуйках останавливался Петр I, пожаловавший деньги на строительство нового храма, собственноручно сделавший его чертеж и подаривший иконы Владимирской, Смоленской и Тверской Божьей Матери. К сожалению, домик Петра не сохранился. В экспозиции Валуйского историко-художественного музея есть раздел, посвященный пребыванию Петра.

Продолжается экскурсия посещением старейшего на нашей земле Свято-Николаевского мужского монастыря, основанного в 1613 году Михаилом Федоровичем Романовым. Здесь расположен величественный Свято-Николаевский собор, построенный в 1913 году в честь 300-летия основания монастыря и 300-летия дома Романовых.

Далее туристы побывают на отдаленном подворье монастыря, в храме Игнатия Богоносца. На высокой круче, у подножия которой протекает река Оскол, высится деревянное здание церкви, из которого открывается вход в подземные пещеры, прорытые монахами в толще меловой горы. Глубина подземных ходов более 50 метров, длина коридоров 640 метров. Пройдя это расстояние, туристы прочувствуют суровость пещерной жизни монахов.

Предложенная программа помимо познавательной, аттрактивной несет и воспитательную функцию. Приближающийся юбилей дает возможность привлечь внимание туристов к славной истории нашего края, к знаменательным событиям и памятным датам отечественной истории, ратным и трудовым подвигам прошлых поколений, в которых заложен огромный потенциал для воспитания патриотизма, гражданственности, толерантности и национального самосознания подрастающего поколения.

Каждая из наших программ в первую очередь направлена на привлечение туристов в наш край. В последнее время по причинам сложной эпидемиологической обстановки поток туристов в Белгородскую область, к сожалению, уменьшился по сравнению с 2019 годом. Однако существует тенденция, согласно которой туристы в своих путешествиях стараются избегать крупных городов – мегаполисов. Поэтому программы приема туристов в регионах, подобных нашему, становятся все более востребованы. Кроме того, объекты показа находятся в отдаленных от областного центра районах. Сеем надеяться, что этот фактор пойдет на пользу экономике этих районов, будет способствовать развитию туристической инфраструктуры.

<sup>1</sup> Пушкин А. С. Собрание сочинений : в 10 т. Т. 8 : Записки бригадира Моро-де-Бразе. М., 1977. С. 366.



**Л. А. Омарова**

**ОРГАНИЗАЦИЯ НАУЧНО-ПОИСКОВОЙ РАБОТЫ  
(ИЗ ОПЫТА БИБЛИОТЕКИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА  
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН – ЕЛБАСЫ)**

Сегодня развитие культуры и культурного потенциала входит в число важнейших приоритетов развития многих народов и государств мира. Большая роль в развитии культуры принадлежит музеям и библиотекам.

Библиотека Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы была создана Указом Президента Казахстана 13 марта 2014 года в целях изучения истории становления и развития Казахстана, а также для продвижения идей и инициатив становления эпохи независимости. Сегодня это целый комплекс, выполняющий функции библиотеки, архива, музея, культурно-образовательного и научно-исследовательского центра.

Научно-исследовательская деятельность Библиотеки Елбасы направлена на проведение научных исследований по истории становления и развития Республики Казахстан, биографии и исторической роли Н. А. Назарбаева.

В целях углубленного изучения тематики, пополнения библиотечного, музейного и архивного фондов новыми данными были организованы научно-поисковые работы. В ходе научно-поисковых экспедиций в архивы и библиотеки республики, на малую родину Президента – аул Ушконыр Каскеленского района Алматинской области и др. выявляются и вводятся в научный оборот новые факты, исторические материалы, касающиеся биографии, государственной и общественной деятельности Н. А. Назарбаева. В ходе научно-собирательской деятельности проведены встречи с соратниками Первого Президента Республики Казахстан, взяты интервью, получены воспоминания, найдены важные сведения в фондах архивов и библиотек г. Алматы.

Изучение пожелтевших от времени фотографий, хранящихся в Личном архиве Первого Президента Республики Казахстан, в личных архивах соратников Н. А. Назарбаева, несомненно, было интересно. Например, в результате таких исследований стало известно, что первую награду Нурсултан Назарбаев получил в шестнадцатилетнем возрасте: в 1956 году, будучи членом организации «Юные

натуралисты» средней школы имени Д. Фурманова в с. Шамалган, был награжден медалью Всесоюзной выставки сельского хозяйства.

Об истории этого события рассказала в ходе интервью член организации «Юные натуралисты» Валентина Дундыч:

*В Карасайском районном историко-кредведческом музее представлена фотография «Юннаты. 1957 г.». Вроде бы ничего особенного, просто групповая фотография с участием Нурсултана Абишевича Назарбаева. Но это не так. За этим стоит часть школьной жизни учащегося школы имени Д. Фурманова Нурсултана Назарбаева. Я, Валентина Дундыч, тоже изображена на этом снимке, поэтому хочу поделиться воспоминаниями об истории появления этой фотографии. На ней запечатлен момент, когда Нурсултан Назарбаев, будучи учащимся школы, получил первую награду в составе кружка юннатов (7 человек).*

Школа имени Д. Фурманова села Чемолган стала для Нурсултана Назарбаева, помимо учебы, началом школьного трудового пути. В 1956 году Нурсултан Абишевич был награжден медалью участника Всесоюзной сельскохозяйственной выставки в городе Москве. Этот фотоснимок был сделан на память, и на нем – юннаты нашей школы, награжденные медалями Всесоюзной сельскохозяйственной выставки. Как же все это было? За что школьников награждали медалями? С окончанием учебного года для школьников начинались летние каникулы, а для юннатов это время означало только окончание школьных занятий и учебного процесса. Все лето юннаты работали на пришкольном участке. Работы начинались с весны (посев) и продолжались летом и осенью (уборка). Группа юннатов была организована при кабинете ботаники под руководством учительницы Евгении Васильевны. Членами этого кружка могли стать все желающие, начиная с 6-го класса, но предварительно прошедшие отбор: юннаты должны быть трудолюбивыми и ответственными за порученное дело. Руководителем кружка составлялся поименный график дежурства юннатов на летний период, по несколько человек в неделю. Основным критерием оценки был урожай. Отличившиеся в работе юннаты поощрялись, награждались. В конце сезона в оценке конечного результата принимала участие комиссия районного масштаба. В 1957 году комиссией было принято решение отправить образцы урожая, выращенного юннатами на пришкольном участке школы имени Д. Фурманова, на Всесоюзную сельскохозяйственную выставку в Москву.

*Отправленные на выставку экспонаты заняли призовые места, а особо отличившихся юннатов наградили. Так Нурсултан Абишевич, будучи школьником, получил свою первую награду – медаль участника Всесоюзной сельскохозяйственной выставки в Москве. Активная школьная жизнь стала началом большого жизненного и трудового пути Первого Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева на благо народа.*

Нурсултан Абишевич, работая на Карагандинском металлургическом заводе, также принимал активное участие в общественно-политических мероприятиях в жизни города, став настоящим лидером молодежи. В эти годы он был избран делегатом X, XII съездов ЛКСМ Казахстана, XIV съезда ВЛКСМ. В исследовании этого периода деятельности Н. А. Назарбаева помогли найденные в Архиве Президента Республики Казахстан в г. Алматы документы – копии текстов 20 докладов на X, XII съездах ЛКСМ Казахстана и других пленумах, конференциях, собраниях.

В ходе изучения истории фотографий были выявлены интересные данные о встречах будущего Президента с первым космонавтом мира.

Нурсултан Назарбаев впервые встретился с Юрием Алексеевичем Гагариным на XIV съезде Всесоюзного комсомола в апреле 1962 года, во второй раз чуть позже – во время VIII Всемирного фестиваля молодежи и студентов в г. Хельсинки, и в третий раз – в январе 1964 года в г. Москве.

В XIV съезде ВЛКСМ, который проходил в Москве с 16 по 20 апреля 1962 года, принял участие более 6 тысяч представителей молодежи со всего Советского Союза. От Казахстана на съезд избирается более 180 делегатов. В состав казахстанской делегации также входит Нурсултан Назарбаев, который будет избран кандидатом в члены ЦК ВЛКСМ.

С особой душевной теплотой о первых встречах с будущим Президентом рассказывает делегат X съезда комсомола Казахстана и XIV съезда ВЛКСМ от Актюбинской области Укетай Байжомартов:

*Рассудительный, честолобивый, энергичный и подтянутый Назарбаев уже тогда был лидером молодежи. Как к человеку, который излучает доброе, светлое, к нему тянулись все, кто был рядом. Как сейчас помню, во время XIV съезда ВЛКСМ распахнулась дверь зала и было внесено знамя комсомола, встреченное аплодисментами.*

*По широкому дворцовому проходу, чеканя по-военному шаг, крепко, по-богатырски охватив древко знамени, шел наш сверстник и современник, первый летчик-космонавт, Герой Советского Союза Юрий Гагарин. Он шел, а мы стояли и горячо хлопали ему. В зале съезда присутствовало почти шесть тысяч человек. Каждый горел желанием поближе увидеть легендарного космонавта, каждому хотелось заполучить его автограф, люди проявляли всю изобретательность, чтобы во время перерывов сфотографироваться с ним.*

*Мы с Нурсултаном Назарбаевым сидели в первых рядах. Он оборачивается ко мне и говорит: «Укетай, можешь предложить Юрию Гагарину сфотографироваться с нами?» Я по молодости, по горячности согласился, так как сам горел желанием сфотографироваться с героем эпохи. Космонавт в это время позировал перед объективами с делегатами из Белоруссии. Они окружили его плотным кольцом – не подступишься. Я немного выждал, и, когда народ отхлынул, подошел к Гагарину поближе и громко сказал: «Юра, ты поднялся в космос с казахстанской земли, с Байконура, и, думаю, наша земля так же дорога тебе, как и нам. Казахстанцы приглашают тебя сфотографироваться с нами». Юрий Гагарин оказался действительно человеком с открытой душой, общительным. «Конечно, где вы находитесь?» – спросил он и последовал за мной к нашей делегации. Вот так мы без всякого официоза сфотографировались с ним. «Ты молодец, Укетай», – поблагодарил меня тогда Нурсултан Назарбаев<sup>1</sup>.*

С 27 июля по 5 августа 1962 года Нурсултан Назарбаев в составе советской делегации от имени республиканских комсомольских организаций принимает участие во Всемирном VIII фестивале молодежи и студентов в г. Хельсинки (Финляндия). Фестиваль посетили делегации из более чем 100 стран мира. Н. А. Назарбаев вместе с советскими делегатами принимает участие в различных значимых мероприятиях фестиваля.

Вспоминая VIII фестиваль молодежи и студентов в Хельсинки, Нурсултан Назарбаев очень тепло и проникновенно рассказывает о Гагарине в своей книге «Без правых и левых»: «Во многом выручало нас присутствие в делегации Юрия Алексеевича Гагарина. Его простота и обаяние неизменно покоряли всех окружающих, а ту фантастически теплую встречу, которую ему устроили на Сенатской площади в Хельсинки, я бы назвал настоящим прорывом к сердцам, бывшими для нас долго закрытыми».

Третья встреча Нурсултана Абишевича с Юрием Гагариным связана со следующим событием. Космонавт Валерий Федорович Быковский с 14 по 19 июня 1963 года во время полета в космос на корабле «Восток-5» взял с собой в космос десять комсомольских значков. По возвращении на родину эти комсомольские значки по решению ЦК ВЛКСМ будут вручены космонавтом В. Ф. Быковским 10 молодым патриотам – передовикам производства. Вместе с десятью лучшими комсомольцами из рук космонавта комсомольский значок получает и Нурсултан Назарбаев. Этот юбилейный момент запечатлен на страницах истории.

Об этом событии сделан фоторепортаж в январе 1964 года в газете «Комсомольская правда»:

*Вернувшись на родную советскую землю, Валерий Федорович высказал пожелание передать значки, находившиеся с ними в космосе, лучшим комсомольцам, отличившимся в различных областях жизни. 15 января 1964 года Валерий Быковский по решению Центрального комитета комсомола вручил группе молодых патриотов. Значки получили начальник отдела Института математики Сибирского отделения Академии наук СССР Юрий Журавлев, мировой рекордсмен, заслуженный мастер спорта СССР Валерий Брумель, машинист экскаватора Братской ГЭС Геннадий Уваровский, бригадир шахты Донецкой области, Герой Социалистического Труда Кузьма Северинов, ленинградский фрезеровщик Роберт Малоземов, горновой Карагандинского металлургического завода Нурсултан Назарбаев, старший сержант Виктор Субботин (Московский военный округ)<sup>2</sup>.*

В 2012 году Н. А. Назарбаев передал в фонд Библиотеки Первого Президента Республики Казахстан памятную историческую реликвию – комсомольский значок, полученный от космонавта В. Ф. Быковского. На оборотной стороне знака написано «Космос» и стоит дата «14-19-VI-63 г.» – время полета космонавта В. Ф. Быковского в космос на корабле «Восток-5» с 14 по 19 июня 1963 года.

В ходе углубленного изучения истории материалов, экспонатов документов и фотографий из музейного и архивного фондов Библиотеки Елбасы мы видим, что каждый предмет является свидетелем большой истории.

Показ истории через личность в музейной экспозиции Библиотеки Елбасы обогащает ее эмоциональными оттенками, делая более увлекательной, интересной. Ежедневники, письма,

фотографии, личные вещи – все это глубоко затрагивает чувства посетителей.

Знакомство с биографией Первого Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева благодаря подлинным историческим документам не только обогащает знания учащихся, но и воспитывает казахстанский патриотизм, чувство гордости за свою историю, за свое настоящее и будущее.

В своей деятельности Библиотека особое внимание уделяет расширению направлений музейной педагогики в рамках исследования феномена лидерства Первого Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева. С этой целью разработана научно-образовательная программа «Наследие Елбасы: созидательно-творческие идеи и стратегические инициативы». В рамках научно-образовательной программы разработан элективный курс «Елбасытану» на основе материалов, собранных в результате научно-поисковой и исследовательской работы. Целью курса является воспитание у школьников самостоятельного исторического мышления, пропаганда личностного и политического кредо Первого Президента среди подрастающего поколения.

В трудные январские дни Н. А. Назарбаев в очередной раз проявил дальновидность, передав председательство в Совете Безопасности действующему Президенту Республики Казахстан К. К. Токаеву, призывая повсеместно поддержать Главу государства.

Важной воспитательной задачей современного общества является воспитание патриотов своей страны, граждан правового, демократического государства, обладающих высокой нравственностью и проявляющих национальную и религиозную терпимость, уважительное отношение к языкам, традициям и культуре других народов.

Поэтому именно формирование патриотизма через повышение интереса к истории своей родины, развитие сознательного и уважительного отношения к прошлому, культуре остается на сегодняшний день одной из актуальных задач.

<sup>1</sup> Встречи с будущим президентом. [Электронный ресурс]. URL: <https://avestnik.kz/vstrechi-s-budushchim-prezidentom/> (дата обращения 11.03.2022).

<sup>2</sup> Газета «Комсомольская правда». 16 января 1964 года.

## А. А. Оспанова

### ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ РАБОТА БИБЛИОТЕКИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН – ЕЛБАСЫ

В 2021 году исполнилось 30 лет независимости нашей страны. Президент Республики Казахстан К. К. Токаев в своей статье «Независимость превыше всего» отметил: «Это важная веха, знаменующая собой возрождение казахской государственности и обретение свободы, мечты о которой лелеяли многие поколения наших предков. По меркам истории 30 лет – всего лишь мгновение. Однако для многих народов этот период вместил в себя целую эпоху, наполненную трудностями и победами, кризисами и достижениями. Мы тоже проходим через это».

За 30 лет мы заложили основы страны и укрепили границы. В обращение вошла национальная валюта – тенге. Были созданы Вооруженные Силы. Принята Конституция Республики Казахстан. Строительство новой столицы принесло стране всемирную известность. Благодаря программе «Болашак» наша молодежь имеет возможность учиться за границей. В трудное время, когда был поднят вопрос о сохранении государственности, Н. Назарбаев, проявив политическую мудрость и стратегическую дальновидность, не только взял на себя ответственность за будущее страны, но и сыграл ключевую роль в создании казахстанской модели государственного строительства, а также заложил идеологическую основу Нового Казахстанского Патриотизма – Мәңгілік Ел. Доказательством этому стали январские события в Казахстане.

Все эти достижения должны быть широко разъяснены в системе «детский сад – школа – колледж – вуз», чтобы подрастающее поколение научилось любить свой город, страну и край. Формирование исторических знаний у детей и подростков, уважение к нашему культурному наследию и воспитание чувства любви к Родине осуществляется на каждом уроке и мероприятии, проводимом в Библиотеке Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы.

Библиотека Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы выполняет функции библиотеки, архива, музея, культурно-просветительского и исследовательского центра. Научная и просветительская деятельность Библиотеки Елбасы осуществляется посредством проектной деятельности, направленной на внедрение

инновационных методов популяризации истории независимости Казахстана и роли Президента в ее развитии.

Научно-образовательная программа состоит из 7 проектов, освещающих историю становления независимого Казахстана, отражающих роль Первого Президента в становлении государства, конституционного строя и партийно-политической системы. Особенность научно-просветительской работы состоит в том, что она напрямую связана с фондом библиотеки, в частности с архивными, библиотечными и музейными коллекциями.

В этом году Научно-образовательная программа была обновлена. В нее вошли новые проекты:

- «Наследие Елбасы: созидательно-творческие идеи и стратегические инициативы»;
- «Духовное возрождение: традиции и инновации»;
- «Атамекен/Малая Родина».

Целью проекта «Наследие Елбасы: созидательно-творческие идеи и стратегические инициативы» является объективное, всестороннее изучение наследия Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы, а также продвижение стратегических инициатив и творческих идей Н. Назарбаева.

В рамках этого проекта в прошлом году среди учащихся общеобразовательных школ республики был проведен конкурс на лучший исследовательский проект «Независимый Казахстан и Президент». В конкурсе приняли участие около 600 школьников со всей страны. Тематика их работ была разнообразной: история становления и развития независимого Казахстана, казахстанский патриотизм, роль Первого Президента Республики Казахстан в становлении столицы, роль подрастающего поколения в постковидном мире, образование, социальные институты, наука и экономика.

Конкурс научных проектов стал основой для изучения учащимися истории своей страны, развития у них творческого потенциала и воспитания чувства патриотизма.

Патриотизм должен воспитываться с раннего детства. Ведь в этом возрасте дети наиболее восприимчивы к духовно-нравственному развитию и гражданскому воспитанию. Патриотические качества, приобретенные в раннем возрасте, являются основой формирования мировоззрения в подростковом возрасте. При этом патриотизм как личностное качество должен формироваться не только в рамках школы, но и в высшей школе.



Согласно «Концепции воспитания в системе непрерывного образования Республики Казахстан», *все субъекты воспитательного процесса должны направить свои усилия на решение задачи воспитания подрастающего поколения.* Воспитание как первостепенный приоритет в образовании является органичной составляющей музейно-педагогической деятельности Библиотеки Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы. Осуществляется научно-методическое обеспечение воспитательного процесса: разработаны и внедряются авторские программы (лекции, уроки-экскурсии, музейные уроки, уроки-праздники и т. д.), нацеленные на формирование ценностных ориентиров, служащих эталоном, идеалом для всех людей, одобряемых и разделяемых в казахстанском обществе представлений о том, что такое добро, справедливость, патриотизм.

Программная статья Первого Президента «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» направлена на развитие «малой родины», вовлечение граждан в развитие родного края, а также на решение социальных проблем. Во все времена фундаментом национальной идентичности являлась родная земля, которая формировала вокруг себя традиции и культуру всех этносов, проживающих на ней. Такое сакральное чувство, как любовь к родине, подвигает на новые достижения практически во всех сферах жизнедеятельности. Именно в раннем возрасте закладываются позиции самостоятельности, активности, инициативности в поиске ответов на вопросы, систематизации информации, использования полученных знаний, умений и навыков в играх и практической деятельности. Такую возможность дает проект «Атамекен», позволяющий расширить образовательное пространство, дать возможность развития творческого, познавательного мышления ребенка. Слово «Атамекен» в переводе со всех тюркских языков означает «земля предков». Основная идея проекта «Атамекен» – это приобщение детей младшего школьного возраста к культуре родного края и формирование у них системных знаний по истории и культуре родного края, воспитание чувства любви к своей малой родине, гордости за нее как в школе, так и семье. Эта работа поможет заложить основы патриотизма для дальнейшего развития младших школьников. Следовательно, для воспитания патриотизма необходимо поощрять в учениках интерес к своей стране, своему этносу, родному краю, их культуре, истории и наследию.

Цель проекта «Атамекен» – формировать у детей любовь к своей Родине, воспитывать чувство патриотизма, способствовать развитию самостоятельного мышления у детей, способности принимать решения, искать ответы, планировать, предвидеть результат и учиться сотрудничать с другими людьми.

Работа с детьми дошкольного возраста является приоритетом Библиотеки Елбасы. Представленная в рамках проекта азбука-путеводитель «Музей и дети» пользуется большим спросом в детских садах столицы. Кроме того, уникальным событием стал ежегодный детский праздник «С Днем рождения, столица!»

Кто любит свой край, тот любит свою страну. Основной целью программы «Туған жер» является приобщение казахстанцев к истории своего города, края, культуре, традициям и быту, к чувству истинного патриотизма, объединяющего в себе систему нравственных чувств: честь и долг, любовь к Отечеству и гордость за него.

Одним из средств патриотического воспитания детей и молодежи является краеведение, в рамках которого проходит их знакомство с археологическими памятниками и прошлой историей родного края. Важную роль в этом направлении играют музеи. Каждый молодой человек, посещающий музей, открывает здесь для себя историю родного края, узнает, какие артефакты есть на его малой родине – в родном краю, а также, какое значение они имеют в жизни.

В связи с этим целью обновленного проекта «Духовное возрождение: традиции и инновации» является формирование национального патриотизма через стремление к прогрессу при сохранении традиций наших предков.

Музейный фонд библиотеки используется при проведении экскурсионных занятий. Так, в залах музея были организованы мастер-классы на темы «Избирательная система в Республике Казахстан», «Казахстан – космическая гавань», «Институт батырства: традиции, статус и вооружение», «Олимпийские чемпионы Казахстана», «Мой музейный урок», «Столица – город мира».

В рамках программы «Туған жер» каждый желающий мог участвовать в мастер-классе. В дальнейшем музейные уроки вошли в методические рекомендации, адресованные как ученикам, так и учителям.

Одним из видов деятельности в музейной педагогике для детской аудитории, требующим всестороннего поиска и компетентности, является дискуссионный клуб. Иными словами, дебаты.

Дебаты – интеллектуальная игра, которая выявляет талантливых учащихся и студентов, формирует их будущие лидерские качества, учит объективно оценивать проблему с разных точек зрения, воспитывает патриотов общества, способных сделать правильные выводы. Вообще, если заглянуть в страницы истории, то история дебатов и публичных выступлений начинается в далеком прошлом. В казахстанском обществе судьи владели навыками ораторской речи. Таким образом, они аргументированно доказывали свою позицию, видели ценность в конкуренции идей и тем самым завоевывали уважение у народа.

Именно поэтому важно было создать дискуссионный клуб «Акикат»/«Истина» в рамках научно-образовательной программы Библиотеки Елбасы. Основная цель дискуссионного клуба – научить молодежь навыкам критического мышления и умению самостоятельно решать проблемы и доходить до истины посредством анализа актуальных вопросов истории независимого Казахстана. На церемонии открытия клуба учителя и учащиеся школ №№ 4, 51, 53 провели дискуссию на тему «Влияет ли учитель на формирование лидерских качеств у ученика?» В ходе обсуждения обе группы раскрыли смысл слова «лидер» и определили роль учителя в его личностном развитии. Учащиеся, участвовавшие в презентации, отметили, что участие учителей в обсуждении сделало игру важной и интересной. Кроме того, клубом был проведен ряд уроков, основанных на методе дебатов.

Стало доброй традицией проводить ежегодный городской дебатный турнир. Во время проведения дебатов участниками рассматривались общественные вопросы, такие как механизм избрания акимов в стране, развитие национальной культуры в эпоху глобализации, рост числа женщин, участвующих в политике, выплата пенсий, а также определялись пути решения этих вопросов. Студенты вузов и представители общественных организаций, судившие дебаты, отметили, что старшеклассники и студенты колледжей обладали высоким уровнем подготовки.

Турнир стал диалоговой площадкой, создающей предпосылки для конструктивного взаимодействия, генерации идей и концентрации студентов по актуальным вопросам общественной жизни. Эта тенденция сохранится и в будущем.

Основная цель музейных уроков – способствовать развитию личности с помощью музейных средств. В связи с этим был

организован парад исторических сцен «Свобода моей страны – независимость», посвященный 30-летию независимости страны. Участие в этом мероприятии приняли учителя и учащиеся столичных школ. Главной идеей мероприятия стал обзор истории на основе статьи Н. Назарбаева «Семь граней Великой степи».

Нурсултан Назарбаев в своей статье «Уроки независимости» писал: «Мудрые предки не только уберегли себя от исчезновения, но, передавая из поколения в поколение как бесценное наследие, сохранили свои благородные традиции, свой созидательный, щедрый и свободолюбивый дух, свой чистый и выразительный язык, свою прекрасную и самобытную музыку, искусство и литературу. И корни, и история, и мощь нашей страны, где сегодня в мире и согласии вместе живут представители многих этносов, берут свое начало от Великой степи, а потому быть сыновьями и дочерьми такого народа – безграничное счастье, выпавшее на долю каждого казахстанца».

В своей статье «Независимость превыше всего» Президент Республики Казахстан К. К. Токаев подчеркнул: «Независимость государства – это не просто декларация. Построение подлинной Независимости – это каждодневный кропотливый труд, выверенная и последовательная политика. Мы сохранимся как нация в глобальном мире, только имея сильное и независимое государство. Мы должны твердо придерживаться этой непреходящей истины. „Независимость превыше всего!“ – эти слова должны стать нашим девизом».

В этой связи инсценировки, представленные на историческом вечере «Страницы Независимости», заставляют нас оглядываться назад и анализировать нашу историю, показывают роль важных событий и личностей в многовековой истории казахского народа. Это мероприятие произвело неизгладимое впечатление на педагогов и учащихся, принявших участие в этом спектакле.

Великий сын казахского народа Алихан Букейханов говорил: «Служение нации зависит не столько от знаний, сколько от характера». Мы должны работать вместе для дальнейшего укрепления нашей священной независимости, чтобы мероприятия, проводимые в школе и вне школы, способствовали воспитанию подрастающего поколения достойными гражданами нашей страны.

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ МУЗЕЙНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ  
КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ (COVID-19)

Рассматривая организационно-правовое регулирование в музейной сфере с позиции юриста, необходимо сказать о роли государственного управления музейной сферы и государственной поддержки отечественных музеев в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

Государственное управление сферой культуры осуществляют органы государственной власти. Специализированное государственное управление в сфере культуры реализует Министерство культуры Российской Федерации. Оно уполномочено регулировать своими нормативно-правовыми актами деятельность музеев в Российской Федерации, что определяет правовую основу деятельности в музейной сфере.

В условиях реальной угрозы распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) с целью сохранения здоровья посетителей в правовом поле появились «Рекомендации по проведению профилактических мероприятий по предупреждению распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) в музеях, музеях-заповедниках, дворцово-парковых музеях МР 3.1/2.1. 0194-20»<sup>1</sup>, утвержденные Руководителем Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации А. Ю. Поповой 10 июня 2020 года (с изменениями на 17 августа 2020 года). Во исполнение Рекомендаций музеи организовали свою деятельность на основе разрабатываемых Административных регламентов «Организации музейного обслуживания населения», и установили возможные сроки постепенного снятия ограничительных мер с максимально детальной проработкой. Необходимые непопулярные меры были введены в работе музеев с посетителями. До окончания пандемии коронавируса музейное сообщество вынуждено ограничить число посетителей, производить обязательную дезинфекцию и т. д.

Важным направлением деятельности государственных ведомств в сфере искусств в период пандемии стало обеспечение

доступа к объектам культуры в условиях «новой нормальности», что придало импульс активному развитию цифровизации данной сферы, формированию и обновлению культурной онлайн-среды. Музеи создают виртуальные туры и расширяют доступ к электронным версиям книг. Подтверждением является то, что уже с развитием Интернета выявилась потребность в выработке и реализации новой стратегии развития коммуникационной политики музеев<sup>2</sup>.

В первые же дни пандемии музеи России остановили прием посетителей, отправили своих сотрудников на удаленную работу. Это был серьезный вызов. Однако музейное сообщество в кратчайшие сроки смогло мобилизоваться. Одним из выходов стала работа в виртуальном пространстве. Появилась необходимость искать новые способы взаимодействия с аудиторией, многие музеи были вынуждены разрабатывать совершенно новые подходы и методики, причем в максимально сжатые сроки. Большинство музеев перевели запланированные мероприятия и образовательные программы в онлайн-режим: в социальные сети, на сайт, на порталы партнеров или специализированные платформы. Причем сделано это было очень оперативно и абсолютно бесплатно для посетителей.

Новый формат взаимодействия оказался чрезвычайно востребованным, и статистика подтверждает это. Так, зафиксирован существенный рост вовлеченности в размещенные в социальных сетях музейные проекты, в отдельных случаях – до 330%. Появился новый тип экскурсий, представляющий собой целые серии научно-познавательных фильмов. В такой же форме создано большое количество мастер-классов и иных обучающих программ. Нарядом с хорошим опытом проведения конкурсов, викторин и фестивалей в виртуальном режиме<sup>3</sup>.

Прекратив прием посетителей и перейдя на удаленный режим работы, музеи, естественно, потеряли часть финансирования – как того, которое они получали за счет продажи билетов и сопутствующих товаров, так и в виде спонсорских пожертвований. В случае государственных и муниципальных музеев это негативное последствие решается прежде всего соответствующим уменьшением государственного задания. Если же потери таким способом не компенсируются, имеется механизм дополнительного финансирования, в первую очередь касающийся, конечно, сохранения фонда

оплаты труда сотрудников музеев. Для частных и корпоративных музеев эта ситуация оказалась более сложной, но и для этой важной и быстро растущей категории музеев государство разрабатывает различные системы поддержки.

Также возник вопрос реализации трудового законодательства в вопросе ограничения или отстранения от трудовой деятельности дежурных в выставочных залах, сотрудников старше 60 лет и работников гардероба, которые физически контактируют с посетителями.

Нам видится необходимым сделать ставку на самые яркие проекты, отказавшись от всего, что сегодня не приоритетно и приводит к излишним затратам. Вызывает озабоченность и неравномерная наполняемость экспозиционных залов. Полагаем целесообразным пойти на введение двухчасовых сеансов для групп не более 20–25 человек по билетам, приобретенным в режиме онлайн. Таким образом, допустимое число посетителей будет формироваться в соответствии с возможностями помещения, исходя из требования о соблюдении дистанции. Закрытие музеев из-за пандемии представляет собой серьезный вызов с точки зрения доступа к культурным ценностям со стороны общества. Согласно исследованию ЮНЕСКО и Международного совета музеев, более 10% музеев может никогда не открыться вновь после окончания пандемии.

Нельзя не сказать и о работе музейных сотрудников отделов фондов. Они отвечают за те или иные коллекции, следят за сохранностью предметов, проверяют температурный режим в залах и фондовых помещениях. К сожалению, зачастую работа с коллекцией остается без должного внимания, на нее попросту не хватает времени. Самоизоляция и последующие ограничения – период, когда музеи были закрыты для посетителей, – предоставили сотрудникам музеев хорошую возможность заполнить те пробелы, которые накопились в этом направлении. Была проведена значительная работа по систематизации и инвентаризации коллекций, определены предметы, нуждающиеся в реставрации, составлены новые планы экспозиционной деятельности, осуществлено и опубликовано большое количество научных исследований.

В заключение стоит отметить, что в условиях пандемии музеями были сформированы и реализованы разнообразные формы решения задач музейной деятельности. Как отмечает руководитель

Союза музеев России М. Б. Пиотровский, в условиях мировой пандемии доступность «временного перехода online большой плюс для музейной деятельности и вполне соответствует духу времени»<sup>4</sup>.

Мы получили возможность задуматься об истинной роли и значении музейной деятельности не с точки зрения определения как «услуги», а с позиции осуществления важнейшей государственной функции – сохранения культурного наследия народов России, основы их самоидентификации, базиса независимости и целостности общества и страны.

- <sup>1</sup> Методические рекомендации по проведению профилактических мероприятий по предупреждению распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) в музеях, музеях-заповедниках, дворцово-парковых музеях № МР 3.1/2.1. 0194-20 (с изменениями на 17 августа 2020 года).
- <sup>2</sup> Саркисова Е. Г. Коммуникационная практика музеев в период пандемии // Электронный культурологический журнал. 2020. № 4 (42).
- <sup>3</sup> Шолохов А. Как музеи России пережили пандемию коронавируса. [Электронный ресурс]. (Дата обращения 24.10.21).
- <sup>4</sup> Пиотровский М. Б. Музеи противопоставят пандемии виртуальную действительность. [Электронный ресурс]. (Дата обращения 25.10.21).



**КУЛЬТУРНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ МАРШРУТЫ  
ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ФАКТОР  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

2021 год объявлен Президентом страны Годом культурного наследия народов России. На самом высоком уровне прозвучали призывы к укреплению «духовных скреп», сохранению традиционных для российской культуры ценностей. Увеличилась государственная поддержка сферы культуры в области сохранения объектов культурного наследия.

Сфера культуры и туризма занимает значительную долю в экономике государства. Развивается внутренний туризм, увеличивается внутренний туристический поток. Как следствие этого процесса происходит развитие бизнес-среды, расширение рынка труда, сферы обслуживания, транспортной и туристической инфраструктуры, увеличивается потребность в трудовых ресурсах, необходимых для смежных отраслей экономики.

Развитие культурного туризма оказывает влияние на экономику регионов. В Ленинградской области, по данным статистических исследований, за 2021 год туристический поток увеличился по сравнению с показателями предыдущих лет и составил более четырех миллионов человек, тем самым обогнав по показателям период до пандемии. Это свидетельствует об эффективности развития внутреннего туризма, о наличии интереса у туристов к уникальным природно-географическим и культурно-историческим особенностям региона.

На сегодняшний день в Ленинградской области насчитывается более четырех с половиной тысяч объектов культурного наследия. Среди них – памятники истории и культуры: крепости, усадьбы, объекты деревянного зодчества, мемориалы Великой Отечественной войны, церкви и монастыри.

Для обеспечения устойчивого развития туристической отрасли разрабатываются стратегии, программы и проекты, направленные на решение существующих проблем и задач.

На территории региона успешно реализуются проекты культурного туризма «Серебряное ожерелье России», «Русские усадьбы», «Жизнь замечательных людей», «Государева дорога» и другие.

Маршруты этих проектов проходят в исторических городах, областных центрах, крупных населенных пунктах и включают в себя посещение историко-краеведческих музеев.

Так, в проект «Серебряное ожерелье России», созданный по инициативе Министерства культуры Российской Федерации при поддержке Федерального агентства по туризму, входит двенадцать тематических маршрутов, охватывающих ключевые достопримечательности, места традиционного бытования народных художественных промыслов и ремесел, древние исторические города, областные центры, в которых сохранились уникальные памятники истории и культуры.

В регионе традиционным становится проведение всероссийских культурно-просветительских мероприятий, организованных Министерством культуры Российской Федерации. В рамках проекта по празднованию юбилеев выдающихся исторических личностей в ноябре 2021 года в городе Выборге прошло выставочное мероприятие, посвященное празднованию 350-летия со дня рождения Петра I. В целях популяризации петровских городов России, содействия сохранению и распространению культурного, научного, военно-исторического наследия Петра I в Выборгском объединенном музее-заповеднике в здании Цейхгауза открылась выставка «Царь и море», отражающая путь Петра I к воплощению мечты о первом русском регулярном военном флоте.

Важным аспектом социально-экономического развития региона становится создание новых общественных пространств, памятников выдающимся личностям, формирование комфортной городской среды и благоустройство территорий поселений.

К 800-летию святого великого благоверного князя Александра Невского в декабре 2021 года состоялось открытие мемориального комплекса «Молитва перед боем», посвященного Александру Невскому, в селе Никольское Тосненского района Ленинградской области. Комплекс установили в память о защитниках земли русской на месте, где, по преданию, Александр Невский молился перед Невской битвой. Согласно проекту, разработанному по инициативе Российского военно-исторического общества, парк вокруг памятника выполнен в форме православного креста. Памятник великому князю Александру Невскому занимает в нем центральное место.

Стратегическим ресурсом развития территории являются историко-краеведческие музеи, которые включены в культурные

маршруты региона. Это культурные центры городских сообществ и поселений, способствуют развитию экономики, созданию новых рабочих мест, развитию туристической инфраструктуры.

В Ленинградской области насчитывается 35 государственных музеев, часть из которых расположены в старинных зданиях и усадебных комплексах, являющихся памятниками истории и культуры.

В рамках программы «Развитие культуры в Ленинградской области» осуществляются работы по сохранению объектов культурного наследия. В регион привлекаются профессиональные кадры, профильные специалисты, эксперты, высококвалифицированные реставраторы и проектировщики.

В 2021 году культурное пространство региона пополнилось новыми объектами, были завершены крупномасштабные реставрационные работы в музейных учреждениях Ленинградской области.

В декабре 2021 года в государственном мемориальном доме-музее Н. А. Римского-Корсакова в г. Тихвине открылась первая после завершения реставрации выставка «Хранитель памяти. Дом Н. А. Римского-Корсакова». На выставке представлены фотографии, рассказывающие об истории дома и музея, а также снимки, материалы и артефакты, связанные с этапами реставрации. Но главный экспонат музея – дом, памятник культурного наследия, который является одной из самых известных усадеб первой половины XIX века. Пространство дома максимально открыто для посетителей. На выставке можно увидеть исторические обои, белый дубовый паркет начала XIX века, печи, лепнину и потайную дверь-шкафчик.

После проведения ремонтных работ в декабре 2021 года для посетителей открылась Копорская крепость. На территории Копорья были проведены масштабные противоаварийные работы: выполнена временная кровля Северной и Южной башен и прясла приворотного комплекса, усилены арочные пролеты въездного моста, выполнен настил и установлено ограждение. Для проведения работ по воссозданию части кладки стены «волчьей ямы» реставраторами был вывешен крайний пролет моста.

В отреставрированных залах Цейхгауза Выборгского замка в декабре 2021 года состоялось открытие выставки о подводной археологии, организованной совместно с Музеем Мирового океана.

На ней представлены фотографии, сделанные во время подводной экспедиции к затонувшим шведским кораблям, погибшим в Выборгском сражении.

Музеи Ленинградской области присоединились к участию в реализации крупномасштабного социального проекта «Пушкинская карта». Программа предоставляет посетителям в возрасте от 14 до 22 лет возможность доступа в музеи региона, на концерты, экскурсии, театральные представления по электронному приложению.

Влияние культурного туризма на экономику региона отмечается воздействием на другие области экономики: на транспортную инфраструктуру (разрабатываются новые транспортные маршруты, улучшается качество и безопасность перемещений), развиваются сети коллективных средств размещения (отелей, пансионатов, баз отдыха, гостевых домов), создаются новые объекты общественного питания и торговли (для реализации сувенирной продукции и изделий народно-художественных промыслов), изменяется индустрия развлечений (формируются новые туристические продукты), происходят изменения в сфере страхования, банковских и информационных услуг.

Принимая во внимание важную роль культурного туризма как драйвера социально-экономического и социокультурного развития региона, в Ленинградской области проводится эффективная политика в сфере культуры и туризма, способствующая успешному продвижению региона, сохранению его культурного наследия и созданию привлекательного имиджа Ленинградской области как края с многогранной историей и богатым культурным потенциалом.

## РАЗРАБОТКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ В МУЗЕЕ

По мнению историков, обычай дарить родным и близким обереги, а также стремление людей, побывавших в других странах, привезти что-то диковинное и памятное трансформировались в современную традицию приобретать в путешествиях сувениры. По сути, сувенир – предмет, вызывающий определенные ассоциации и при взгляде на который всплывают воспоминания о событиях, связанных с его приобретением.

Практически каждому из нас случалось находиться в поисках интересного сувенира, чтобы оставить на память частичку воспоминаний и впечатлений от посещаемого нами места. Сегодня специализированные магазины, ориентированные на туристов, предлагают большой ассортимент сувенирной продукции. Но зачастую это небольшие вещи, которые не несут в себе практической функции, а лишь являются напоминанием о путешествии. Культурные организации, в том числе музеи, также предлагают своим посетителям возможность увезти с собой памятный подарок для себя и друзей.

За последние несколько лет в Музее изобразительных искусств Республики Карелия была проведена большая работа по разработке сувенирной продукции и созданию специальной инфраструктуры для ее реализации.

В основу разработки сувенирной продукции легли несколько базовых принципов. Один из самых главных – это создание сувениров только на основе произведений из фондов музея.

Поскольку сувенирную продукцию с символикой страны, республики и города можно найти практически в любом сувенирном магазине или торговом центре, было принято решение сделать музейные сувениры уникальными, то есть использовать то, чего другие предложить не могут, а это именно предметы и произведения, хранящиеся в музее, в основном представленные в постоянной экспозиции и с которыми посетители могут познакомиться в рамках своего визита. Они максимально эстетически отражаются в определенном предмете-изделии, которое фиксирует воспоминание о посещении музея за счет максимальной привязки к принадлежащим только музею произведениям. А как выбрать

произведения, которые будут использованы в сувенирной продукции? Для этого необходимо провести небольшое исследование, периодически его повторяя для выявления динамики и изменений в предпочтениях. Во-первых, мы проводим опрос среди персонала музея, который непосредственно контактирует с посетителями. Так, у экскурсоводов и зрителей уточняем, к каким экспонатам из постоянной экспозиции подходят чаще всего, у каких произведений задерживаются, какие предметы или коллекции вызывают наибольшее количество вопросов и пр. Кассиры и администраторы рассказывают, какие сувениры спрашивают посетители (виды сувениров, которых нет в наличии в музее) и какими экспонатами они интересуются. Так создается небольшой неофициальный рейтинг музейных предметов из постоянной экспозиции музея, который будет учтен при отборе работ для изготовления сувениров. Во-вторых, мы проводим анализ продаж сувенирной продукции за последние несколько лет по позициям. Таким образом выявляются наиболее востребованные посетителями темы для изображения на изделиях и виды сувениров, а также периоды пика продаж. На основе данного анализа также формируется график заказов и поставок сувенирной продукции, чтобы в самый пиковый период она была в наличии в достаточном количестве.

Поскольку одна из главных целевых аудиторий, для которой создается сувенирное предложение, – это туристы и путешественники, приобретаемые ими изделия должны передавать местный колорит, а также историческую и культурную уникальность республики и достопримечательности, которую они посещают, – музея. Поскольку туристический сувенир – одна из неотъемлемых составляющих любого путешествия или деловой поездки, он превращается в часть культуры территории, где человек побывал. А сам путешественник, демонстрирующий привезенные с собой сувениры, становится добровольным рекламным агентом и способствует повышению популярности посещенного им объекта и его привлекательности у потенциальных туристов из числа его окружения.

В Музее изобразительных искусств Республики Карелия собрана уникальная коллекция произведений на тему карело-финского эпоса «Калевала», являющегося визитной карточкой культуры Карелии. Коллекция представлена книжной и станковой графикой известных художников Карелии, Санкт-Петербурга и Москвы.

В настоящее время она насчитывает около 700 экспонатов. В 2020–2021 годах в рамках проекта «Музеи в фокусе» Программы приграничного сотрудничества «Карелия» был разработан и открыт новый раздел постоянной экспозиции в музее – «Вселенная „Калевала“», который представил золотой фонд произведений из «калевальской» коллекции, а также является одним из брендовых туристических продуктов на территории города и республики. Поэтому сувенирное предложение в музее включает предметы, которые были созданы с использованием сюжетов произведений, представленных в новом разделе постоянной экспозиции, отражающих характерные калевальские образы, пейзажи и сюжеты. Эта линейка сувенирной продукции включает в себя не только открытки, магниты, брелоки и другие мелочи, но также футболки, толстовки, косметички, карманные зеркала, постеры, репродукции. А в рамках проекта «Музеи в фокусе» были разработаны макеты сувенирной печатной продукции: многостраничный буклет, набор открыток и книжка-раскраска на трех языках: русском, английском и китайском. Такие сувениры пользуются постоянным и неугасающим спросом не только среди местных жителей, но и среди гостей республики. И несмотря на то что у музея нет сувенирного интернет-магазина, часто поступают запросы на приобретение сувенирной продукции не только от жителей других регионов России, но и из-за границы.

В настоящее время магазины предлагают широкий ассортимент сувенирной продукции, который позволяет путешественнику выбрать именно то изделие или предмет, который полностью соответствует его финансовым возможностям, вкусам, интересам и предпочтениям. Но в большинстве случаев это открытки, магниты, сувенирные тарелочки, календари, значки и брелоки, ведь сам по себе статус сувенира подразумевает, что это небольшой и недорогой предмет или безделушка. Но нужно понимать, что с годами сувенир стал менять свое предназначение, следуя новым предпочтениям путешественника. Если в прошлом вышеперечисленные категории сувениров вполне удовлетворяли потребности туриста, то сейчас большое значение приобрела практическая сторона изделия, поскольку путешественники не хотят вручать своим близким подарки «для галочки», а для себя привозить то, что через определенное время отправится в мусорную корзину. Поэтому появляются сувениры не только действительно запоминающиеся

и необычные, но и практически полезные, часто используемые в обиходе. К ним можно отнести прихватки, сумки-шопперы, косметички, карманные зеркала, футболки, толстовки и многое другое. Несколько лет назад в музее появилась линейка сувениров, включающая шейные платки, выполненные на основе сюжетов произведений из фондов музея. Шейный шелковый платок часто используется для того, чтобы дополнить или изменить внешний облик, поэтому такой аксессуар-сувенир популярен у посетителей. При разработке их дизайна обращались не только к сюжетам картин, но и к элементам декора предметов. Например, был создан дизайн-макет шейного платка с изображением деталей орнамента рубеля, украшающего постоянную экспозицию нашего музея. Рубель поморского села Шижня имеет резные орнаменты – соляные знаки, окрашенные в белые, красные, желтые и синие цвета, и их векторная адаптация стала основой для разработки макета шейного платка.

Для более юной аудитории была разработана игра «мемори», на карточки которой поместили изображения произведений, представленных во всех разделах постоянной экспозиции музея. Таким образом, тренируя память, дети могут познакомиться с экспонатами музея, запомнить имена художников и их работы.

Среди детей пользуется популярностью и прорись-раскраска, основанная на коллекции старинных карельских икон и разработанная в рамках проекта «Читаем северные письма», который реализовывался в партнерстве с православной церковью и муниципальными музеями из районов Карелии, при финансовой поддержке Фонда «Соработничество» в рамках международного грантового конкурса «Православная инициатива 2018». Все привыкли встречать в магазинах обычные детские книжки-раскраски, но прориси-раскраски в ассортименте отсутствуют. Прорись – это контурный рисунок, сделанный с оригинала кистью через кальку и нанесенный на подготовленную иконную доску. Далее иконописец наносит цвета темперными красками, смешивая их с яичным желтком, а в самом конце работы покрывает икону олифой. В музее было выполнено начало этой работы – с икон был снят рисунок и переведен на бумагу. Сложность представляли утраченные фрагменты икон, которые пришлось восстанавливать. Также необходимо было учитывать, что не ко всем святым образам можно притрагиваться в раскраске, поэтому в ней изображены фрагменты икон.



Изображения самих икон представлены на отдельных страницах и сопровождаются исчерпывающей информацией, указаны время (от XVI до конца XIX века) и место (практически все районы Республики Карелия: Пудожский, Беломорский, Кондопожский, Олонецкий, Медвежьегорский) их создания. Данная книга-раскраска не только интересна детям, но и полезна взрослым, интересующимся иконописью. Она может рассматриваться также как отдельное методическое пособие для учителей изобразительного искусства, истории, основ религиозной культуры, для факультативных занятий и специальных музейных программ.

И конечно, с учетом последних событий в мире, связанных с распространением коронавирусной инфекции, музей разработал линейку сувенирных масок с принтами по мотивам графических работ из коллекции, посвященной эпосу «Калевала».

Как показала практика, наличие ассортимента сувенирной продукции в музее, даже уникальной, не гарантирует стабильный потребительский спрос. Здесь важна и инфраструктура реализации сувенирной продукции, ее выкладка. Ввиду ограниченных площадей в музее пока нет возможности сделать отдельный сувенирный магазин и для демонстрации продукции используются специальные витрины и полки, расположенные в фойе музея. В 2020 году в рамках модернизации входного пространства музея по проекту «Музеи в фокусе» был сделан особый акцент на этих зонах. Перед командой дизайнеров, занимавшейся оформлением и модернизацией клиентских зон в фойе музея, была поставлена задача: выделить места реализации сувениров. В итоге место выкладки и продажи сувенирной продукции не просто обозначено специальным маркером на стене (пространство сверху витрины на стене приспособлено для размещения обозначения «сувениры» на трех языках: русском, английском и китайском), но и сами витрины и полки превратились в эффектные экспонаты, в которых использованы элементы фирменного стиля музея. В больших супермаркетах разработка дизайна и создание витрины, как и сама выкладка товара, возведены в ранг науки. Команда проекта «Музеи в фокусе» совместно с дизайнерами взяла на вооружение эту «науку» и претворила свои идеи в жизнь, но в своем исключительном и эстетичном ключе. Новое сувенирное оборудование разработано таким образом, чтобы были видны все преимущества реализуемой продукции. Были использованы широкие

полки, оснащенные светодиодной подсветкой, позволяющей выгодно презентовать сувенирную продукцию и обратить внимание клиента на ее достоинства. Теперь посетители часто задерживают свой взгляд на привлекательных витринах, останавливаются полюбоваться, а иногда и сфотографироваться с понравившейся вещью, выставленной в витрине.

Витрина, по сути, стала визуальным магнитом, который привлекает внимание посетителя. Но помимо этого при разработке сувенирных модулей необходимо обратить особое внимание на следующие моменты: прочность и надежность конструкции, комфорт эксплуатации (учет особенностей реализуемой продукции, ее размеры, назначение и пр.), качественная подсветка, безопасность в использовании и хранении, применение фирменного стиля музея в оформлении.

Опыт работы по совершенствованию сувенирной продукции, разработке новых линеек музейных сувениров, а также создание специализированной инфраструктуры для ее реализации приносит свои плоды. В соответствии с проведенным анализом в динамике с 2019 года (учитывался 2019 год и 2021 год (для сравнения), поскольку в 2020 году музей был закрыт во время локдауна и в летний период для проведения ремонтных работ), доходы от продажи сувенирной продукции были увеличены практически в два раза. Основную прибыль приносит реализация дорогостоящих сувениров, хотя большой популярностью пользуются недорогие предметы (открытки, магниты, брелоки, светоотражатели и пр.).

## К ВОПРОСУ О МУЗЕЕФИКАЦИИ СЕМЕЙНЫХ ИСТОРИЙ

26 сентября 2020 года в музейном квартале Тулы открылся Центр семейной истории (ЦСИ) – структурное подразделение музея-заповедника В. Д. Поленова, основное предназначение которого – дать горожанам возможность рассказать друг другу свои персональные/ семейные истории, используя современные музейные технологии.

Инициатива родилась в 2018 году, когда руководство региона предложило четырем федеральным музеям – ГИМ, музею-заповеднику В. Д. Поленова, музею-заповеднику «Куликово поле» и музею-усадьбе Л. Н. Толстого «Ясная Поляна» – открыть филиалы в районе улиц Благовещенская и Металлистов (рядом с Тульским кремлем), сформировав таким образом музейный квартал.

Т. к. предложенная территория не связана с жизнью и творчеством В. Д. Поленова, музей принял решение создать в Туле новое направление деятельности, антропоцентричный центр, идеи которого созвучны принципам, изложенным лауреатом Нобелевской премии по литературе Орханом Памуком в статье «Мой скромный манифест для всех музеев»<sup>1</sup> – рассказывать о семьях, используя нюансы человеческих взаимоотношений.

По сути, исследовательские и музейные компетенции, сформированные в ходе нескольких десятилетий репрезентации артефактов, идей и ценностей семьи Поленовых, были предложены для творческого использования неопределенному кругу жителей Тулы. Концепцию и первую публичную программу ЦСИ разработал **Илья Осколков-Ценципер** – столичный интеллектуал, дизайнер, основатель брендов «Афиша.ру» и Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка».

Получился музей, большинство экспонатов которого приносят на время выставок горожане. Они же интерпретируют предметы, вводя их в контекст истории. «Это городское пространство для встреч, семейного времяпрепровождения, где можно попытаться понять судьбу и логику человека, живущего в одном городе с тобой» – комментирует The Art Newspaper Russia<sup>2</sup>.

Куратором первой выставки «Семейное дело» стал сооснователь и партнер Музейного бюро полного цикла Solarsense **Андрей Рымарь**.

Выставка рассказывает на примере 21 тульской семьи о принципах и методах передачи семейного дела – врачебного, духовного,

предпринимательского, ювелирного и т. д. – от поколения к поколению. Это реальные кейсы, рассказывающие о том, как люди, черпая силы из истории собственной семьи, конструируют собственное будущее. Экспонаты и сопровождающие их тексты отвечают на актуальные для каждого человека вопросы, например:

- Что такое дом?
- Что связывает людей друг с другом?
- Какими способами члены семьи поддерживают друг друга?
- Как общее дело склеивает семью, ретранслирует ее ценности во времени?

О том, как возникают династии, рассказывается в самом большом зале выставки. Символом профессиональной преемственности стали рабочие столы с реликвиями, предоставленными представителями исследуемых тульских семей: компьютерами XX века, архитектурными проектами, учебниками, книгами, спортивными наградами.

Интерактивные модули позволяют посетителю определиться с собственными ценностями, сформулировать собственную стратегию жизни и деятельности.

Музеи, посвященные частной памяти, в мире не редкость. Например, «Музей невинности» (Стамбул), Muzeum Historii Jesziwy Medrcow Lublina (Люблин), Музей Виктора Гюго (Париж), практически все именные музеи-дома, квартиры, усадьбы. ЦСИ концептуально отличается от них по трем параметрам:

1. Герои выставок постоянно меняются. И это чаще личности, не известные широкой публике.

2. Каждый житель Тулы вправе создать и презентовать экспозицию о своей семье.

3. Интерпретация – не задача куратора, а выбор посетителя.

Мы уверены, что такой методологический подход к истории позволит не только показать важность семьи как ячейки общества, но восстанавливать разорванные семейные и социальные связи.

Почему мы считаем, что это важно именно сейчас? В эпоху метамодернизма все окружающее нас становится оксюмороном. Поэтому актуальна самоидентификация, понимание самих себя, собственных мотивов и своего места в мире.

При проектировании выставок ЦСИ опирается на концепцию «новой искренности» (англ. *new sincerity*), предложенную в конце XX века **Дмитрием Приговым**<sup>3</sup>, породившую движение в искусстве, культуре и философии, направленное на уход от принципов

постмодернистской иронии и цинизма, и выдвигающую искренность в качестве основного мотива позиционирования себя.

ЦСИ старается с помощью наглядных примеров/кейсов вызвать у людей интерес к преемственности поколений, к истории повседневности, заинтересовать их практикой поиска, изучения и сохранения архивов и предметов, систематизации исторических сведений о самих себе, родных и близких.

Как оказалось, это сложная задача. Большинство горожан, как показали наши исследования, не верят в собственную значимость, самодостаточность и ценность. Мотивация причастности для них (к знаменитости, событию, явлению) зачастую важнее, чем собственное «Я». Изучать и обсуждать чужую биографию для них важнее (или проще), чем творить собственную. Поэтому мы поставили перед собою задачу хотя бы частично преломить этот тренд.

Как все это соотносится с экономикой? Культура влияет на все аспекты жизни, формируя в том числе экономическую реальность, заявляет **культуролог Даниил Дондурей**<sup>4</sup>. Уровень духовного и экономического благосостояния напрямую зависит от участия культурных институций в жизни людей. Экономисты **Луиджи Гуизо, Паола Сапиенза и Луиджи Зингалес** считают, что культура оказывает прямое воздействие на экономику, что в долгосрочной перспективе именно экономическая система и производственные отношения формируют культуру общества<sup>5</sup>.

Центр семейной истории дает возможность понять и принять, что каждый человек интересен, уникален с точки зрения знаний, навыков и компетенций – независимо от положения в общественной иерархии.

<sup>1</sup> Памук О. Мой скромный манифест для всех музеев // Новая газета. 22.04.2013. № 44. С. 11.

<sup>2</sup> Орлова М. В Тулу со своей семейной историей // The Art Newspaper Russia. 06.10.2020.

<sup>3</sup> Пригов Д. Новая искренность // Словарь терминов московской концептуальной школы. 1999.

<sup>4</sup> Национальная безопасность зависит и от культуры // Тема с Культурологом Даниилом Дондуреем. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2015/07/15/dondurey.html> (дата обращения – 05.01.2022).

<sup>5</sup> Культура и экономика. Обзор взаимосвязей // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. [Электронный ресурс]. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/2561> (дата обращения – 05.01.2022).

## И. В. Страшко

### ИНКЛЮЗИВНЫЙ ПРОЕКТ «ЦВЕТ ЗВУЧАЩИЙ» В АСТРАХАНСКОЙ КАРТИННОЙ ГАЛЕРЕЕ. НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МУЗЕЯ

Привлекательность музея для туристического потока определяется многими условиями, одно из которых – готовность культурного учреждения к принятию широкой аудитории, в том числе «особенных» посетителей. Работа с глухими и слабослышащими находится на высоком уровне во многих московских и петербургских музеях, развивается в провинциальных. К их числу примкнула и Астраханская картинная галерея, выигравшая в 2020 году грантовый конкурс «Музей 4.0» благотворительной программы «Музей без границ» Благотворительного фонда Владимира Потанина с проектом «Цвет звучащий» (руководитель Ирина Страшко). Команда проекта исходила из принципа равных возможностей для всех людей и ставила целью привлечь глухих и слабослышащих в картинную галерею – новое для них культурное, творческое, художественное пространство, с тем чтобы жизнь этих людей стала ярче, наполнилась новыми впечатлениями, событиями и возможностями. Нашими партнерами выступили региональное отделение Всероссийского общества глухих (председатель Татьяна Борисова) и школа-интернат № 3 для обучающихся с ОВЗ (директор Иван Рябов).

Началом реализации проекта стало проведение семинара-тренинга для музейных сотрудников «Музейная работа с глухими и слабослышащими посетителями». Ведущими были известные в этой области специалисты: Динара Халикова – руководитель проекта «Инклюзивный музей. Глухие и слабослышащие посетители», член президиума Российского комитета Международного совета музеев (ИКОМ России), Владислав Колесников – сурдопедагог-дефектолог, куратор программ доступности Государственного исторического музея, Александра Исаева – сурдопедагог-дефектолог, специалист по адаптации музейных программ для глухих и слабослышащих посетителей, глухой экскурсовод. Семинар был обращен к вопросам этики и принципам взаимодействия с глухими и слабослышащими посетителями, особенностям проведения для них музейных программ, физической, технологической

и цифровой доступности музеев. Полезной частью семинара стал практикум, где участники адаптировали тексты экскурсий, работали в группах по организации экскурсии для глухих и слабослышащих, разработке видеогuida на русском жестовом языке (далее – РЖЯ), созданию раздела о доступности музея на сайте и наполнению его информацией.

Хорошим методическим подспорьем стали материалы проекта «Инклюзивный музей» ИКОМ России, среди которых буклеты «Опыт работы региональных музеев с глухими и слабослышащими посетителями»<sup>1</sup>, «Глухие и слабослышащие посетители в музее»<sup>2</sup>, обучающие видеоролики и вебинары. Познакомиться с особенностями и проблемами глухих и слабослышащих помогли статьи Н. В. Большакова о проблемах глухих и слабослышащих людей<sup>3</sup>, И. Н. Бухтияровой<sup>4</sup> о роли информационных технологий в развитии инклюзивного общества, Ю. Ф. Шамсутдиновой<sup>5</sup> о коммуникации слышащих и глухих.

Деятельность проекта охватила два объемных направления: работу с разновозрастной аудиторией и обустройство музейного пространства под нужды глухих и слабослышащих посетителей.

Для большинства посетителей встреча с картинной галереей произошла впервые. Было важно, чтобы первое посещение не стало последним и галерея превратилась в место общения, которого не хватает глухим и слабослышащим, причем общения на тему искусства.

Взрослым посетителям были предложены экскурсии, творческие встречи с художниками, а также школа глухого экскурсовода. Детям – музейные занятия с экскурсией и творческой практикой.

Раз в месяц проводились экскурсии по экспозиции русского искусства и временным выставкам. В 2021 году на экскурсиях побывало более 80 человек. Текст экскурсий адаптировался с учетом особенностей восприятия глухих и грамматики РЖЯ. В анкетах посетители отмечали, что экскурсии вызывали положительные эмоции и желание прийти в музей снова. Встреча не завершалась последним словом экскурсовода, а продолжалась вопросами, общением друг с другом, обсуждением экспонатов.

Картинная галерея – художественный музей. Одна из характерных форм его работы – организация творческих встреч с художниками. Команда проекта решила опробовать эту форму работы и для глухих посетителей. Были проведены четыре творческие

встречи. Аудитория была разновозрастной: от двенадцати до семидесяти пяти лет. Такое единение поколений на основе общей деятельности в музее является крайне важным. В итоге из этих работ и детских рисунков была организована выставка «Цвет звучащий. Рисунки взрослых и детей», торжественно открывшаяся в картинной галерее в сентябре 2021 года. Выставка позволила участникам проекта почувствовать свою социальную значимость и продемонстрировать свои творческие достижения.

Экскурсии, творческие встречи проходили на двух языках – русском устном и русском жестовом, при обязательном участии переводчика. Работа переводчика чрезвычайно трудна и объемна. Как возможно обойтись без переводчика? Только в случае, если есть глухие экскурсоводы. Так появилась школа глухого экскурсовода. Именно школа экскурсовода оказалась самым проблемным моментом в реализации проекта: возникали вопросы бытового и личностного характера, из-за пандемии не смогли принять участие желающие в возрасте старше 65 лет. Прошло два месяца, прежде чем была организована устойчивая группа из четырех человек. Постепенно устанавливалась и оптимальная методика проведения занятий. Первое публичное мероприятие «Арт-этюды» глухие экскурсоводы подготовили к акции «Ночь музеев – 2021»: для глухих и слабослышающих посетителей был создан рассказ об избранных экспонатах основной экспозиции русского искусства. Подготовка проходила в течение четырех недель, занятия были групповые и индивидуальные. Результат был значительным: на мероприятие пришли 30 человек, причем разных возрастов, особенно ценно было то, что большинство оказалось в галерее впервые. Мини-экскурсии были прослушаны чрезвычайно внимательно, задавались вопросы, многие посетители записали рассказы экскурсоводов на мобильные устройства. После завершения глухие и слабослышающие остались в залах, чтобы пообщаться, обсудить увиденное, задать экскурсоводам вопросы о других произведениях. Этой акцией работа школы экскурсоводов не ограничилась, занятия проводились и далее. В августе прошла защита обзорных экскурсий по основной экспозиции. В принципе, глухие экскурсоводы готовы работать как с астраханцами, так и с гостями нашего региона, что повысит привлекательность музея среди посетителей и даст возможность привлечь дополнительные материальные средства. Планируется регулярно размещать на сайте картинной галереи



информацию о времени и месте проведения экскурсий глухими экскурсоводами для предварительной записи.

В сентябре глухие экскурсоводы должны были провести обзорные экскурсии для взрослых на РЖЯ. Но после введения Правительством Астраханской области в сентябре мер по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции (в других регионах это случилось в ноябре) команда проекта оказалась в очень сложной ситуации (наши посетители, основная масса которых не работает, не желали вакцинироваться) и искала выход. Было решено следующее. Глухие экскурсоводы будут проводить экскурсии, но не для взрослых, а для подростков из школы-интерната. Две состоявшиеся экскурсии дали повод убедиться, что никто не может работать с аудиторией глухих и слабослышащих лучше и правильнее глухих экскурсоводов. Кроме того, работа была переведена в онлайн-режим: по временным выставкам «Художница по имени Роза» и «Сохраняя наследие» были сняты ролики с глухими экскурсоводами, и эти записи были выложены на YouTube-канал «Догадинка» в плейлист «Цвет звучащий». Каждый из роликов имеет на сегодняшний день более 70 просмотров, что превышает количество просмотров других программ галереи. Это означает, что у проекта появилась своя значительная интернет-аудитория, в том числе из других городов, что, безусловно, помогает привлечь внимание к собранию галереи в целом. В ближайшее время на сайте и в соцсетях галереи будут размещены ссылки на ролики с глухими экскурсоводами. И еще одно конкретное решение было принято и выполнено: проводить творческие встречи с художниками на площадке регионального отделения ВОГ. Думается, что найденные нами реальные пути преодоления проблемной ситуации гарантируют дальнейшее движение проекта.

Для удобства глухих и слабослышащих, насколько это возможно в реальных условиях, дополнено музейное пространство. На кассе посетителей ждет лист ориентации в музее. Здесь же можно бесплатно взять планшет с видеогидом, где размещены видеоролики на РЖЯ о 20 произведениях основной экспозиции русского искусства. Рассказывает о музейных экспонатах Кира Титова – экскурсовод из среды глухих людей, посещавшая занятия в школе экскурсоводов. Отметим, что видеогид в картинной галерее – первый опыт в музеях Астраханской области. В экспозиции русского искусства размещен инфомат – сенсорная информационная система.

Пользуясь им, посетители могут узнать о 40 произведениях основной экспозиции русского искусства галереи. Все тексты адаптированы, информативны и доступны для восприятия. Они, конечно, ориентированы на глухих и слабослышащих посетителей, но интересны и полезны всем желающим подробнее узнать о произведениях из собрания галереи. В результате инфомат, задуманный для глухих и слабослышащих, успешно используется всеми посетителями музея, в первую очередь индивидуальными.

Проект «Цвет звучащий» еще не завершен. Но уже сейчас можно с уверенностью сказать, что, являясь одним из инклюзивных проектов Астраханской картинной галереи, он приобрел музей к современному опыту работы с посетителями, в том числе с «особенной» аудиторией.

- <sup>1</sup> Опыт работы региональных музеев с глухими и слабослышащими посетителями. Буклет. [Электронный ресурс]. URL: <https://in-museum.ru/edocs/buklet-opyt-raboty-regionalnyh-muzeev-s-gluhimi-i-slaboslyshashhimi-posetiteliyami/> (дата обращения 11.03.2022).
- <sup>2</sup> Глухие и слабослышащие посетители в музее. Буклет. [Электронный ресурс]. URL: <https://in-museum.ru/edocs/buklet-gluhie-i-slaboslyshashhie-posetiteli-v-muzee/> (дата обращения 11.03.2022).
- <sup>3</sup> *Большаков Н. В.* Возможности применения стратегии смешивания методов при изучении сообщества глухих и слабослышащих // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. № 38. С. 154–165.  
*Большаков Н. В.* «У слышащих больше возможностей для жизни»: проблемы среднего профессионального образования глухих и слабослышащих // Журнал исследований социальной политики. Т. 17. № 4. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/data/2020/08/06/1602041957/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F%201.pdf> (дата обращения 11.03.2022).
- <sup>4</sup> *Бухтиярова И. Н.* Информационные технологии как фактор развития современного инклюзивного общества // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 6–1. С. 122–125.
- <sup>5</sup> *Шамсутдинова Ю. Ф.* Коммуникация с участием слышащих и глухих / слабослышащих людей: потенциал социальных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика [Электронный ресурс]. URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2020/5/kommunikatsiya-s-uchastiem-slyshashchikh-i-glukhikh-slaboslyshashchikh-lyudey-potentsial-sotsialnykh/> (дата обращения 11.03.2022).

**Л. С. Тимофеева**

## **AR-ТЕХНОЛОГИИ В МУЗЕЙНОМ ТУРИЗМЕ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В процессе становления информационного общества происходит трансформация традиционного музейного пространства. Это является частью процесса формирования информационной культуры. Для современного посетителя музея все большее значение в постижении музейного экспоната приобретает его визуально-выразительное оформление.

Среди мотивов, приводящих посетителя-туриста в музей, исследователи называют три составляющие. Это самоидентификация, приятное времяпровождение и, наконец, разные формы коммуникации<sup>1</sup>. Турист как потребитель музейной услуги рассчитывает на максимально полное удовлетворение своих индивидуальных запросов и интересов. Действенным инструментом, позволяющим ответить на эти запросы и обеспечить аттрактивность и доступность экспонатов, стало внедрение в работу музеев цифровых технологий. С их помощью музейное пространство расширяется, формируя виртуальный слой. Посетители с удовольствием используют новые технологии, которые предлагает ему музей.

Технология дополненной реальности позволяет человеку воспринимать реальные объекты в контексте дополнительной информации, предоставляемой в режиме реального времени. Она может преподноситься в форме текста, графики, аудио и других виртуальных объектов. Таким образом осуществляется информационная поддержка основной экспозиции. Немаловажно и то, что технологии дополненной реальности оказывают влияние и на эмоциональную сферу, формируя яркие впечатления и усиливая воздействие музейных объектов на посетителя.

В 1968 году Айвэн Сазерленд и Боб Спрул создали первый VR-AR-шлем, подключающийся напрямую к компьютеру. Это позволяло получать совмещенное изображение из объектов реальных и созданных на компьютере. Следующими важными этапами развития принято считать созданную компьютерным художником Майроном Крюгером лабораторию искусственной реальности Videoplase и изобретенное профессором Стивом Манном первое носимое устройство дополненной реальности EyeTap.

В 1990 году Тим Кодел впервые использовал термин «дополненная реальность» (Augmented reality, AR). Он отметил, что виртуальная реальность становится дополнением к физической. И уже в 2009 году журнал Esquire использует новую технологию в печатной версии своего журнала: сканируя штрих-код в журнале, читатели могли погружаться в дополненную реальность.

В настоящее время AR-технологии активно входят в повседневную жизнь практически каждого владельца смартфона. Этими возможностями пользуются как представители крупного бизнеса, так и более мелкие компании. Социокультурная сфера не стали исключением.

Сегодня самыми популярными и доступными гаджетами, на которые скачиваются приложения с дополненной реальностью, являются смартфоны и планшеты. Использование таких приложений позволяет музеям достигнуть большей эффективности при меньших затратах. Тайваньские исследователи сравнили поведение музейных групп с различными гид-системами – экскурсоводом, аудиогидом и AR-приложением. Участники эксперимента были разделены на три группы. Одной группе не выдавали никаких руководств, другая использовала обычный аудиогид, а третьей выдали гиды дополненной реальности на планшетах. Эти гиды предоставляли серию интерактивных аудиовизуальных и текстовых комментариев. Исследование показало, что после экскурсии наибольшую информированность и вовлеченность проявила именно та группа, которая использовала мобильный гид с дополненной реальностью<sup>2</sup>.

Постоянное развитие дополненной реальности становится все более доступным для обычных пользователей. Сначала это были решения на базе маркеров, то есть изображений, при наведении на которые появлялась дополненная реальность – изображение, аудио, видео, дополнительная информация или 3D-модель. Затем широкое распространение получили цифровые гиды – аудио- и мультимедийные. Появились виртуальные экскурсии в разных вариантах. Музей естествознания Лондона (Natural History Museum) еще в 2012 году с помощью специального приложения и маркировки экспонируемых объектов сделал возможными самостоятельные виртуальные экскурсии<sup>3</sup>. Сегодня подобные экскурсии, квесты, квизы предлагаются многими музеями.

Со временем развитие AR-технологий позволило запускать виртуальные сцены на плоскостях (например, полу или стене), накладывать контент поверх реального физического объекта или создавать самостоятельные цифровые модели<sup>4</sup>.

Появились интерактивные AR-стенды. В Кливлендском музее искусств (Cleveland Museum of Art) посетители с большим удовольствием используют их для самостоятельного изготовления керамики.

Постоянные экспозиции художественных музеев дополняются цифровыми живописными полотнами.

Зеркала дополненной реальности позволяют обойтись без гаджетов, что сделает комфортным пребывание в музее тех, кто ими не пользуется. С помощью AR-зеркал возможно организовать взаимодействие посетителей с экспонатами в самом музее и за его пределами, создавать исторические реконструкции. Так, в Национальном музее естественной истории (National Museum of Natural History) в Вашингтоне посетителей отправляют в Юрский период с помощью системы дополненной реальности Broadcast AR.

Использование анимации оживляет поход в музей. Анимированные 3D-модели приглашают туристов в музей, помогая найти туда дорогу (пингвины в токийском Sunshine Aquarium), или становятся гидами на время экскурсии (древний говорящий кельт в Kelten Museum г. Халляйн).

Развитие AR-технологий формирует новый уровень наглядности в музеях. С помощью видеомэппинга, голографических витрин гости могут увидеть фондовые или иные экспонаты, которые сложно или невозможно показать в реальности. То же касается и рассказа о процессах, которые нельзя смоделировать в условиях музейного пространства<sup>5</sup>.

Важен тот факт, что, помимо развлекательной функции, AR-технологии выполняют первостепенную социальную миссию, расширяя музейную аудиторию и делая экспонаты доступными для людей с ограниченными возможностями. Показательный пример – выставка 2018 года «Прикасясь к шедеврам» («Touching Masterpieces») в Национальной галерее в Праге. Здесь слепые и слабовидящие люди могли «ощупать» 3D-модели Венеры Милосской и бюста Нефертити с помощью специальных гаптических перчаток, созданных специалистами компании NeutroDigital<sup>6</sup>. А в Музее русского импрессионизма каждая картина снабжена не только

рельефной копией, но и капсулой с ароматом-настроением произведения. Здесь же для людей с нарушениями слуха предлагаются жестовые видеогиды.

Электронные аудиогиды в AR-приложении помогают посетителям со слабым зрением, избавляя их от сложностей чтения этикетки и описания экспонатов.

В нашей стране самый известный проект в сфере культуры с использованием дополненной реальности – гид по российским музеям «ARTEFACT». Это бесплатное мультимедийное приложение, позволяющее задействовать пользовательские устройства для получения дополнительной информации о музейных объектах. Приложение позволяет прослушать экскурсию или использовать функцию аудиогuida, рассказывает о важных деталях и интересных фактах, помогает подробно изучить музейный предмет, «заглянуть» внутрь него. «ARTEFACT» показывает авторские эскизы, дает возможность увидеть недостающие фрагменты произведения до реставрации, предоставляет статьи профессионалов. Отбор экспонатов и информации, форма ее подачи – сфера ответственности сотрудников музея. Компьютерные специалисты, со своей стороны, стараются помочь музею адаптировать и подобрать новый контент под формат дополненной реальности. Профессиональные аудиогиды записываются на русском и английском языках.

Проект был инициирован Министерством культуры Российской Федерации и порталом «Культура. РФ». Впервые технология была применена в 2017 году на выставке «Искусство реставрации», организованной Нижегородским государственным художественным музеем (НГХМ). На выставке были представлены произведения графики и декоративно-прикладного искусства Западной Европы XVI–XVIII веков из коллекции НГХМ, отреставрированные в старейшем реставрационном учреждении России – Центре имени И. Э. Грабаря<sup>7</sup>.

Присоединиться к платформе может любое учреждение культуры страны совершенно бесплатно. Достаточно просто зарегистрироваться на сайте проекта и выйти на связь с менеджментом проекта.

В 2019 году Министерство культуры Российской Федерации в рамках федерального проекта «Цифровая культура» национального проекта «Культура» провело конкурс среди музеев по

созданию новых мультимедиа-гидов по постоянным экспозициям российских музеев. В результате 75 музеев-победителей получили финансовую поддержку. Итогом конкурса для МВК «Новый Иерусалим» стало создание мультимедиа-гида на русском и английском языках. Первой выставкой, экспонаты которой были дополнены информацией на базе платформы «АРТЕФАКТ», стала постоянная экспозиция «Русское искусство. Церковное и светское искусство XVI – начала XX века»<sup>8</sup>.

Итак, можно констатировать, что в реальном музейном пространстве формируется пространство информационное, позволяющее дать посетителю максимально полное представление об экспонате, показать его в естественной среде или в контексте определенной эпохи.

Внедрение цифровых технологий стало тенденцией, отказаться от которой невозможно. Это веление времени, обязательное требование, которое предъявляют к музею его посетители, особенно молодежь. Но для музейного сообщества этот процесс порождает ряд серьезных проблем, разрешить которые в ближайшей перспективе крайне сложно.

1. Во вновь создаваемых музеях, особенно узкопрофильных или корпоративных, возможно предусмотреть и профинансировать использование инновационных технологий еще при планировании музейных пространств и создании экспозиции. Но что делать музеям классическим, со сложившимися экспозициями, где использование цифровой техники и подбор демонстрационного материала могут войти в противоречие с экспозиционной идеей и концепцией самого музея?

2. Степень технологичности музеев будет нарастать. Однако здесь возникает еще одна серьезная проблема – кадровая. В. В. Определенов, заместитель директора по цифровому развитию в ГМИИ им. А. С. Пушкина, говорит о необходимости появления в музеях специальных цифровых кураторов. Фигура куратора нужна для обучения и помощи отдельным сотрудникам, которые занимаются содержательной частью того или иного проекта<sup>9</sup>. Однако создаваемые сегодня музейные экспозиции – плод усилий не только музейных специалистов, но и архитекторов, дизайнеров, программистов, специалистов по звуку и свету, цифровым проекциям, робототехнике. Привлечение их к музейной деятельности позволит создавать действительно современные,

привлекательные, конкурентоспособные проекты. Но это дорогое удовольствие, требующее грантовой поддержки или иных дополнительных форм финансирования. Кроме того, неминуемы изменения в штатном расписании. ИТ-специалисты с оптимизмом говорят о том, что новые технологии позволят упразднить ряд музейных профессий, в частности экскурсоводов. Но тем самым будет нарушена сложившаяся коммуникативная система. Уход из нее «человеческого» фактора может серьезно изменить сущность музея.

3. Сегодня мультимедиа является одним из наиболее обсуждаемых трендов музея. Но как сохранить в новом, технологически продвинутом музее центральную роль музейного предмета? В ситуации, когда яркие технологические возможности будут концентрировать на себе внимание музейной аудитории и приобретут в глазах части посетителей наибольшую значимость, ценность подлинника неизменно будет снижаться.

Пандемия дала огромный опыт использования ИТ-технологий для онлайн-посещения музеев. Это породило новые мультимедиа-тренды, привлекло к музеям внимание совершенно новой аудитории. Задача настоящего дня – соединить традиционную «офлайновую» туристскую аудиторию с новой, создав комфортные условия пребывания в реальных и виртуальных музейных пространствах для каждой из них.

<sup>1</sup> *Целинска И.* Музей XXI века. Варшава, 2014. С. 15.

<sup>2</sup> Development and behavioral pattern analysis of a mobile guide system with augmented reality for painting appreciation instruction in an art museum // Graduate Institute of Information and Computer Education, National Taiwan Normal University, 162, Sec. 1, Ho-Ping E. Rd., Taipei City, Taiwan. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0360131513002868> (дата обращения: 20.12.2021).

<sup>3</sup> Новые выставочные возможности с технологией дополненной реальности. [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.maugry.ru/blog/technologies/augmented-reality-in-museums/> (дата обращения: 20.12.2021).

<sup>4</sup> *Сайковская Я.* Как дополненная реальность стала инструментом сторителлинга в искусстве. [Электронный ресурс]. URL: <https://skillbox.ru/media/design/ar-technology/> (дата обращения: 20.12.2021)

<sup>5</sup> *Ушакова Д. А.* Новейшие интерактивные технологии в музее. Как мультимедиа могут помочь музею. [Электронный ресурс]. URL: <https://nsportal.ru/shkola/dopolnitelnoe-obrazovanie/library/2020/11/06/noveyshie-interaktivnyye-tehnologii-v-muzee-kak> (дата обращения: 20.12.2021).



- <sup>6</sup> Пражская VR экспозиция позволяет слепым прикоснуться к искусству. [Электронный ресурс]. URL: <https://vr-j.ru/news/prazhskaya-vr-ekspozitsiya-rozvolyaet-slepym-prikosnutsya-k-iskusstvu/> (дата обращения: 20.12.2021).
- <sup>7</sup> В Нижегородском художественном музее открылась выставка «Искусство реставрации». [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/novosti-partnerov/4170348> (дата обращения: 20.12.2021).
- <sup>8</sup> На экспозиции русского искусства запущен мультимедиа-гид на базе платформы «Артефакт». [Электронный ресурс]. URL: <https://njerusalem.ru/news/multimedia-gid-s-tehnologij-dopolnnoj-realnosti-po-ekspozitsii-russkoe-iskusstvo-tserkovnoe-i-svetskoe-iskusstvo-xvi-nachala-xx-veka/> (дата обращения: 20.12.2021).
- <sup>9</sup> Онлайн-выставки, цифровое кураторство и музейные IT: интервью с Владимиром Определеновым. [Электронный ресурс]. URL: <https://sysblok.ru/arts/onlajn-vystavki-cifrovoe-kuratorstvo-i-muzejnye-it-intervju-s-vladimirom-opredelenovym/> (дата обращения: 20.12.2021).

ВЛИЯНИЕ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ COVID-19  
НА РАБОТУ МУЗЕЕВ. ОПЫТ ВЫСТАВОЧНОГО  
ОТДЕЛА – ЦЕНТР «ЭРМИТАЖ – КАЗАНЬ»  
МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА «КАЗАНСКИЙ КРЕМЛЬ»

Выставочный отдел – Центр «Эрмитаж – Казань» – подразделение музея-заповедника «Казанский кремль». В отделе работают восемь сотрудников, которые занимаются организацией и продвижением выставок Центра «Эрмитаж – Казань» и выставочного зала «Манеж».

В связи с распространением коронавирусной инфекции все музеи в Республике Татарстан 19 марта 2020 года были закрыты для посетителей, а через несколько дней сотрудники перешли на удаленную работу. Сложно было представить выполнение своих профессиональных обязанностей вне музея, без возможности работы на экспозиции и привычных контактов с коллегами для обсуждения планов, подготовки проектов и их реализации. Итак, музейные сотрудники оказались в новой реальности, которая вывела их за пределы музейных залов и поставила вопрос о выстраивании работы по новому алгоритму.

В этот период в Центре «Эрмитаж – Казань» работали выставка «Матисс. Пикассо. Шагал. Искусство Западной Европы 1910–1940-х годов из собрания Государственного Эрмитажа» и экспозиция, посвященная десятилетию Фонда возрождения памятников истории и культуры Республики Татарстан. За весь период изоляции сотрудники имели возможность иногда приезжать в музей, поскольку отвечали за сохранность доверенных коллекций. Они продолжали административную работу, занимались организацией переноса выставок, писали статьи, участвовали в конференциях, смотрели вебинары, готовили экскурсии к будущим проектам и программы, публиковали материалы к выставкам, проводили трансляции в Instagram и других социальных сетях. Сотрудники открыли для себя новые возможности использования различных инструментов для развития интересного музейного контента. Это были игровые форматы с помощью приложений, прямые эфиры совместно с Государственным Эрмитажем и кураторами выставок (ранее возможность ведения двойных эфиров Казань –

Санкт-Петербург не рассматривалась), впервые сделали видеопроект об искусстве. На удаленной работе был подготовлен аудиогид на платформе izi.TRAVEL по выставке, посвященной десятилетию Фонда возрождения памятников истории и культуры Республики Татарстан. Этот опыт позволил в дальнейшем разработать на этой же платформе детский аудиопутеводитель по выставке, и, когда экспозиция была открыта для посещения, он был отправлен в школы. Аудиопутеводитель в формате удобного приложения позволяет познакомиться с возрожденными архитектурными памятниками и объектами, узнать их историю и прийти на выставку уже подготовленными.

Стоит отметить еще один опыт проекта, который был получен на удаленной работе. Музей-заповедник «Казанский кремль» запустил для школьников, родителей и учителей онлайн-проект «Открытый музей», состоящий из нескольких музейных занятий. Используя платформу Zoom, музеи оставались со своими посетителями. Так, музейное онлайн-занятие «Искусство рядом» знакомило учащихся младшей, средней и старшей школы с тем, как доставляют произведения искусства из коллекции Государственного Эрмитажа в Казань, сколько для этого нужно машин, как путешествуют картины и скульптуры из Санкт-Петербурга. Было показано музейное закулисье Центра «Эрмитаж – Казань»: как обустривают выставки, распаковывают и крепят предметы искусства. Завершалось занятие рассказом о картинах, скульптурах, рисунках, которые были представлены в Казани на выставке «Матисс. Пикассо. Шагал». На музейном онлайн-занятии «Наша история в твоих руках» для средней школы по выставке «Возрождение», посвященной десятилетию Республиканского фонда возрождения памятников истории и культуры, участники познакомились с историей острова-града Свияжск и Древнего Болгара, были показаны восстановленные и построенные Фондом объекты – какими они были и какими стали. Учащимся рассказали об археологических раскопках и предметах, которые были найдены, о том, какие новые музеи появились в нашей республике, как восстанавливали и продолжают восстанавливать главные исторические памятники Татарстана. В общем за два месяца было организовано более 40 онлайн-занятий для школьников в рамках проекта «Открытый музей».

Таким образом, находясь на удаленной работе, сотрудники Выставочного отдела – Центр «Эрмитаж – Казань» успешно освоили и применили на практике новые форматы и инструменты как во внутренней корпоративной коммуникации, так и в культурно-просветительской работе.

**Н. Н. Хазова**

**МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ  
МАРШРУТ (Г. ЧЕРЕПОВЕЦ, ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛ. –  
Г. ГАТЧИНА, ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛ.)**

А я меж звезд найду дорогу...

*Игорь Северянин*

В 2022 году исполнится 135 лет со дня рождения знаменитого поэта Серебряного века Игоря Северянина (1887–1941). Этому событию посвящен новый литературный маршрут, который был одобрен Департаментом культуры и туризма Вологодской области и Комитетом по туризму Ленинградской области в октябре 2021 года. Большая часть маршрута, открытие которого намечено на конец мая 2022 года, отведена Игорю Северянину, в жизни которого в России, до 1918 года, можно выделить три главных города, повлиявших на его судьбу и творчество – Санкт-Петербург, Череповец, Гатчина. Маршрут соединяет два из них – Череповец и Гатчину. Приведу имена поэтов и писателей, живших и творивших в указанных городах и окрест их, – «участников» проекта: Екатерина Дашкова, Александр Пушкин, Константин и Федор Батюшковы, Николай, Василий и Александр Верещагины, Александр Куприн, игуменья Таисия, Тэффи, Владимир Набоков, Константин Фофанов, Нина Иванова-Романова, Иосиф Бродский, Иван Ефремов, Николай Рубцов, Александр Башлачев... – поистине звездный состав русской литературы. Объектами показа являются императорские дворцы (Гатчинский, Елизаветино), дворянские усадьбы (Рукавишниковых-Набоковых, Гальских), великолепные парки, соборы, мемориальные музеи (Верещагиных, Батюшковых и Куприна, Римского-Корсакова), литературные музеи (Игоря Северянина, Николая Рубцова, Александра Башлачева), музеи литературных героев («Домик станционного смотрителя»), города на трассе – Тихвин и Устюжна, северная природа, сопровождающая путешественников на всем пути следования. «Я живу на земле в красоте!»<sup>1</sup>.

Схема комбинированного двухдневного автобусного маршрута проста: специалисты Череповца и Гатчины готовят тематические литературные экскурсии в своих городах, один день отводится знакомству с городом и именитыми литераторами, второй посвящен

Игору Северянину. В Череповце однодневная северянинская тематическая экскурсия названа «Роса оранжевого часа», она включает посещение города и любимых мест поэта в округе и рассчитана на 7–8 часов. Она также может быть предложена туристам как самостоятельная тематическая экскурсия о творчестве и жизни поэта. При разработке межрегионального маршрута создается и текст трассовой экскурсии с акцентами на заявленную тематику. Однако самым удивительным фактом является то, что лучший экскурсовод и «путеводитель» по местам детства, отрочества, юности Игоря Северянина – это сам поэт. Стоит только заглянуть в его автобиографические произведения: роман в 2-х частях «Падучая стремнина» (1922 год, Берлин) и Поэму детства в 3-х частях «Роса оранжевого часа» (1925 год, Юрьев) – и станет ясно – лучше не скажешь! Все события, встречи, природа описаны с такой явственной достоверностью, будто свершившееся было вчера. Воспоминания наполнены чувствами радости, восторга, боли, восхищения, иронии, касается ли это человека («Тебе, о лильчатая Лиля, // Восторга пламенный поток»)², города («Музей моей весны»)³, страны («Моя безбожная Россия, // Священная моя страна»)⁴. Поэт, по словам Северянина, «уготован видеть чудеса!»⁵ и делиться увиденным. «Такие места рождают поэмы, а поэмы бессмертят такие места»⁶.

В путешествии туристов будет сопровождать музыка, без которой поэт не мыслил себя ни в жизни, ни в искусстве. Он, обладавший оперным голосом, знавший наизусть все оперы, идущие на сценах петербургских театров, был «композитором» стиха и его удивительным исполнителем. Музыкальность, мелодичность, лиричность поэзии Игоря признавалась всеми великими современниками, начиная с С. В. Рахманинова и С. С. Прокофьева, советскими и российскими композиторами. И подтверждением этому являются сотни романсов, написанные на его стихи за последние 100 лет. Только в 2021 году в рамках IX Международного конкурса исполнителей русского романса «Классические розы» имени Игоря Северянина (Череповец) прозвучало 20 новых произведений на стихи поэта.

Игорь Северянин – прекрасный «бытописатель», делает он это с таким юмором и блеском, что дает нам, читателям и экскурсоводам, возможность «вкусить» и «стерлядей из Череповца», и «ананасов в шампанском», полюбоваться на последние модели шляпок и нарядов дам и прокатиться в новомодном авто. Он запечатлел

свое время во всем многообразии человеческих характеров, картин, красок, запахов, шорохов, ароматов... И это тоже повод создать, опираясь на удивительные, ушедшие подробности прошлого, литературные и краеведческие игры, задания, загадки, привлечь туристов к активной деятельности. Поэт афористичен: «Поэма жизни – жизнь сама»<sup>7</sup>, он как опытный экскурсовод может сделать прекрасный вывод всему увиденному, услышанному, пережитому и поделиться напутствием: «О России петь <...> Что Любовь любить, что бессмертным быть!»<sup>8</sup> или «А в мире все цветет сирень, // Весенний наступает день, // Чарует рокот соловьиный»<sup>9</sup>, блещут звезды. И пролегает его путь, такой отличный от других собратьев по перу, и посему такой интересный и загадочный.

Путь к поэту был засорен нашим общим невежеством. «Игорь Северянин – поэт большой, яркий, о котором еще предстоит говорить», – пишет Булат Окуджава<sup>10</sup>; «Северянин – поэт самой чистой пробы, новатор», – слова Варлама Шаламова<sup>11</sup>.

Межрегиональный туристский литературный маршрут – это прекрасная возможность познакомиться с тем великим материальным и нематериальным наследием, которое досталось сегодняшнему жителю России и мира.

<sup>1</sup> *Северянин И. В.* Полное собрание сочинений в одном томе. М., 2014. С. 896.

<sup>2</sup> Там же. С. 847.

<sup>3</sup> Там же. С. 499.

<sup>4</sup> Там же. С. 864.

<sup>5</sup> Там же. С. 742.

<sup>6</sup> *Северянин И. В.* Царственный паяц / сост., вступ. ст. и коммент. В. Н. Терехиной, Н. И. Шубниковой-Гусевой. СПб., 2005. С. 73.

<sup>7</sup> *Северянин И. В.* Полное собрание сочинений в одном томе. М., 2014. С. 637.

<sup>8</sup> Там же. С. 866.

<sup>9</sup> Там же. С. 1065.

<sup>10</sup> Булат Окуджава. Poet – severjanin.ru>library>venok

<sup>11</sup> *Соловьева Е. Е.* Литература и культура Вологодского края : учебное пособие. Ч. 1. Череповец, 2020. С. 144.

**М. В. Шувалова**

**ИММЕРСИВНАЯ МУЗЕЙНО-ГОРОДСКАЯ ПРОГРАММА  
«ЕКАТЕРИНИНСКАЯ МИЛЯ» КАК РЕСУРС  
ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СТОЛИЦЫ ВЕРХНЕВОЛЖЬЯ**

В 2018 году Благотворительный фонд Владимира Потанина выступил с долгосрочной инициативой «Музей. Сила места», цель которой заключается в том, чтобы выявить потенциал музея как культурной институции, способной стать драйвером социально-экономического развития территории и создать новую генерацию проектов, работающих с пространством города, сообществами, городскими кодами и смыслами. Соискателями грантового конкурса стали 96 сотрудников музеев из 20 городов России от Калининграда до Владивостока.

Согласно результатам исследования «Региональные столицы: развитие, основанное на культуре» (2018), одной из главных проблем современной Твери стала потеря социально-культурных ориентиров, что в сочетании с экономической ситуацией порождает рост пессимистических настроений. Недостаток позитива в оценке родного города во многом иррационален и обуславливается, помимо прочего, оторванностью от традиции, а также потерей городской идентичности. Это приводит к ослаблению эмоциональных связей с городом, вымыванию и оттоку представителей активного слоя нового поколения горожан.

Проект Тверской областной картинной галереи «Иммерсивная музейно-городская программа „Екатерининская миля“», предложивший комплекс мероприятий, способствующих постепенному решению этих проблем, вышел в финал конкурса и получил поддержку Фонда. Главной целью проекта стало формирование в городе пространства «социального оптимизма» путем сплочения вокруг галереи сообщества людей и институций способных менять среду, а также создание платформы для диалога представителей разных сфер: активных горожан, экспертов-профессионалов из разных областей, некоммерческих организаций, малого и среднего бизнеса. Ключевым инструментом в достижении цели стала организация уникальных городских событий, наполненных новыми



смыслами, полученными благодаря интерпретации культурного наследия, которое хранит картинная галерея.

Екатерина II была избрана консолидирующим символом проекта как историческая личность с позитивной узнаваемостью, чьи инициативы и преобразования в разных областях непосредственно связаны с Тверью. Среди провинциальных русских городов, история которых так или иначе связана с именем Екатерины Великой, Тверь занимает исключительное положение. Именно ей город обязан не только восстановлением после страшного разрушительного пожара 1763 года, но и своим превращением в своеобразную экспериментальную площадку для апробации многих новшеств городского и общественного устройства. Именно здесь впервые была осуществлена пробная реализация просветительской концепции идеального «регулярного» города, что обусловило факт превращения сгоревшей деревянной Твери в «самый благоустроенный город» тогдашней России. Градостроительные преобразования принесли тверичанам совершенно новое качество жизни и, как следствие, иное мировосприятие. Восстановление города, ключевым элементом которого стала трехлучевая композиция центральных улиц с каменными домами, прямыми кварталами и просторными площадями, должно было способствовать высокой цели: изменению человеческой природы, улучшению нравов и в конечном итоге формированию нового типа личности «просвещенного человека». Екатерина Великая, по сути, стала автором первой концепции комплексной ревитализации города. Символично, что по ее инициативе в Твери был возведен Императорский дворец, в котором сегодня располагается основная экспозиция Тверской областной картинной галереи. В 46 залах представлено более 2500 экспонатов из богатейшей художественной коллекции, насчитывающей более 50 000 единиц хранения – предметов живописи, графики, скульптуры и декоративно-прикладного искусства.

Запуск проекта «Екатерининская миля» совпал с началом пандемии, вызванной новой коронавирусной инфекцией (COVID-19), и команде музея пришлось адаптировать ранее запланированные мероприятия с учетом новых реалий деятельности культурных институций и разнообразных ограничений. Члены проектной команды приобрели опыт соучастного проектирования в условиях дистанционной работы учреждения и его партнеров и отработали

практику актуализации задач и гибкой корректировки планов и для повышения эффективности всех направлений, затронутых проектом.

Особенностью проекта стала максимальная диверсификация направлений деятельности, которая позволила охватить различные возрастные, социальные и профессиональные группы и вовлечь их представителей в процесс партиципаторного (соучастного) проектирования музейно-городских событий, объединенных идеей переосмысления екатерининского наследия. Наибольшей эффективностью отличались следующие направления: открытый лекторий, локальные преобразования городской среды и проектирование и воплощение музейно-городского праздника «Екатерининская миля».

Лекционный цикл «Идеальный человек в идеальном городе: урбанистические инициативы Екатерины II» посвящен современной интерпретации общественных и градостроительных преобразований конца восемнадцатого столетия. За время реализации проекта аудитория слушателей лектория значительно расширилась. Среди постоянных его посетителей – представители творческих сообществ, юные художники, учителя школ, которые руководят проектной работой и заинтересованы в развитии екатерининской темы как стержня для развития локальной идентичности, работники музеев, сообщество профессиональных экскурсоводов Твери, представители Министерства туризма Тверской области. Важно отметить, что формат лектория «Екатерининская миля» предполагает диалог с приглашенными экспертами из ведущих музеев России. Благодаря поддержке Фонда продолжилось сотрудничество галереи с Государственным Эрмитажем. Наталья Юрьевна Бахарева, старший научный сотрудник Отдела истории русской культуры Государственного Эрмитажа, хранитель фонда живописи XVIII в., провела в Твери серию открытых лекций. Она рассказала о появлении концепции воспитания «новой породы людей» – идеальных граждан просвещенного и процветающего государства – и ее воплощении в произведениях искусства. Привлекая интереснейший визуальный материал эпохи екатерининского царствования, Н. Ю. Бахарева позволила слушателям соотнести урбанистические инициативы второй половины восемнадцатого столетия и современные тенденции развития городских практик с фокусом на изобразительное искусство и преобразование среды.

Отвечая главной цели инициативы «Музей. Сила места», галерея претворила в жизнь идею выхода за пределы своего здания в городскую среду посредством наполнения ее новыми визуальными маркерами. Ключевой партнер галереи заслуженный коллектив Тверской области Образцовый самодеятельный коллектив детская студия изобразительного искусства «Зебра» под руководством Ирины и Николая Арзамасцевых выступил с инициативой реконструкции, благоустройства и визуального оформления объекта городской среды – стены площадью более 60 квадратных метров, находящейся в историческом центре города (угол ул. Советской и Студенческого переулка, GPS 56.858848, 35.915202). Монументальная роспись «Екатерина Великая и Тверь» была спроектирована участниками студии, макет ее был согласован в соответствии со всеми требованиями местного законодательства при поддержке администрации Центрального района г. Твери. В июле 2021 года работа по созданию стрит-арт-объекта была завершена. Реализация этого направления проекта открыла новые возможности для дальнейших коллабораций музейной институции, городской исполнительной власти и бизнеса и может считаться эффективным примером тактического урбанизма. Монументальная роспись стены превратила ранее неприглядный городской объект в точку притяжения, который неизменно привлекает внимание прохожих и попадает в объективы туристов, прогуливающих по городскому центру, транслируя таким образом наследие музея за пределы его стен.

Сотрудники галереи вместе с преподавателями Тверского государственного университета – ключевого партнера проекта – разработали тренинг «Стань культурным амбассадором Твери!», первыми выпускниками которого стали студенты исторического факультета ТвГУ, обучающиеся по направлению «Сервис на кафедре. Социальный сервис и туризм» (руководитель доцент О. К. Ермишкина). Итогом первых шести проектных сессий, проходивших на базе галереи в Тверском императорском дворце, стала самостоятельная разработка музейно-городского квеста под названием «Любимая игрушка Екатерины Великой», посвященного градостроительному эксперименту императрицы, который студенты спроектировали, воплотили в оригинальных печатных материалах и апробировали в городских условиях в сентябре 2021 года.

Маршрут, символически объединивший знаковые объекты Екатерининского времени, сохранившиеся в Твери, ляжет в основу интродукционной программы для первокурсников ТвГУ и может быть адаптирован для старших и средних школьников и гостей города. В 2022 году студенты приступили к разработке плана из нескольких микрособытий для II музейно-городского праздника «Екатерининская миля», который будет посвящен 255-летию знаменитого путешествия императрицы, совершенного на галере «Тверь» по Волге в 1767 году. Среди предложенных форматов – настольная игра в традициях XVIII столетия, молодежный флешмоб, реконструирующий танец екатерининского времени, представление театра теней, иллюстрирующее историю знаменитого Волжского вояжа.

Тверская областная картинная галерея выступила с инициативой создания новой городской традиции – ежегодного исторического костюмированного праздника на открытом воздухе. Главным событийным акцентом иммерсивной программы стало костюмированное шествие «Екатерининская миля: ожившие полотна». Суть его заключается в создании особой атмосферы погружения в исторические обстоятельства жизни Твери в эпоху Екатерины II, которая, как показали опросы разных возрастных групп горожан, признается одним из самых позитивных моментов городской истории.

Праздник символически реконструирует историю посещений Екатериной Великой города Твери. Планируется, что каждый год он будет посвящаться отдельному событию из истории екатерининских визитов в Тверь. В 2021 году главной темой праздника стал приезд императрицы, инспектирующей степень воплощения своих градостроительных преобразований в Твери 1770-х годов. Сентябрьским вечером посетители дворцового ансамбля стали свидетелями торжественного въезда императрицы в историческом экипаже и повстречали на дорожках сада героев живописных полотен XVIII столетия. Образы с портретов кисти Ф. С. Рокотова, В. Л. Боровиковского, А. П. Антропова, П. С. Дрождина, И. Я. Вишнякова, М. Л. Колокольникова, К. Л. Христинека из постоянной экспозиции Тверской областной картинной галереи предстали перед зрителями благодаря точной реконструкции 25 исторических костюмов, осуществленной авторским ателье Марии Рыбаковой. Их помогли оживить актеры

Тверского театра юного зрителя, Тверского академического театра драмы и Тверского государственного Театра кукол. Благодаря привлечению представителей ремесленного бизнеса на празднике можно было отведать хлеба, испеченного по старинным рецептам, и попробовать екатерининский кофе, примерить треуголку и получить предсказание от дворцовых сфинксов, а также насладиться музыкальными композициями в духе екатерининского времени, поиграть в садовые игры и увидеть, как на глазах оживает монументальное аллегорическое полотно «Торжество Минервы». Музыкальным сопровождением праздника стали произведения екатерининского времени. На нижнем балконе императорского дворца выступил Камерный оркестр Тверской академической областной филармонии «Российская камерата» (дирижер – Андрей Кружков). В дворцовом саду, в Музыкальном салоне князя Ильи Пютятина прозвучали клавирные и вокальные композиции в аутентичном исполнении. Сотрудники галереи познакомили гостей с инсталляциями на тему серии уникальных живописных полотен «Цеховые знаки». О тонкостях дворцового этикета гости узнали от кавалерственной дамы Нины Павловой. Благодаря макету галеры «Тверь», созданному Министерством туризма Тверской области, зрители познакомились с историей знаменитого волжского вояжа Екатерины Великой. Здесь же были подведены итоги городского студенческого квеста «Любимая игрушка Екатерины Великой», организованного студентами-волонтерами. Гастрономические реконструкции – калачи, пряники, миндальные гренки – представила Ксения Антипова, автор проекта «Вкусная Тверь». Ощутить вкус эпохи можно было, попробовав кофе, сваренный по авторским рецептам, близким к традициям екатерининского времени (BunaBuna). Вечер завершился в духе екатерининского времени – праздничной иллюминацией «Вензель».

Сценарий праздника был не просто основан на реальных событиях, но и подкреплен визуальными свидетельствами екатерининского времени, подлинники которых представлены в постоянной экспозиции или хранятся в фондах галереи. В организации праздника приняли участие представители творческой среды, студенты и волонтеры, которые были подготовлены в ходе обучающих тренингов и получили возможность освоить практику кураторства городских культурных событий.

I Музейно-городской праздник «Екатерининская миля: ожившие полотна», несмотря на пандемию, собрал более 200 участников, зрителями стали 1098 горожан и гостей Твери, информационный охват события составил более 70 000 контактов. Создание фирменного стиля проекта, брендинг праздника, выпуск сувенирной линейки, возрождение гастрономических брендов позволят событию в будущем стать визитной карточкой Твери. Одной из амбициозных задач проекта, решение которой будет свидетельствовать о его устойчивости, стала интеграция музейно-городского мероприятия в туристическую повестку Тверского региона. Министерство туризма Тверской области выступило с предложением о включении музейно-городского праздника «Екатерининская миля» в «Туристский календарь событий, проводимых в Тверской области в 2022 году». При условии успешной реализации результаты проекта могут быть масштабированы на другие регионы, для которых в историческом контексте актуален образ Екатерины Великой.

**Е. М. Щукина**

**ТРАНСЛЯЦИЯ МУЗЕЙНОГО МАТЕРИАЛА  
В ГОРОДСКОЕ ПРОСТРАНСТВО НОВОСИБИРСКА:  
ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Новосибирск – самый крупный мегаполис Сибири, третий город России по численности и по территории, самый молодой город-миллионник страны. Здесь находится всемирно известный Академгородок, Сибирское отделение Российской академии наук. Город образован в 1893 году как поселок строителей первого железнодорожного моста через Обь при сооружении Транссибирской магистрали.

Новосибирск – очень молодой город. Поэтому многие горожане считают, что здесь нет истории. Они думают, что история может быть только у городов, которым 300 или 500 лет. Эти горожане не придут в музей, потому что не верят, что в городском музее может быть что-то по-настоящему интересное. Музей же должен показать, что история города, который за 69 лет превратился из таежного поселка в крупный мегаполис и научный центр, необыкновенная, ведь ни у одного города в мире нет такого опыта.

Новосибирск – город приезжих. Около половины новосибирцев – неукорененные жители. Для многих приезжих наш город – это место, где они учатся и начинают карьеру. Высокая миграция и низкая укорененность – фактор риска для Новосибирска. Ведь неукорененные жители чаще всего не рассматривают город, в котором живут, как свой дом, как место, в котором будут жить их дети. Поэтому многие не заинтересованы в том, чтобы благоустроить и беречь свой город. Один из способов повлиять на этот фактор риска – приобщить неукорененных и приезжих жителей к местной истории. Однако сами они не испытывают к ней интереса и не станут посетителями выставки, поэтому музей должен прийти к ним – выйти на улицы, устроить яркие события, организовать необычные экскурсии, которые привлекут всеобщее внимание. Узнав историю города, многие приезжие почувствуют себя частью территории и, возможно, захотят остаться здесь жить.

Три вышеперечисленных факта обусловили необходимость широкой внешней трансляции музейного материала. Музей Новосибирска реализует различные программы, объединенные в один

проект – «Новосибирск – город-музей». Суть проекта – выйти навстречу к людям: вынести музей из его здания и с помощью современных технологий и творчества превратить в музей сам город, сделав его улицы музейными залами, здания – экспонатами, а горожан – слушателями и рассказчиками. Миссия проекта – продвижение локального исторического и культурного наследия в современном городском пространстве. Музей показывает официальную и неформальную историю, историю повседневности. Горожанам интересно слушать истории про обычных людей, таких же, как они. И музей предлагает им именно это. Центр устной истории аккумулирует огромный текстовый и фотоматериал повседневной истории прошлых лет.

### **Основные направления проекта:**

1. *Тематические уличные фотовыставки*, которые работают круглогодично на улицах города и в метро. Ежегодно открывается не менее 10 таких выставок.

2. *Публичные историко-культурные события*, являющиеся синтезом локального исторического материала, музыки и современных информационных технологий. Наиболее яркие из них – ночная церемония открытия памятника императору Александру III (2012), маппинг-шоу на фасадах зданий-памятников (2013, 2014, 2016, 2017), проекты в парке «Городское начало» в рамках акции «Ночь музеев» (2016–2019), гражданская акция «Свеча Памяти» (2016–2019), музыкальные вечера «Песни с фонтанами» (2017, 2018). Места для проведения таких мероприятий всегда связаны с городской историей. Общее количество участников публичных исторических проектов начиная с 2012 года – около 100 000 человек.

3. *Виртуальная история* представлена серией инновационных охранных табличек с QR-кодом на 50 зданиях-памятниках Новосибирска, проектом «Карты хроник» на популярной электронной карте 2ГИС, сериями «Видеопрогулки по Новосибирску» (20 авторских фильмов) и «Невозможные экскурсии» (6 фильмов) на YouTube-канале.

4. *Городские авторские экскурсии*. Это разноформатные прогулки с гидом, которые должны перевернуть представление горожан об экскурсии как скучном и предсказуемом мероприятии.



На этом направлении остановимся подробнее. Музей проводит такие экскурсии с 2012 года. Исторический материал, полученный в результате научно-исследовательской работы (архивные материалы и периодические издания, воспоминания старожилов), становится основой экскурсий. Гиды – это авторы экскурсий, с высокой экспертизой по краеведению и индивидуальной харизмой. В Музее также выстроена система приглашений на экскурсии и сопровождения, настроенная на индивидуальных участников.

Экскурсии проходят круглогодично, в разных форматах – в зависимости от сезона (пешие, автобусные, речные, на самокатах, «теплые зимние»), несмотря на климатические условия Сибири. Самые популярные у горожан – пешие экскурсии. Маршруты проходят по достопримечательным местам, тихим улочкам, старым дворам и трущобам. «Теплые зимние» экскурсии, которые проводятся с октября по апрель, совмещают короткую уличную прогулку с посещением интересного объекта: Новосибирской ГЭС, мэрии Новосибирска, швейной фабрики, вокзала Новосибирск-Главный, ГПНТБ. Особой любовью горожан пользуются запущенные в 2016 году речные экскурсии, которые объединяют прогулку по самой длинной реке Евразии – Оби и рассказ об истории поселений на ее берегах. Экскурсия «Шесть мостов» – это новый взгляд на новосибирские мосты, дающий представление о взаимодействии природы и урбанистических особенностей Новосибирска. Вечерняя речная прогулка «Романтическая экскурсия» знакомит ее участников с историями о любви на новосибирской земле.

Мы постоянно обновляем каталог городских экскурсий, вводим необычные сценарии по тематическим направлениям. Осенью 2021 года состоялась премьера нового экскурсионного продукта «Криминальный город N», который объединил пешеходную экскурсию и литературный вечер в музее. Гости события окунулись в атмосферу происшествий дореволюционного города, прошли по некогда опасным местам Закаменки, за чашкой горячего чая разгадывали преступления давно минувших дней, слушали и обсуждали главы из исторического романа сотрудника музея Алексея Авдеева.

В январе 2022 года Новосибирск стал Новогодней столицей России, поэтому закономерно появление пилотной автобусной экскурсии под названием «Первый новогодний маршрут Новониколаевск–Новосибирск». Это было погружение участников

в новогоднюю историю города, где переплелись дореволюционные традиции и зимние крестьянские забавы, запрещенный праздник и «подпольные» елки. В музее «Контора инженера Г. М. Будагова» была воссоздана новогодняя обстановка особняка XX века. Здесь рассказывали о традициях Рождества в семьях горожан, о том, как наряжали елки и чем угощали гостей, а также делились секретами «дворянского флирта». На железнодорожном вокзале Новосибирск-Главный участники экскурсии перенеслись в 1960-е годы, узнали историю елок, которые здесь проводили. В огромном «Зимнем саду» слушали рояль и делали на память атмосферные фотографии. Финальной точкой новогоднего маршрута стал Театральный сквер у театра оперы и балета, где в Новогоднем городке каждый из экскурсантов украшал Народную елку своей уникально расписанной на мастер-классе игрушкой.

Для организаторов экскурсионного тура, Городской дирекции творческих программ и Музея Новосибирска, этот продукт стал экспериментом. Мы пробовали новый для новосибирцев формат экскурсии: яркий брендированный автобус, разные виды локаций и насыщенная активность – и он оказался успешным. Билеты на шесть ежедневных экскурсий были проданы за неделю. В результате – 331 участник, попавший на экскурсию, десятки людей, которые не смогли купить билет, масса положительных отзывов, и, главное, многочисленные пожелания продолжить работу в таком формате, в том числе и с посещением кафе.

За десять лет разработано 36 маршрутов, которые прошли почти 90 тысяч экскурсантов. Экскурсии от Музея по-другому раскрывают среду, в которой участник живет каждый день, проезжая по мосту или проходя по Тихому центру. Места маршрутов насыщены историей, значимыми и будничными городскими событиями, яркой деятельностью конкретных людей, семей или поколений, проявившихся в этих местах. Это наполняет образ дома, города, в котором человек, семья, сообщество живет, и формирует понимание его места в нем. Музей вовлекает горожан в экскурсионно-краеведческое знакомство с городом, формирует их сопричастность с местом проживания и коллективную новосибирскую идентичность.

В дальнейшем развитии всех направлений проекта главный акцент делается на поиске новых форм упаковки тематических экскурсий для иных целевых аудиторий, в том числе предполагается:

- введение новых маршрутов по местам локальной истории в более отдаленных районах;
- продолжение внедрения цифровых инструментов для повышения эффективности системы приглашения и сопровождения участников экскурсии;
- адаптация продукта для туркомпаний (технологическая карта);
- проектирование театрализованных радиоэкскурсий и создание визуально-пространственного образа Ново-Николаевска – Новосибирска периода 1893–1950 годов.

Новосибирск готовится к проведению мероприятий в формате «Новогодняя столица России».

В преддверии значимого для города события восстанавливаются и вводятся в культурно-туристический оборот достопримечательные объекты, позиционирующие уникальность истории города, выполняются работы по благоустройству. В пространстве территории, которая представляет интерес для гостей, располагается достаточное количество оригинальных кафе и ресторанов, которые будут введены в маршруты и, несомненно, привлекут туристов. Учитывая, что предприятия общепита находятся в основном в архитектурных памятниках, их посещение позволит гостям не только вкусно покушать, но и прикоснуться к визуальной истории. Соответственно, такой диалог будет способствовать и развитию предпринимательства в сфере общественного питания. К созданию серии аудиогидов будут привлечены представители малого и среднего бизнеса из сферы информационных технологий.

Сегодня городские экскурсии от Музея популярны, их востребованность подтверждает постоянный рост числа экскурсантов и повышение дохода в музейный бюджет. Музеи все чаще становятся локацией на маршруте экскурсии, что также способствует увеличению количества посетителей.

Заинтересованное отношение местной власти, предпринимателей и общественности к проблеме сохранения и популяризации локального наследия позволит Новосибирску, обладающему уникальной историей, самобытным обликом и развитой инфраструктурой культуры и досуга, стать привлекательным туристским местом.

## МУЗЕЙНЫЕ ИСТОРИИ

А. В. Конивец

### О ДВОРНИКАХ, ИСТОПНИКАХ И ПРИДВОРНЫХ АРАПАХ

Перед революцией в домах ведения Петроградского Дворцового управления, в которое помимо Зимнего дворца и Императорского Эрмитажа входили ведомства Екатерингофского, Елагино-островского и Таврического дворцов, а также Придворный Петропавловский собор, согласно документу «о лицах, проживающих» в этих домах, числилось более 4,5 тысяч человек<sup>1</sup>. Руководил Управлением Свиты генерал-лейтенант Владимир Александрович Комаров<sup>2</sup>.

В 1916 году в Императорском Эрмитаже состояло на службе 410 человек, а самый большой штат служащих был в Зимнем дворце – у его смотрителя подполковника П. П. Малиновского числилось 462 человека, у смотрителя Комнатного имущества Н. Н. Дементьева – 220 (смотрители кладовых, присяжные и пр.), у гоф-фурьера Зимнего дворца Т. О. Дуткинского в подчинении было 548 (лакеи, швейцары и пр.), у полицмейстера полковника князя И. Д. Ратиева – 453, а у архитектора дворца Н. И. Крамского – 114. С 1915 года в ведении Петроградского Дворцового управления находился и штат дворцового госпиталя для нижних чинов (89 человек), носившего имя Наследника Цесаревича Алексея Николаевича.

До 1880 года многие рабочие, дровносы, истопники и дворники жили в Зимнем дворце: в подвальном этаже огромного здания было оборудовано множество маленьких квартир и комнат – это было своего рода общежитие. В одной из таких комнат вместе с другими рабочими поселился в свое время и Степан Халтурин, приехавший в Петербург из Вятской губернии и устроившийся на работу столяром. 5 февраля 1880 года он совершил покушение на императора Александра II. Тогда в результате устроенного им взрыва погибли одиннадцать ветеранов русско-турецкой войны, несших в тот день вахту, и несколько десятков человек получили увечья. В то время еще не была сформирована Охранная команда, и в Зимнем дворце дежурили гренадеры из числа отличившихся в военных кампаниях и офицеры гвардейских полков<sup>3</sup>.

После этого трагического события большинство низших служащих, живших в полуподвальном этаже царской резиденции, постепенно переводились на другие квартиры. Перед революцией лишь в районе Кухонного двора еще оставались жилые комнаты, в которых обитали подсобные кухонные рабочие.

В начале 1880-х годов были перестроены дома Дворцового ведомства и выстроен Новый придворнослужительский дом. С этого времени большинство служащих обитало в домах Петроградского Дворцового управления: на Фонтанке, 2 (Боурский дом), Фонтанке, и 4 (Прачечный дом), на Гагаринской ул., 7 (Старый придворнослужительский дом), на Сергиевской ул. (сейчас – ул. Чайковского), 2/7 (Новый придворнослужительский дом), на Шпалерной ул., 35 и 54, несколько корпусов на Захарьевской ул., 14 и др.<sup>4</sup> В том случае, когда свободных комнат в ведомственных домах не оказывалось, служащие получали квартирные деньги и могли снять себе жилье. Из приказов по Петроградскому Дворцовому управлению видно, в каких условиях жили служащие: «16 сентября 1917. Перемещаются: сторож Зимнего дворца Иван Суворов из кв. № 27, комн. лит. Д дома № 18 по Мойке в комн. лит. Ж кв. № 6 того же дома; (это были своего рода коммунальные квартиры. – А. К.). Сторож Управления Егор Васильев из кв. № 85 Прачечного дома в кв. № 17 1-го флигеля Боурского дома; Назначаются квартиры: в д. № 37 по Мойке: комн. № 47 кв. 13 полomoйке Зимнего дворца Акулине Ваничевой с сыном; ком. № 24 кв. № 11 – трубочисту Зимнего дворца Андерсу Никканен; в д. № 18 по Мойке: комн. лит. Д кв. 27 – сторожу Зимнего дворца Петру Ефремову с прекращением выплаты ему квартирных денег с 1 сего сентября»<sup>5</sup>.

Предоставляемое жилье зависело от должности служащего. Это могла быть как просторная квартира из нескольких комнат, или «комната с удобствами», имеющая отдельный вход, так и большая комната, выходящая в общий коридор. Одиноким, как правило, предоставлялись маленькие комнаты, именовавшиеся «камерами»<sup>6</sup>.

После начала Первой мировой войны, когда стала чувствоваться нехватка продовольствия, у всех служащих и их семей, проживавших в домах Петроградского Дворцового управления, появилась возможность покупать «продукты первой необходимости, приобретаемые смотрителем Императорского Зимнего дворца подполковником Малиновским». На закупку продуктов Малиновский получал наличные деньги из Кабинета Его Величества

(угол Невского проспекта и Фонтанки, д. 31/39), куда регулярно представлялись справки о расходовании средств.

#### «С п р а в к а

*Для приобретения продуктов первой необходимости Кабинетом Его Величества было отпущено Петроградским Дворцовым Управлением 8000 р.*

*Из них в настоящее время у подполковника Малиновского (в обороте) – 5500 р.*

*У подполковника Осташкова (лежат без движения)*

*У помощника бухгалтера Лемана (удержаны со служащих за продукты) – 247 р. 89 ½ коп.*

*Долгов за служащих (9 чел.) – 147 р. 20 коп.»<sup>7</sup>*

О придворнослужителях Зимнего дворца и Императорского Эрмитажа, облаченных в строгие сюртуки и крахмальные рубашки или в украшенные золотым шитьем мундиры, вспоминали многие. Дворцовые швейцары, камер-лакеи, скороходы и камер-казаки обращали на себя внимание не только своим внешним видом, но и манерами, которые современник назвал «смесью вышколенности с неторопливою важностью»<sup>8</sup>. Они нередко попадали и на полотна художников, изображавших дворцовые интерьеры, оживляя картины своим присутствием.

Но были и другие служители, о которых никто не вспоминал. Их нельзя было увидеть в дворцовых и музейных залах, их форма не отличалась красотой и блеском: они отвечали за работу печей и чистоту дворов. Речь идет о дворниках, дровоносах, истопниках... Дворника, например, можно было сразу узнать по белому фартуку и медной бляхе. Его форма, согласно «Описанию форм одежды придворно-служителей и служителей Ведомства Дворцовых Управлений 1882–1888», выглядела так:

*Кафтан темно-серого сукна русского покроя; бляха с накладным гербом и выписанными на ней внизу словами «Дворник» и начальными буквами дворцов.*

*Шаровары того же сукна, укороченные, для носки в сапогах. Фуражка черная с козырьком.*

*Для дворников в летнее время: рубаха синяя, шаровары синие ситцевые, белый холщовый фартук, знак на груди с надписью «сторож» или «Дворник».*

*На зимнее время выдается: овчинный тулуп, крытый серым сукном, кенги (калоши. – А. К.), рукавицы с варегами (вязаная рукавица, поддевалась под кожаную. – А. К.). Дворникам означенное платье выдается по усмотрению начальства только в местах Высочайшего пребывания<sup>9</sup>.*

Примерно так же выглядели и городские дворники, у которых на бляхе, как правило, было указано название улицы и номер дома, а не буква, обозначающая название дворца. По давней традиции дворниками в Петербурге служили татары Пензенской и Саратовской губерний.

Некоторые, приехав в город, оставались в нем навсегда, другие же приезжали только на заработки, а кому-то удавалось устроиться на работу в Петроградское Дворцовое ведомство. Например, Ахмет и Шаймардан Умитбаевы, с 1907 года наводили чистоту во дворах запасного дома Зимнего дворца<sup>10</sup>.

В начале октября 1917 года были приняты на работу дворниками: Муся Камалетдинов, Искак Абдрахимов, Искак Сябитов, Айся Алимов<sup>11</sup>. Удалось ли вновь прибывшим отработать весь сезон в Петрограде или свершившаяся революция спутала их планы, нам неизвестно. Скорее всего, как и многие служащие, они получили расчет, ведь надобность в большом количестве дворников, как это ни странно, отпала.

А в свое время их родственники и земляки служили во дворце и в Эрмитаже годами и даже десятилетиями. Например, была целая династия Акчуриных. Юнис Юсупов Акчурин, крестьянин деревни Адаево Пензенской губернии, поступил на службу при Зимнем дворце в 1886 году и дослужился до старшего дворника. Должность это была ответственная – за чистотой дворцовой территории пристально следили. В «Алфавите придворнослужащих» часто упоминается фамилия Акчуриных – это всё многочисленные родственники Юниса. Все они регулярно приезжали в Петербург на заработки. Хасян, Хуснетдин, Мухамет Алим, Ахметжан Муртазин, Ахметжан Курмаев, Абубекарь, Хамзя и Оксан Акчурины в течение многих лет работали дворниками, дровоносами и «кладчиками дров». Они устраивались на службу осенью, после сбора урожая, а в мае, скопив денег, увольнялись и уезжали домой в деревню, чтобы заняться сельскохозяйственными работами.

После революции служащих Эрмитажа и Дворца Искусств, как теперь стал именоваться Зимний, перестали снабжать продовольствием. Голод в городе чувствовался все сильнее, и все, кто мог, старались уехать из Петрограда в провинцию, где было легче прокормиться.

Сын Юниса Ахмеджан, выросший в Петербурге, также работал при Дворцовом ведомстве и уезжал на родину только в отпуск. Он был человеком образованным, и, когда после Февральской революции был создан Комитет служащих Петроградского Дворцового управления, призванный защищать права работников, Акчурина избрали товарищем председателя. Случалось, что теперь уже «бывшие придворнослужители» так много времени проводили на собраниях, что забывали о своих служебных обязанностях. С июля 1917 года, когда в царской резиденции поселился глава Временного правительства А. Ф. Керенский, работы служащим прибавилось, ведь кроме нового правителя нужно было обслуживать еще и его охрану, обосновавшуюся в парадных залах. Кроме того, во дворце работали члены комиссии по делам бывших министров, а многие следователи этой комиссии и жили в дворцовых покоях<sup>12</sup>.

Все это вместе не могло не сказаться на состоянии дворца, который очень скоро полностью утратил свой былой блеск. Чтобы представить себе, что творилось в Зимнем накануне Октябрьской революции, приведем выдержки из приказов по Петроградскому Дворцовому управлению временно исполнявшего обязанности его начальника – полковника Анненкова<sup>13</sup>, который замещал уехавшего в отпуск генерал-лейтенанта Комарова: «...некоторые служащие не исполняют своих обязанностей или исполняют их халатно. Я неоднократно обращался к служащим с указанием неисправности и в конце концов указал на замечаемое расстройство в жизни дворца приказом по Управлению <...> Результаты не видны. Помещение мною занимаемое и соседние, занимаемые офицерами частей войск, расположенных во дворце, не убираются почти совсем. Пыль не вытерта, полы своевременно не подметаются, умывальник за две недели не мыт, грязные ведра выносятся лишь после личного указания, что надо вынести, клозеты не убираются. Заботы об устройстве и уборке кроватей никакой. Белья на кроватях нет. Служба у стола небрежна, тарелки между блюдами не меняются, салфеток нет, нет стола для составления посуды и бутылок, которые ставятся на рояль. Прошу подполковника



Малиновского произвести по данному вопросу расследование, обратив внимание, нет ли подобных упущений и в других помещениях, занимаемых офицерами и солдатами...» (имеется в виду охрана Керенского. – А. К.)<sup>14</sup>. «У стола офицеров по-прежнему нет салфеток, посуда и белье не всегда меняются. Комнатный служитель иногда подает в расстегнутой тужурке, не имея крахмального белья, каковое составляет его форменную одежду и без которой вид служителя неряшлив. Пыль мало вытирается. Уборные в антисанитарном состоянии. <...> Я просил Председателей Комитетов доставить мне постановления Комитетов. Многие из них, по-видимому, не признают за мной права быть в курсе жизни служителей, знать мнения служителей и их желания, и протоколов мне не доставили»<sup>15</sup>.

Заметим, что на многих протоколах заседаний Комитета, о которых пишет полковник Анненков, стоит подпись уже знакомого нам Ахмеджана Акчурина.

Приведем еще одну выдержку из последнего приказа И. Н. Анненкова, пытавшегося убедить своих подчиненных в том, что кроме прав существуют еще и обязанности, которые нужно исполнять ради общего блага, а не только ради собственной выгоды: «...в дни, особенно тяжкие для родины, когда естественно, казалось бы, должно было проявиться усиленное напряжение всех сил, что при известных условиях и бывало в прежние годы, в настоящее время мало думается о деле. Большинство служащих обуяло чувство пользования благами жизни, все помыслы их как бы направлены только на то, чтобы отвоевать себе права во всех областях жизни и службы, при этом является увлечение, зачастую путаница в понятиях о праве и, что хуже всего, в этом увлечении забывается о деле, о том, что дело не ждет, что оно должно быть выполнено, что в тяжкие дни приходится и усиленно работать. Ослабла работоспособность, когда она должна была удвоиться, а возросла жажда к отдыху и к наслаждениям. Не во время страшной войны, не во время грядущих бедствий и еще более тяжелых дней думать о благе земной жизни. Я исключаю при этом, конечно, справедливое желание иметь необходимые средства существования, но только необходимые. Призываю всех к общей работе во имя общего дела. Настанет время отдыха, а теперь надо работать не покладая рук и изо всех сил, помогая друг другу, поддерживая порядок, чистоту, санитарное состояние и проч. Поменьше слов, побольше дела»<sup>16</sup>.

А. Н. Анненков говорит о «грядущих бедствиях» и «более тяжелых днях», как бы предчувствуя события, которые развернутся в этих стенах всего через два с половиной месяца (текст приказа написан 10 августа 1917 года). Возвратившемуся из отпуска В. А. Комарову удалось несколько наладить дисциплину, но прежнего порядка было не вернуть. А очень скоро, когда дворец был взят штурмом и подвергся разграблению, отсутствие «крахмального белья» у служителей уже никого не волновало – сей факт, еще недавно так возмущивший полковника, стал казаться и вовсе пустяком, не заслуживающим внимания.

Сразу после Октябрьской революции госпиталь для нижних чинов, развернувшийся в дворцовых залах в 1915 году, был закрыт, а раненые переведены в другие лазареты. Когда парадные залы дворца были освобождены от госпитальных коек и медицинского оборудования, в Зимнем дворце начали устраивать концерты и киносеансы для публики. Огромный дворцовый штат оказался явно лишним, и многие из служащих были уволены. Прежде всего это касалось лакеев, швейцаров, присяжных многочисленных кладовых.

Положение с продовольствием в послереволюционном Петрограде было тяжелым, людям приходилось простаивать в длинных очередях за хлебом. Жить в городе становилось все труднее, и те из уволенных служащих, которым было куда уехать, покинули Петроград. С дровами в городе также были перебои – Эрмитаж и дворец почти не отапливались. Дровяные запасы в подвалах заканчивались, и печи топились не регулярно. Поэтому, когда весной 1919 года у дворцовой пристани появилась баржа с лесом, это событие было воспринято как праздник.

Несмотря на все бытовые трудности, и в голодном 18-ом году в приказах по бывшему Дворцовому управлению можно встретить строчку «определить на работу». Но теперь речь шла, конечно, не о лакеях, которые после Февраля приказом комиссара Ф. А. Головина были переименованы в комнатных служителей<sup>17</sup>, а больше о дворниках. Так, 10 октября 1918 года были «определены на работу дворниками Хамзя Алимов и Оксан Акчурин с окладом 350 руб. в месяц» и «кучером при рабочих лошадях Хасан Шехмаметьев с окладом 400 руб.»<sup>18</sup> В приказе от 1 сентября 1919 года значится Азизя Акчурина, зачисленная полотером, а в приказе от 8 сентября

говорится, что «увольняется от службы дворник Зимнего дворца Ибрагим Акчурун», еще один родственник Ахмеджана<sup>19</sup>.

Многие из уволенных после революции служителей пытались получить хоть какую-то должность в Эрмитаже, к которому сначала формально, а с 1922 года и официально относился Зимний дворец, ставший частью музея<sup>20</sup>. Некоторым посчастливилось устроиться на работу гардеробщиками, билетерами или галерейными служителями.

Ахмеджану Юнисовичу Акчуруну, активно включившемуся в общественную жизнь после Февраля, в этом отношении повезло: после Октябрьской революции он остался на службе, но проработал всего полтора года. О том, что произошло дальше, стало известно из его заявления, сохранившегося в Архиве Эрмитажа.

*«Бывшего смотрителя  
Административно-хозяйственной части  
Дворца Искусств / б. Зимнего Дворца  
Ахмеджана Юнисовича Акчурина*

#### *Заявление*

*В августе 1919 г. уехав в отпуск на родину я по болезни и по обстоятельствам военного времени не мог своевременно возвратиться к месту службы. Нынче имея тяготение к Петрограду, как к родному городу, приехав сюда, обращаюсь с просьбой о предоставлении мне соответствующей должности.*

*14 января 1924»*

К заявлению приколота записка, написанная той же рукой:

*«Уважаемый Николай Иванович!*

*Т. к. ожидать какую-либо должность в Петрограде трудно в материальном отношении, то я принужден уехать на родину и потому смею просить Вас в случае предоставившейся соответствующей должности вызвать меня по следующему адресу, расходы немедленно возмещу по прибытии*

*Аксел Пензенской. Адаево. Ахмеджану Акчуруну»*

Удалось ли Ахмеджану Акчуруну вернуться в Петроград, нам неизвестно.

Б. Б. Пиотровский в книге «Страницы моей жизни» вспоминает, что в 1922 году «На подъезде (Малый подъезд Старого

Эрмитажа. – А. К.) дежурили два бывших дворцовых служащих – Иван Харитонович Плешаков и Дмитрий Иванович Бобров, оба высокого роста, суровые с виду. Иван Харитонович был отцом известного оперного певца И. И. Плешакова. При них был и третий служитель – иногда появлявшийся татарин Акчурин, полная противоположность величественным сторожам»<sup>21</sup>. Если Ахмеджан в это время находился в Пензенской губернии, то речь идет, скорее всего, о его отце Юнисе Акчурине.

Дворниками при дворце и домах Дворцового ведомства кроме татар работали и китайцы. Например, в Приказе № 30 по Петроградскому Дворцовому управлению от 16 сентября 1917 года говорится о том, что «дворники дома б.[ывшего] Капитула Орден [Гагаринская ул., 6] Сиа-фу-хай и Хо Чан-тзюй перемещаются дворниками Придворнослужительских домов с 16 сего сентября на основной оклад жалования по 30 р. в месяц каждый». В это же время на работу дворниками принимают еще «троих китайских подданных: Ан-ден Би, Чиуюй-зы, Ли Гуй»<sup>22</sup>. А с 9 октября в Зимнем дворце истопниками стали работать еще восемь китайцев: Чан ду-ян, Сунь Куй-юй, Вань Син-шен, Му Фу-чен, Чуй Фу-чен, Чень Гуй-син, Лу Гуан-Бен, Ли-Сян-и.

Служившие в ведомственных домах китайцы находились в Петербурге на совершенно законных основаниях, в отличие от огромного количества своих соплеменников, обосновавшихся на Дальнем Востоке России. Не случайно еще 21 июня 1910 года император Николай II утвердил принятый Государственной Думой «Закон об установлении в Приамурском генерал-губернаторстве и Забайкальской области Иркутского генерал-губернаторства некоторых ограничений для лиц, состоящих в иностранном подданстве». Этот закон в первую очередь касался китайцев, которые пытались незаконно проникнуть на российскую землю. Но и после принятия закона китайцы не спешили исполнять его<sup>23</sup>.

Те же, кто сумел добраться из далекого Китая до российской столицы, заранее обзаводились необходимыми документами, ведь все поступающие на службу в Петроградское Дворцовое управление в обязательном порядке проходили проверку на благонадежность. Проверкой кандидатов на должности занималась дворцовая полиция.

Вместе с перечисленными выше китайцами истопниками были приняты на работу и два поляка – «мещане г. Варшавы» Антон Вох

и Феликс Дзевенткевич<sup>24</sup>. Любопытно, что в это же время в Дом придворного духовенства (Фонтанка, 20) также истопниками были назначены две женщины – финляндская гражданка г. Гельсингфорса Августа-София Аренберг и гражданка Петроградской губернии Елена Заммерфельд<sup>25</sup>. В обязанности истопников входило следить за работой находящихся в подвалах амосовских печей, дрова для которых приносили дровоносы<sup>26</sup>.

Как мы уже могли убедиться, в Петроградском Дворцовом управлении работали люди самых разных национальностей: и если «китайские подданные», облаченные в ничем не примечательную форму, скромно трудились во дворах и в подвалах дворца и Эрмитажа, незаметные постороннему глазу в своей скромной «спецодежде», то в парадных залах дворца перед гостями, удостоившимися посещения царской резиденции, являлись величественные негры в роскошных одеждах. Костюм «придворного арапа» состоял из куртки пунцового бархата, отделанной золотой тесьмой, алых суконных шаровар с зеленым шелковым кушаком и алых сафьяновых туфель с темно-зелеными гетрами, обшитыми золотым шнуром. Дополняла этот красочный наряд белая чалма и турецкая шаль, перекинутая через плечо.

История появления негров при русском Дворе восходит ко временам Петра Великого, имевшего своим крестником чернокожего сына африканского князя, ставшего впоследствии генерал-аншефом. С тех пор их присутствие в царских дворцах стало традицией. Арапчага сопровождали императрицу Анну Иоанновну в ее прогулках, один из них даже удостоился быть запечатленным в бронзе самим Б. К. Растрелли<sup>27</sup>.

У Елизаветы Петровны были чернокожие скороходы, а во времена Екатерины придворные арапы, облаченные в разноцветные одежды, несли службу при Дворе, поражая гостей своим необычным для россиянина видом. Со второй половины XIX века, когда в моду вошел мавританский стиль, то практически во всех дворцах петербургской знати появились интерьеры в стиле экзотического арабского Востока. В Зимнем же дворце в этом смысле ничего не изменилось – екатерининские традиции сохранялись, и арапы, которых теперь называли «арабами», по-прежнему продолжали нести службу в императорской резиденции. Они стояли при дверях Арапской столовой, оправдывая её название. В «Алфавите придворнослужителей» числится «араб Высочайшего Двора старшего

разряда, уроженец юго-западной части Абиссинии Шанколь Бадасса, получивший при крещении имя Бориса, присланный Его Величеством Негусом Менеликом»<sup>28</sup> в 1897 году. В 1901 году тем же правителем Абиссинии был прислан в Россию в качестве подарка русскому царю Ассан Ассанагеньюх, «Александр Михайлов по святому крещению», «уроженец Галлакской провинции Йалло, из города Десси»<sup>29</sup>. Он получил должность младшего араба Высочайшего Двора. Много лет служил при Дворе старший араб Константин Апти, за заслуги возведенный в звание личного почетного гражданина, а его подросток сын числился младшим арабом и назывался уже совсем по-русски Николаем Константиновичем. Для «уроженцев Абиссинии» (теперешней Эфиопии) Россия стала второй родиной – здесь они обзавелись семьями, а их потомки, со временем утратив черный цвет кожи своих африканских предков, сохранили некоторую смуглость лица и кудрявость волос.

<sup>1</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 2. Д. 20. 1915–1918. Л. 6. О лицах, проживающих в домах ведения Петроградского Дворцового Управления. 27.08.1916

<sup>2</sup> Комаров Владимир Александрович (1861–1918) – выпускник Пажеского корпуса, служил в Преображенском полку, командовал Собственным Его Императорского Величества Сводным пехотным полком. В августе 1914 года возглавил Петроградское Дворцовое управление. С октября 1915 года – председатель «Особого Комитета по управлению госпиталем Его Императорского Высочества Наследника Цесаревича и Великого Князя Алексея Николаевича в Зимнем Дворце». Расстрелян в сентябре 1918 года (стал жертвой постановления «О красном терроре», объявленного Советом народных комиссаров в ответ на убийство председателя Петроградской ЧК Моисея Урицкого Л. И. Каннегисером 30 августа 1918 года).

<sup>3</sup> Документ о создании Охранной команды Зимнего дворца был Высочайше утвержден почти через полтора года после убийства Александра II – 24 июля 1882 года. В 1916 году в Охранной команде было около ста человек. Возглавлял ее полицмейстер, подчинявшийся начальнику дворцовой полиции, а тот, в свою очередь, – дворцовому коменданту, в обязанности которого входило наблюдение за безопасностью императорской резиденции.

<sup>4</sup> Боурский дом – Фонтанка, 2  
Прачечный дом – Фонтанка, 4  
Старый придворнослужительский дом – Гагаринская ул., 7  
Новый придворнослужительский дом – Сергиевская ул. (ул. Чайковского), 2/7  
Дом придворного духовенства – Фонтанка, 20  
Запасной дом Зимнего дворца – Дворцовая наб., 30  
Фуражный дом – Шпалерная ул., 54  
Конторский дом – Шпалерная ул., 35

- Три жилых корпуса – Захарьевская ул., 14 А, Б, В, Г  
Мойка, 12, кв. 5 (бывшее помещение дворцовой полиции)  
Мойка, 18 (4 квартиры до сентября 1917 года занимал Георгиевский комитет)  
Мойка, 37  
Здание Капитула орденов – Гагаринская ул., 6.
- <sup>5</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 366. Л. 42.
- <sup>6</sup> «Высочайшего Двора служители». Ливрейный костюм конца XIX – начала XX в собрании Эрмитажа. Каталог выставки / Н. И. Тарасова. СПб. Издательство Государственного Эрмитажа., 2014. С. 61–69.
- <sup>7</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 2. Д. 20. 1915–1918. Л. 6, 7.
- <sup>8</sup> *Завадский С. В.* На великом изломе (отчет гражданина о пережитом в 1916–1917 годах) // Архив русской революции. Т. 11. Берлин, 1922. С. 15.
- <sup>9</sup> «Высочайшего Двора служители»... С. 399.
- <sup>10</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 894. Формулярные списки придворнослужителей с фамилиями на букву «У».
- <sup>11</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 366. Л. 49.
- <sup>12</sup> Официально она именовалась Чрезвычайной следственной комиссией по расследованию действий бывших министров, главноуправляющих и прочих высших должностных лиц, как гражданских, так и военного и морского ведомства.
- <sup>13</sup> Анненков Иван Николаевич (1868–?) – окончил Пажеский корпус, выпущен в Лейб-гвардии 4-й стрелковый Императорской Фамилии батальон. После выхода в запас в 1900 году – делопроизводитель управления Собственным Е. И. В. дворцом, полицмейстер Собственного Е. И. В. дворца.
- <sup>14</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 873. Л. 29.
- <sup>15</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 873. Л. 32 об.
- <sup>16</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 873. Л. 33.
- <sup>17</sup> Приказ Петроградскому Дворцовому управлению от 13 июля 1917 года.  
РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 873.
- <sup>18</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1 Д. 1042. Л. 1 об.
- <sup>19</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1 Д. 1042. Л. 3, 4.
- <sup>20</sup> С января 1920 года почти половину дворца занимал учрежденный Петроградским Советом Музей Революции.
- <sup>21</sup> *Пиотровский Б. Б.* Страницы моей жизни. СПб., 1995. С. 32.
- <sup>22</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 366. Л. 46.
- <sup>23</sup> Для борьбы с нарушителями закона приамурский генерал-губернатор 25 февраля 1911 года издал обязательное для всех городов края постановление, запрещающее иметь в качестве прислуги, низших служащих и домашних рабочих китайцев без «личных наемных книжек». Ответственность за несоблюдение постановления возлагалась на работодателей: нарушивших могли оштрафовать на сумму до 500 рублей или даже арестовать

на срок до 3-х месяцев. [Электронный ресурс]. URL: [https://weekend.rambler.ru/read/42465560/?utm\\_content=weekend\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://weekend.rambler.ru/read/42465560/?utm_content=weekend_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink) (дата обращения: 03.02.2022).

<sup>24</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 366. Л. 49.

<sup>25</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 366. Л. 46.

<sup>26</sup> Система огневоздушного отопления была сконструирована военным инженером Н. А. Амосовым. Печи, состоявшие из топки и воздушной камеры, появились в Зимнем дворце после пожара 1837 года. Одна такая печь заменяла несколько голландских. Горячий воздух от печи поднимался по каналам, спрятанным в стенах, и поступал в помещения через душники. Шедший по другим каналам дым выходил в трубы, были также каналы, по которым поступал воздух с улицы. Всего в подвалах Зимнего дворца было 84 печи.

<sup>27</sup> Б. К. Растрелли. Императрица Анна Иоанновна с арапчонком. ГРМ. Скульптурная группа, изображающая императрицу Анну Иоанновну с арапчонком в натуральную величину.

<sup>28</sup> В 1887 году фотограф Двора Его Императорского Величества Негуса Абиссинского Н. И. Ануфриев открыл фотоателье под названием «Современная фотография» на Невском пр., 96.

<sup>29</sup> РГИА. Ф. 475. Оп. 1. Д. 910.



## СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

3D	three-dimensional (трехмерный)
AI	Artificial Intelligence (искусственный интеллект)
AOI	area of interest (область интересов)
AR	Augmented Reality (дополненная реальность)
B2C	business-to-customer (бизнес для потребителя)
COVID-19	coronavirus disease 2019 (коронавирусная инфекция 2019 года)
DIY	Do It Yourself (сделай сам)
EHF	Ebola haemorrhagic fever (геморрагическая лихорадка Эбола)
ERP	Enterprise Resource Planning (планирование ресурсов предприятия)
EVD	Ebola virus disease (ББВЭ, болезнь, вызванная вирусом Эбола)
G20	Group of Twenty (Большая двадцатка)
GDP	gross domestic product (ВВП, валовой внутренний продукт)
GPS	Global Positioning System (система глобального позиционирования)
ICT	information and communications technology (информационно-коммуникационные технологии)
KHM	Kunsthistorisches Museum (Музей истории искусств в Вене)
MERS	Middle East respiratory syndrome (Ближневосточный респираторный синдром)
ML	Machine Learning (машинное обучение)
NFT	non-fungible token (невзаимозаменяемый токен)
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development (ОЭСР, Организация экономического сотрудничества и развития)
POI	point of interest (достопримечательность)
PR	public relations (связи с общественностью)
ROI	return on investment (окупаемость инвестиций)
SARS	severe acute respiratory syndrome (ТОРС, тяжелый острый респираторный синдром)
SPOC	small private online courses (малые особые онлайн-курсы)
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development (ЮНКТАД, конференция ООН по торговле и развитию)
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (ЮНЕСКО, Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры)
UNWTO	United Nations World Tourism Organization

	(ВТООН, Всемирная туристская организация)
VR	Virtual Reality (виртуальная реальность)
WEF	World Economic Forum (ВЭФ, Всемирный экономический форум)
WHO	World Health Organization (ВОЗ, Всемирная организация здравоохранения)
АНМК	Азербайджанский национальный музей ковра
АССР	Автономная Советская Социалистическая Республика
ВВП	валовой внутренний продукт
ВЛКСМ	Всесоюзный ленинский коммунистический союз молодежи
ВОГ	Всероссийское общество глухих
ВЦСПС	Всесоюзный центральный совет профессиональных союзов
ГАУК	государственное автономное учреждение культуры
ГИМ	Государственный исторический музей
ГИС	геоинформационная система
ГК РФ	Гражданский кодекс Российской Федерации
ГМИИ	Государственный музей изобразительных искусств
ГОУ	государственное образовательное учреждение
ГПНТБ	Государственная публичная научно-техническая библиотека
ГУП	государственное унитарное предприятие
ГЭБ	Городское экскурсионное бюро
ГЭС	гидроэлектростанция
ЖЗЛ	«Жизнь замечательных людей»
ЗАО	закрытое акционерное общество
ИКОМ	Международный совет музеев
КНР	Китайская Народная Республика
КП	Коммунистическая партия
ЛКСМ	Ленинский коммунистический союз молодежи
ЛЭП	линия электропередач
МГУ	Московский государственный университет
МИД	Министерство иностранных дел
МОП	музейный онлайн-продукт
НАНА	Национальная академия наук Азербайджана
НГХМ	Нижегородский государственный художественный музей
НКВД	Народный комиссариат внутренних дел СССР
НГИАМ	Невьянский государственный историко-архитектурный музей
НЗХК	Невьянский завод художественной керамики

НИУ ВШЭ	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
НКВД	Народный комиссариат внутренних дел
НМА	нематериальные активы
ОВЗ	ограниченные возможности здоровья
ОКН	объект культурного наследия
ООН	Организация Объединенных Наций
ООО	общество с ограниченной ответственностью
ПСРЛ	Полное собрание русских летописей
РАМ	Российская академия музыки
РАН	Российская академия наук
РЖЯ	русский жестовый язык
РУДН	Российский университет дружбы народов
СМИ	средства массовой информации
СО	Свердловская область
СПб ГБУ	Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение
СССР	Союз Советских Социалистических Республик
ТЭП	тематико-экспозиционный план
Университет ИТМО	Университет информационных технологий, механики и оптики
ФНИСЦ	Федеральный научно-исследовательский социологический центр
ФСБУ	Федеральный стандарт бухгалтерского учета
ЦК	Центральный комитет
ЦСИ	Центр семейной истории
ЭВМ	электронно-вычислительная машина
ЮНЕСКО	Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>М. Б. Пиотровский</b> ( <i>Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург</i> ) Приветственное слово .....	3
<b>С. Е. Корнеев</b> ( <i>Комитет по развитию туризма, Санкт-Петербург</i> ) Приветственное слово .....	4
<b>О. Б. Архипова</b> ( <i>Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург</i> ) Приветственное слово .....	7
<b>М. Кустачер</b> ( <i>Kunsthistorisches Museum Vienna</i> ) Стратегии развития туризма в условиях ковидного кризиса .....	9
<b>Alfredo M. Ronchi</b> ( <i>Kunsthistorisches Museum Vienna</i> ) The cultural side of life matters? .....	12
<b>А. Б. Абсалямова</b> ( <i>журнал «Казань»</i> ) Культурный туризм на страницах современного периодического издания на примере журнала «Казань». Pro et contra .....	22
<b>Н. А. Алиева</b> ( <i>Национальный музей азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви, Баку, Азербайджан</i> ) Деятельность Центра русско-азербайджанских литературных связей имени Сергея Есенина (филиала Национального музея азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви) в 2020 году .....	24
<b>О. В. Архипова</b> ( <i>Санкт-Петербургский государственный экономический университет</i> ) Онлайн- и офлайн-форматы организации и реализации проектов в сфере культуры: возможности и направления гармонизации .....	29
<b>И. Г. Афанасьева</b> ( <i>Азовский историко-археологический и палеонтологический музей-заповедник</i> ) «Пушкинская карта» в музее (из опыта работы Азовского музея-заповедника) .....	33
<b>С. Р. Бабаева</b> ( <i>Азербайджанский университет туризма и менеджмента, Баку, Азербайджан</i> ) Проблемы интеграции национальных музеев Азербайджана в сферу культурного туризма .....	35
<b>В. Н. Баргачева, П. И. Рысакова</b> ( <i>Лаборатория изучения китайского туризма, Санкт-Петербург</i> ) Как привлечь туриста, который уже все повидал? (на примере туристической отрасли Китая) .....	43
<b>Е. И. Бобрицкая, Е. И. Курбатова, Н. И. Схулухия</b> ( <i>Музей оптики Университета ИТМО, Санкт-Петербург</i> ) Особенности интерпретации научно-технического знания в музее: актуальные вопросы коммуникации .....	46
<b>С. Д. Бородина</b> ( <i>Международный институт культурного наследия, Казань</i> ), <b>А. В. Булгакова</b> ( <i>Международный институт антиквариата, Казань</i> ) Дом приемов как гибридная форма брендинга объектов культурного наследия .....	49

<b>Е. В. Васильева</b> ( <i>Санкт-Петербургский государственный экономический университет</i> ), <b>Е. В. Останина</b> ( <i>Администрация Невского района, Санкт-Петербург</i> ), <b>В. К. Тын</b> ( <i>Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург</i> ) Креативные индустрии: зачем нужно учитывать результаты нематериальной деятельности и формировать нематериальные активы .....	51
<b>О. Е. Гагина</b> ( <i>Государственный Владимиро-Суздальский музей-заповедник, Владимир</i> ) Экскурсия-эссе «Русский пейзаж» в картинной галерее Владимиро-Суздальского музея-заповедника .....	58
<b>Г. Н. Гафарова</b> ( <i>Азербайджанский университет туризма и менеджмента, Баку, Азербайджан</i> ) Деятельность азербайджанских музеев в условиях пандемии .....	64
<b>П. З. Гольдин</b> ( <i>НИЦ «Курчатовский институт», Москва</i> ) Путь к музею как культурное поле при невозможности посещения музея .....	69
<b>В. Э. Гордин, И. А. Сизова</b> ( <i>Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург</i> ) Системный подход к монетизации музейных продуктов .....	74
<b>Д. В. Грушевский</b> ( <i>Государственный мемориальный историко-художественный и природный музей-заповедник В. Д. Поленова, Тульская область, с. Страхово</i> ) Феномен Бёхово .....	83
<b>Е. В. Дьякова</b> ( <i>Российский этнографический музей, Санкт-Петербург</i> ), <b>Е. Э. Эльц</b> ( <i>Санкт-Петербургский государственный университет</i> ) Роль музеев сельских территорий в сохранении культуры коренных малочисленных народов (на примере Ленинградской области) .....	89
<b>Е. В. Еремина-Соленикова</b> ( <i>АНО ДПО «Санкт-Петербургская современная академия»</i> ), <b>С. А. Юрьева</b> ( <i>ГБУ «Городское туристско-информационное бюро», Санкт-Петербург</i> ) О взаимодействии музеев и городских экскурсоводов в Санкт Петербурге .....	93
<b>Н. С. Закутерин, Н. К. Мальцева</b> ( <i>Научно-образовательный центр «Музей истории Университета ИТМО», Санкт-Петербург</i> ) Башенные часы России – предмет научного и культурного туризма .....	97
<b>И. Ф. Игнатьева</b> ( <i>Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург</i> ), <b>Б. А. Исаев</b> ( <i>Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения</i> ) Экономические и политические факторы в развитии культурного туризма ....	102
<b>Е. Н. Калининченко</b> ( <i>Художественный музей «Арт-Донбасс» города Донецка</i> ) Откуда в Донбассе предметы русского промысла .....	107
<b>С. П. Калита</b> ( <i>Российский университет дружбы народов, Москва</i> ) Виртуальная экскурсия как актуальная форма экскурсии современной: постановка проблемы.....	110
<b>Л. А. Козлова</b> ( <i>Государственный исторический музей, Тула</i> ) Об опыте создания, развития и продвижения филиала Исторического музея в Туле .....	114

<b>Н. В. Козловская</b> ( <i>Музей изобразительных искусств Республики Карелия, Петрозаводск</i> ) Анализ результатов исследования «Выявление потребительских предпочтений и факторов принятия решения при выборе сувенирной продукции гражданами КНР во время туристических поездок за границу» ...	118
<b>Е. П. Коневских</b> ( <i>музей «Дом маяков», Кронштадт</i> ) Развитие нового музея в условиях современности .....	127
<b>И. А. Кривонос</b> ( <i>Калининградский областной музей янтаря</i> ) Бесплатные экскурсионные приложения, расширение предложения как альтернатива платному экскурсионному обслуживанию .....	130
<b>А. С. Лесков, Г. А. Лескова, И. В. Молозина</b> ( <i>Санкт-Петербургский государственный институт культуры</i> ) Экскурсия как средство современной презентации музея и города в культурном туризме .....	133
<b>И. В. Любченко</b> ( <i>Тобольский историко-архитектурный музей-заповедник</i> ) Перспективы развития экскурсионной деятельности в рамках открытия Тобольского аэропорта «Ремезов» .....	146
<b>В. И. Лямина</b> ( <i>ГБУК «Государственный музей-памятник «Исаакиевский собор», Санкт-Петербург</i> ) К 77-й годовщине образования ленинградского городского экскурсионного бюро .....	149
<b>В. Н. Макарова</b> ( <i>Национальный музей Республики Башкортостан, Уфа</i> ) Сохранить связь времен. Предложения по сохранению историко-культурного наследия в рамках мероприятий празднования 450-летия Уфы .....	153
<b>А. С. Маркова</b> ( <i>Государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник «Казанский Кремль», Центр «Эрмитаж – Казань»</i> ) Перспективы и результаты сотрудничества Центра «Эрмитаж – Казань» с туристическими организациями Казани .....	159
<b>М. В. Морева</b> ( <i>Невьянский государственный историко-архитектурный музей</i> ) Невьянский музей: ресурсы культурного туризма в контексте основных музейных коллекций .....	162
<b>В. Н. Муравьев</b> ( <i>Сыктывдинское музейное объединение, Республика Коми, с. Вьльгорт</i> ) Путешествие «налимов» из Санкт-Петербурга в Вьльгорт на родину мастера .....	170
<b>С. М. Мушкалов</b> ( <i>Кунгурский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник</i> ) Музейный Upgrade .....	176
<b>С. П. Никулина</b> ( <i>туристическая компания «5-й сезон», Белгород</i> ), <b>Е. А. Шокова</b> ( <i>Белгородский государственный музей народной культуры</i> ) По петровским местам Белгородского края .....	179
<b>Л. А. Омарова</b> ( <i>Библиотека Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы, Нур-Султан, Казахстан</i> ) Организация научно-поисковой работы (из опыта Библиотеки Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы) .....	185

<b>А. А. Оспанова</b> ( <i>Библиотека Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы, Нур-Султан, Казахстан</i> ) Образовательно-просветительская работа Библиотеки Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы .....	191
<b>Л. А. Родионов</b> ( <i>Самарский филиал Московского городского педагогического университета</i> ) К вопросу о правовом регулировании музейной деятельности в условиях распространения коронавирусной инфекции (COVID-19) .....	197
<b>Е. В. Рыбачёк</b> ( <i>Комитет по сохранению культурного наследия Ленинградской области, Санкт-Петербург</i> ) Культурные туристические маршруты Ленинградской области как фактор социально-экономического развития региона .....	201
<b>Т. В. Салтыкова</b> ( <i>Музей изобразительных искусств Республики Карелия, Петрозаводск</i> ) Разработка сувенирной продукции в музее .....	205
<b>В. К. Салькова</b> ( <i>Государственный мемориальный историко-художественный и природный музей-заповедник В. Д. Поленова, Тульская область, с. Страхово</i> ) К вопросу о музеефикации семейных историй .....	211
<b>И. В. Страшко</b> ( <i>Астраханская картинная галерея имени П. М. Догадина</i> ) Инклюзивный проект «Цвет звучащий» в Астраханской картинной галерее. Новые возможности музея .....	214
<b>Л. С. Тимофеева</b> ( <i>Институт международных отношений Казанского федерального университета</i> ) AR-технологии в музейном туризме: опыт и перспективы .....	219
<b>М. С. Тихонова</b> ( <i>Государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник «Казанский Кремль», Центр «Эрмитаж – Казань»</i> ) Влияние коронавирусной инфекции COVID-19 на работу музеев. Опыт выставочного отдела – Центр «Эрмитаж – Казань» музея-заповедника «Казанский Кремль» .....	226
<b>Н. Н. Хазова</b> ( <i>Дом детства и юношества «Дом знаний», Череповец</i> ) Межрегиональный туристский литературный маршрут (г. Череповец, Вологодская обл. – г. Гатчина, Ленинградская обл.) .....	229
<b>М. В. Шувалова</b> ( <i>Тверская областная картинная галерея</i> ) Иммерсивная музейно-городская программа «Екатерининская миля» как ресурс для повышения туристической привлекательности столицы Верхневолжья .....	232
<b>Е. М. Щукина</b> ( <i>МАУК «Музей Новосибирска»</i> ) Трансляция музейного материала в городское пространство Новосибирска: опыт и перспективы .....	239
<b>МУЗЕЙНЫЕ ИСТОРИИ</b>	
<b>А. В. Конивец</b> ( <i>Государственный Эрмитаж</i> ) О дворниках, истопниках и придворных арапах .....	244
Список сокращений .....	257

МУЗЕЙ И ПРОБЛЕМЫ  
КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

*Материалы двадцатого Круглого стола*

Редакторы *Е. Г. Гаврилова,*  
*Н. И. Концевая, В. В. Крайнева*

Редактор английского текста *Ю. Р. Редькина*

Компьютерная верстка: *Н. К. Соколова*

Подписано в печать 29.03.2022. Формат 60 × 90 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>

Усл. печ. л. 16,50. Тираж 200 экз. Заказ 12

Издательство Государственного Эрмитажа  
190000, Санкт-Петербург, Дворцовая наб., 34

Отпечатано в типографии Государственного Эрмитажа  
197183, Санкт-Петербург, Заусадная ул., 37