

**МУЗЕЙ В СИСТЕМЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ  
(из опыта Центрального государственного музея РК)**

**Кущенко А.В.**, магистр истории, руководитель Центра культурно-образовательной работы Центрального государственного музея РК

В данной статье предпринята попытка анализа некоторых аспектов социокультурной коммуникации, в связи с возрастающей ролью музея в современном обществе на примере Центрального государственного музея Республики Казахстан. Рассматриваются вопросы межкультурной и межмузейной коммуникации, деятельность и роль ЦГМ РК в диалоге культур, а также вопросы, связанные с использованием различных стратегий развития и технологий, включая информационно-коммуникативную.

**Ключевые слова:** социокультурный институт, музейная коммуникация, информационные технологии, популяризация музея, социологические исследования, межмузейное взаимодействие.

Сегодня развитие культуры и культурного потенциала входит в число важнейших приоритетов развития многих народов и государств мира. Большая роль в развитии социокультурной коммуникации принадлежит музеям, которые имеют достаточно ресурсов, обладают широким спектром возможностей и значительным научным и образовательным потенциалом, чтобы способствовать диалогу и обогащению различных культур, что особенно важно в процессе образования, развития и воспитания личности и культурного развития общества, в целом. Музей является социокультурным институтом, центром передачи социокультурного опыта и пересечения научного, историко-идеологического и художественного пластов. В последнее время трактовка миссии музея соотносится с коммуникационным подходом, утвердившимся в музееведении и культурологии. Сегодня формируется новый имидж музеев в качестве центров межкультурной коммуникации, поскольку музей способствует культурному взаимодействию различных сообществ, субкультур, этносов, обмену опытом и установлению межкультурного диалога и сотрудничества. Именно музею, как центру диалога времен и культур, принадлежит особая роль в межкультурной коммуникации, в основе которой лежит совокупность специфических процессов взаимодействия людей, народов, принадлежащих к различным культурам и языкам. Музеи стремятся не только к развитию новых форм и способов коммуникации с обществом, но и находятся в поиске нового самоопределения и позиционирования в социальной среде. Роль музея в процессе социокультурной коммуникации видоизменяется, поскольку меняются запросы общества. Приоритетным направлением в музейном деле на современном этапе должны стать вопросы дальнейшего развития международного, межкультурного и межмузейного сотрудничества и использования инновационных, информационных, коммуникативных технологий. Открытым остается вопрос – разработка усовершенствованных систем музейной коммуникации, наряду с традиционными формами и функциями хранения, систематизации и популяризации музейных собраний.

Концепция развития Центрального государственного музея РК (далее ЦГМ РК), который является старейшим и крупнейшим музеем Казахстана, предусматривает прежде всего, изучение, сохранение и популяризацию историко-культурного наследия нашей страны. В рамках взаимодействия музея с обществом Центральный государственный музей РК активно осуществляет свою деятельность по всем направлениям – научно-исследовательская, культурно-образовательная, научно-фондовая. Кроме того, ЦГМ РК

осуществляет экспозиционно-выставочную деятельность, развивает международные научные и культурные связи, проводит рекламно-информационную работу, и тем самым реализовываются такие функции музея, как культурно-образовательная и коммуникативная. Стоит особенно подчеркнуть, что ЦГМ РК впервые в истории музейного дела Казахстана в 2005 г. получил статус научного учреждения, что дало возможность выйти на качественно новый уровень научной, культурно-образовательной и международной деятельности. Центральный музей РК сегодня используют современные технологии, в числе которых проектная технология, технология «фандрайзинга» и «социального партнерства» - развитие и установление научного и культурного сотрудничества с различными общественными, коммерческими и международными структурами, основываясь на общих интересах в сфере музейного дела, культурного, социального и гуманитарного развития, что способствует укреплению культурных связей между странами и народами, развитию межмузейной и межкультурной коммуникации, направленной на обмен идеями, информацией, ценностями и опытом. Благодаря расширенному взаимодействию с обществом реализуются международные значимые проекты в области развития отечественной науки, культурологии и музееведения.

Рассмотрим некоторые аспекты социокультурной, межкультурной и музейной коммуникаций:

1) Во взаимодействии музея с обществом ведущее место принадлежит сегодня *электронным коммуникациям* (базовая составляющая информационного менеджмента), которые открывают широкие возможности для развития и совершенствования системы управления музеями. В первую очередь, приоритетным и перспективным направлением музейной деятельности является внедрение в музейную работу инновационных информационных технологий, что будет способствовать увеличению посещаемости и поднимет рейтинг музеев республики, а также существенно скажется на развитии музейного дела Казахстана, в целом. Безусловно, сегодня привлекают посетителей современные технологии, такие как аудиотуры, аудиогиды, виртуальные конференции, мультимедийные программы, мобильные экспозиции, интернет-коллекции, световые и звуковые эффекты, 3D-технологии и т.д. Медиа-среда и Интернет стали не просто источником коммуникационного процесса и популяризации историко-культурного наследия, а нормой, жизненной необходимостью почти каждого музея. Важным направлением в деятельности музеев является использование новейших средств и форм коммуникации: создание информационных музейных ресурсов, к примеру, единого музейного веб-сайта, электронного коммуникативного центра по развитию музеев и обмену опытом, учитывая тот фактор, что сегодня общество стало более мобильным и имеет доступ к информационным сетям. И следующее — внедрение и развитие информационных систем в музеях позволит оптимизировать их работу, выйти на качественно новый уровень презентации своих услуг и коллекций, откроет широкие возможности для дальнейшего развития и реализации научного и культурно-образовательного потенциала и доступ к мировому музейному сообществу. Таким образом, активное использование информационных технологий усиливают эффект коммуникационного взаимодействия. Позиционируя себя в культурном пространстве (страны, мира), музей, как важный социокультурный институт должен быть известным и востребованным. Центральный музей РК широко представлен в системе Интернет – социальные блоки, порталы, веб-сайт, что позволяет привлечь дополнительную аудиторию. Рекламно-информационная и PR-деятельность ЦГМ РК направлена на решение коммуникативных задач, среди которых планирование и реализация PR-стратегии музея, призванная улучшить пути взаимодействия музея с обществом. Частью информационного менеджмента является издательская и публикаторская деятельность музея. В этой связи, актуальны сегодня использование в музеях для целей издательской и научной работы электронных каталогов и баз изображений вместо выноса непосредственно предметов из фондохранилища.

2) Повышение профессиональной квалификации сотрудников путем проведения международных и музейных форумов, тренингов, конференций, семинаров способствуют обмену профессиональным опытом между специалистами зарубежных стран в сфере науки, культуры и музейного дела, посредством чего также осуществляется межкультурная коммуникация. *Создание сети межмузейного и межпрофессионального взаимодействия* с международными структурами и учреждениями республики имеет важное значение для включения музея в единое информационное, культурное и научное пространство. Успешным примером развития межмузейного сотрудничества является программа «Музеолог» по электронной каталогизации музейных коллекций, разработанная и внедренная Центральным государственным музеем РК (директор Нурсан Алимбай) под эгидой ЮНЕСКО в 2003 г. ЦГМ РК регулярно вносит обновления по музейным коллекциям в базу данных программы и проводит координационную и методологическую работу по созданию информационных каталогов музейных коллекций в музеях Центральной Азии и Казахстана. Отметим, что ЦГМ РК стал первым музеем в центрально-азиатском регионе, который осуществляет проектную деятельность по международной программе «Museolog», представляющую принципиально новую форму инновационных технологий в музейном пространстве страны.

3) *Совершенствование системы музейного менеджмента качества (СММК)* предполагает внедрение инновационных подходов и методов в музейной работе, в частности в области развития и реализации информационных и *PR-программ с использованием современных PR-технологий*, которые являются одной из главных составляющих в организации маркетинговой деятельности и осуществлении коммуникативной политики музея. Сегодня важно музеям не только представить свои коллекции широкой публике, а заинтересовать и привлечь посетителя к деятельности музея, как полноправного участника социокультурного процесса коммуникации, используя различные приемы, формы и способы работы с аудиторией. Музеи могут вести полноценный межкультурный диалог и общаться с разными возрастными и социальными группами, при этом музею необходимо использовать дополнительные ресурсы, насыщенными инновационными технологиями, создавать новый выразительный язык музейной экспозиции и новые продукты культурно-образовательной деятельности, среди которых PR- проекты, выставки, программы, специальные акции и др.

4) Из вышеизложенного вытекает следующее положение — необходимость проведения музеем социологических исследований с целью изучения и определения ценностных ориентаций и духовных потребностей посетителей. Важная роль отводится сегодня *музейной социологии*. Если экспозиция является основной формой музейной коммуникации, то главным субъектом музейного диалога является посетитель, который играет активную роль в пьесе музейной деятельности и задает основной ритм культурно-образовательной работе. С 2003 года ЦГМ РК проводит маркетинговые, социологические исследования методами анкетирования и опроса, позволяющие выбрать наилучшие пути взаимодействия музея с обществом, улучшить качество музейной работы, сделать музей более привлекательным для посетителей. Современные социологические исследования проводятся, традиционно, по трем основным направлениям: изучение потенциальной аудитории в целом, ее культурных установок, изучение мотиваций посещаемости музея, изучение обратной связи. Содержание культурно-образовательной и научной деятельности определяют результаты социологических исследований. В этом смысле социологические исследования в музее являются важным фактором формирования общественного мнения и инструментом оценки и повышения эффективности деятельности музея, решения конкретных социальных задач. За последние годы (2010-2015 гг.). ЦГМ РК, исследуя запросы и интересы посетителей, определил стратегию развития в области культурно-образовательной и выставочной деятельности, создавая разнообразные культурные и научно-образовательные продукты для общества – выставки, фестивали, акции, встречи-диалоги, интерактивные обучающие программы, которые

выступают своего рода способом коммуникации с посетителем и выражением научных идей.

5) *Активизация культурно-образовательной деятельности является одной из приоритетных задач работы музея в системе социокультурной коммуникации.* Немаловажным является вовлечение посетителя в музейную коммуникацию с помощью новых методик, способов и технологий, используемых в процессе воспитания и обучения. Это ставит новые задачи перед музеями и непосредственно перед музейной педагогикой, как способом коммуникации с посетителем, его приобщением к музею и духовным ценностям. Реализация музеем культурно-просветительной и образовательно-воспитательной функций приобретают большое значение для социокультурного развития общества. В настоящее время Центральный музей РК осуществляет активную культурно-образовательную и музейно-педагогическую деятельность, которая включает разработку и реализацию выставочных, художественных, культурно-досуговых и образовательных проектов, направленных на привлечение посетителей в музей и их знакомство с историко-культурным наследием. Ежегодно в музее проходят до 150 мероприятий различной направленности. Расширение форм и методов работы с аудиторией является основой для эффективного осуществления социокультурной, коммуникативной политики музея. Создаваемые музеем выставки и экспозиции – это важный ресурс для образования и воспитания, а также понимания традиционной культуры.

6) *Особую роль в процессах социальной коммуникации играют социально-культурные события музея и реализация культурно-образовательных и научно-исследовательских проектов,* посвященных истории и культуре Казахстана. Важным направлением международной деятельности отечественных музеев является организация историко-этнографических, археологических, художественных и др. выставок из музейных фондов в различных регионах республики и зарубежных странах. Примером международного сотрудничества является реализация десятков проектов ЦГМ РК (с 2003 года, под руководством директора Нурсан Алимбай) в сотрудничестве с ведущими музеями мира и научными учреждениями. За последние годы, в рамках международного сотрудничества ЦГМ РК, с большим успехом проведены *выставки казахских коллекций* — в ОАЭ, Иордании, Египте, США, Италии, России, Германии, Японии, Корее, Франции. Археологические и этнографические коллекции, представленные ЦГМ РК за рубежом, в рамках международных проектов, во – первых, отражают многообразие и палитру казахской истории и культуры, во-вторых, способствуют развитию диалога и взаимодействию культур, распространению знаний и пониманию ценностей своего и других народов, что укрепляет и расширяет границы межкультурного общения и сотрудничества. Научный потенциал и богатые фондовые коллекции позволяют музею не только представить свои раритеты за рубежом, но и проводить на высоком научном уровне исследования. Отметим, что ЦГМ РК с 2005 г. *реализовано 19 научно-прикладных проектов по истории и культуре Казахстана,* которые получили высокую оценку и международное признание. В настоящее время ЦГМ РК тесно сотрудничает с крупнейшими ведущими российскими музеями – Музеем антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) и Российским Этнографическим музеем (РЭМ) по реализации совместных историко-этнографических проектов.

7) Изучение и развитие музейного дела через призму теории коммуникации помогает увидеть музей, как в его внутренних связях, так и внешних – с учреждениями культуры, науки, образования, что находит воплощение в музейных концепциях и практической работе. Именно социальное партнерство, на которое ориентируется сегодня ЦГМ РК, обеспечивает эффективность культурно-образовательной и научной деятельности. Важнейшими задачами музея при этом являются – постоянное взаимодействие с общественностью и выстраивание партнерских отношений, расширение посетительской аудитории и использование новых технологий и методов работы. За последнее годы, музей привлек к себе внимание достаточно партнеров. Именно выставки,

мероприятия музея – своего рода площадка для наведения тематических мостов с различными группами, соединения разноуровневых, заинтересованных, разноплановых субъектов. Музей сотрудничает с представителями разных по своему тематическому и социальному содержанию культурных движений (это - национально-культурные и образовательные центры г. Алматы, деятели науки, культуры искусства, творческие студии, общественные фонды), которые стали потенциальными партнерами музея. Сотрудничество музея с педагогами, художниками, фотографами, коллекционерами, писателями, музыкантами и другими людьми творческих профессий в области популяризации национальной истории и культуры уже давно стало общим делом. Творческие организации, коллективы художественной самодеятельности, театры, галереи, учебные заведения, международные и коммерческие структуры активно участвуют в культурно-образовательной деятельности музея посредством организации совместных выставок, фестивалей, презентаций, творческих встреч, концертов, благотворительных мероприятий и т.д. Единая цель, которая всех объединяет – популяризация истории, культуры и искусства Казахстана, сохранение историко-культурных ценностей.

Выделенные факторы взаимодействия музея с обществом и его направления деятельности определяют, по нашему мнению, *многоуровневый характер социокультурной, межкультурной и музейной коммуникации.*

Резюмируя отметим, что в последнее время функции музеев видоизменяются, поскольку меняются общественные запросы. Особенностью современного музея является передача информации через различные формы научной и культурно-образовательной деятельности. В этом отношении, Музей является важнейшим элементом инфраструктуры социокультурной коммуникации, центром научной обработки, систематизации информации и знаний. Сегодня Центральный государственный музей РК зарекомендовал себя как авторитетный научно-исследовательский, культурно-образовательный и коммуникативный центр, который продолжает успешно функционировать, сохранять и экспонировать широкой публике уникальные коллекции по культурно-историческому наследию страны.

Литература:

1. Музейное дело России. -М., 2010. – 489 с.
2. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. – Москва, 2010. – 199 с.
3. Архив ЦГМ РК: отчеты (2005-2015 гг.).

## **ӘЛЕУМЕТТІК МӘДЕНИ КОММУНИКАЦИЯ ЖҮЙЕСІНДЕГІ МУЗЕЙ (Қазақстан Республикасы Мемлекеттік орталық музей тәжірибесінен)**

**Кущенко А., тарих магистрі, ҚР Мемлекеттік Орталық музейінің  
Мәдени-білім орталығының жетекшісі**

### **Түйін**

Аталмыш мақалада Қазақстан Республикасы Мемлекеттік орталық музей мысалында, замануи қоғамда әлеуметтік мәдени коммуникацияның кейбір аспектілерін сараптауға әрекет жасалды. Мәдениетаралық және музейаралық коммуникация мәселесі, мәдениет диалогындағы ҚР МОМ қызметі мен маңызы қарастырылды, сонымен қатар ақпараттық-коммуникацияны қоса алғанда, даму және технологиялық түрлі стратегияны пайдаланумен байланысты.

**Түйін сөздер:** әлеуметтік мәдени институт, музейлік коммуникация, ақпараттық технологиялар, музейді дәріптеу, әлеуметтік зерттеулер, музей аралық әрекет.

**USEUM IS IN THE SOCIAL-CULTURAL COMMUNICATION  
(from the experience of Central State Museum of Republic of Kazakhstan)  
A. Kushchenko, Central State Museum of Republic of Kazakhstan**

### **Summary**

In this article is undertaken the analyses of some aspects of social-cultural communication in connect with increasing role of museum in modern society by the example of Central state museum of Republic of Kazakhstan. Now it is considering the questions of intercultural and intermuseum communications activity and role of CSM RK on a cultural dialogue, also questions connected with the usage of different strategies of developing and including informational-communicational technology.

**Keywords:** sociocultural institution, museum communication, informational technology, popularization of museum, social research, intermuseum interaction.