

Инновационная составляющая культурной жизни Москвы (на примере деятельности музеев в 2000-е годы)

Морозова Милена Максимовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

E-mail: ms.morozova@gmail.com

За последние 15 лет произошли заметные изменения в функциях музея как социального института, на передний план выдвинулись образовательно-воспитательная, рекреационная и коммуникативная функции музея. Подобные изменения привели к появлению в музее новых форм деятельности. Определение причин появления изменений в музее как в социальном институте, выявление изменений в жизни музеев России, исследование изменений, произошедших в музеях Москвы в XXI веке, выявление инновационной составляющей изменений, произошедших в музеях - всё это шаги на пути к главной цели, а именно, выявлению инновационной составляющей культурной жизни Москвы (на примере музеев).

Осуществление данной цели требует подробного исследования паспортов программ департамента культуры города Москвы, законов о культуре, а также информации в СМИ, отражающих изменения в видах деятельности музеев в режиме реального времени [1,2].

Актуальность комплексного изучения изменений, произошедших в музеях за последние 15 лет, обусловлена, прежде всего, тем, что изменения, происходящие в музее, как правило, исследуются независимо друг от друга, происходит специализация исследования. Для регионоведения подобное исследование также представляет большое значение, так как именно в музеях происходит восстановление связи человека с прошлым и передача культурных ценностей предыдущих поколений. Не следует недооценивать роль музея как социального института, в определенной степени влияющего на культурные запросы общества и моделирующего будущее.

Реализация социальных функций музея осуществляется посредством активного внедрения музейной педагогики, менеджмента, брендинга и новых технологий. Помимо этого, за последние 15 лет увеличилось количество контактов между музеями, их сотрудниками и внешними организациями, не связанными прежде с музеями, например, туризм и бизнес. В музеях активно развивается проектная форма работы, которая требуется для успешного развития музеев, так как плановые формы работы чередуются с проектами, ведущими к появлению инновационных форм работы.

На появление подобных изменений функций музея как социального института повлияло изменение социальной и экономической ситуации в стране, изменение политического курса, технический прогресс, а также информационная революция. Информатизация общества привела к распространению влияния музеев в интернете, это способствовало установлению диалога с посетителем в сети, развитию внемузейной деятельности, появлению партнерства с посетителем, распространению краудсорсинга и краудфандинга [3].

Изменения в жизни музеев России коснулись и московских музеев, внедряющих новые формы работы в свою практику, а также развивающих прежние формы на новом уровне. За последние 15 лет московские музеи начали активно внедрять SMM-технологии. Музей активно общается с посетителями в социальных сетях, в блогосфере, а также в видео- и фото- блогах. Сотрудники музеев Москвы активно участвуют в музейных конференциях,

семинарах, конкурсах и выставках, таких как "Интермузей", "Меняющийся музей в меняющемся мире" и "Музейный гид", которые способствуют установлению контактов между музеями, распространению инноваций и созданию межмузейных сообществ [4,5].

В музеях Москвы появляются интерактивные занятия, позволяющие вовлекать в музейную деятельность новые аудитории. Часть экскурсий в музеях адаптируются под определенную возрастную категорию, например, экскурсии в Государственном историческом музее варьируются в зависимости от того класса, в который ходят дети. Отличаются не только темы экскурсий, но и способ подачи информации. Организовываются детские фестивали в музеях Москвы (Семейное путешествие). Адаптация форм деятельности музея под новую аудиторию является действительно инновационной формой деятельности, так как таким образом музей постепенно готовит свою будущую аудиторию, изучает тех, кто будет приходить в музей через 10-20 лет. Помимо этого музеи издают книги непосредственно для детской аудитории, например, книги с загадками, связанными с экспозицией Государственного Дарвиновского музея [6]. Часть музеев открывает детские центры при музее, которые занимаются созданием интерактивных программ специально для детей (Детский центр ГМП).

Активное развитие технологий приводит к появлению в московских музеях новых интерактивных установок, которые также являются новой формой работы музеев [7]. Помимо внедрения в экспозицию мультимедийных устройств и создания аудиогидов на основе сканирования QR-кодов, музеи Москвы постепенно создают приложения для телефонов, а также виртуальные экскурсии по экспозиции музея и его выставкам.

Несомненно инновационной является акция "Ночь в музее", в которой московские музеи принимают участие с 2007. Данная акция позволяет не только привлечь новых посетителей в музей за счет введения бесплатного посещения и продления часов работы музея, но и дает музею возможность испытать новые формы работы.

Таким образом, в последнее время произошли изменения в жизни общества, которые оказали влияние на функции музея как социального института. Все это привело к появлению новых форм деятельности музеев и активному развитию прежних, музеи обратили особое внимание на новые целевые аудитории. Произошел всплеск интерактивной деятельности в музеях, внедрение современных технологий, а также формирование образа посетителя-партнера, с которым музей выстраивает диалог. За последние 15 лет у музеев возникла потребность соревноваться с торгово-развлекательными центрами, чтобы привлечь посетителей, сфера культуры стала сближаться с туризмом и бизнесом, появились механизмы менеджмента и брендинг.

Источники и литература

- 1) Федеральный закон Российской Федерации от 8 мая 2010 г. N 83-ФЗ
- 2) Программа «Культура Москвы» на 2012-2016. Приложение к постановлению Правительства Москвы от 20 сентября 2011 г. №431-ПП
- 3) Пугач О.В. Краудфандинг как метод сбора средств и привлечения внимания к проекту. // Справочник руководителя учреждения культуры. 07 июля 2015.
- 4) Благотворительный фонд В. Потанина. Программа «Меняющийся музей в меняющемся». <http://museum.fondpotanin.ru/projects?n=649654>
- 5) Интермузей-2012. // Ассоциация музейных работников. №3 (77) 2012. С. 12
- 6) Образовательные программы для посетителей на выставках Государственного Дарвиновского музея. Сборник статей / под общ. ред. директора ГДМ А. И. Клюкиной,

сост. Н. Е. Михайлова. - М. : ГДМ, 2015. С. 90-95

- 7) План Департамента культуры г. Москвы. // Ассоциация музейный работников. №11-12 (75) 2011. С.5