

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (СПбГУ)

*АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПРОВЕДЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ
ПРОЕКТОВ В НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОМ МУЗЕЕ*

Выпускная квалификационная работа по направлению 51.03.04 «Атрибуция и экспертиза объектов культурного наследия»

Основная образовательная программа СВ.5063.2013 «Музеология о охрана объектов культурного и природного наследия»

Исполнитель:

Азаматова Рената Сергеевна

Научный руководитель:

к. культурологии

Бакаютова Л. Н.

Рецензент:

к. искусствоведения

Габриэль Г. Н.

Санкт-Петербург

2017

Оглавление

Введение.....	3
Глава I. Деятельность основных научно-технических музеев.	
§1. Научно-технический музей и его предназначение (на примере ЦМС имени А. С. Попова).....	9
§2. Опыт других научно-технических музеев на примере российских и зарубежных (музеи г. Тампере, Финляндия).....	21
Глава II. Глава II. Художественные проекты в научно-технических музеях	
§1. Характеристика художественных проектов (выставки, биеннале, фестиваль музейного дизайна).	39
§2. Художественные проекты в ЦМС имени А. С. Попова и анализ маркетинговых стратегий их проведения	50
Заключение.....	68
Список литературы.....	75

Введение

Музей на протяжении столетий привлекает людей преимущественно благодаря показу сохранившихся подлинных предметов. В этом состоит приоритет музейной институции перед другими культурными учреждениями. Но время, когда музеи представляли собой традиционные хранилища ценностей, прошло; на смену пришли музеи нового формата, которых отличает интерактивность. Человек, живя в современном мире, не может быть не подвержен информатизации и компьютеризации общества, и всегда окружен всякого рода гаджетами. Поэтому, приходя в музей он «жаждет» взаимодействовать с музейными предметами, ищет интерактивные элементы и контакты.

Музеи прекрасно понимают потребности современного посетителя и ищут новые пути для взаимодействия с ним. Однако, далеко не все музеи могут позволить себе модернизировать свою деятельность, например, часто художественные, музей-квартиры, музей-усадьбы и другие небольшие музеи пока ограничены в своих действиях. Музей, в котором происходит визуальный контакт, т.е., прямое взаимодействие между человеком и экспонатом (действующей моделью) через «прикосновения на ощупь», обеспечивая возможность диалога и полилога с посетителем, имеет преимущество перед другими музеями. Такого рода «интерактивность» могут себе позволить научно-технические музеи, которые всё больше набирают популярность в последнее время, сочетая в себе традиционный показ экспонатов и современные технологии поддержки экспозиции. Именно научно-технические музеи более свободны в выборе средств визуализации, и именно они демонстрируют развитие научно-технического прогресса.

Научно-технические музеи – это отдельная группа музеев, деятельность которых направлена на представление истории науки и техники, как прошлого, так и настоящего, ее эволюции и влияния на человеческое общество. Научно-технические музеи сегодня имеют возможность пополнять свои коллекции все более новыми современными предметами техники, среди которых приборы, устройства, гаджеты, средства связи, а также технологии, программное обеспечение, носители

информации: CD, DVD, кассеты, флэш-устройства и т.д., таким образом, являясь очень современным актуальным музеем. Научно-технические музеи бывают многопрофильными, которые отображают историю развития науки и техники в целом (Политехнический музей в Москве); отраслевыми, которые сосредотачиваются на демонстрации отдельной отрасли науки и техники (музеи связи и почты, транспорта, космонавтики, авиации и другие); и мемориальными, документирующими историю отдельного ученого, инженера, изобретателя, внесшего наибольший вклад в развитие той или иной отрасли науки.

Говоря об отечественном и зарубежном опыте развития научно-технических музеев, следует отметить относительно небольшое количество музеев науки и техники, составляющих данную группу, конечно в разных странах по-разному. Такие страны, как Германия, например, в которых исторически сложилось приоритетное отношение к науке и технике, используют свои программы и подходы к сохранению исторического наследия, базирующиеся на региональном и государственном финансировании, поддержке технических музеев и создании новых научно-развлекательных центров с познавательным подходом к созданию действующих моделей. Сейчас все больше научно-технических музеев России участвуют в программе «Памятники науки и техники» по сохранению культурного наследия нашей страны в области истории техники, разработанную и осуществляемую Политехническим музеем в Москве, причём программа имеет техническое содержание, но осуществляется на гуманитарных принципах музейной деятельности и позволяет не утратить со временем элементы технической истории, которые более наглядно, чем другие аспекты, демонстрируют историю развития человеческого общества.

Идея музеефикации промышленных объектов нашла отражение на Западе еще в первой половине XX столетия, в России же музеефикация промышленности получила реализацию только в 1987 году, когда появился знаменитый музей-завод в Нижнем Тагиле, первый музеефицированный в России и почти единственный до сих пор.

Однако предпосылки создания подобных музеев были еще на рубеже XVIII-XIX веков. Многие отдельные предметы науки и техники включались в основу частных дворянских коллекций, например, - коллекции Якова Брюса, князя Д. М. Голицына, и состояли в собраниях первых музеев государства: Кунсткамере, Эрмитаже. Также следует сказать и о существовавших небольших отдельных музеях на предприятиях: например, музей истории оружия при Тульском оружейном заводе; музеи - демонстрационные кабинеты на фарфоровых производствах, ювелирных заводах, и.т.д.

На протяжении первой половины XIX столетия уделялось большое внимание созданию проектов национальных технических музеев. Данные проекты не воплотились в реальность, однако, один из таких технических музеев, правда, не национальный, открылся в Барнауле в 1823 году. Открытие данного музея было приурочено 100-летию горной промышленности на Алтае, и предметы, представленные в экспозиции музея, отображали отечественные достижения на заводских предприятиях. Многие музеи, экспонаты которых были получены в ходе проведения промышленных и художественных выставок, отрывались не только на предприятиях, но и при учебных заведениях.

В 1866 году в Санкт-Петербурге появляется научно-техническое общество, которое поставило перед собой задачу содействия и пропаганды развития науки и техники в нашей стране. Русское Техническое общество способствовало открытию нескольких провинциальных музеев науки и техники в различных городах страны.

Национальный технический музей «Политехнический музей» был открыт только в 1872 году, впоследствии ставший главным центром науки и техники страны. Музей объединил вокруг себя все действующие технические музеи, собирал важные достижения отечественного производства, взаимодействовал с крупнейшими деятелями науки и техники и учеными, такими как Д. И. Менделеев, К. А. Тимирязев, которые читали публичные лекции в Политехническом музее. Данный музей стал крупнейшим образовательным центром, в котором экскурсии сопровождались показом опытов, экспериментов; в музее действовала крупнейшая

научная лаборатория, где проводились опыты, свершались мировые открытия, и проводились первые демонстрации достижений техники, как например, «свеча Яблочкова». В этом же году в Петербурге открылись Телеграфный музей и крупнейший музей Прикладных знаний.

На рубеже XIX-XX столетия наука и техника становится отдельной областью знания. На протяжении XX столетия с созданием СССР появляются многочисленные проекты музеев науки и техники (например, Дворец техники в Москве – не осуществлен). В советское время музеи научно-технического профиля появлялись в основном на предприятиях и являлись скорее дополнительными, вспомогательными учреждениями, демонстрировавшими достижения народного хозяйства и индустриализацию нашей страны.

Во второй половине XX столетия появляются отраслевые технические музеи, посвященные связи, транспорту, авиации, космонавтике; а также посвященные ученым, инженерам, изобретателям, космонавтам (мемориальные). В это же время находит воплощение идея музеефикации отдельных памятников науки и техники.

В современную эпоху, научно-технические музеи находятся на стадии роста и развития, и, при этом, «идут в ногу со временем», привлекая посетителей своими техническими компонентами и демонстрацией технологий. Можно с уверенностью утверждать, что научно-технические музеи ещё не до конца осознаны, имеют большой потенциал своего развития; их возможности ещё не раскрыты и здорово удивят нас в будущем. На сегодняшний день научно-технические музеи реализовывают большое количество музейных программ, направленных на привлечение внимания к науке, технике, естествознанию, медицине, биологии, астрономии посредством обращения к различным видам искусства. В экспозициях научно-технических и естественнонаучных музеев можно встретить художественные произведения (изобразительное искусство, кино, театр, музыка и пр.). Современный научно-технический музей или научно-развлекательный центр, созданный в стиле «Хай-тек», оборудованный и оснащённый новейшим оборудованием и техническим

средствами, да ещё демонстрирующий произведения искусства, очень часто воспринимается публикой, как самый настоящий музей современного искусства.

Проблематикой научно-технических музеев занималось и занимается пока относительно небольшая группа ученых и исследователей. Возможно, понимание важности этих музеев приходит только в современную эпоху. Среди исследователей, уделявших внимание научно-техническим музеям, можно назвать представителей головного научно-технического музея страны, д.т.н., профессора, бывшего генерального директора Политехнического музея Гургена Григорьевича Григоряна и к.т.н., заместителя генерального директора Политехнического музея Лидию Митрофановну Кожину и их совместный труд «Научно-технические музеи и культурное наследие в области техники». Большое внимание вопросам научно-технических музеев уделила к. культурологии Людмила Николаевна Бакаютова в своей диссертации «Модернизация деятельности технических музеев: отечественный и зарубежный опыт: на примере музеев связи»; к.и.н. Екатерина Валерьевна Минина в работе «Музейные коллекции по горному делу в России как источник по истории науки и техники». В настоящее время тема развития научно-технических музеев становится всё более и более востребованной для исследования и изучения.

Объектом данного исследования является деятельность научно-технических музеев России и за рубежом.

Предмет исследования – художественные проекты в музеях науки и техники.

Целью данной дипломной работы является:

Анализ целесообразности осуществления художественных проектов в научно-техническом музее и эффективность применения современных технологий управления и маркетинга для их реализации.

Для осуществления поставленной цели в данном исследовании намереваюсь рассмотреть следующие задачи:

- Постановка целей деятельности крупнейших научно-технических музеев России и причину их появления (миссию).
- Постановка целей деятельности одного из крупнейших зарубежных музеев или проектов научно-технического профиля.
- Сущность проектной деятельности в музеях нашей страны, включая научно-технические; терминологию и типологию музейных проектов.
- Постановка целей и определение возможностей художественных проектов в музее, в т.ч., в научно-техническом, с помощью ситуационного SWOT-анализа и составления маркетингового плана.
- Сравнить результаты некоторых реализованных художественных проектов и проанализировать их с помощью ответов на общие вопросы ПЭСТ-анализа.
- Определить принципы маркетинговых подходов, направленных на получение положительных для музея результатов при проведении художественных проектов в техническом музее.

Глава I.

§1. Научно-технический музей и его предназначение (на примере ЦМС имени А. С. Попова)

Федеральное государственное бюджетное учреждение «Центральный музей связи имени А.С. Попова» в Санкт-Петербурге - крупнейший в стране музей, посвященный истории развития средств связи. Созданный в 1872 году по инициативе Телеграфного департамента в Петербурге для демонстрации новейших изобретений в области техники связи, музей обладает уникальным собранием памятников, которые использует в просветительных целях. Трижды переименованный музей в 1884 году в Почтово-телеграфный музей, в 1917 году в Музей народной связи и в 1945 году по настоящее время в ЦМС имени А.С. Попова является уникальным местом сосредоточения раритетных образцов техники связи и последних достижений в информационно-коммуникационных технологиях. Музей сохраняет Государственную коллекцию знаков почтовой оплаты России, владеет уникальным архивом документальных фондов, представляет посетителям научно-техническую библиотеку с фондом редкой книги.¹

В 1974 году ЦМС имени А.С.Попова был закрыт в связи с аварийным состоянием здания. Экспозиции музея были разобраны, а с 1998 -2001 годы было прекращено бюджетное финансирование музея.

Только в 2001 году государственный статус музея был восстановлен вместе с небольшим бюджетом. По инициативе Министерства информатизации и связи Российской федерации в июне 2001 года создан благотворительный фонд «Российский Фонд Истории Связи» (РФИС), призванный аккумулировать финансовые средства компаний связи, работающих в России, с целью возрождения ЦМС имени А.С. Попова. Данный фонд просуществовал до осени 2012 года. Для руководства строительными работами при Мининформсвязи был создан ФГУП «Связьстрой».

С 2001-2003 годы был выполнен большой объём работ по реконструкции здания и созданию постоянной экспозиции музея. ЦМС имени А.С. Попова принимает гостей

¹ Г. Г. Григорян, Л. М. Кожина. Научно-технические музеи и культурное наследие в области техники // Вопросы Истории Естествознания и Техники - Москва, 2003, Выпуск №12

300-летия Санкт-Петербурга в мае 2003 года, а для посетителей двери открываются в декабре того же года.

Фонды музея представляют собой собрание уникальных экспонатов и насчитывают 8 млн. ед. хранения, включая предметы по истории почты и филателии, телеграфа, телефона, радиосвязи, радиовещания, телевидения, космической связи, техники и технологий современной связи; тематическую живопись и предметы декоративно-прикладного искусства; награды и подарки музею, артновации современных художников.

Разнообразны и оригинальны коллекции, представляющие историю почты: почтовые колокольчики и рожки; почтовые вывески и флаги почтовых учреждений; почтовые принадлежности; печати и штампы, рассказывающие о развитии в России сети почтовых учреждений; почтовые ящики (в том числе единственный сохранившийся из числа первых уличных почтовых ящиков, изготовленных в 1848 г.).

Коллекция аппаратуры и предметов техники связи (25000 ед. хр.) позволяет проследить развитие научной и инженерной мысли в области связи. Среди экспонатов музея имеются исключительные по своей ценности, такие, например, как приборы, сделанные руками А.С. Попова, включая первый приёмник (беспроводной телеграф) для передачи информации без проводов (07.05.1895, СПбУ) ; первый электромагнитный телеграфный аппарат с мультипликаторами барона П. Л. Шиллинга (1832 год); первая русская почтовая марка «Русская пара», и др.

Дворец, в котором располагается музей с 1924 года, построен архитектором Джакомо Кваренги, для Директора почты, а позднее канцлера Российской империи, Светлейшего князя А. А. Безбородко. Это здание является памятником архитектуры XVIII века².

После реконструкции 2001-2003 годов, здание музея, новая экспозиция музея, интерактивные разделы и современное техническое оснащение не только

² Л. Н. Бакаютова. Модернизация деятельности технических музеев: отечественный и зарубежный опыт :на примере музеев связи - Санкт-Петербург, 2008 - С. 20

привлекают посетителей, но и создают своеобразный "мир связи" или специальную атмосферу для проведения конференций; семинаров; круглых столов; выставочных, образовательных и развлекательных программ для всех категорий посетителей³.

Поскольку за 30 лет перерыва в работе музея в связи с аварийным состоянием здания о Центральном музее связи имени А.С. Попова все основательно забыли, то главной задачей после возрождения, инициированного Министерством связи и информатизации, стало оповещение всей метасистемы музейного мира об открытии музея после реконструкции и привлечение широкого круга посетителей, журналистов, администрации всех уровней и общественности. Таким образом были определены цели возрождения музея и сформулирована миссия музея к его открытию его в 2003 году - «Центральный музей связи имени А.С. Попова, один из старейших научно-технических музеев мира, призван собирать, изучать и показывать достижения человеческой мысли в области связи за всю историю её существования: прошлое, настоящее и будущее отрасли. В соответствии со своей миссией, музей не только сохраняет материальные свидетельства достижений отрасли, но и говорит о них на языке, понятном для всех. Своими программами музей стремится содействовать воспитанию молодого поколения научно-технической интеллигенции России, профориентации и преемственности поколений»⁴.

В результате своего возрождения ЦМС имени А.С. Попова не только сохранил знания о предметах и персоналиях в области связи, но и постоянно актуализирует их, желая обосновать смысл и перспективы своего возрождения и стремясь «донести знания в широкие массы», как это было характерно для 1920-х годов, где массовость стояла во главе угла⁵. К тому же, музеи в 1920-е годы не ограничивались показом экспонатов непосредственно в зданиях музеев, а устраивали выездные

³ Там же

⁴ Бакаютова Л. Н. Миссия ЦМС имени А. С. Попова в ее историческом развитии // Музеи связи: знаменательные даты и события. Материалы V Всероссийской конференции музеев связи (17-19 сентября 2015 г.). – СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2015. – С. 25-27.

⁵ Борисова Н. А. Влияние политики на экспозиции технических музеев // Музеи и власть. Международная конференция (9-12 сентября 2014 г., Санкт-Петербург). - СПб., 2014. - С. 78.

выставки на заводах, фабриках. Будет ли актуален такой подход в нынешние времена? Отвечая на данный вопрос, стоит проанализировать несколько аспектов, во-первых, какова цель задуманного мероприятия, во-вторых, кто те категории посетителей, на которых рассчитан музей, в-третьих, действительно ли сделанные для возрождения музея затраты целесообразны и будут окупаться как материально, так и в духовном плане?

Например, если цель выставки передвижного характера – познакомить людей с предметами науки и техники в связи с теми или иными датами и событиями, то это один вопрос. Если же мы создаём новую постоянную экспозицию в возрождённом музее – это совершенно другая задача, связанная с расширением круга реальных и виртуальных посетителей, если мы говорим о современном музее. И эта задача никак не связана с ведомственным характером музея; для расширения круга посетителей необходимо разработать или испробовать иные подходы, требующие профессионального подхода к управлению музеем и созданию программ маркетинга, а также креативности и творчества от сотрудников музея.

Таким образом, приобщение широкого круга людей может и должно происходить только при тщательном изучении потенциальных возможностей музея и определении дополнительных категорий посетителей, которых будет возможно привлечь. При формировании миссии музея было уделено внимание не только позиционированию возрождённого музея и определению сегментов потенциальной музейной аудитории, но и характерным для каждого сегмента формам и методам работы. Соответственно данному утверждению, категории музейных посетителей ЦМС имени А. С. Попова можно разделить на следующие категории:

- Школьники – для которых были созданы специальные программы, предназначенные для младших, средних и старших классов.
- Студенты: учащиеся высших и средних технических образовательных учреждений, для которых организовываются многочисленные лекции и семинары; учащиеся

высших и средних художественных образовательных учреждений, для привлечения которых организовываются специальные программы в техническом музее, интересные как для указанной категории посетителей, так и для художественной общественности города, при этом не выпадающие из основной тематики музея. Помимо художественных проектов, включающих временные выставки, проводятся также семинары, конференции, фестивали музейного дизайна и некоторые другие художественные проекты, в том числе долгоиграющие и ежегодные.

- Слушатели Академии связи и курсанты военных училищ.
- Отечественные туристы (одиночные посетители и экскурсионные группы).
- Зарубежные туристы и гости.

Особую категорию посетителей составляет, так называемое, профессиональное сообщество, в которое для ЦМС имени А.С. Попова входят:

- Специалисты-связисты всех научных и производственных учреждений, организаций, компаний и фирм, работающих в России и за рубежом.
- Специальные посетители: высокопоставленные гости, делегации по

приглашению Минсвязи РФ, Федерального агентства связи, Правительства Санкт-Петербурга; сотрудники и гости телекоммуникационных компаний; коллекционеры и гости Союза филателистов; гости Союза Музеев России и Международного Совета Музеев – ИКОМ России; гости Всемирного Клуба редкой филателии «Монте-Карло»; группы представителей научных сообществ Санкт-Петербурга и России; а также представители художественных союзов и творческой интеллигенции; ветераны войны и труда, которые тоже могут быть связистами) .

К профессиональной группе также можно отнести российских и зарубежных коллекционеров;

Стоит также учитывать географическую расположенность музея (сегментирование), что означает, что большая доля ежедневных традиционных посетителей – это

жители города, проживающие в Адмиралтейском и Центральном районах Санкт-Петербурга.⁶

ЦМС имени А. С. Попова старается уделить большое внимание интересам каждой из представленных выше групп, осуществляя различные музейные программы, которые ставят перед собой задачу «создать длительный диалог между посетителем и музеем» и сохранить устойчивые взаимоотношения с администрациями отрасли «Связь», Адмиралтейского района и Правительством Санкт-Петербурга⁷.

К 2015 году, как считает учредитель музея - Федеральное агентство связи, ЦМС имени А.С. Попова достиг определённых результатов своей деятельности после возрождения, полностью выполнил поставленные перед ним задачи, в т.ч., сформулированные в миссии музея, поэтому возникла настоятельная потребность в постановке новых целей и формулировке новой миссии на последующие 10 лет.

Рассмотрим теперь миссию музея, принятую в 2016 году, в которой указано, что «Федеральное государственное бюджетное учреждение «Центральный музей связи имени А.С. Попова» является, как центром документирования и публичного представления знаний по развитию связи и вкладу российских инженеров, учёных и изобретателей в мировой научно-технический прогресс, так и историко-культурной площадкой отрасли «Связь», обеспечивающей широкий реальный и виртуальный доступ к историческому наследию. Своими программами музей стремится транслировать знания о современном развитии телекоммуникаций и влиянии этого развития на жизнь каждого человека в отдельности и общества в целом с использованием современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий»⁸.

⁶ Л. Н. Бакаютова. Модернизация деятельности технических музеев: отечественный и зарубежный опыт :на примере музеев связи - Санкт-Петербург, 2008 - стр. 121

⁷ Там же - С. 18

⁸ Официальный сайт ЦМС имени А. С. Попова [Электронный ресурс]// <http://www.rustelecom-museum.ru/about/mission/> (Дата обращения: 15.03.2017)

Анализируя и сравнивая прошлую и нынешнюю миссию, мы видим, что последняя заметно расширилась не только по содержащему контенту, но и по своим функциональным задачам. Во-первых, уже появившийся историко-культурный центр отрасли «Связь», глубоко вовлечён в работу специалистов и профильных организаций отрасли; во-вторых, помимо сохранения отечественных и мировых достижений в области развития телекоммуникаций, музей акцентирует свое внимание на трансляции этой информации с использованием современных музейных методов визуализации и представления; на влиянии развития уровня техники связи на жизнь каждого человека в отдельности и развитие российского общества в целом.

На настоящий момент, в ЦМС имени А. С. Попова существует широкий спектр экскурсий и программ, которые предлагает музей своим посетителям.

В первую очередь, это обзорные экскурсии по экспозиции:

- «История развития средств связи в России»;
- «Бронзовый дворец А.А. Безбородко»;
- Также, достаточно разнообразные по своему содержанию тематические экскурсии:
- «История развития почтовой связи в России»;
- «От семафорного телеграфа до мобильного»;
- «А.С. Попов и изобретение радио»;
- «Приспособление памятника архитектуры XVIII века к новым функциям музея»;
- «ЦМС имени А.С.Попова – музей связи времён»;
- «Музей – хранитель истории».

Музей предлагает лекции-экскурсии в фонде открытого хранения «Сокровищница знаков почтовой оплаты России»:

- «Отражение государственной символики на отечественных почтовых марках: от первых российских до первых советских. 1858-1922 гг.»;
- «Династия Романовых на почтовых марках Российской империи: история выпуска юбилейной серии почтовых марок 1913 г. "300-летие Дома Романовых"»;
- «Земская реформа и ее воплощение в создании российской уездной почты и земских почтовых марках».

Для совсем юных посетителей в музее действуют специальные детские программы:

- «Тайна почтового ящика» для дошкольников и младших школьников;
- «По морям, по волнам» для школьников 12-15 лет.
- Уроки физики в музее для школьников 8-10 классов⁹

На данный момент, ведется активная работа по созданию шести уроков истории в научно-техническом музее для школьников 8-10 классов. Общее планируемое количество посетителей музея в 2017 г. – 72 тыс. человек.

ЦМС имени А.С. Попова один из основных участников проекта «Музейный квартал», который предусматривает проведение серии «интеллектуальных пешеходных прогулок-бесед» по музейному кварталу «Почтовый городок» с различными собеседниками: почтальон, дворник, архитектор, писатель, масон для петербуржцев и гостей города¹⁰.

В своей перспективе музей планирует продолжить проведение «Уроков физики в музее» для школьников, способствующих максимальному использованию информационных возможностей музейной экспозиции в образовательном процессе;

⁹ Там же

¹⁰ Там же

освоить проведение «Уроков истории в техническом музее»; разработать и внедрить абонемент: «Лекции о филателии» с практическими занятиями для старших школьников и студентов.

Музей также намеревается принимать участие в текущих культурно-образовательных мероприятиях, которые проводят на территории музея сторонние организации, и культурно-образовательных проектах Комитета по культуре Правительства Санкт-Петербурга, в первую очередь, фестивале «Ночь музеев», приуроченного к празднованию Международного дня музеев.

ЦМС имени А.С. Попова является ведомственным научно-техническим музеем и историко-культурным центром отрасли «Связь»¹¹. Также, музей представляет собой площадку для взаимодействия пяти секторов общества, связанных наукой. В число этих пяти секторов, входят: научное сообщество (те, кто создаёт науку и технологии), производственный сектор (те, кто использует научно-технические разработки в своей деятельности), образовательный сектор (те, кто преподаёт научные дисциплины и распространяет научные знания), администрация (те, кто управляет научно-технической сферой) и общество (те, кто пользуется результатами научно-технического прогресса и страдает от его ошибок)¹².

В первую очередь, говоря о научном сообществе, следует понимать, что любой научно-технический музей является посредником между наукой и обществом, который призван поощрять «любопытность» последнего. ЦМС имени А.С. Попова акцентирует свое внимание на концепцию профессионального сообщества, в частности на его профориентацию и, являясь своеобразным мостом между научным сообществом и наукой, организывает всевозможные программы, в ходе которых участники формируют свое мнение на науку, культуру, технику. Помимо

¹¹ Борисова Н. А. Ведомственные музеи связи: история, проблемы и перспективы // Музеи связи: популяризация науки и техники: Материалы IV Всероссийской конференции музеев связи (10-12 октября 2013 г.). - СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2013. - С. 177-178.

¹² Бакаютова Л. Н. Десять лет после возрождения // Музеи связи: популяризация науки и техники: Материалы IV Всероссийской конференции музеев связи (10-12 октября 2013 г.). - СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2013. - С. 16-20.

насыщенной и информативной музейной экспозиции, ЦМС имени А. С. Попова – это огромная площадка «мира связи», в которой реализуются всевозможные мероприятия и акции, такие как: семинары, лекции, презентации книг и изобретений, дебаты, интерактивные демонстрации для разных категорий посетителей; уроки физики и истории для школьников, олимпиады, квесты, круглые столы и публичные лекции, на которых выступают не только отечественные специалисты, но и зарубежные, как например, лекция о роботостроении японского профессора Хироши Ишигуро из университета города Осаки и другие¹³.

Говоря о сотрудничестве с производственным сообществом, связанным с внедрением научных достижений в свою практику, музейная работа направлена на выполнение как своих, так и интересов производственных компаний. При этом отдельное внимание уделяется просветительскому посредничеству между производителем отрасли – ЦМС имени А. С. Попова и его потребителями – посетителями музея и участниками его программ. Важнейшим моментом для музея является и то, что он получает дополнительные возможности для пополнения коллекций «в режиме реального времени», когда продукт становится предметом показа и изучения сразу же после появления на рынке.

Сектор образования - это сообщество, в котором распространяются научные знания. ЦМС имени А. С. Попова распространяет научные знания путем показа научно-технических предметов в экспозиции, содержащей современные музейные технологии и работой с посетителями (программы, экскурсии, лекции и т. д.). Музей ведет активную работу над современными методами визуализации своей тематики и использования экспозиционных площадей (яркий пример, создание фонда открытого хранения – «Сокровищницы знаков почтовой оплаты России»), с участием и распространением информации и знаний в социальных сетях, на сайтах и страницах музея, что обеспечивает вовлечение реальных и широкий доступ удалённых посетителей к национальному культурному наследию в области истории

¹³ Бакаютова Л. Н. Десять лет в музейном строю // Историко-научный Санкт-Петербург: материалы XXXVI международной годичной конференции СПб отделения Рос. нац. к-та по истории и философии науки и техники РАН (25-29 ноября 2013 г.). - СПб.: СПб филиал ИИЕТ РАН, 2013. - С. 81

связи, а также даёт более глубокое понимание эволюционных процессов развития научно-технического прогресса¹⁴.

Говоря об административном секторе, с которым работает музей, следует понимать, что, поскольку музей ведомственный, то ему всегда нужна поддержка учредителя и отрасли. По этой причине, музей начинает выполнять функции, которые ранее были не свойственны для музейной институции. К этому можно отнести организацию информационно-маркетинговых и PR-мероприятий, выставок и презентаций для предприятий отрасли, а также проведение коммерческих мероприятий, таких как торжественные заседания, конференции, юбилеи, корпоративы¹⁵.

Все эти специальные события: открытие конференций, памятных досок, мероприятия для ветеранов, высокопоставленных лиц, и т. д. позволяют музею получать дополнительные организационные и финансовые ресурсы, обеспечивающие возможности для осуществления своей уставной деятельности.

Завершающий пятый сектор – это общество. Общество – это та сфера, на которую нацелена работа музея в целом, включая все аспекты его деятельности: и работу, как методического центра ведомственных музеев связи и почты в отрасли, и собрания отраслевых сообществ и профессиональных клубов, как например, Клуба любителей истории открытки, Общества филателистов, Союза филателистов, любителей посткроссинга, «NordicWalking» и др. сообществ. Также музей активно ведет свои странички в социальных сетях, в таких как Facebook, «ВКонтакте», IUOMA, посткроссинг и других¹⁶.

Таким образом, в современных условиях, ведомственный музей должен устойчиво взаимодействовать с учредителем и активно привлекать спонсоров. Поэтому в целом, говоря о конкретном ведомственном музее, а в нашем случае о ЦМС имени

¹⁴ Бакаютова Л. Н. Десять лет после возрождения // Музеи связи: популяризация науки и техники: Материалы IV Всероссийской конференции музеев связи (10-12 октября 2013 г.). - СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2013. - С. 15-17

¹⁵ Там же - С. 18

¹⁶ Там же - С 19-20

А. С. Попова, мы можем говорить, что данный музей многофункционален и готов к постоянным переменам в области управления и финансирования. Также этот музей гибок и умеет приспосабливаться к внедрению новых подходов стратегического планирования и управления. Важную роль здесь играет профессиональное стратегическое планирование с участием учредителя музея – Федерального агентства связи; использование прогрессивных музейных технологий, в первую очередь, управленческого характера, таких как: применение нововведений в области имеющихся маркетинговых данных, связанных с концепцией управления знаниями - накопленным интеллектуальным капиталом музея, способствующим принятию эффективных маркетинговых и управленческих решений.

Сегодня научно-технический музей должен быть инновационным и оснащенным современными техническими средствами, должен уметь вести диалог с отраслью, сотрудничать с государством и бизнес-партнерами. ЦМС имени А. С. Попова возродился за счет государственной поддержки в лице Федерального агентства связи, а значит, он должен отвечать задачам государства в целом и города, в котором он расположен и осуществляет свою деятельность. Этот музей взаимодействует с разными категориями общества и представляет собой историко-культурный центр, в котором решаются корпоративные задачи отрасли «Связь»¹⁷. Таким образом, ЦМС имени А. С. Попова контактирует с двумя сферами общества – бизнесом и государством, и его эффективное взаимодействие в целом отражается на развитии музея.

§2. Опыт других научно-технических музеев на примере российских и зарубежных (музеи г. Тампере, Финляндия)

К научно-техническим музеям в России относят все музеи, которые связаны с показом науки и техники. Каждый из них имеет свою миссию, концепцию, ведомственную принадлежность. В основном, такие музеи появились на конкретных предприятиях и посвящены показу истории их создания, развитию и достижению.

¹⁷ Бакаютова Л. Н. Миссия ЦМС имени А. С. Попова в ее историческом развитии // Музеи связи: знаменательные даты и события. Материалы V Всероссийской конференции музеев связи (17-19 сентября 2015 г.). – СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2015. – С. 34

Также есть научно-технические музеи, которые принадлежат ведомствам – как в случае с ЦМС имени А. С. Попова, описанным в первом параграфе данной главы.

Самый крупный научно-технический музей в нашей стране и главный методический центр для научно-технических музеев России – это **Политехнический музей**. Политехнический музей также входит в десятку самых значимых и многопрофильных научно-технических музеев во всем мире. Политехнический музей в Москве является единственным музеем такого типа, который отражает **историческое развитие** научно-технического прогресса в российской истории.

История его создания прослеживается с 1872 года, когда в Москве была проведена Всероссийская Политехническая выставка, посвящённая 200-летию Петра Великого. Данная выставка играет важную роль в истории и развитии научно-технических музеев. Еще задолго до открытия Политехнической выставки один из ее организаторов российский ученый, директор Московского технического училища, специалист в области механики Виктор Карлович Делла-Вос выступил с проектом объединения всех музеев прикладного характера в единый Политехнический музей. В своем докладе он призывал открыть такой музей именно в Москве, так как в этом городе сосредоточены все железнодорожные пути и проживает значительная часть состоятельных представителей промышленности и купечества, которая имеет хорошие отношения с другими промышленниками и купцами по всей стране. Также Делла-Вос резко выступал против создания подобного музея в Петербурге, так как данный город, в отличие от Москвы располагался близко к границам западных государств, что могло негативно влиять на распространение научных знаний и достижений русского народа на Западе. Будучи сторонником отечественного производства, он считал, что обмен научной информацией должен происходить определенно только между городами России. По его мнению, только Москва могла позволить себе существование такого объединяющего центра, как политехнический музей, потому что город имеет связь со всеми основными промышленными центрами страны. Данная выставка состояла из 80 отделов и подотделов и имела свою особенность, которая заключалась в экспонировании повседневных предметов

техники наряду с новейшими технологиями. Также немаловажным являлось и применение комплексного подхода при создании постоянной экспозиции и комплектование коллекции предметов. Методы экспонирования включали в себя интерактивный показ технологического процесса, при котором зритель становился непосредственным участником¹⁸. Таким образом, политехническая выставка оказала сильное влияние на развитие музеев научно-технического профиля, в том числе на методы экспонирования и применения комплексного подхода при создании. Завершающим итогом данной выставки стало создание двух крупнейших музеев страны – Государственного исторического музея и Политехнического музея в Москве, а также Телеграфного музея в Санкт-Петербурге, которые успешно работают по сей день.

В основу коллекции Политехнического музея легли экспонаты – участники Политехнической выставки 1872 года. Как и предполагал Делла-Вос, Политехнический музей стал ядром русской промышленности и центром просвещения широких слоев населения, одновременно являясь научным и методическим центром. У истоков его создания стояли выдающиеся ученые и преподаватели Московского университета¹⁹.

На сегодняшний день музей владеет огромной коллекцией предметов техники, которая включает в себя более 160 тысяч единиц хранения и представляет исторически сложившуюся и отображающую техническую сторону развития страны совокупность музейных экспонатов. Большую часть собрания составляют вещественные источники и предметы, которые демонстрируют системы измерения, вычисления, получения энергии, обработки материалов, связи и т. д. Именно благодаря тому, что во многом коллекции представлены систематически, то по ним можно легко проследить эволюционное техническое развитие России. Так, например, ярко выражена коллекция телеграфных и телефонных аппаратов, которая включает в себя все разновидности, начиная с модели первого телеграфного

¹⁸ А. Медведь, М. Юдин. Московская Политехническая выставка 1872 года // Мир музея - Вып. №4 - Москва, 2008 - С. 2-4

¹⁹ Там же - С. 5

аппарата П. Л. Шиллинга 1832 года. Также показательной является коллекция электрических машин, в составе которой находятся как первые образцы, изготовленные в лаборатории, так и современные усовершенствованные машины. Одной из жемчужин коллекции электрических машин является магнитоэлектрическая машина 1830-х годов, которая принадлежала выдающемуся ученому и основоположнику российской электротехники Эмилию Христиановичу Ленцу²⁰.

Не менее уникальной является автомобильная коллекция, состоящая из 72 автомобилей отечественного и мирового производства, берущая свое начало с конца XIX столетия. Тщательное изучение данной коллекции, а именно истории развития автомобильной промышленности в нашей стране и ее документирование способствовало детальному исследованию первого отечественного автомобиля «Руссо-Балт» 1913 года, благодаря которому удалось развеять миф об отсталости в дореволюционное время автомобилестроительной отрасли. Следует отметить, что сотрудники музея занимаются не только описанием предметов, но и фундаментальными исследованиями памятников науки и техники, на базе которых разрабатываются научные концепции и которые также способствуют систематизации для изучения и экспонирования материалов и документов, отражающих приоритетную позицию в автомобилестроении²¹.

Каждая коллекция Политехнического музея по своей структуре уникальна. Это и коллекция радиоприемников, отображающая в целом всю историю радиовещания, и включающая в себя радиоустройства, созданные руками А. С. Попова и его учеников, и современную радиотехнику, в общей сложности около 400 предметов, среди которых знаменитый первый серийный приемник «Радиолина» 1922 года; а также это коллекция измерительных приборов и коллекция микроскопов и луп, представляющая большую ценность в области оптики; и коллекции геодезических и

²⁰ Г. Г. Григорян, Л. М. Кожина. Научно-технические музеи и культурное наследие в области техники // Вопросы Истории Естествознания и Техники - Москва, 2003, Выпуск №12

²¹ Там же

геофизических приборов и инструментов, приборов наблюдения, весов и весовых приборов, музыкальных и занимательных автоматов, счетных приборов²².

Отдельное место в коллекции Политехнического музея занимает фонд печатных изданий, включающий в себя 4748 единиц хранения. Он содержит как каталоги акционерных заводов, фабрик, товариществ и фирм, выпускающих промышленную продукцию; прейскуранты промышленных изделий, представляющих огромный исторический интерес; различные справочники; так и редкие книги XVIII-XX столетий по истории науки и техники. Особо стоит выделить издания М.В. Ломоносова, Д.И. Менделеева, К.Э. Циолковского, выпущенные еще при жизни выдающихся ученых²³.

Историю Политехнического музея непосредственно отражают фотографии и негативы, находящиеся в фотофонде и состоящие из 147 единиц хранения. Здесь и знаменитые работы исследователей светописи, некоторые из которых с подписями и заметками авторов, и художественные фотографии, сделанные в фотоателье в начале XX столетия²⁴.

Значительная коллекция по своему объему – коллекция диапозитивов на стекле или так называемых «теневых картин», которая образовывалась на протяжении пятидесяти лет с открытия Политехнического музея и связана с деятельностью учебного отдела, который просуществовал до 1922 года. Теневые картины имеют достаточно широкий спектр разнообразия сюжетов: архитектура, география, история искусства, сельское хозяйство России²⁵.

Несмотря на разнообразие своих коллекций, музей занимается постоянным пополнением фондов; расширением номенклатуры направлений коллекционирования, особенно, это связано с реконструкцией и реорганизацией

²² Там же

²³ Там же

²⁴ Официальный сайт Политехнического музея [Электронный ресурс] // <https://polymus.ru/ru/museum/fonds/> (Дата обращения: 11.04.2017)

²⁵ Там же

Политехнического музея (2012-2018 г.г.) с акцентом на представление в новой постоянной экспозиции и в разрабатываемых программах музея «прорывных» направлений науки, по которым коллекции ещё не формировались; и регистрацией и сохранением памятников науки и техники. Среди активно формирующихся коллекций можно назвать собрания наручных часов и научных приборов для проведения экспериментов. Прежде всего, в постоянное хранение попадают предметы, связанные с трудами наших выдающихся российских ученых, инженеров и изобретателей, которые внесли наиболее значимый вклад в науку и технику²⁶.

Политехнический музей действительно уникален, потому что в нашей стране ему нет аналогов ни по масштабу, ни по объему коллекций, ни по статусу, который превратил его еще с времен СССР в главный научно-технический музей страны. Однако следует понимать, что объем фондов и его уникальность не дают гарантий для дальнейшего процветания и развития музея. По словам заместителя генерального директора Политехнического музея, Натальи Сергиевской, коллекция музея не обновлялась практически тридцать лет. Музей располагается на данный момент в новых помещениях в связи с ремонтом старого исторического здания, а поэтому необходима адаптация разделов экспозиции и работа с новыми посетителями. Разработку новых экспозиций начали проектировщики из агентства Event Communications, которое выиграло конкурс на лучшую дизайн-концепцию реорганизации музея. И именно активное взаимодействие с этим агентством, по словам Натальи Сергиевской, колоссально изменило отношение к музею, как со стороны сотрудников музея, так и со стороны общественности и потенциальных потребителей услуг Политехнического музея; поменяло их мировоззрение и открыло новое понимание музея. Однако, несмотря на масштабы описанной выше коллекций, данный музей, по словам, Натальи Сергиевской, представляет интерес для посетителей как форум; место проведения различных мероприятий в сфере науки; место, где обсуждают, аргументируют и формируют свое отношение и свое понимание мира, науки, жизни; а не просто как выставка уникальных экспонатов; то

²⁶ Аналитический отчет по исследованию работы естественно-научных, научно-технических музеев, центров популяризации наук и эксплораториумов - С. 40-41 [Электронный ресурс]// https://www.rvc.ru/upload/iblock/868/museums_study.pdf (Дата обращения: 29.03.2017)

есть современный музей ориентирован на очень разнообразные проекты и программы²⁷.

Миссия Политехнического музея акцентирует внимание на привлечении посетителей к современным достижениям науки и техники через демонстрацию или обсуждение достижений прошлого. Но музей, как говорит Сергиевская, это не только место, где хранятся объекты и коллекции, которые нужно обновлять. Прежде всего, музей - это слаженная команда, коллектив, который ставит своей целью нести знания в массы. Обновление экспозиций – сложный и комплексный процесс, который требует глубокого профессионализма, времени и колоссального труда всей рабочей группы. Современные экспонаты науки и техники, которые отвечают всем параметрам высокотехнологических объектов, наряду со своим высоким техническим уровнем, должны быть доступны и понятны, возможно, интерактивны, для посетителей. Но такие современные объекты сложно получать для комплектования музейных фондов на регулярной основе, поскольку только производители или жертвователи могут передавать их в музей. Поэтому современный научно-технический музей как отечественный, так и зарубежный, выстраивает свои взаимоотношения с научными учреждениями, производителями технических средств и инженерного оборудования и теми, кто эксплуатирует эти средства и оборудование, с точки зрения установления устойчивых длительных отношений между музеем и ними, превращая их в источник пополнения музейных коллекций²⁸.

Поэтому, Политехнический музей обращается ко всем через публичные мероприятия, лекции и фестивали, на которых происходит обмен информацией о достижениях современной науки и техники; вырабатывается собственное отношение участников к тем или иным научным открытиям и достижениям; выстраиваются методики и технологии обсуждения инноваций и способов трансляции информации

²⁷ Там же - С. 44

²⁸ Аналитический отчет по исследованию работы естественно-научных, научно-технических музеев, центров популяризации наук и эксплораториумов - С. 43-44 [Электронный ресурс]// https://www.rvc.ru/upload/iblock/868/museums_study.pdf (Дата обращения: 29.03.2017)

о них с точки зрения музейной деятельности. Данный «формат общения» - это одна из форм взаимодействия с посетителями, которая отвечает главной цели: доносит знания до широкого круга посетителей.

Самым успешным проектом в Политехническом музее за последние годы можно считать «Международный фестиваль кино о науке и технологиях 360°». Впервые фестиваль «360°» стал проводиться с 2010 года, когда Политехнический музей представил в Москве подборку актуального документального кино на тему науки, и продолжает эти программы, которые уже стали традиционными, каждую осень. Кинофестиваль – это, прежде всего, просветительский проект, его миссия – «сделать науку ближе и понятней как можно большему числу самых разных людей». Организаторы кинофестиваля ставят целью намерение показать как можно большему количеству зрителей актуальное документальное кино, которое так или иначе связано с наукой, техникой, техническим прогрессом, новыми идеями и технологиями. Целью данного проекта является привлечение широкого круга посетителей, увлечь наукой самого простого обывателя, привить интерес к научному жанру в литературе, кинематографе, а также лекциям и обсуждениям, научить выражению своего собственного отношения к тому или иному научному событию, формировать свое собственное мнение относительно этого события, то есть, содействовать воспитанию научно-технической интеллигенции нового поколения. Кинофестиваль 360° ориентируется на опыт международных фестивалей и проектов, не только в научной области, но и в самых различных тематиках. В недалеком будущем создатели фестиваля видят данный проект перспективным «пространством вдохновения», в котором каждый может найти что-то интересное и важное для себя из мира науки и техники, получить информацию не только с помощью кино, но и с помощью обсуждения вопросов после лекций или на круглых столах с представителями науки и техники²⁹.

Политехнический музей – огромная платформа, в которой сосредотачиваются различные проекты и программы. Помимо кинофестиваля, одним из масштабных

²⁹ Там же. С. 44

проектов является также фестиваль науки, искусства и технологий «Политех», который будет проходить в этом году в четвертый раз. Данное мероприятие проходит под открытым небом, а в этом году состоится 27 мая в Парке Горького. Тема фестиваля 2017 года - «сила притяжения» как фундаментальное научное понятие, затрагивающее умы каждого из нас³⁰.

В музее действуют 44 образовательные программы для всех возрастов. Однако, несмотря на большое разнообразие программ, музей в качестве своей главной аудитории, видит образованную молодежь (старшеклассники и студенты) и заинтересованных родителей, которые приходят вместе со своими детьми познакомиться их с наукой и техникой. Среди успешных образовательных программ можно назвать, например, экспериментальную программу СКВТ. Экспериментальная программа СКВТ позиционирует себя 1) как программа, которая включает в себя проведение лекций, мастер-классов, практических занятий и подведение итогов в виде презентаций; 2) как сообщество, которое дает возможность творческой и прогрессивной молодежи «окунуться» в профессиональную среду и найти единомышленников; 3) как место общения и работы, которое оборудовано всем необходимым для совместной и самостоятельной работы. Данная программа существует с ноября 2014 года и пользуется популярностью у школьников. Участие в данном проекте бесплатное, однако, необходимо заранее записываться в группы. Углубляясь в суть данной программы, следует отметить, что она включает на настоящий момент два курса: кураторский и поэтический³¹.

Первое направление связано с проектной деятельностью в области культуры. Участники программы изучают работу музея изнутри, знакомятся с его структурой и деятельностью, создают свои проекты. Кураторская программа нацелена на четкий результат и практический компонент - формирование навыков проектной деятельности у молодежи - и предполагает работу в команде и постоянное общение

³⁰ Официальный сайт Политехнического музея [Электронный ресурс]// <https://polymus.ru/ru/events/> (Дата обращения: 11.04.2017)

³¹ Музейные программы [Электронный ресурс]// <https://polymus.ru/ru/> (Дата обращения: 02.04.2017)

с настоящими специалистами и профессионалами в области культуры, которые приходят на занятия в качестве приглашенных гостей.

Второе направление, как понятно из самого названия, нацелено на развитие творческого потенциала у начинающих, юных поэтов. Курс предполагает знакомство с современной литературной и профессиональной практикой. Занятия включают три аспекта: теоретические навыки – обсуждения, диспуты, лекции о поэзии, структуре стихосложения, нормах; практические навыки - домашние задания для участников, закрепление пройденного и обсуждение; социальные навыки – участие в различных социальных и культурных проектах³².

Таким образом, школьники после окончания данной программы и поэтического курса, и кураторского курса, получают не только теоретические знания, а реальный практический опыт, который непосредственно может помочь в будущей профессиональной карьере. На мой взгляд, это очень интересный и, безусловно, полезный опыт, потому что программа рассчитана как раз на людей уже осознанного возраста и может действительно помочь с дальнейшей профориентацией. К тому же, экспериментальная программа СКВТ подразумевает встречи, знакомства и возможности вести диалоги с уже состоявшимися специалистами, профессионалами в своем деле. А это значит, что школьник, проходящий данные курсы, является заинтересованной в своей будущей карьере личностью, и может пообщаться с кураторами, литературоведами, журналистами, музейщиками, актерами, специалистами в области науки и техники и многими другими и узнать обо всех нюансах в профессиональной области. Также, исходя из описания сайта Политехнического музея о данной программе, участники сами выбирают приглашенных гостей и темы для обсуждения, организывают не просто «нереальные проекты», а действительные события по запросам партнеров на базе Политехнического музея, что также является большим преимуществом. Таким образом, участники не просто тренируются и учатся, а оказывают помощь, себе, музею и другим организациям-партнерам.

³² Там же

На настоящий момент, необходимость в таких программах, по моему мнению, очень велика. И музей, а особенно научно-технический, как институт знания, отражающий историю прошлого и современного, может быть реальной площадкой для такого рода учебной деятельности.

Для детей младших классов Политехнический музей также реализует широкий спектр программ, одна из которых «Университет детей» в формате лекций. Она предполагает самостоятельное создание проектов подростками под надзором кураторов. При музее создан научный лагерь, научные лаборатории, например, лаборатория биологии, на которые есть огромный спрос³³.

В целом, надо сказать, что Политехнический музей взял курс на поддержание образовательных программ высокого уровня, широко взаимодействуя со специалистами и учебными заведениями.

Музей железнодорожного транспорта.

Говоря об истории науки и техники в России, а также о научно-технических музеях, невозможно не упомянуть о старейшем в нашей стране Музее железнодорожного транспорта, который располагается в Санкт-Петербурге и берет свое начало с 1813 года. Данный музей был открыт при Петербургском институте инженеров путей, основанном в 1809 году манифестом императора Александра I, в котором было указано, что Институт должен отвести специальное помещение под хранение и показ моделей различных земляных сооружений³⁴. Музей был открыт в 1813 году для учебных целей и был рассчитан только для студентов института. Изначально Музей железнодорожного транспорта имел шесть отделов (кабинетов): физический, строительно-рабочих инструментов, геодезический, минералогический, образцов строительных материалов, модельный и механический. Коллекцию музея составляли поступающие в музей модели, макеты, чертежи и документы, из

³³ Там же

³⁴ Г. Г. Григорян, Л. М. Кожина. Научно-технические музеи и культурное наследие в области техники // Вопросы Истории Естествознания и Техники - Москва, 2003, Выпуск №12

различных организаций, занимающихся строительством таких сооружений, как дороги, каналы, мосты и т. д.³⁵.

Только в 1862 году музей становится публичным по определенным дням для широкого круга посетителей. На протяжении всего XIX столетия коллекции музея пополнялись за счет дарений из личных собраний бывших министров путей сообщения, организаций и учреждений, и в 1902 году музей переезжает в новое, специально отстроенное для него здание, в котором музей находится и по сей день. 6 декабря 1902 года состоялось торжественное открытие Музея ведомства путей сообщения, которое стало носить имя императора Николая I, сыгравшего огромную роль в появлении в России первых железных дорог. В 1903 году музей посетил император Николай II, который сделал для музея подарок – личные вещи императора Николая I, среди которых были модели паровозов.

Фонды музея насчитывают более 60 тысяч экспонатов, среди которых преобладают уникальные макеты и модели, имеющие статус памятников, и изготовленные более сто лет назад. В музее сосредоточены коллекции моделей паровозов, электровозов, тепловозов, макетов, отражающих важные этапы в развитии отечественного производства мостов, подлинные аппараты, предназначенные для передачи информации в железнодорожной связи, а также материалы, которые наглядно демонстрируют развитие железнодорожной отрасли в нашей стране, аппараты, альбомы, чертежи, фотографии и книги³⁶.

В первые годы советской власти, работа в музее приостановилась в связи с политической обстановкой в стране. В 1920-1930 годы музей дважды открывался для посетителей: в 1924 году, после окончания гражданской войны и в 1934 году, когда музей был в структуре видоизмененного института, называвшего теперь Ленинградский институт инженеров железнодорожного транспорта (ЛИИЖТ). В годы Великой Отечественной войны, коллекции музея были разобраны и наиболее

³⁵ Закревская Г. П. Центральный музей железнодорожного транспорта // Памятники науки и техники в музеях России. М., 1996. Вып.2. - С. 12

³⁶ Официальный сайт Центрального железнодорожного транспорта РФ//[Электронный ресурс] // <http://cmzt.narod.ru/> (Дата обращения: 10.04.2017)

ценные из них вывезены на временное хранение в Новосибирск. Музей вновь открыл свои двери только в 1948 году, после чего была проведена первая послевоенная выставка, посвященная Дню железнодорожника.

Важное событие в истории музея произошло в 1987 году, когда музей стал называться Центральным музеем железнодорожного транспорта МПС (ЦМЖТ). Реорганизация статуса оказала плодотворное влияние на решение разного рода задач, в том числе расширились работы по научно-исследовательской деятельности, комплектованию фондов, выставочной деятельности, экспозиционной деятельности и массовой работы с посетителями³⁷.

На настоящий момент, музей активно занимается научно-исследовательской деятельностью, работой с посетителями в формате занятий-факультативов со студентами и школьниками, экскурсионной деятельностью. Ежегодно музей организует около 12-15 выставок. В будущей перспективе Центрального музея железнодорожного транспорта Российской Федерации развитие программ и поиск новых форм взаимодействия с широким кругом посетителей музея.

Среди значимых научно-технических музеев нашей страны можно назвать: Научно-мемориальный музей Н.Е. Жуковского, рассказывающего об авиации нашей страны, Отдел М.В. Ломоносова в Российской Академии наук в Санкт-Петербурге, который экспонирует предметы астрономии, нельзя не упомянуть Мемориальный музей космонавтики в Москве и Музей Военно-воздушных сил, а также нельзя не вспомнить о первом объекте музеефикации индустриального наследия - Государственном музее-заповеднике горнозаводского дела Среднего Урала в Нижнем Тагиле и, конечно, учебно-методическом центре «Музей воды», принадлежащем ОАО «Водоканал» в Санкт-Петербурге.

Огромный пласт объектов науки и техники хранится в небольших краеведческих музеях, собраниях учебных заведений, заводов, организаций, среди которых преобладают действительно значимые предметы, характеризующие историю

³⁷ Там же

развития нашей страны. В основном, такие коллекции собирались благодаря трудам энтузиастов, работников предприятий и сохраняются на данный момент, что может свидетельствовать о возможности создания новых музеев науки и техники.

Ассоциация научно-технических музеев.

Еще в 1988 году была организована, так называемая, Ассоциация научно-технических музеев Советского комитета Международного союза музеев (ИКОМ), во главе которые стояли наиболее прогрессивные научно-технические музеи страны. Цель данной ассоциации состояла, прежде всего, в укреплении связей между техническими музеями, активное содействие друг другу и создание единой системы научно-технических музеев. Инициаторами и основателями ассоциации стали Политехнический музей, Центральный музей железнодорожного транспорта России, Центральный музей связи имени А.С. Попова и журнал "Советский музей". За годы существования ассоциацией была разработана методика выявления особо ценных памятников науки и техники в музеях страны, создан электронный банк данных «Памятники науки и техники». Центром и ядром ассоциации являлся и является Политехнический музей, как главный научно-технический музей России, который привлекал к данной деятельности общественность, научных исследователей, музейщиков. Организованный Банк данных памятников науки и техники служит основой для законодательных мер по охране и сохранению памятников науки и техники. Для сравнения, в 2003 году, Банк включал информацию о более чем 500 особо ценных предметах, хранящихся в разных музеях, которые были оценены экспертами. Это были экспонаты Политехнического музея, Центрального музея связи имени А.С. Попова, Центрального музея железнодорожного транспорта России, Музея М.В. Ломоносова РАН, Научно-мемориального музея Н.Е. Жуковского и других. Результаты проделанной работы были зафиксированы и отражены в издании трех альбомов по «Памятникам науки и техники в музеях России».³⁸ Однако данная Ассоциация прекратила свое существование в 2013 году и вместе с тем работа, проделанная годами ранее, частично приостановилась

³⁸ Г. Г. Григорян, Л. М. Кожина. Научно-технические музеи и культурное наследие в области техники // Вопросы Истории Естествознания и Техники - Москва, 2003, Выпуск №12

(Политехнический музей самостоятельно продолжает деятельность по программе «Памятники науки и техники» и ведёт электронную базу данных отечественных памятников).

Но 22 июня в 2015 году по инициативе Политехнического музея была учреждена новая Ассоциация научно-технических музеев, как правопреемница предыдущей организации. Членами-участниками Ассоциации могут быть «музеи предприятий, образовательных учреждений, научных и инженерных центров и другие юридические и физические лица, разделяющие цели Ассоциации». Цели данной Ассоциации заключаются, прежде всего, в поддержании мер по сохранению памятников науки и техники, а также консолидация музейных работников, специалистов в области науки, учреждений, заинтересованных в развитии просветительства.

На данный момент, Ассоциация продолжает разрабатывать новые проекты по привлечению участников. Ближайшие проекты Ассоциации:

- Поддержка и участие в программах «Памятники науки и техники России», «История техники и музейное дело».
- Создание сайта Ассоциации.
- Подготовка и выпуск издания «Авиация в музеях России. Самолеты, вертолеты, двигатели».
- Участие в проектах «Союза развития наукоградов России» и «Молодежные образовательно-исследовательские экспедиции»³⁹.

Зарубежные музеи.

Говоря о зарубежных научно-технических музеях, целесообразно обратиться к опыту промышленно развитых стран и проследить, как были музеефицированы индустриальные памятники и объекты науки и техники. Ярким примером такого опыта является музейный центр наших ближайших соседей - Музейный центр Ваприикки в центре города Тампере в Финляндии. Это многоликий выставочный

³⁹ Ассоциация научно-технических музеев. Официальный сайт Политехнического музея // [Электронный ресурс] // <https://polymus.ru/ru/museum/pros/association/> (Дата обращения: 11.04.2017)

комплекс, который расположен в бывшем помещении машиностроительного завода компании «Тампелла» на берегу реки Таммеркоски. Старейшие фрагменты здания относятся к 1880-ым годам постройки. Основной выставочный зал, длиной в 100 метров и высотой в 16 метров, был построен в 1910-1920-х годах. В настоящее время общая площадь музейного центра Ваприйки составляет около 14 000 м², из которых половину занимают выставочные и музейные помещения. Кроме выставочных залов, в музейном центре располагаются исследовательские и офисные помещения, отдел археологии, фондохранилища, реставрационная и столярная мастерские музея. Фотоархив, справочная библиотека и аудитория были сданы в эксплуатацию и переданы музейному центру в 2000 году⁴⁰.

Тематика музеев, расположенных в «Ваприйки» достаточно разнообразна: Музей естествознания, Музей минералов, Музей финского хоккея, Музей почты, Музей СМИ «Руприikki», Музей игрушек. Постоянные экспозиции освещают, прежде всего, историю города Тампере и примыкающего к нему региона Пирканмаа. Здесь представлены самые разнообразные темы – от археологии до современного искусства, от разного рода ремёсел до техники и природы. Ежегодно устраиваются крупные международные выставки.

Экспозиция «Вестники» в Музее почты рассказывает трогательные истории о способах передачи информации в недавнем прошлом и в наши дни. Основными темами экспозиции являются значение обмена информацией, развитие почтовой связи и изменение выполняемых почтой функций. Экспозиция оснащена высокоразвитыми технологиями и интерактивом, что дает посетителю, на основании представленных фактов представить себе работу почтового служащего 17-го века, попасть на бурное Аландское море, заглянуть в почтовую контору 18-го века, ознакомиться с перепиской художников или прослушать трогательные письма военного времени. В экспозиции можно увидеть и ностальгические артефакты недавнего прошлого – 70-90-х годов XX века. Информация представлена на четырех языках: финский, шведский, английский и русский.

⁴⁰ Keijo Rantanen. Living Industrial Past. Perspectives to industrial history in the Tampere region - Tampere, Finland, 2010 - С. 28-30

Отдельная экспозиция посвящена событиям финской гражданской войны и освещает причины и последствия событий 1918 года, взгляды не только двух противоборствовавших сторон — белых и красных, но и обычных людей, наблюдавших за событиями со стороны. Оснащенными технологиями, звуковыми эффектами и «голосовыми сообщениями, витрины в экспозиции, в которых можно услышать рассказ обычного человека о переживаниях войны, оказывают сильное эмоциональное воздействие на посетителя и отвечают главной цели экспозиции - отобразить переживания всех слоёв населения в этой войне — от детей до стариков, от простых рабочих до директоров заводов⁴¹.

Музей СМИ «Руприикки» представляет историю средств массовой информации в свете развития технической грамотности вплоть до самых последних достижений науки. Посетители могут познакомиться с явлениями СМИ с помощью игровых машин. Каждая музейная экспозиция в Ваприики делится на разделы. Так, например, раздел экспозиции «Вести Пирканмаа» построен как дорога, которая начинается печатной газетной продукцией, проходит через радио и телевидение, и заканчивается современными компьютерными играми. Посетитель может прочувствовать все перемены в средствах массовой информации за определенный период. А вот, раздел «Человечество в сети» — это история о том, как изо дня в день интернет все больше заполняет будни обычных людей⁴².

Говоря о финских музеях в городе Тампере, следует отметить, что музеефикация объектов науки и техники, а также индустриального наследия выполнена на очень высоком уровне. Город, в своем недавнем прошлом, процветающий в промышленной отрасли, представляет собой уникальное пространство, в котором бывшие заводы, фабрики, производства не только сохранили свой внешний и внутренний облик, но и являются памятниками, украшающими город. Помимо музейного центра «Ваприики», музеефицированы и другие индустриальные объекты: бывшая фабрика «Финлейсон», в которой сейчас также располагаются

⁴¹ Официальный сайт музейного центра «Ваприики» [Электронный ресурс]// <http://vapriikki.fi/en/> (Дата обращения: 14.04.2017)

⁴² Там же

музеи: хлопчатобумажного производства и паровозов; бывшее текстильное производство «Тампелла» и бывшая бумажная фабрика «Френкель и сыновья», в которой сейчас работает театр⁴³.

Не углубляясь в изучение индустриального наследия Финляндии и музеефикации индустриального центра г. Тампере, следует сказать, что история развития науки, техники и промышленности этой страны отражены в полной мере в музеях, которые располагаются в бывших промышленных объектах. Помимо всего прочего, мы видим, что финны стремятся расширить тематику музейных экспозиций, постоянных и временных выставок, проводят различные фестивали, выставки и конференции, мастер-классы. Важной особенностью проектной деятельности музейщиков страны является проведение крупных выставок и фестивалей в разных городах страны ежегодно, что обеспечивает равномерный «приток туристов» в каждом городе. Как примеры, можно привести: джазовый фестиваль в Пори, выставки жилья на разных территориях, фестиваль народной музыки и творчества *Pelimannipäivät* в Миехиккяля, оперные фестивали в Савонлинна, и др.

Таким образом, рассмотрев некоторые, наиболее интересные для настоящего исследования, примеры современной деятельности музеев науки и техники и музеефикации индустриального наследия, можно сделать вывод о том, что, чаще всего, именно история техники наиболее ярко отражает эволюцию инженерно-технической мысли и историю развития общества в целом.

При этом, мы задаемся мыслью о том, почему же музеи науки и техники, наряду с проектами и выставками, связанными со своим основным направлением деятельности, т.е., с научно-техническим прогрессом и показом инноваций в этой связи, всё-таки создают проекты, связанные с художественным творчеством и современным искусством? Чем вызван интерес, или в чём состоит замысел представления произведений современных художников и дизайнеров в техническом музее?

⁴³ Keijo Rantanen. *Living Industrial Past. Perspectives to industrial history in the Tampere region - Tampere, Finland, 2010 - С. 44-45*

Глава II. Художественные проекты в научно-технических музеях

§1. Характеристика художественных проектов (выставки, биеннале, фестиваль музейного дизайна и т.д.)

На сегодняшний день музеи не могут ограничиваться лишь сохранением культурного наследия и его показом, а все больше вынуждены актуализировать его с помощью различных поисков новых форм работы. Наиболее распространенным способом актуализации культурного наследия является проектная деятельность, на которой сосредотачиваются на данный момент многие музеи страны. Музеи, таким образом, становятся не просто хранителями истории прошлого, а активными участниками социокультурных процессов, ориентиром которых являются посетители. Именно посетитель задает вектор направления, и, отвечая современным

запросам общества, музей все чаще обращается к инновационной деятельности – к проектам⁴⁴.

Проект – достаточно размытое и широкое понятие в современном мире культуры. С одной стороны, проектом можно назвать образовательную программу, с другой стороны, организацию выставки в современном арт-центре, с третьей – открытие нового музея или музейной экспозиции⁴⁵. Само слово «проект» от латинского языка «projectus» - брошенный вперед, выдающийся, выступающий⁴⁶, уже говорит об инновационности, готовности к новому. Музей, осуществляя проектную деятельность, прежде всего, адаптируется к внешней среде, к потребностям посетителей, сознательно выбирая новую модель коммуникации с обществом. Главная цель любого проекта – урегулирование связей в социокультурном пространстве. Главным источником, ресурсом, на который должна быть направлена любая проектная деятельность является местное сообщество, участие и вовлеченность которого во многом определяет успешность проекта⁴⁷. В случае технических музеев главный акцент при выборе музейного проекта целесообразно сделать на профессиональное и корпоративное сообщества, а также на профориентацию молодого поколения и преемственность поколений.

Интерес к проектной деятельности в отечественной культуре прослеживается со времён революционной активности, однако своего методологического развития она достигла только в 1960-1970-е годы, когда в творческой, литературной среде активно распространялись научная фантастика и интерес к космическому пространству. Неизвестно точно, откуда стал произрастать данный феномен, быть может, это

⁴⁴ О. Н. Ган. Проектная деятельность музея как способ актуализации историко-культурного наследия // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств - Вып. №3(20) - Санкт-Петербург, 2014 - С. 151-152

⁴⁵ А. В. Ляшко. Проект: Энтузиазм и сомнение современного музея. К исследованию явления. // Научно-теоретический журнал Общество. Среда. Развитие (Terra Humana) - Вып. №2 - Санкт-Петербург, 2011 - С.165

⁴⁶ Энциклопедия [Электронный ресурс] // http://dic.academic.ru/dic.nsf/latin_rus/34706/projectus (Дата обращения: 14.04.2017)

⁴⁷ А. В. Ляшко. Проект: Энтузиазм и сомнение современного музея. К исследованию явления. // Научно-теоретический журнал Общество. Среда. Развитие (Terra Humana) - Вып. №2 - Санкт-Петербург, 2011 - С.166

связано с течением авангарда в русской культуре⁴⁸. Именно авангардисты в своей деятельности впервые презентовали прототипы современных проектов, устраивали, так называемые «перформансы», объединяли музыку, пластику, живопись, поэзию в единое целое, не ограничиваясь, таким образом, обычным показом отдельных работ на выставках. Достаточно вспомнить известного петербургского художника, музыканта, авангардиста Михаила Матюшина, который, как и другие сторонники левого течения искусства того времени, любил экспериментировать с цветом, музыкой, формой и устраивал выставки, спектакли, среди которых можно назвать спектакль-перформанс «Рождение света, цвета и объема», состоявшийся в 1923 году.

Проект в современном понимании этого термина должен всегда преследовать конкретную цель своей реализации (для чего он создается и почему), иметь четкую структуризацию: план, задачи, сроки выполнения, продолжительность и в завершении логичный итог. Но помимо такой, казалось бы, на первый взгляд, типичной структуры, музейный проект, в то же время, изначально не должен придерживаться консервативных рамок и должен быть готов к новизне, достижению уникального неповторимого результата: услуги, продукта или произведения. Проект должен быть открыт для принципиально новых подходов, для генерирования творческих идей. Если говорить о проекте как таковом, то встретить следы проектной деятельности мы можем в разных сферах культуры: в кинематографе, рекламе, издательском деле, однако в музейную область он пришел позднее всего и имеет свои черты. Остановимся на проекте в такой организации, как музей⁴⁹.

Проектом в музее называют любую форму социокультурной деятельности, которая оснащена новыми технологиями или проведена в новом формате. Также проектом можно назвать смело проведение выставки совершенно иного профиля, заметно отличающегося от тематики музейной экспозиции. Организация проектов тем или иным музеем, подчеркивает, что данный музей шагнул от ступени традиционного института памяти и сохранения истории прошлого на новую ступень, и даже само

⁴⁸ Там же - С. 166-167

⁴⁹ Там же - С. 166

употребление музеем этого новаторского термина «проект» уже говорит об инновационности данного музейного учреждения⁵⁰. Но что же «подталкивает» музей к участию в проектной деятельности? Разумеется, ради привлечения большего числа посетителей и нового источника финансового канала. Сейчас не редкость встретить в музее образовательные программы для разных возрастов, лекции, концерты, квесты, которые также относятся к этому размывчатому понятию, как проект. Музей продолжает активно внедрять новые проекты и разрабатывает различные маркетинговые стратегии продвижения их результатов.

Наряду с инновационными, яркими и значимыми музейными проектами, для того, чтобы достигнуть одной из основных музейных целей по обеспечению широкого доступа населения к культурному наследию страны, необходимо использовать прогрессивные стратегии и маркетинговый подход в решении стратегических задач. Интерес к разработке маркетинговых стратегий в области культуры возник еще во второй половине XX века. Западные исследователи, уделяя большое внимание вопросам маркетинга в сфере культуры и искусства, в том числе, в музейных организациях, пришли к выводу, что в случае музейной деятельности, необходимо адаптировать сам продукт (творчество), а также стратегии по его продвижению, к основным музейным задачам, когда сам продукт должен формировать своего посетителя, а не наоборот. Так, американский исследователь в области маркетинга Елизабет Хиршман сформировала три потенциальные категории, на которые может быть направлен продукт «творчество»⁵¹.

Вид творчества	Т в о р ч е с т в о , ориентированное на творца	Творчество для избранных	Коммерциализированн ое творчество
Аудитория	Сам творец	Профессионалы	Широкая публика

⁵⁰ Там же - С .167

⁵¹ Е. Л. Шекова. Теоретические основы маркетинга в сфере культуры (на примере музеев)// Маркетинг в России и за рубежом - Вып. №1 - Москва, 2016 - С. 82-83

Цель	Самовыражение	П р и з н а н и е , восхищение	Получение доходов
------	---------------	-----------------------------------	-------------------

Таким образом, в зависимости от выбранной аудитории, миссии и целей, музейный продукт, в роли которого находится творчество, предстает в трех ипостасях.

В зависимости от выбранной категории и для привлечения потенциального сегмента посетителей, будь это профессиональная публика (специалисты, искусствоведы, музейеведы, историки, художники), или широкая публика, с целью достижения тех или иных целей применяются специальные маркетинговые технологии. В первом случае, если музейный продукт направлен на элитарную часть общества, цель мероприятия – это признание, восхищение профессионального сообщества. Во втором случае, когда речь идет о массовом посетителе, предназначение заключается не только в привлечении большего числа людей в музей, но и в получении прибыли.

Главная задача музея при организации того или иного проекта - это выход на нужный сегмент рынка, который обеспечивает заинтересованность потенциального потребителя данного музейного продукта. Соответственно с этим, главными задачами в маркетинговых стратегиях для организаций культуры, в том числе музейных организаций, по словам основоположников теории маркетинга в культуре проф. Филиппа Котлера и Джоанна Шеффа, являются поиск «своего» сегмента рынка, создание и удержание «своей» аудитории. Поиск сегмента рынка является важной задачей, так как включает в себя целую систему мероприятий для привлечения целевой аудитории⁵². Необходимо чтобы продукт не просто удовлетворял потребности общества, но и имел постоянный спрос. Вторая задача является не менее важной, ведь найти нужную публику, это только одна сторона дела, важно ее удержать, а для этого необходим также комплекс мер, направленных на поддержание интереса у целевой аудитории в виде организаций новых

⁵² Е. Л. Шекова. Теоретические основы маркетинга в сфере культуры (на примере музеев)// Маркетинг в России и за рубежом - Вып. №1 - Москва, 2016 - С. 83

уникальных проектов⁵³. Например, если постоянная экспозиция музея выстроена с учётом программы по одному из предметов, изучаемых в средней школе, то одна категория посетителей, а именно, школьники и их учителя – уже гарантирована музею. Другим примером могут служить регулярные специализированные выставки (художественные, профессиональные, юбилейные, тематические), которые собирают «свою» аудиторию, и которая в связи с вышеизложенным, становится приверженной данному музею.

Для такого рода стратегии музея можно использовать клубную работу, лекционную работу и др.

В настоящее время с развитием рыночной экономики, для музеев всё более и более актуальным становится увеличение процента оказания платных услуг, т е., если говорить в общих словах о деятельности в музее, то данный институт осуществляет в рамках своего устава два направления деятельности: основную деятельность, в большей мере некоммерческую, но при этом затратную, и хозяйственную деятельность, предпринимательскую, коммерческую, несомненно, доходную; при которой доход используется для осуществления основной деятельности музея. Рассмотрим их на примере конкретных направлений⁵⁴.

Некоммерческая деятельность -> Музей <- Коммерческая деятельность

Ориентированная на организационное развитие

⁵³ Там же

⁵⁴ Е. Л. Шекова. Теоретические основы маркетинга в сфере культуры (на примере музеев)// Маркетинг в России и за рубежом - Вып. №1 - Москва, 2016 - С. 84

<ul style="list-style-type: none"> • Комплектование фондов, их хранение и учет. • Научно-фондовые исследования. • Консервация и реставрация. • Экспозиционная деятельность. • Издательские проекты. • Экспедиционная деятельность, 	<ul style="list-style-type: none"> • Экскурсионное обслуживание. • Изготовление и продажа сувениров, путеводителей, книг каталогов. • Услуги кафе, ресторанов. • Сдача в аренду свободных помещений, в.т.ч., залов для проведения мероприятий. • Создание исторических и архивных справок и исследований по заказу. • Организация коммерческих выставок. • Организация фестивалей, коммерческих выставок, конференций и др. для заказчиков.
<p>Некоммерческая деятельность имеет ус... можно обозначить, как внутреннее ори... отнесем научно-фондовую, учетн... экспозиционную, научно-исследовате... археологическую, и т. д. Обобщая, м...</p>	<p>ние ому ую, как</p>

данного направления мало видима для посетителей, и настроена сугубо на развитие музейного учреждения. Второе – это внешнее направление, которое адресовано на установление контактов с посетителями, имеет социально-культурную ориентацию. Иными словами, это выставки, различные образовательные программы, экскурсии, лекции и другие мероприятия, характеризующиеся внешними коммуникациями⁵⁵.

Другим направлением деятельности музеев является коммерческая деятельность или предпринимательство, которое включает производство и продажу сувенирной и печатной продукции, услуги общественного питания, сдачу в аренду помещений. В рамках предпринимательской деятельности может применяться концепция инструментарий классического маркетинга. Музейные продукты, такие как: сувениры, книги, путеводители, услуги кафе, арендные услуги, будут производиться в ответ на существующий спрос, т. е. потребности клиентов будут определять рыночное предложение музея. Единственным ограничением будет являться направление получаемой прибыли на развитие основной деятельности музея, если

⁵⁵ Там же - С. 85

музей зарегистрирован как некоммерческая организация⁵⁶. К коммерческому направлению мы можем также отнести и некоторую (не всю) проектную деятельность, которую осуществляет музей. Соответственно, проекты существуют на коммерческих и на некоммерческих началах. Распределение бюджета играет главную роль; спонсорам и организаторам проекта важно, чтобы мероприятие прошло успешно и «окупилось».

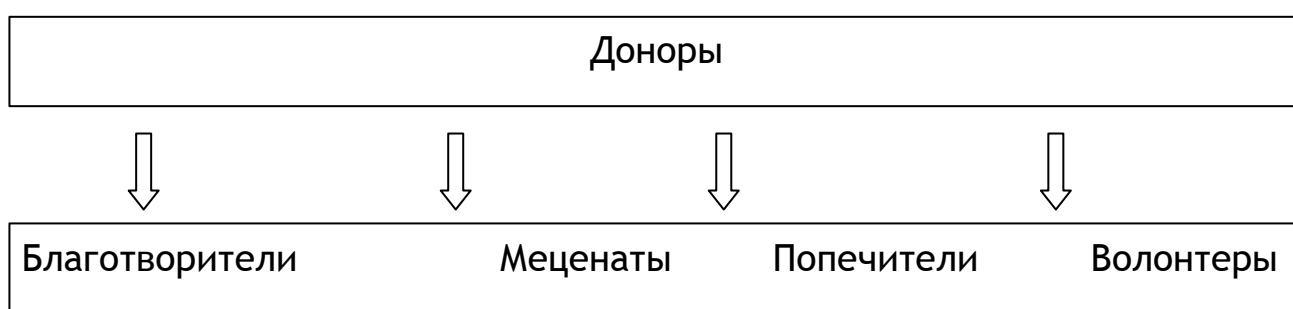
Музейные учреждения активно содействуют организации проектной деятельности, так как она приносит дополнительный финансовый доход. Российское государство с развитием рыночной экономики, создало необходимые условия для музейных организаций и настаивает на организации в каждой из них своего внебюджетного финансирования, оказания платных услуг и обеспечения частного вложения со стороны бизнеса, а потому музею приходится активно взаимодействовать и осуществлять поиск партнёров, спонсоров и жертвователей для реализации своих проектов. Надо отметить, что на проектную деятельность сейчас сосредотачивают множество усилий, так как она является универсальным гарантом для привлечения ресурсов в области культуры в нашей стране. Государство, таким образом, переводит некоторые направления деятельности в сфере культуры на самообеспечение на основе рыночных ресурсов. Однако подготовку кадров к проектной деятельности государство оставило за собой⁵⁷. Таким образом, проектная деятельность является своеобразным якорем поддержки в области урегулирования вопросов финансового обеспечения учреждений культуры со стороны частных партнеров и инвесторов, а также соединяющим мостом между бизнесом и сферой культуры.

Поддержка музейных проектов, в том числе художественных, со стороны частных инвесторов очевидна: это некий пиар-ход коммерческой компании, направленной на решение некоторых маркетинговых задач этой компании или конкретного человека-инвестора. Поэтому, оказывая спонсорскую поддержку музейной организации,

⁵⁶ Там же - С. 86

⁵⁷ А. В. Ляшко. Проект: Энтузиазм и сомнение современного музея. К исследованию явления. // Научно-теоретический журнал Общество. Среда. Развитие (Terra Humana) - Вып. №2 - Санкт-Петербург, 2011 - С.167
45

коммерческая компания осуществляет один из шагов своего плана маркетинга, связанного с коммуникацией с полезной для компании аудиторией, собирающейся в музее. Целью такой поддержки в этом случае со стороны доноров будет являться получение всеобщего признания, известности, одобрения, которая играет важную роль в формировании имиджа компании или личности конкретного человека, что способствует установлению выгодных связей в области профессиональных интересов. Но оказывать поддержку музейному проекту могут и безвозмездно. К таковым относятся различные жертвователи: благотворители, меценаты, попечители и волонтеры, которых можно объединить понятием «доноры»⁵⁸. Ярким примером можно назвать Благотворительный фонд В. Потанина и реализованная в 2003 году известная музейная программа «Меняющийся музей в меняющемся мире». Данный фонд выдает гранты сотрудникам музеев на реализацию современных музейных проектов. Меценаты, скорее всего, не рассчитывают на паблисити и в нём не нуждаются. Музейная программа активно поддерживается Государством в лице Министерства культуры и содействует развитию профессиональных интересов в области культуры и взаимодействию поколений⁵⁹. Что же касается коммерческих партнеров: спонсоров и инвесторов, то их мотивацией является коммерческая выгода от реализованного проекта, сотрудничество с музеем, а также рост продаж и расширение целевой аудитории.



⁵⁸ Е. Л. Шекова. Теоретические основы маркетинга в сфере культуры (на примере музеев)// Маркетинг в России и за рубежом - Вып. №1 - Москва, 2016 - С. 86

⁵⁹ Официальный сайт Благотворительный фонд В. Потанина [Электронный ресурс]// <http://www.fondpotanin.ru/> (Дата обращения: 15.04.2017)

Музей в качестве места проведения проекта является идеальной площадкой для его реализации и гарантом профессионализма и надежности кураторов и создателей проекта. Современное сообщество заинтересовано в организации целой серии проектов, как продолжающих предыдущее, особенно, если первый проект был проведен успешно. Так, возникают целые серии фестивалей – одна из популярных форм социокультурной деятельности музея: биеннале, триеннале, форумы. Наиболее повторяющейся формой проектной деятельности в музеях являются различного профиля выставки. Причем музеи технического профиля для расширения своей аудитории за счёт очень активной категории «художественная общественность» все больше стремятся провести выставки художественного типа, найти соединяющий мост между техникой и живописью. Ярким примером может быть проведение проекта «Мэйлартисиммо» в ЦМС имени А. С. Попова, о котором пойдет речь в следующем параграфе.

Надо помнить, что проект в теоретическом понимании должен иметь начало и логичное завершение. Но в то же время, проект не должен принадлежать времени, потому что в таком случае он рискует потерять дух новаторства, который несет в себе. У проекта есть определенный этап жизненного цикла, когда он реализуется, длительность которого зависит от размера и масштабов проекта. Завершение проекта оценивают более критично, чем сам творческий процесс, что естественно и логично. Однако в современной практике, многие музейные проекты не имеют логичного завершения по ряду причин. К этому можно отнести и проблемы с финансированием, и отсутствие новых идей, и человеческий фактор, играющий важнейшую роль.

Проектная деятельность в музеях нашей страны, к сожалению, находится еще на стадии своего зарождения и становления. Многие проекты имеют лишь только одно название и зачастую не отвечают целям и задачам, поставленным его учредителем изначально. Нередко бывает, что за проектом, в качестве продолжения, следует выпуск книги, фильма, организация фестиваля, что зачастую, размывает структуру и определенность, которую должен иметь любой проект. Большинство проектов являются амбициозными, но не имеют четких концепций и целей, потому часто

бывают не поддержаны ни финансово, ни профессионально. Но это уже издержки, мы же в данной дипломной работе стремимся к идеалу и описываем наиболее яркие, значимые и показательные проекты⁶⁰.

Так или иначе, проведение проекта, и пусть даже не самого успешного, открывает перед музеем двери в совершенно новую область, в которой сотрудники музея могут развиваться и реализовывать творческие и профессиональные способности. К тому же, сам музей, благодаря своей проектной деятельности, способен перешагнуть из традиционного института хранения реликвий в новую реалию культурной жизни, привлечь новых посетителей и источники дополнительного финансирования.

Проект, как уже было сказано в начале данного параграфа, это достаточно неопределённое понятие, которым мы называем и выставки, и фестивали, и открытие арт-центров, и биеннале, и любую иную культурную деятельность в музее, которая, кстати, поддерживается новыми технологиями. Музеееды и культурологи также определяют следующую типологию музейных проектов: трансмузейный проект, интермузейный проект, музей как проект, проект в музее, «экспонат как проект» и др⁶¹.

Таким образом, проектная музейная деятельность в нашей стране активно развивается и превращает музеи из традиционных хранилищ истории прошлого в музеи нового формата. К сожалению, некоторые музеи, особенно малые, переходят эту грань фатально и становятся культурно-развлекательными центрами. В таком случае музей начинают терять свою идентичность в рамках организованных проектов, за границами которых он теряет репутацию, как музей, и становится непопулярным в своем «первоначальном облике». Но также существует проблема «потери идентичности» и в рамках проекта, когда о музее знают только благодаря фестивалю или кинопоказу. Важным моментом является «соблюдение границ» в

⁶⁰ А. В. Ляшко. Проект: Энтузиазм и сомнение современного музея. К исследованию явления. // Научно-теоретический журнал Общество. Среда. Развитие (Terra Humana) - Вып. №2 - Санкт-Петербург, 2011 - С. 167-168

⁶¹ Там же - С. 168

переходе музея из традиционного института в музей современный, так как именно на этом поприще многие музеи теряют свою значимость, превращаясь в досуговые места развлечения⁶².

Проект – это сложное явление, несущее новизну, а потому важно при его организации соблюдать такт, деликатность раскрытия тематики, осторожность и ограничения, дабы не уйти от первоначального замысла. Необходима профессиональная подготовка кадров, развитие профессиональных способностей в этой новой области, а также активное взаимодействие с различными типами музейной работы, системой образования и установления правовых норм.

Следует отметить, что музейные проекты на сегодняшний день все больше имеют право называться именно «проектами», так как несут в себе элемент новизны. А привычные уже фестивали, выставки и форумы имеют тенденцию к консервативности, таким образом, теряя дух инновационности, который так важен для проекта и для музея.

Главный вопрос, на который мы не забываем ответить в самом начале пути к проекту – это вопрос: «Для чего?». Зачем нам нужен этот проект, какова его цель, и что мы получим в результате его выполнения? Если мы точно знаем ответ на этот один основной вопрос – то нашему проекту обеспечен успех, поскольку мы сможем построить тактический план его воплощения.

Завершая параграф, нужно отметить, что проектная деятельность в музее имеет все шансы стать самостоятельной, полноценной, творческой формой социокультурной активности, которая ищет новые пути развития и воплощения.

§2 Художественные проекты в ЦМС имени А. С. Попова и анализ маркетинговых стратегий их проведения

На примере нескольких художественных проектов, проводимых в ЦМС имени А.С. Попова, рассмотрим стратегические подходы, решаемые задачи, ожидаемые и полученные результаты от выполнения этих проектов, и оценим результаты

⁶² Там же - С. 169

применения современных маркетинговых методик для достижения поставленных целей.

Музейная институция подвержена изменениям, происходящих в разных сферах общества: культурных, политических, экономических и других. Даже самые крупные музеи мира зависимы от экономического спада и не застрахованы от таких проблем как необходимость отопления или потребность в электричестве. В условиях рыночной экономики музеи вынуждены искать дополнительные доходы, поскольку ресурсы всегда ограничены. Как правило, плата за посещение музеев, экскурсий и выставок, составляет только часть (даже не половину) общего бюджета музея. Повышение цены билета, как показывает статистика, не является гарантом увеличения дохода музея, а скорее, это мера, при которой сокращается поток посетителей, т.е. доход музея за счёт продажи билетов не увеличиваются. Поэтому музеи обращаются к несвойственной музею дополнительной деятельности, которая может повысить посещаемость и доход музея. Важным инструментарием в данном вопросе является стратегическое планирование и, особенно, разумное применение технологий музейного маркетинга, которые помогают решить задачи и достигнуть целей того или иного музея⁶³. В крупных музеях имеются специальные маркетинговые отделы и специалисты в этой области, в небольших музеях эту роль вынуждены выполнять хранители, научные сотрудники и другие работники музея. Главными составляющими музейного маркетинга являются: постоянный анализ, мониторинг и контроль выполнения плана. Данный процесс является циклическим и состоит из четырех этапов: 1) Постановка стратегических целей и задач. 2) Маркетинговое исследование, сбор необходимых сведений для составления маркетингового плана. 3) Имплементация и реализация плана. 3) Контроль, оценка и анализ промежуточных результатов. 4) Пересмотр и корректировка плана для получения заданных результатов⁶⁴.

⁶³ Практическое пособие. Музеи. Маркетинг. Менеджмент - Москва, 2001 - С. 112

⁶⁴ Там же - С. 114

Стратегическое планирование в музее обычно является целевым, для него характерно видение будущего, основанное на долгосрочном прогнозе при тщательном рассмотрении и анализе всех собранных данных: сведений, показателей, фактов и цифр. План маркетинга более краткосрочен и решает четко поставленные, узкопрофильные задачи (например, при проведении выставок, конференций, др. проектов). Однако, краткосрочные планы являются частями, составляющими планы долгосрочные.

Во главу угла мы всегда ставим постановку целей и задач и планирование сбора данных, необходимых для получения достаточной для принятия стратегических решений информации.

При организации художественного проекта, в т.ч., временной выставки, сотрудники, которые отвечают за проведение данного мероприятия, а также специалисты, занимающиеся маркетинговым планированием, должны собрать достоверные данные о категориях посетителей, которые уже приходят в их музей, об их интересах и запросах, о том, как «подать» и оформить воспринимаемую посетителями информацию; а также создать модель потенциального посетителя, на которого может быть рассчитан планируемый проект, и запланировать способы визуализации, технологии и «подходы», с помощью которых можно «достучаться» или «поймать» этого потенциального посетителя, т.е., дополнительные или новые категории. Для специалистов по маркетингу также важно завладеть информацией о мотивационных аспектах, побуждающих людей приходить в музей, и о мотивации тех категорий граждан, которые меньше всего или совсем не посещают музей, если они нужны музею, и постараться их «отторжение» или негативную аргументацию преобразовать в исключительно позитивную, заставляющую принять решение о посещении данного конкретного мероприятия. Всё это достигается путём разумного планирования и применения креативных подходов и идей⁶⁵. Если задача музея – это увеличение посещаемости, то с маркетинговой позиции, проще всего сосредоточить

⁶⁵ Бакаютова Л. Н. Центральный музей связи имени А. С. Попова. Управление и финансирование ведомственного музея // Музеи и власть. Международная конференция (9-12 сентября 2014 г., Санкт-Петербург). - СПб., 2014. - С. 72.

все усилия на постоянных посетителях. Если же задачей является расширение категорий людей, доступность для каждого человека или, как часто провозглашается в миссии музея, что музей «говорит на языке понятном для всех», тогда, конечно, необходимо обратиться к «кабинетному исследованию», но такое исследование должно включать обладание достоверными данными, ранее собранными самим исследователем или кем-то другим по его заданию, и это: ранее определённые сегменты рынка досуга, демографические сведения, географическое расположение требуемых сегментов на территории города или района, национальные особенности и традиции, статистические показатели, т.е., всё то, что может помочь расширить потенциальные возможности привлечения дополнительных категорий посетителей в музей.

При планировании миссии в 2003 году для открытия и привлечения посетителей в музей после длительного перерыва, и в соответствии с целями, поставленными перед ЦМС имени А. С. Попова его учредителем, музей своими программами должен был содействовать воспитанию технической интеллигенции, профориентации и преемственности поколений. Для этой цели были выявлены ожидаемые категории посетителей путём проведения собственных маркетинговых исследований с использованием известных технологий опроса, анкетирования и интервьюирования, которые в результате представляли собой: школьников, студентов технических ВУЗов и колледжей, слушателей Академии связи и курсантов военных училищ⁶⁶. При этом, отечественные туристы (одиночные посетители и экскурсионные группы), зарубежные туристы и гости, профессионалы (специалисты-связисты), специальные посетители (высокопоставленные гости, делегации); коллекционеры и гости Союза филателистов России; гости Союза Музеев России и другие, составили большую группу реальных и потенциальных

⁶⁶ Фролова О. В. Итоги анкетирования музеев связи (Четвертая Всероссийская конференция музеев связи. ЦМС имени А. С. Попова, 10-12.10.2013, г. Санкт-Петербург).

посетителей, с которыми более или менее понятно было каким образом их можно привлекать⁶⁷.

С целью выработки стратегических и управленческих решений относительно создания постоянной экспозиции и отдельных программ и проектов в новом музее, было создан отдел музейного маркетинга и связей с общественностью, которое отличалось креативностью и новыми оригинальными подходами в работе с планируемыми аудиториями. Это были первые специальные промозкскурсии для руководителей туристических компаний, презентации музейных возможностей для школ на совещаниях в РОНО, и т.д. При этом, работа отдела маркетинга всегда сопровождалась аналитикой и выявлением конкурентных преимуществ ЦМС имени А.С. Попова⁶⁸.

При планировании необходимое внимание было уделено SWOT-анализу, выявлению на всех этапах работы сильных и слабых сторон деятельности музея, а также раскрытию возможностей, которые получил открывшийся музей, и, конечно, выявлению угроз, которые могут повлиять на результаты работы музея. При тщательном рассмотрении хода работ, зачастую, было возможным преобразовать информации, которая относится к слабым сторонам, в растущие возможности музея⁶⁹.

Как уже было сказано в первой главе данного исследования, ЦМС имени А. С. Попова, находился более тридцати лет в забвении. Для того, чтобы посетители вспомнили об этом музее и вновь заговорили о нём, было необходимо не просто открыть новые экспозиции, а создать что-то, поистине яркое, уникальное и привлекательное для возрождения или ревитализации музея, и интересное для большой аудитории людей, которой, собственно, является очень активная категория

⁶⁷ Бакаютова Л. Н. Миссия ЦМС имени А. С. Попова в ее историческом развитии // Музеи связи: знаменательные даты и события. Материалы V Всероссийской конференции музеев связи (17-19 сентября 2015 г.). – СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2015. – С. 24-43.

⁶⁸ Там же

⁶⁹ Бакаютова Л. Н. ЦМС имени А. С. Попова. Технологии работы с посетителями. (Экономика культуры. Комитет по стратегическим инвестициям Правительства Санкт-Петербурга. Лофт-этажи на Лиговском, 29.06.2013, г. Санкт-Петербург).

потенциальных посетителей - художественная общественность, а также безграничные СМИ.

Такое решение нашлось в виде художественного проекта «Мэйлартиссимо», который был запланирован уже в 2000 году, когда ЦМС имени А.С. Попова был объявлен Международным Центром мэйларта, поддержан, в первую очередь, зарубежными художниками, а затем уже российскими, и реализован в 2004 году в виде ежегодной рождественской выставки произведений мэйларта. Символично, что проект начинался с имени и выставки французского художника русского происхождения – истинного всемирного поэта мэйларта Котлярова-Толстого, и завершился в 2013 году последней, памятной, выставкой Котлярова-Толстого, связанной с его уходом из жизни⁷⁰.

Мэйл-арт зародился еще в прошлом столетии, однако это движение появилось в ходе логического развития различных течений в мире искусства. Если обратиться к определению в целом, то “мэйларт - это искусство арт-коммуникации при помощи почты, мобильной связи или интернета”. Если говорить о мэйларте в ЦМС имени А. С. Попова, то здесь идет речь преимущественно о почтовой связи. Произведением в мэйларте является не только “художественное содержание письма”, но и его внешнее оформление: штемпели, конверты, марки, фиксирующие прохождение почты, т.е. факт доставки по почте. Без этого художественное произведение не будет являться классическим произведением мэйларта, и интерес к нему со стороны коллекционеров будет снижен. В ЦМС имени А. С. Попова с 2000 года среди фонда ДПИ существует специальная инвентарная группа, посвящённая мэйларту⁷¹. В коллекцию входят работы всемирно известных художников, таких как Владимир Котляров-Толстый из Франции, который считается основоположником и со-основателем новой коллекции мэйларта в ЦМС имени А. С. Попова, японские художники Риосукэ Коэн и Кеичи Накамура, некоторые французские художники Андре Русси, Андрэ Робэр, Рэми Пинар, Паскаль Лемуар, совместная серия работ

⁷⁰ Каталог международной выставки «Мэйлартиссимо - 2004» в Центральном музее связи имени А. С. Попова, Санкт-Петербург, 8 декабря 2004 г. - 15 января 2005 г. - С. 8

⁷¹ Там же - С. 15

американских художников Джона Хэдла и Майка Дикау, канадских художников Поля Хартала и Диана Бертрана, итальянских мэйлартистов Джованни Страда да Равенна, Эмилио Моранди, Витторе Барони, а также других европейских художников из Германии, Бельгии, Нидерландов, включая работы отечественных мэйлартистов⁷².

Почему же мэйларт в ЦМС имени А. С. Попова? Отвечая на данный вопрос, стоит отметить, что, во-первых, тематика художественного жанра мэйларта представляется интересной и полностью соответствует профилю музея. Во-вторых, двадцать первый век знаменуется повышенным вниманием к философии коммуникации. Наше современное общество развивается по пути информатизации, которая плотно влилась во все сферы нашей жизни. Такие изменения не могут не отразиться в искусстве; появились совершенно новые технологии коммуникаций: визуализация, компьютерный дизайн, виртуальная реальность. Мэйларт – это способ культурной коммуникации, которая несет в себе личностный, персонализированный аспект. Это значит, что происходящие в мире события, которые характеризуются изменением межнациональных и внутринациональных отношений, фиксируются в таком почтовом послании посредством художественного оформления и передаются от посланника непосредственно к адресату. Такого рода послания рассказывают о личных аспектах жизни определенного человека, его отношении к тому или иному событию, так как мэйларт, являясь одним из современных направлений в искусстве, в целом быстро реагирует на происходящие мировые события и интерпретирует их своими средствами⁷³.

В-третьих, коллекционирование почтовых посланий в стиле мэйларт весьма популярно в мире. Все музеи почты и связи начинали с коллекционирования и представления этого направления искусства у себя в музеях, издавали каталоги и искусствоведческие книги и публикации, создавали временные выставки и художественные проекты. Особый интерес у западных мэйлартистов вызывает развитие российского мэйларта и отображение художественной мысли российских

⁷² Там же - С. 15-16

⁷³ Там же - С. 17

художников, поскольку Россия уже представляла новаторские течения в искусстве, например, «авангард» и «супрематизм» в начале XX века.

К тому же, мэйларт обладает высокой степенью демократичности и доступности, многие почтовые послания в стиле мэйларта можно найти в сети Интернета, на сайтах музеев и галерей. Соответственно, наблюдается спрос на коллекции мэйларта в связи с его широкой популярностью, аттрактивностью и инновационностью: почтовые послания, выполненные в стиле мэйларт, хорошо вписываются в наше информационное общество.

В рамках первого проекта «Мэйлартиссимо-2004» были успешно организованы разделы выставки, включающие в себя произведения известных мастеров, посвященные 300-летию Санкт-Петербурга, Послания Владимира Овчинникова, Недавние письма, Введение в альтернативную филателию, работы Котлярова-Толстого, наполненные новыми идеями и технологиями в мани-арт-разработках; проходили в музее также и мастер-классы, например, немецкого художника Хеннинга Миттендорфа, который известен благодаря использованию резиновых штампов большого размера и филигранного исполнения. Итогом этого мастер-класса стала демонстрация работ студентов, которая была включена в раздел выставки⁷⁴.

Художественный проект «Мэйлартиссимо», связанный с актуальным искусством, проходил ежегодно с 2004 года до 2013 года. Второй художественный проект «Мэйлартиссимо-2005» в ЦМС имени А. С. Попова, в отличие от первого, который был сосредоточен на границах и возможностях мэйларта, как жанра, и акцентировал свое внимание на атрибуции почтовых художественных отправок, был обращен непосредственно к адресату. Вторая выставка в рамках проекта под названием «От Арта к Мэйл-арту» кардинально отличалась от первой составом участников-мэйлартистов: работы были представлены исключительно петербургскими художниками, а единственным представителем московско-парижской школы, был сам маэстро мэйларта Владимир Котляров-Толстый. Задача данной выставки

⁷⁴ Там же - С. 24-25

заклучалась в собрании хороших работ петербургских мэйлартистов, которые сочетались с основной тематикой научно-технического музея, и, в то же время, представляли собой образцы современного актуального искусства⁷⁵. Задача была успешно реализована: работы были выполнены на холсте и представляли собой интересные зашифрованные послания от отправителей, которые посетители-адресаты должны были «прочесть». Выставка 2005 года была связана с тематикой раздела «Почтовая связь», дизайн которой оформлял Игорь Панин. Данная выставка собрала как известных художников, так и малоизвестных, начинающих, авторов, работы которых пронизаны оригинальностью оформления крупномасштабных писем, исполненных на холстах. Данная выставка нашла не только новых друзей-партнеров, но и закрепила прочную связь со старыми друзьями и коллегами-мэйлартистами. Проект «Мэйлартисиммо-2005» успешно показал на практике, что творческая фантазия неисчерпаема⁷⁶.

Продолжением темы «От арта к мэйл-арту» стал один из разделов проекта Мэйлартисиммо-2007. Данный проект включал в себя два раздела: «Мэйлартисты разных стран, объединяйтесь» и «От Арта к Мэйл-арту-2» или «От Москвы до Петербурга». Одним из ярких представителей мэйларта, работы которого положены в основную коллекцию в собрании почтовых отправлений в музее был уже упомянутый выше маэстро Владимир Котляров (Толстый). Именно он оказал колоссальную помощь в собирании коллекций, в поиске мэйлартистов-художников и установлении с ними прочных связей. Но также следует отметить и других участников и друзей музея: Фотохудожника из Эрмитажа Юрия Молодковца, американской художницы Триши Берр, которая привлекала дополнительную группу зарубежных мэйлартистов, а также искусствовед Андрей Дьяченко, проанализировавший и идентифицировавший мэйлартистическое направление в искусстве России и расширивший связи мэйлартистов из разных стран. Выставка «Мэйлартисиммо-2007» наглядно продемонстрировала разнообразие и обилие

⁷⁵ Каталог выставки «От Арт`а - к Мэйл-арту» проект «Мэйлартисиммо-2005» в Центральном музее связи имени А. С. Попова - Санкт-Петербург, 23 декабря 2005 - 20 января 2006 - С. 4-5

⁷⁶ Там же - С. 8-9

разных стилей и течений в искусстве и проходила в памятный год для «авангарда»: 120-летие со дня рождения Марселя Дюшана и 20-летие по смерти Энди Уорхола. Первый раздел состоял из работ художников из 25 стран и был представлен оригинальными мэйлартистическими произведениями. Второй раздел составлял почтовые игры и игры в мэйларт⁷⁷.

В рамках проведения очередной выставки «Мэйлартиссимо» были представлены и подарены музею работы известных петербургских художников Александра и Ольги Флоренских, а также их дочери Екатерины; установлены контакты с грузинским художником Михаилом Шенгелия. В основном, на его открытках, выполненных в почтовом стиле маслом, можно было увидеть пейзажи солнечного Кавказа; образы людей, портреты, изображения социально-исторических типов, карикатуру и юмористические рисунки⁷⁸.

Завершающим проектом посвященному мэйларту, стал «Мэйлартиссимо-2013», в рамках которого была проведена выставка, посвященная творчеству Владимира Котлярова (Толстого). Данная выставка была посвящена памяти ярчайшего представителя мэйларта и мэтра жанра, который ушел из жизни 23 февраля 2013 года и включила его лучшие работы⁷⁹.

В связи с полным исполнением поставленных перед проектом задач и достижения цели максимальной «сверх-популяризации» «нового старого» музея после его возрождения, художественный проект «Мэйлартиссимо» был успешно завершен. Он оказался широко востребованным не только художественной общественностью, на которую была сделана ставка, но и международным сообществом и СМИ. Причём, СМИ сделали проект «Мэйлартиссимо» чуть ли не самым главным и важным для ЦМС имени А.С. Попова, несмотря на то, что в музее была открыта очень

⁷⁷ С. Серебрякова. О проекте «Мэйлартиссимо-2007» // Каталог международной выставки в Центральном музее связи имени А. С. Попова «Мэйлартиссимо-2007» - Санкт-Петербург, 21 декабря 2007 г. - 30 января 2008 г. - С. 13

⁷⁸ Каталог персональной выставки Михаила Шенгелия в рамках проекта «Мэйлартиссимо-2009» в Центральном музее связи имени А. С. Попова - Санкт-Петербург, 16 декабря 2009 - 14 февраля 2010 - С. 1-2

⁷⁹ Альбом выставки «Посвящение Толстому» проекта «Мэйлартиссимо-2013» - Санкт-Петербург, 18 декабря 2013 - 24 февраля 2014 - С. 1

наполненная и отвечающая научно-технической тематике постоянная экспозиция⁸⁰. Именно потому, что мэйлартовский подход для решения конкретных задач «затмил» научно-технический характер музея, этот проект и пришлось завершить. Впрочем, намерение музея было преобразовать чисто художественный проект в проект, использующий возможности современных технологий визуализации, концептуальные и технологичные инсталляции и произведения «дополненной реальности», в общем, технически интересные произведения нового поколения художников, отвечающие профилю ЦМС имени А.С. Попова. Пока это не получилось, но музей не теряет надежды.

В ходе рассмотрения итогов художественного проекта «Мэйлартиссимо», обратимся к PEST-анализу.

Р (Политический фактор)		Е (Экономический фактор)
Внешняя среда: благоприятная с 2004 по 2013 год	Внутренняя среда: Благоприятная, организация такого крупномасштабного проекта носила популяризаторский характер	Положительный, у музея в этот период были финансовые средства за счёт Российского фонда истории связи, а, поскольку мэйларт очень демократичное искусство, для воплощения проекта потребовались вполне скромные ресурсы.

S (Социально-культурологический фактор)	T (Технический фактор)

⁸⁰ Бакаютова Л. Н. Миссия ЦМС имени А. С. Попова в ее историческом развитии // Музеи связи: знаменательные даты и события. Материалы V Всероссийской конференции музеев связи (17-19 сентября 2015 г.). – СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2015. – С. 24-43.

<p>Благоприятный</p> <p>Художники-мэйлартисты были заинтересованы в участии в данном проекте, так как он состоит из престижной ежегодной выставки, которая включала работы отечественных и иностранных художников. Художественная общественность приняла ежегодную рождественскую выставку «Мэйлартиссимо» как «модное событие года» и каждый раз ждала её открытия.</p> <p>В связи с долгим отсутствием на культурной арене ЦМС имени А. С. Попова предложил масштабный проект, намереваясь соединить основную тематику музея с ее современной художественной интерпретацией, что означало активное внимание со стороны, как художников, так и прессы.</p>	<p>Благоприятный</p> <p>В ЦМС имени А.С. Попова к открытию его после 30-летнего было создано абсолютно новое современное пространство, насыщенное коммуникациями инфраструктура и качественное на тот период времени оборудование: освещение, отопление, оборудование для поддержания температурно-влажностного режима, автоматизированная технологическая поддержка экспозиции и рабочих мест сотрудников, всевозможные технические устройства, компьютеры и охранная сигнализация, полная реконструкция здания музея и вновь созданные экспозиции,</p> <p>Музей стал главным техническим музеем города, занял одно из центральных мест в городской музейной среде, представив новую визуализацию музейной среды и новые подходы к решению музейных задач, расположен в прекрасном месте, в центре города, в пешеходной доступности от метро, вблизи известных памятников истории и культуры (Исаакиевский собор, Маринский дворец), Санкт-Петербургский Почтамт).</p>
--	--

Если первый проект «Мэйлартиссимо» был очень успешным и выполнил все поставленные, и даже сверхзадачу, распространив информацию о забытом ЦМС имени А.С. Попова на весь мир, то второй аналогичный проект, получивший в музее название «Балтийская коммуникация» не стал таким успешным. А подробнее – следующее: проект «Балтийская коммуникация» - проект 2007 года, который имел целью укрепление международных связей среди музеев групп СИМЮЗЕТ ИКОМ (научно-технические, включая телекоммуникационные и почтовые, музеи), СЕКОММ (Европейские музеи телекоммуникаций и почты) и ИАТМ, аффилированная к ИКОМ (музеи транспорта и связи), и создать конструктивный, творческий диалог между музейными и другими организациями в сфере культуры стран Балтики⁸¹.

В качестве планируемого продолжения организаторами, специалистами ЦМС имени А.С. Попова, предполагалось создание целой серии технических и художественных выставок на тему истории связи, включая почтовые и художественные выставки, которые бы проводились в странах Балтийского региона.⁸² В рамках данного проекта была проведена пилотная выставка «Postart» (Искусство почтовых аксессуаров), приуроченная 150-летию первой русской почтовой марки, в связи с чем в городе проводилась Всемирная филателистическая выставка «Санкт-Петербург-2007», в которой в составе организаторов принимал участие ЦМС имени А.С. Попова. Данная выставка включала в себя работы молодых ювелиров, специально для этой цели создавших ювелирные шкатулки для хранения почтовых марок (популярная тема коллекционирования в XIX –XX веках), которая имела большой успех среди участников всемирной выставки и жюри сопровождающих выставку конкурсов своими историческими, эстетическими, информационными и инновационными характеристиками, и стала очень популярной для широкого круга

⁸¹ Альбом выставки «POSTART» проекта «Балтийская коммуникация» в Центральном музее связи имени А. С. Попова - Санкт-Петербург, 18 июня - 7 июля 2007 г. - С. 5-6

⁸² Бакаютова Л. Н. ЦМС имени А. С. Попова как научно-технический форум в современной культуре (Международная ежегодная научно-практическая конференция «Культурная среда и культурные практики: история и современность», СПбГУКИ, 17-19.04.2013, г. Санкт-Петербург).

художественной общественности⁸³. Проект был реализован совместными усилиями ЦМС имени А.С. Попова и Клуба молодых ювелиров Фонда искусства Фаберже. Выставка «Postart» была приурочена к проведению в 2007 году Всемирной выставки почтовых марок «Санкт-Петербург-2007» и Восьмого Стратегического форума «Почтовая тройка-2007». Оба мероприятия проводились под патронатом Министерства информационных технологий и связи РФ. Организацией Всемирной выставки почтовых марок занимался и Союз филателистов России, благодаря чему в данной выставке приняли участие представители почтовых администраций из более, чем шестидесяти стран мира и известные филателисты. В рамках Форума «Почтовая тройка» были проведены мероприятия в формате «биеннале», на которых демонстрировались современные технологии в почтовой службе⁸⁴. В ЦМС имени А.С. Попова в это время в рамках указанных мероприятий состоялись выставки по полярной филателии, молодёжной номинации филателистов, мэйларту, и организованная выставка Postart» органично вписалась в эту линейку событий. Все участники отмечали особенную привлекательность музейной выставки «Postart».

На выставке «Postart» были представлены аксессуары для хранения почтовых марок, шкатулки ювелирной работы, выполненные как с использованием драгоценных камней и металлов, так и в современных материалах. Выставка «Postart» должна была стать первопроходцем и зачинателем в проекте международных передвижных выставок почтовой связи «Балтийская коммуникация», но не стала... Почему?

Проанализируем данный проект со стороны влияющих на его состоятельность внешних и внутренних факторов с помощью PEST-анализа.

Политический фактор	Экономический фактор
---------------------	----------------------

⁸³ Бакаютова Л. Н. ЦМС имени А. С. Попова как научно-технический форум в современной культуре (Международная ежегодная научно-практическая конференция «Культурная среда и культурные практики: история и современность», СПбГУКИ, 17-19.04.2013, г. Санкт-Петербург).

⁸⁴ Альбом выставки «POSTART» проекта «Балтийская коммуникация» в Центральном музее связи имени А. С. Попова - Санкт-Петербург, 18 июня - 7 июля 2007 г. - С. 6

<p>Внешняя среда <u>неблагоприятная</u>, в 2007 году вспыхнул конфликт России и Эстонии в связи с перемещением Бронзового солдата из центра Таллина; осложнение отношений с Латвией и Литвой, в связи с поддержкой ими решения эстонского правительства.</p>	<p>Внутренняя среда <u>Благоприятная</u> Н и к а к и х з н а ч и т е л ь н ы х и з м е н е н и й в о в л а с т н ы х с т р у к т у р а х г о с у д а р с т в е н н о й в л а с т и п о о т н о ш е н и ю к м у з е я м и з а к о н о д а т е л ь с т в а в о б л а с т и к у л ь т у р ы н а б л ю д а л о с ь ; о п р е д е л я л о с ь с о с т о я н и е с т а б и л ь н о с т и ; е щ ё р а б о т а л и п р е ж н и е з а р у б е ж н ы е с в я з и .</p>	<p><u>Неблагоприятный</u> Существовало опасение не получить достаточной финансовой поддержки со стороны потенциальных организаций Северных стран или Нордических союзов в связи с политической нестабильностью, а также других спонсоров в связи с назревающим мировым финансовым кризисом (разразившимся в следующем 2008 году).</p>
<p>Социальный фактор</p>	<p>Технический фактор</p>	

Вполне благоприятный.

Художники-ювелиры, студенты художественных учебных заведений и частных ювелирных школ, и художественная общественность были заинтересованы в том, чтобы проект состоялся. Этому предшествовал очень успешный опыт Фонда искусства Фаберже по организации в течение 10 лет к этому моменту конкурсов молодых ювелиров Санкт-Петербурга и стран Балтии на принципах бьеннале.

Тема, с одной стороны, нова и не изучена в нашей стране, но популярна за западе (Парижский почтовый музей, Стокгольмский почтовый музей и др. обладали музейными коллекциями таких шкатулочек и неоднократно организовывали временные выставки), с другой стороны, как ювелирная выставка или выставка ДПИ, тематика вполне могла претендовать на создание «модного события», «модного коллекционирования» или «модного клуба», т.е., стать чрезвычайно популярной и освещаемой в СМИ, которые тоже любят ювелирную информацию.

К сожалению, не нашлось организации – партнёра этой выставки. Поэтому всё

Вполне благоприятный, поскольку ЦМС имени А.С. Попова мог предложить в тот момент хорошо оборудованные с инженерной и технологической точек зрения современные светлые помещения, круглосуточную охрану с удалённым наблюдением, историческую связь с постоянной экспозицией и развитую коммуникационную и рекламную инфраструктуру.

Несмотря на все шансы и возможности состояться, как международный проект, его не удалось реализовать в дальнейшем исключительно из-за человеческого фактора (т.е. отсутствия одного в техническом музее). Потребовалось много дополнительной организационной работы, которую некому было выполнять, поскольку в музее не нашлось заинтересованных кураторов и специалистов в данной области. А также цель, поставленная перед данным проектом в музее, не оправдывала средства, которые потребовал данный проект, и оказалась весьма локальной, которая, собственно, была блестяще исполнена во время проведения Всемирной филателистической выставки «Санкт-Петербург-2007» и Стратегического форума «Почтовая тройка-2007, но не дала импульса для продолжения проекта. Длительное сотрудничество требовало ответственного участника – организации или фонда, контролирующего выполнение проекта, его в тот момент не нашлось.

Итогом при сравнении этих двух примеров стало понимание равной зависимости состоятельности художественного проекта в техническом музее от финансирования, компетенции музейного персонала, который должен взять ответственность за организацию и проведение серии мероприятий на себя, и, конечно, квалификации, как самих кураторов проекта, так и сотрудников подразделения музейного маркетинга и связей с общественностью. В случае с проектом «Балтийская коммуникация», к сожалению, этот альянс не сложился.

В последующей жизни ЦМС имени А.С. Попова состоялось ещё много художественных проектов, но все они не стали такими яркими и перспективными, как описываемые в моей дипломной работе, поскольку цели для их проведения были очень локальными и кратковременными. Можно вспомнить: выставку художников Ленинграда – Санкт-Петербурга к 135-летию музея «Образ музея»; персональные выставки художников; коммерческие выставки норвежской и датской архитектуры и финского дизайна; выставки «Эра космоса» и «Техника и искусство» и др⁸⁵.

⁸⁵ Бакаютова Л. Н. Миссия ЦМС имени А. С. Попова в ее историческом развитии // Музеи связи: знаменательные даты и события. Материалы V Всероссийской конференции музеев связи (17-19 сентября 2015 г.). – СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2015. – С. 37-38.

Можно также отметить с сожалением, что и некоторые другие социально значимые проекты, не полностью художественные, но гуманитарные, проводимые в ЦМС имени А.С. Попова, не получили должной оценки и продолжения. В первую очередь, это касается создания музеем совместно с Кафедрой музейного дела и охраны памятников Института философии СПбГУ социально ориентированного и тоже вполне успешного проекта «Если ты ленинградец...».

Как и в предыдущем случае, человеческий фактор сыграл главенствующую роль. Куратор не проникся содержанием проекта и не оценил его потенциал для продолжения в музее.

Заключение

Научно-технические музеи – особая группа музеев, документирующих историю технического прогресса той или иной страны. Именно данная группа музеев – прямые свидетели достигнутого технического уровня государства. Однако в России музеи науки и техники еще находятся на стадии своего развития и осмысления, несмотря более, чем вековую историю многочисленных попыток создания и интерпретации такого типа музеев, завершившихся неудачно. Рассмотрев в первой главе данного исследования основные научно-технические музеи нашей страны можно сделать следующие выводы.

Во-первых, основные музеи науки и техники страны - Политехнический музей и ЦМС имени А. С. Попова - появились закономерно после проведения в России Политехнической выставки 1872 года, показавшей высокие достижения науки и техники отечественного производства. Политехнический музей сумел стать главным техническим музеем и научным центром, объединяющим все научно-технические музеи России, сосредоточив важные технические и промышленные экспонаты для показа; в настоящее время в процессе реконструкции поставивший перед собой новые цели и позиционирующий себя, как музей науки, который откроет свою первую очередь постоянной экспозиции в 2018 году.

Во-вторых, большинство научно-технических музеев появились на предприятиях страны: заводах, фабриках, для демонстрации продукции того или иного производства. Многие технические музеи имеют ведомственную принадлежность и, в этой связи, свои особенности, как, например, рассмотренный мной в первом параграфе первой главы ЦМС имени А. С. Попова, который прошел нелегкий путь своего развития и, несмотря на относительно долгое тридцатилетнее забвение, сумел возродиться, восстановить свое имя и приспособиться к новым социально-экономическим условиям; при этом, ЦМС имени А.С. Попова стал историко-культурным центром отрасли «Связь» и местом для взаимодействия пяти секторов общества, связанных наукой - научное сообщество, производственный сектор,

образовательный сектор, администрация и общество. Фонд музея составляет около 8 млн ед. хранения и включает предметы почты и филателии, телеграфы, телефоны и многое другое.

В-третьих, такие важнейшие группы технических музеев, как музеи железнодорожного транспорта во главе с Центральным железнодорожным музеем в Санкт-Петербурге и военные музеи, находятся на стадии стратегического планирования своего позиционирования и развития.

Научно-технические музеи нашей страны в большей степени консервативны и настроены на показ экспонатов и работу с посетителями через просвещение, поскольку более всего они привязаны концептуально и материально к своим ведомствам и основная цель - профориентация. Зарубежные же музеи, напротив, направляют свои усилия на более активную и привлекательную деятельность, игровой подход к образовательной и просветительской работе, и на интегрированное взаимодействие с посетителями с помощью различных программ, что сразу же выводит эти музеи из рамок ведомственного подхода.

В условиях рыночной экономики, музеи вынуждены адаптироваться к изменениям, происходящим в обществе, зачастую корректируя свои цели и миссию с учётом изменяющихся запросов рынка досуга и конкурентных преимуществ, возникающих на этом рынке. Научно-технические музеи – не исключение, и с каждым годом образовательно-рекреационный аспект все больше развивается в музеях науки и техники. На базе музеев создаются образовательные программы разного спектра, проводятся лекции и творческие вечера, уроки для школьников, фестивали, детские программы и квесты. ЦМС имени А. С. Попова осуществляет большое количество образовательных программ для студентов и школьников, организовывает уроки физики и уроки истории в техническом музее. Политехнический музей преимущественно делает акцент на развитие науки в нашей стране и мире и стремится заставить старшеклассников и студентов формулировать своё самостоятельное мнение относительно развития науки и техники, т.е., заставить

юнюю мысль работать. Все научно-технические музеи стремятся реализовать профориентационные и образовательные программы, обеспечить связь времён и преемственность поколений.

Для воплощения всех концепций и идей всё чаще научно-техническим музеям не хватает своего профессионального «языка для общения» и, чтобы «достучаться» до молодого посетителя и «внедрить» необходимые исторические, культурологические и технические знания в головы подрастающего поколения, которому жить и управлять миром в будущем, всё чаще музеи обращаются к гуманитарным наукам, дискуссионному процессу подачи информации и продвижению того «месседжа», который каждый молодой и юный посетитель должен вынести с собой после посещения музея. И всё чаще это осуществляется новыми средствами: лекции, конференции и семинары, циклы практических занятий, мастер-классы, уроки и фестивали, исторические и литературные программы, художественные проекты; словом, традиционные музеи, в т.ч., научно-технические музеи, превращаются из традиционных институтов коллекционирования в музеи нового формата. Но в этом есть и определённая опасность повторения ошибок XX века, когда в 30-е годы при научно-технических музеях создавались многочисленные кружки и творческие мастерские, что привело руководителей культуры страны к мысли о передаче музеев под ведение Домов техники, что в конечном итоге погубило многие небольшие технические музеи.

В последнее время всё большую популярность приобретает проектная деятельность в музеях. Появление проектной деятельности прослеживается еще со времен авангарда в искусстве, однако своего апогея она достигла в 1980-1990 годы и продолжает развиваться по сей день. Рассмотрев понятие «проектная деятельность» более подробно, можно сделать вывод, что оно достаточно расплывчато в понимании многими музеями, а словом «проект» называют как организацию выставки, конференции, так и создание нового арт-центра. Но, тем не менее, употребление этого термина в рамках того или иного музея, уже говорит о том, что

данное учреждение перешагнуло ступень от традиционного коллекционирования в современную эпоху.

В нынешних экономических условиях музеи приспособляются к новой социокультурной и социальноэкономической среде. Для того, чтобы выжить музею приходится искать дополнительные источники дохода и привлекать дополнительные категории посетителей. В данном исследовании было рассмотрено и выявлено, что чаще всего для привлечения к себе «дополнительного внимания», музей обращается к проекту. Для осуществления тех или иных проектов музеи разрабатывают маркетинговые стратегии, которые включают целый комплекс мероприятий, состоящих из сбора и аналитики необходимых данных для постановки целей, стратегического планирования, мониторинга и контроля исполнения плана, получения результатов и подведения итогов. Таким образом, для каждого проекта данный процесс является цикличным и повторяющимся, так как на каждом этапе необходима проверка, анализ и корректировка плана, вплоть до завершения проекта и получения заслуженных результатов.

*При стратегическом планировании, например, ЦМС имени А. С. Попова всегда обращался ко всем новым и новейшим технологиям управления и маркетинга, обсуждал и согласовывал принятые решения с коллективом музея и учредителями, осуществлял многократную аналитику данных и выявлял сильные и слабые стороны проектной деятельности, возможности и угрозы для развития музея. С самого начала работы музея после реконструкции для сбора достоверной информации и разработки планов продвижения музейного продукта на рынок досуга был создан музейный отдел маркетинга и связей с общественностью, который занимался планированием программ и сбором необходимых данных, анализом и корректировкой планов. В ходе маркетингового планирования с целью выявления категорий потенциальных посетителей и определения сегмента рынка досуга, на который музей ориентирован, проводились маркетинговые исследования с использованием различных существующих методик сбора данных, например, опрос,

анкетирование, интервьюирование, в результате которых были выявлены постоянные и новые сегменты рынка потребителей, т.е. потенциальные посетители.

В рамках тенденции гуманитаризации деятельности научно-технических музеев сегодня, следует отдельно выделить обращение к художественным проектам.

Для расширения рамок «интересов широкой публики», увеличения своей аудитории, привлечения новых сегментов рынка досуга и категорий потенциальных посетителей просто проведения технических выставок в музеях науки и техники стало теперь не достаточно. Музеи ищут свои новые пути для привлечения посетителей, в этой связи обращаются к и к художественным выставкам и проектам. Об этом свидетельствуют рассмотренные в качестве примера в последнем главе данного исследования результаты проведения некоторых художественных проектов в ЦМС имени А. С. Попова, это: «Мэйлартиссимо» и «Балтийская коммуникация». Как показал, проведенный ПЭСТ-анализ, в политическом, экономическом, социальном и техническом аспектах проведение обоих проектов, в первую очередь «Мэйлартиссимо», носило благоприятный характер, и успех не заставил себя ждать. Проект оказался успешным, хотя изначально этот итог и не был предопределён. Данный проект поддержала как художественное сообщество, так и представители общественности и СМИ всего мира. При этом в финансовом плане затраты оказались выполнимыми, так как музей находился на подъёме, а мэйларт-демократичное искусство.

Однако, несмотря на выявление положительных сторон при анализе, проект зачастую не всегда обречен на успех. Это подтверждает рассмотренный в ходе проведенного ПЭСТ-анализа проект «Балтийская коммуникация». Несмотря на многие влияющие благоприятные факторы, такие как социокультурный, технический и политический с точки зрения внутренней среды, проект оказался неуспешным. Наиболее важными факторами, благодаря которым проект не смог реализоваться в дальнейшем стал человеческий фактор: не нашелся специалист с

достаточным уровнем компетенции и амбиций, который смог бы взять ответственность за организацию проекта. Ещё одним фактором неуспеха стала неточная постановка целей и задач. Первая часть проекта, музейная выставка во время проведения Всемирной выставки марок-Санкт-Петербург-2007 и Международного форума «Почтовая тройка -2007», оказалась очень успешной и эффектной, с хорошими результатами. Но стратегическая цель по созданию серии традиционных международных передвижных выставок, охватывающих Балтийский регион и иностранное участие в них, не осуществилась, возможно, она не была оправдана целесообразностью, потребовала больших затрат, которых у музея не было, но самое главное – не нашла лидера, который готов был бы работать над этим, оказавшимся огромным, проектом. Т.е. главной проблемой неосуществления проекта оказался человеческий фактор.

Таким образом, проанализировав два наиболее ярких художественных проекта в ЦМС имени А. С. Попова – самого успешного и напротив, несостоявшегося, в дальнейшем, можно сделать следующие выводы:

Во-первых, при организации того или иного проекта, важную роль играет человеческий фактор. Важно найти заинтересованного и ответственного человека, куратора, специалиста, которому хватит знаний, квалификации, компетенций, амбиций, ответственности, терпения и работоспособности для осуществления проекта и получения результатов.

Во-вторых, необходимо обеспечить планирование и определение стратегий для постановки более чётких целей и задач будущего проекта, проанализировать его с разных позиций, чтобы выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для осуществления проекта и найти оправданные пути для получения успеха при выполнении проекта.

В-третьих, для организации любого проекта, необходимы профессиональные кадры и компетентность специалистов. Важен профессионализм не только одного куратора, а целой команды сотрудников, которые принимают участие в организации проекта.

В-четвертых, при организации художественных проектов в музеях науки и техники важно соблюдение баланса и четких границ: проект должен оставаться в рамках целей научно-технического музея, соответствовать миссии научно-технического музея, не выпадать из рамок тематики музея и не контрастировать с ней, но при этом, иметь свои особенности, средства визуализации и инновационный подход. Для технического музея технические инновации интересны, как в предмете и тематике демонстраций, так и в технических средствах экспонирования.

Таким образом, на основании проведенного исследования, можно сделать завершающий вывод о том, что в музеях науки и техники вполне оправданы различные гуманитарные проекты, включая художественные выставки, в т.ч., передвижные. При этом, целесообразность проведения таких выставок определяется постановкой и обоснованием целей, тщательным планированием и профессиональным подбором квалифицированных кадров, как создающих и сопровождающих выставку, поддерживающих технологии экспонирования, так и продвигающих и «продающих» эту выставку для широкой аудитории.

Из этого напрашивается ещё один неоспоримый вывод – о пользе образования и ответственном отношении к его обеспечению и получению знаний для того, чтобы становиться компетентными и профессиональными специалистами в любой области деятельности, включая музейное дело.

Список литературы

1. Г. Г. Григорян, Л. М. Кожина. Научно-технические музеи и культурное наследие в области техники//Вопросы Истории Естествознания и Техники – Москва, 2003, Выпуск №12
2. Л. Н. Бакаютова. Модернизация деятельности технических музеев: отечественный и зарубежный опыт: на примере музеев связи – Санкт-Петербург, 2008
3. Бакаютова Л. Н. Миссия ЦМС имени А. С. Попова в ее историческом развитии // Музеи связи: знаменательные даты и события. Материалы V Всероссийской конференции музеев связи (17–19 сентября 2015 г.). — СПб: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2015. — С. 24-43
4. Бакаютова Л. Н. Десять лет в музейном строю // Историко-научный Санкт-Петербург: материалы XXXVI международной годичной конференции СПб отделения Рос. нац. к-та по истории и философии науки и техники РАН (25–29 ноября 2013 г.). – СПб.: СПб филиал ИИЕТ РАН, 2013. – С. 81–82.
5. Бакаютова Л. Н. Десять лет после возрождения // Музеи связи: популяризация науки и техники: Материалы IV Всероссийской конференции музеев связи (10–12 октября 2013 г.). – СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2013. – С. 8–28.
6. Бакаютова Л. Н. Центральный музей связи имени А. С. Попова. Управление и финансирование ведомственного музея // Музеи и власть. Международная конференция (9–12 сентября 2014 г., Санкт-Петербург). – СПб., 2014. – С. 72.
7. Бакаютова Л. Н. ЦМС имени А. С. Попова. Технологии работы с посетителями. (Экономика культуры. Комитет по стратегическим инвестициям Правительства Санкт-Петербурга. Лофт-этажи на Лиговском, 29.06.2013, г. Санкт-Петербург).

8. Бакаютова Л. Н. ЦМС имени А. С. Попова как научно-технический форум в современной культуре (Международная ежегодная научно-практическая конференция «Культурная среда и культурные практики: история и современность», СПбГУКИ, 17–19.04.2013, г. Санкт-Петербург).
9. Бакаютова Л. Н. История одного модного увлечения или СтампАрт// Почтовая связь. Техника и технологии. – 2013. – №9. – С. 21–25; – №10. – С. 15–20.
10. Борисова Н. А. Ведомственные музеи связи: история, проблемы и перспективы // Музеи связи: популяризация науки и техники: Материалы IV Всероссийской конференции музеев связи (10–12 октября 2013 г.). – СПб.: Центральный музей связи имени А. С. Попова, 2013. – С. 171–179.
11. Борисова Н. А. Влияние политики на экспозиции технических музеев // Музеи и власть. Международная конференция (9-12 сентября 2014 г., Санкт-Петербург). – СПб., 2014. – С. 78.
12. Альбом выставки «POSTART» проекта «Балтийская коммуникация» в Центральном музее связи имени А. С. Попова - Санкт-Петербург, 18 июня – 7 июля 2007 г. – С. 6
13. О. Н. Ган. Проектная деятельность музея как способ актуализации историко-культурного наследия // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств – Вып. №3(20) – Санкт-Петербург, 2014 – С. 151-152
14. Каталог международной выставки «Мэйлартиссимо – 2004» в Центральном музее связи имени А. С. Попова, Санкт-Петербург, 8 декабря 2004 г. – 15 января 2005 г. – С. 8

15. С. Серебрякова. О проекте «Мэйлартиссиммо-2007»//Каталог международной выставки в Центральном музее связи имени А. С. Попова
«Мэйлартиссиммо-2007» - Санкт-Петербург, 21 декабря 2007 г. – 30 января 2008 г. – С. 13
16. Фролова О. В. Итоги анкетирования музеев связи (Четвертая Всероссийская конференция музеев связи. ЦМС имени А. С. Попова, 10–12.10.2013, г. Санкт-Петербург).
17. А. Медведь, М. Юдин. Московская Политехническая выставка 1872 года//Мир музея - Вып. №4 – Москва, 2008 – С. 2-4 ?
18. Е. Л. Шекова. Теоретические основы маркетинга в сфере культуры (на примере музеев)// Маркетинг в России и за рубежом – Вып. №1 – Москва, 2016 – С. 82-83
19. А. В. Ляшко. Проект: Энтузиазм и сомнение современного музея. К исследованию явления.//Научно-теоретический журнал Общество. Среда. Развитие (Terra Humana) – Вып. №2 – Санкт-Петербург, 2011 – С.166
20. Keijo Rantanen. Living Industrial Past. Perspectives to industrial history in the Tampere region – Tampere, Finland, 2010 – С. 44-45
21. Практическое пособие. Музеи. Маркетинг. Менеджмент – Москва, 2001 – С. 112
22. Закревская Г. П. Центральный музей железнодорожного транспорта // Памятники науки и техники в музеях России. М., 1996. Вып.2. – С. 12
23. Каталог персональной выставки Михаила Шенгелия в рамках проекта «Мэйлартиссиммо-2009» в Центральном музее связи имени А. С. Попова – Санкт-Петербург, 16 декабря 2009 – 14 февраля 2010 – С. 1-2
24. Альбом выставки «Посвящение Толстому» проекта «Мэйлартиссиммо-2013» - Санкт-Петербург, 18 декабря 2013 – 24 февраля 2014 – С. 1

25. Каталог выставки «От Арт`а – к Мэйл-арту» проект «Мэйлартиссимо-2005» в Центральном музее связи имени А. С. Попова – Санкт-Петербург, 23 декабря 2005 – 20 января 2006

Электронные ресурсы

1. Официальный сайт ЦМС имени А. С. Попова [Электронный ресурс]// <http://www.rustelecom-museum.ru/about/mission/> (Дата обращения: 15.03.2017)
2. Аналитический отчет по исследованию работы естественно-научных, научно-технических музеев, центров популяризации наук и эксплораториумов – С. 40-41 [Электронный ресурс]// https://www.rvc.ru/upload/iblock/868/museums_study.pdf (Дата обращения: 29.03.2017)
3. Официальный сайт Благотворительный фонд В. Потанина [Электронный ресурс]// <http://www.fondpotanin.ru/> (Дата обращения: 15.04.2017)
4. Официальный сайт музейного центра «Ваприйки» [Электронный ресурс]// <http://vapriikki.fi/en/> (Дата обращения: 14.04.2017)
5. Официальный сайт Центрального железнодорожного транспорта РФ// [Электронный ресурс] // <http://cmzt.narod.ru/> (Дата обращения: 10.04.2017)
6. Официальный сайт Политехнического музея [Электронный ресурс]// <https://polymus.ru/ru/events/> (Дата обращения: 11.04.2017)