

УДК 316.614.5

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ МУЗЕЯ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

А.А. Чернега

Обсуждаются актуальные проблемы и перспективы музея как социального института в России. Статья основана на результатах социологического исследования. Даются некоторые рекомендации для музеев.

Ключевые слова: музей; социальный институт; функции; проблемы музея; социальная польза; социальные перспективы музея.

Из большого числа существующих в современных социальных и гуманитарных науках определений музея [6; 11; 12; 17; 23] мы остановимся на некоторых из них, которые в наибольшей мере отражают социологический аспект анализируемого явления. В узком смысле слова под музеем понимается материальный элемент культурной сферы и учреждение, сохраняющее и использующее в своей работе различные предметы, называемые экспонатами, которые имеют значение для истории и культуры. В широком смысле музей определяется как социальный институт, занимающийся воспитанием индивидов и социальных групп, выполняющий аккумуляцию культуры и передачу ее новым поколениям, а также реализующий другие социальные функции.

Стоит подчеркнуть актуальность данной темы. За последние примерно пятнадцать лет в России заметно актуализировался музейный дискурс. Так, за период с 1995 по 2010 г. произошёл заметный рост числа музеев (прирост составил около 45% [18]). В последние годы все чаще стали появляться новые виды музеев, среди которых музеи современного искусства, арт-галереи, творческие музеи. Происходит развитие сферы виртуальных музеев [7]. Вместе с этим характер тенденции приобрела поддержка различными уровнями власти и общественными организациями нововведений в музеях; данный социальный институт стал активным инструментом продвижения культуры в широкие слои населения. «Регулярно ходить в музеи становится правилом хорошего тона и некой модой», — подчеркнул премьер-министр России В.В. Путин на встрече с руководителя-

ми ряда музеев страны в Саратове в апреле 2012 г. [14].

Люди проявляют заинтересованность в процессах, связанных с потреблением музейных услуг, вследствие чего проводятся всероссийские конкурсы, такие как «Наблюдение за наблюдающим: образ музейного посетителя» [21], специальные акции, например «Ночь в музее». Таким образом, нельзя не отметить факты, указывающие на динамику социальных изменений музея. Однако они практически не изучены социологической наукой.

Ключевой проблемой, которая ставится в рамках исследования, является противоречие между продолжающейся институционализацией музея и отсутствием научного знания об особенностях его функционирования в качестве фактора развития человеческого потенциала в современном российском обществе.

Объектом исследования является музей как социальный институт. В качестве предмета рассматриваются трансформационные процессы, происходящие в музее и в среде, формируемой им, и обеспечивающие его функционирование в российском обществе на современном этапе, а также индикаторы социальной пользы данного института.

Целью работы является изучение особенностей функционирования музея и перспектив его дальнейшего развития в российском обществе.

Важно пояснить методологию научного поиска, которая была применена для написания данной статьи. Ядром методологического обоснования является парадигма социальных фактов [3, с. 15–20]. Поскольку в качестве объекта выбран социальный институт, выполняющий в обществе определенные социальные функции,

то закономерно использование структурно-функционального анализа Т. Парсонса и Р. Мертона [10; 13]. Вместе с этим применяется концепция институционализации Н. Лумана, позволяющая опираться на непрерывность одноименного с концепцией процесса [27]. Проблемный подход к анализу современного этапа институционализации музея в России позволяет выявить существующие ограничения в реализации музеем своих функций [24].

Социокультурный подход (по П. Сорокину) [2; 16] дает возможности для рассмотрения музея в качестве культурного явления, существующего и развивающегося посредством комплекса социальных взаимоотношений. Социокультурная динамика музея является значимым процессом в контексте данной работы.

Однако важным для анализа является и интерпретативный подход [3, с. 54], позволяющий дать объяснение субъективных оценок людей относительно роли и места музея в конструировании их социальной реальности.

Актуальной для исследования является опора на музеологические концепции «открытого-общинного» музея Т. Шолы [6], «живого» музея П. Флоренского [20], музейной коммуникации и «ответного вызова» посетителя Д. Камерона [25; 26]. Данные концепции позволяют рассмотреть социальные аспекты функционирования музея, такие как потребности посетителей; заинтересованность людей и социальных общностей в процессе музеефикации ценностей как форме сохранения культурной памяти.

Прежде чем переходить к эмпирическому анализу, рассмотрим теоретически выделяемые функции музея как социального института.

Сущность функции сбора и документирования артефактов заключается в целенаправленном отражении через данный социальный институт с помощью музейных предметов тех исторических, социокультурных или природных процессов и явлений, которые изучает конкретное музейное учреждение в соответствии со своим профилем и местом в музейной сети.

Далее целесообразно рассмотреть хранительную функцию музея. Под ней подразумевается тот факт, что музей презентуется в ипостаси «оазиса культуры» [1, с. 91] в рамках определенной территории (города, региона, страны, мира). Определенный пласт культуры, социально-культурный (духовный и материальный)

опыт содержится в музее в виде овеществленных экспонатов, а также театральных приемов, перформансов, экскурсионных «ловушек», дискурса. Сохраняя объекты культурного наследия, музей способствует и дальнейшему развитию общества, поступательному движению человеческой истории. Общество посредством музея собирает и конкретизирует артефакты, углубляется в практики их последующего всестороннего изучения.

Следующей функцией музея является гносеологическая (или познавательная). Объекты культурного наследия требуются не только сохранять, но и создавать условия для того, чтобы они занимали необходимую нишу в рамках актуальной культуры общества. По своей сущности музей является «кладом» для потенциальной возможности познания (данный тезис исходит из анализа хранительной функции). Помимо этого, в рамках музейного института функционирует и институт экскурсионного обслуживания. Грамотная организация социального взаимодействия внутри музея повышает познавательные возможности посетителя [8].

Важно отметить функции общения поколений и обучения культурным стандартам. Разработанный Т. Парсонсом структурно-функциональный подход к культуре предоставляет широкие возможности для исследования музея [1, с. 92]. Передаваемость как одна из характеристик культуры у Парсонса является и отличительной функцией музея. Именно через музей передается знание о культурном наследии, представление о культуре прошлого и возникает формирование культуры будущего. Музей как место общения поколений в рамках современного российского общества может стать цитацией улучшения состояния социальной памяти общества [19].

Процесс обучения культурным стандартам, выделенный Т. Парсонсом в определении культуры, имеет прямое и непосредственное отношение к музею. Это связано с наличием у него обучающей функции. Прямое обучение происходит благодаря целенаправленной работе с различными социальными группами посетителей, иногда в интерактивной форме. Косвенное обучение осуществляется практически при любой работе с посетителями — будь то встречи, выставки или экскурсии. Специальные музейные технологии имеют уникальную возможность воздействовать на интеллектуальные, во-

левые и эмоциональные процессы личности одновременно [5].

Музей способен выполнять и воспитательную функцию, в рамках которой осуществляется целенаправленная деятельность по формированию личностных качеств, взглядов, убеждений индивидов.

В тесной связи с этими функциями музея находится и образовательная. В данном случае стоит различать обучение культурным стандартам при помощи посещения музеев и образовательную деятельность, которую способен выполнять этот институт в обществе при использовании и применении различных педагогических технологий и методик, проведении лекций, семинаров и взаимодействия с институтом образования в целом.

Специалисты, изучающие музей, также выделяют научно-исследовательскую функцию данного института, что артикулирует его в качестве совокупности индивидов, норм и правил, учреждений, позволяющих заниматься исследовательской деятельностью в русле разных научных направлений, ориентированных как на внешние по отношению к музею элементы (историографические, искусствоведческие, технические и другие исследования); так и на процессы, обеспечивающие консолидацию внутриинституциональных элементов музея (исследования музейной аудитории при использовании методологических приемов психологии, социологии, педагогики; исследования в области эффективности построения экспозиций и т.д.).

Интегрирующая функция музея способствует формированию социальной сплоченности и социальной ответственности. Объединяясь вокруг какой-то одной цели, люди понимают ее важность для других людей, социальных групп, общностей и общества в целом. Вместе с интеграцией проходит и процесс дифференциации общества. Одноименная функция музея как социального института означает то, что его деятельность дифференцирует людей по интересам и предпочтениям (в зависимости от типов музеев), по отношению к тому или иному музею и тем проблемам, которые в нем могут подниматься.

Не менее важна аксиологическая функция, ориентирующая личность и общество в мире ценностей, формирующая и расширяющая представления об идеалах, нормах, канонах.

Одно из предназначений музея заключается в том, что он является средством удовлетворения досуговых потребностей у индивидов. В этой связи выделяется рекреационно-досуговая функция музея. Существует определенная группа людей, считающая посещение музеев одной из значимых форм досуга для себя. Тенденцией в современных социальных процессах является увеличение позитивного эффекта от данной функции музея как социального института [9], однако в более ранних работах нами были выделены и проблемы, связанные с реализацией музеем данной функции [22].

Значительную роль в музее играет его коммуникативная функция. Коммуникация рассматривается как в определенном роде интеграция за счет межличностных, межпоколенных, социокультурных и других коммуникативных процессов, реализующихся в музее и через него.

Особое место занимает функция социализирующего воздействия. Подход к ее определению достаточно широк. В целом, влияние музея на социализацию личности позволяет последней накапливать уровень своего культурного (в широком смысле слова) потенциала [15], а в будущем реализовывать идеи, полученные через данный институт как проводника культурных традиций и инноваций для развития общества и человека в нем.

Таким образом, музей в современном обществе является транслятором целого спектра социальных функций, как правило, претерпевающих трансформацию.

Триада исследовательских задач, а именно — определение аспектов актуальной социальной пользы музея; анализ проблем его функционирования; выявление перспектив развития данного института при учете проблем и аспектов пользы, способствует реализации ключевой цели данной работы.

Для написания статьи были проанализированы результаты количественного и качественных социологических исследований, проведенных автором. К ним относятся анкетный опрос учащейся молодежи об их представлении о музеях и его проблемах; глубинное и простое интервьюирование посетителей музеев по поводу выявления социальной пользы данного института и перспектив его развития; традиционный анализ документальных источников, в качестве которых выбраны статьи исследователей про-

блем и перспектив развития отечественных музеев; экспертный опрос директоров музеев.

В рамках опроса учащейся молодежи выборка строилась в два этапа. На первом этапе использовался непропорциональный стратифицированный отбор. Основным значимым для исследования признаком стала ступень образования. Основываясь на этом, были выделены три страты: учащиеся 11-го класса школ, студенты 2-го курса вузов, студенты 4-го курса вузов. Дополнительным значимым признаком был пол. На втором этапе из каждой страты случайным образом для опроса выбиралось примерно равное число человек, в том числе и по полу. Всего в исследовании приняло участие 50 человек.

В исследованиях качественного характера применялась выборка доступных случаев. Например, глубинному и простому интервьюированию подвергались посетители ряда музеев Перми и Вологды, согласившиеся побеседовать с интервьюером; для традиционного анализа документов были определены все найденные и при этом содержательно наполненные тексты, релевантные проблеме исследования; по методу «снежного кома» проводился опрос экспертов в Перми, Вологде и Санкт-Петербурге. Полевой этап исследования был проведен в период с ноября 2011 г. по июль 2012 г.

Посетители музеев и опрошенные в рамках исследования эксперты указывают на социально полезные признаки музея в современных условиях. Музей с точки зрения посетителей презентуется в качестве:

- формы коммуникации и средства развития коммуникативных навыков в узком и широком значениях («...хочу быть современным — не отставать от культурных людей»; «...приобщение к вечным ценностям, к прекрасному, к тому, что делает нас гражданами»);
- средства проведения свободного времени на основе синкретизации образовательной и досуговой функций («...посещение музея — это и отдых и возможность узнать что-то новое, информация в музее представлена систематизированным образом»; «...знания в музее получаю через впечатления — это помогает лучше усвоить полезную информацию»);
- места встречи с утраченным («...музей — живой исторический проводник»; «...музей формирует у человека основы исторической памяти, что учит людей не совершать ошибки прошлого»);

- мотиватора к творческой деятельности («...мне хочется творить: петь, рисовать...это чувство музейного чуда»);

- средства воспитания детей («...приобщаем детей к культуре — ходим в музеи, можем ходить по несколько раз в один и тот же музей: сначала посмотрим, на второй раз углубимся, в третий раз — повторим»);

- фактора развития территории («...благодаря некоторым музеям Пермский край стал более популярным, а вдруг у нас будут туристы»);

- вспомогательного, а иногда и основного объекта научно-исследовательской деятельности («...я преподаватель вуза и научный сотрудник, иногда мне нужен тот или иной музей для научной деятельности»; «...когда создавала свой литературный музей, то сразу думала, что буду приобщать школьников к нему... да, мы занимались научно-исследовательскими поисками при помощи нашего музея»).

Эксперты оказали солидарность опрошенным посетителям (исследователем были выделены тождественные категории). Однако они четко выделяют ключевую миссию музея, заключающуюся в ценностном обогащении российского общества, в актуализации таких социальных феноменов, как «семья», «доблесть», «детство», «совесть», «благородство», «национальная гордость» («...духовное обогащение нации необходимо российскому обществу как глоток воздуха»).

Проблемное поле современного российского музея представляет собой систему взаимосвязанных аспектов, патологизирующих эффективное развитие данного института.

В центре этой системы находится процесс смены статуса музея в современном обществе: переход данного института к новым формам существования в обществе и взаимодействия с ним. Основными системными элементами в рамках анализируемой проблематики являются нарушения в области коммуникативной среды музея, проявляющиеся как на ее внутреннем уровне, так и на внешнем. Так, на уровне внутренней коммуникации музея проблемными эпизодами являются недифференцированный подход к работе с посетителями; отсутствие должных коммуникативных практик между различными типами музейных работников; на уровне внешней коммуникации — социальная «закрытость» музея от общества, неразвитость связей музея с широкой общественностью.

«Закрытость» музея влечет за собой проблемы в области музейного менеджмента, в числе которых, прежде всего, малоэффективное использование музейных ресурсов в современных социально-экономических условиях. С этим также связана проблема привлечения молодых специалистов в музей, а также профессионалов и научных сотрудников в провинциальные музеи, что подмывает презентацию музея как вспомогательного научно-исследовательского и образовательного института.

Наряду с этим во многих музеях практически не применяются новые принципы работы с посетителями, активизирующие их познавательные, рекреационные, коммуникативные способности в процессе потребления музейных услуг (например, такими принципами могут быть соучастие, интерактивность и т.д.). В результате этого как опрошенные реальные и потенциальные посетители музеев, так и эксперты выделяют проблему скучности музея, что является условной границей между его посещением по типу «я там был» и эффективным потреблением музейных услуг, формирующим возможности для развития человеческого потенциала.

«Закрытость» музея, малоэффективное использование потенциала его связей с общественностью, концентрация музеев в крупных городах, размывание функций данного института усиливают и без того достаточно индифферентное отношение большинства людей к нему, что является одним из проявлений духовного кризиса российского общества.

Как мы видим из представленного анализа, некоторые аспекты проблематики трансформации музея в современном российском обществе тесно переплетаются с характеристиками его социальной пользы (например, это касается коммуникативных музейных практик). Из этого следует уникальность перспектив развития музея как социального института.

Посетители музеев и авторы проанализированных нами документов указывают на группу внутриинституциональных перспектив развития музея. В основе большинства из них лежит социально полезный принцип соучастия (*participate – interaction*) личности в музее и музея в обществе. Эксперты, участвовавшие в исследовании, шире подходят к рассмотрению перспектив развития музея.

Вместе с переменами внутри музейного института, по их мнению, необходимы структур-

ные изменения в обществе и государстве, такие как развитие сферы символического (духовного) производства; формирование почвы (потребностей и условий) для всестороннего культурного развития общества; пересмотр направлений культурной политики России, включающий в себя формирование программы комплексного развития и поддержки отечественных музеев. Подобными выводами подчеркивается включенность музея в современную социокультурную реальность и зависимость от нее. Особо ценен факт, что внимание на этом заостряют руководители музейных организаций. Это может указывать на готовность музея к сотрудничеству с обществом и государством.

Некоторые функции музея как социального института трансформируются, что также становится одной из причин его социальной полезности. Достаточно высоки социальные перспективы музея, которые связаны с его деятельностью на основе современной инфраструктурной базы, с использованием принципа соучастия. Неизбежно развитие музея в русле комплексного подхода, институциональной гибридизации и синкретизации, развития спектра предоставляемых культурных услуг обществу и реализуемых в нем функций. Такая позиция объясняется тем, что музей в современном российском обществе находится в процессе смены своего статуса: от социально закрытого, «скучного», «пассивного» института к развитому инструменту брендинга и «экономики переживаний», активно действующему субъекту социокультурных процессов. Комплексность выполняемых музеем функций социально полезна в том случае, если она ведет не к размыванию этих функций, а к их эффективной синкретизации. Платформой для адаптации музея к современному обществу служит уже указанный нами ранее принцип соучастия (*participate – interaction*).

Музей как институт, основанный на принципе соучастия, не концентрирует свою работу на передаче одного и того же послания каждому отдельному посетителю. Ключевая цель такого музея — создание коммуникативного поля, обладающего такими свойствами, как комментирование музейных продуктов (в данном случае мы сознательно не прибегаем к понятию экспоната, поскольку это уменьшает возможности современных музеев по презентации перфомансов, социальных акций, лекций, научных открытий и т.п.); возможность всестороннего,

детального изучения того, что презентуется в музее за счет применения интерактивных технологий и методик погружения посетителя в музейную среду; обсуждение опыта других людей, полученного в результате подобных погружений и коммуникаций; сотворчество.

Сегодня в российском обществе происходит процесс дальнейшей институционализации музея. Он связан с появлением новых ролей, осваиваемых посетителями, с тенденцией к выработке новых норм и ценностей, которые релевантны различным типам участников институционального взаимодействия, динамикой функционального портрета музея.

Развитие музея происходит под эгидой трансформации данного института от моностилистической культуры к полистилистической. Характерными категориями первой являются: канонизация жанров и стилей потребления (представление о музее как об «историческом проводнике», потребление как осмотр); общественная легитимизация (музей представляется людям как традиционный социально одобряемый институт); упрощение институциональных взаимодействий (тактика «закрытости» музея); упорядоченность (предпочтение классических организационных структур музеев, советский подход к анализу музея). Для второй формы культуры свойственны деканонизация жанров и стилей потребления (институционализация новых типов музеев и современных форм потребления музейных услуг); социально-политический разброс от культурной толерантности к неприятию и критике (представленность полярных позиций: от поддержки новых типов музеев до их резкой критики, в том числе в политическом контексте); усложнение институциональных взаимодействий (использование музеями тактики социальной открытости, создание музейных сетей и связей с широкой общественностью, выход в городское, фестивальное и другие социальные пространства); возможность нарушения упорядоченности (внедрение новых типов организационных структур музеев и новых принципов работы, таких как соучастие посетителей, музей представляется не только как учреждение культуры, но и как социальная площадка форума, игры, творчества и т.д.).

Выявленная в процессе исследования социально значимая форма институционализации — развитие музея в качестве «живого» [4] с применением специальных методов и методик

«оживления» пространства и деятельности. На основе результатов проведенного исследования были разработаны рекомендации в адрес отечественных музеев.

I. Инфраструктурные и организационные:

1. Улучшить музейную инфраструктуру, в частности гардеробы, туалетные комнаты, вентиляционные и световые системы в экспозиционных помещениях. Вместе с этим выставочные пространства стоит оснащать дополнительным (точечным) светом, комплексом специальных маркеров-путеводителей, позволяющих представить экспозицию более продуманной в эстетическом и логическом аспектах.

2. Привлекать к музейной работе людей, обладающих как специальной подготовкой в этой области знания, так и определенными личными качествами: энтузиазмом, мотивацией к труду. Создать условия для повышения профессиональной квалификации сотрудников музеев.

3. В крупных музейных объединениях создать специальные отделы по связям с общественностью, по работе с посетителями, рекламой, фондами, архивами, освобождая тем самым от лишних обязанностей сотрудников музеев-филиалов.

II. Коммуникативные:

1. Составить программы по дифференцированному подходу к различным категориям посетителей (по возрасту, по профессиональному статусу и др.). Создать специальные экскурсионные программы для различных групп посетителей в зависимости от их возраста, профессиональных интересов, музейного опыта.

2. Предоставить посетителям возможность соучастия в музейном процессе:

- презентовать музеи как места встреч, дискуссий, перфомансов;

- внедрить системы комментирования экспонатов, обмена мнениями (в т.ч. при использовании методики проблемных вопросов и голосования) и опытом между посетителями; использовать для этого электронные технологии и средства IT;

- дать возможность посетителям изменять некоторые музейные экспонаты, а также отдельные их признаки и свойства;

- создать творческие клубы при музеях (творческое направление может быть выбрано в зависимости от тематики музея).

3. Использовать интерактивные компьютерные технологии в экспозиционной деятель-

ности, при методике погружения в музейную среду (для формирования эффекта дополнительной реальности) и при актуализации «ответного вызова» посетителей (комментирование и обсуждение экспоната).

4. Проводить актуальные выставки для потенциальной и реальной аудитории музея. Регулярно менять выставки, экспонируемые в музее.

5. Рекламирывать музей и проводимые в нем выставки. Предпочтение стоит отдать Интернету, социальным сетям. Необходимо создавать специальные странички музеев на популярных сайтах (www.vk.com; www.facebook.com и т.п.) и, что немаловажно, постоянно обновлять их новым контентом, включить возможность комментирования этого контента потенциальными и реальными посетителями. Стоит также создавать сайты музеев и актуально их обновлять; делать доступными виртуальные версии некоторых экскурсионных программ музея или знакомства с определенными экспонатами музея.

6. Формировать клуб друзей того или иного музея. Это может быть дополнительным средством как рекламы, так и коммуникации.

7. Использовать методы театрализации и сопровождения выставок и экскурсий аудиовизуальными средствами (видеоматериалы, музыка и т.д.).

8. Проводить систематический мониторинг потребностей потенциальных и реальных посетителей музеев за счет средств комментирования в музее, интернет-ресурсов, а также при помощи проведения специальных социологических исследований — опросов посетителей, наблюдения за потреблением ими музейных услуг. На основании получаемых данных при необходимости стоит изменять какие-либо положения в концепции музея.

9. Совмещать различные виды музейной работы с посетителями (познавательная деятельность, развлечение, коммуникация и т.д.) в целях создания комплексной концепции музея.

10. Прописать в специальных документах условия участия музеев в специальных мероприятиях (например, ими могут быть межмузейные фестивали, проект «Ночь в музее»). Этому может поспособствовать ориентация музеев на сотрудничество с:

- другими музеями (локальной местности, города, региона, страны, мира) с целью формирования и проведения познавательных,

развлекательных, научно-исследовательских и других программ для тех или иных социальных групп (потенциальных и реальных аудиторий музеев);

- учреждениями образования, а также с организациями других отраслей (например, с заводом, больницей, администрацией города и т.п.) с целью формирования новых экспозиций, количественного и качественного расширения возможностей музейного дела.

11. Прописать в специальных документах условия участия музеев в процессах социокультурного проектирования с целью развития культурного и других видов туризма, территориального брендинга, составления концепций культурного развития регионов России. Этому может поспособствовать ориентация музеев на сотрудничество с:

- структурами органов власти;
- туристическими фирмами;
- учреждениями, занимающимися брендингом территорий.

Список литературы:

1. Акулич Е.М. Музей как социокультурное явление // Социс. 2004. №10. С. 89–92.
2. Акулич Е.М. Музей как социокультурный институт: авторефер. дис. ... д-ра социол. наук. Тюмень, 2004.
3. Девятко И.Ф. Модели объяснения и логика социологического исследования. М., 1996.
4. «Живой» музей // Музейная энциклопедия «Музеи России». URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?61/> (дата обращения: 11.12.2012).
5. Иванов В.М. Информационные технологии в музейном деле // Музей и проблемы «культурного туризма»: материалы десятого Круглого стола в Государственном Эрмитаже 12–13 апреля 2012 г., СПб, 2012. С. 48–53.
6. Именнова Л.С. Музей в социокультурной системе общества: миссия тенденции, перспективы.: автореф. дис. ... д-ра культурологи. М., 2011.
7. Интервью — в гостях у Александра Суворова // Официальный Интернет-портал «Культура в Вологодской области». URL: http://cultinfo.ru/forindex/interv/suvorov/suvorov_2012.htm (дата обращения: 20.09.2012).
8. Кряжевских М.Ю. Модель коммуникационного пространства музея // Вестник Челябин. гос. ун-та. Философия. Социология. Культурология. 2012. Вып.23. № 4(258).С. 64–67.

9. *Кудрявцева Н.С.* К вопросу о социальной пользе современного музея // Теоретический журнал CREDO NEW. URL: <http://credonew.ru/content/view/1015/65/> (дата обращения: 09.12.2012).
10. *Мертон Р.К.* Социальная структура и аномия // Социологические исследования. 1992. №2. С. 118–124.
11. *Музейное дело в России* / отв. ред. М.Е. Каулен. М.: ВК, 2005.
12. *Низовский А.Ю.* Величайшие музеи мира. М.: Вече, 2008.
13. *Парсонс Т.* Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // THESIS. 1993. №2. С. 94–122.
14. *Премьер и хранители* // Российская газета за 6 апреля 2012 г. URL: <http://www.rg.ru/2012/04/06/putin.html/> (дата обращения: 07.12.2012).
15. *Римашевская Н.М.* Качество человеческого потенциала в современной России // Информационно-исследовательский портал МГУ «Человеческий потенциал России». URL: <http://www.hdi.russia.ru/215> (дата обращения: 10.12.2012).
16. *Сорокин П.А.* Социокультурная динамика и эволюционизм // Американская социологическая мысль. М., 1996.
17. *Сотникова С.И.* Музеология: учеб. пособие для вузов. М.: Дрофа, 2004.
18. *Статистика. Музеи* // Госкомстат. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_11/IssWWW.exe/Stg/d1/10-03.htm/ (дата обращения: 20.09.2012).
19. *Талаева Н.Е.* Программа развития школьного историко-краеведческого музея им. Д.С. Дохтурова «Вместе формируем личность». URL: http://histana.narod2.ru/issledovatelskaya_i.../programma_razvitiya.doc/ (дата обращения: 25.09.2012) [на правах рукописи].
20. *Флоренский П.А.* Избранные труды по искусству. М., 1996.
21. *Фотоконкурс «Наблюдение за наблюдающим: образ музейного посетителя»* // Сообщество в Живом Журнале. URL: <http://museum-guide.livejournal.com/31658.html> (дата обращения: 20.12.2012).
22. *Хачатрян Л.А., Чернега А.А.* Социальная польза музея для учащейся молодежи: сущность и проблемы // Вестн. Перм. ун-та. Серия: Философия. Психология. Социология. 2012. №2(10). С. 167–172.
23. *Юренева Т.Ю.* Музей в мировой культуре. М.: Русское слово, 2003.
24. *Ясавеев И.Г.* «Социальная проблема» в социологическом лексиконе // Социальная реальность. Журнал социологических наблюдений и сообщений. 2006. №6. С. 101–117.
25. *Cameron D.F., Abbey D.S.* Museum Audience Research // Museum News. 1961. Vol.40, №2. P.34–38.
26. *Cameron D.* Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. Vol.11, №1. P.33–40.
27. *Luhmann N.* Institutionalisation — Funktion und Mechanismus im sozialen System der Gesellschaft // Helmut Schelsky (Hrsg.). Zur Theorie der Institution. Dusseldorf: Bertelsmann Univ. Verl., 1970. S.27–41.

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF A MUSEUM INSTITUTIONALIZATION IN MODERN RUSSIAN SOCIETY

Artem A. Chernega

Perm State National Research University; 15, Bukirev str., Perm, 614990, Russia

The actual problems and perspectives of a museum as social institute in Russia are discussed in the article. The article is based on the results of the sociological research. The conclusion gives some recommendations for museums.

Key words: museum; a social institution; functions; problems of a museum; social advantages; social perspectives of a museum.