

Максимова А.Б., Матецкая М.В., Типикина А.А., Кузьмина К.А., Кузьмичева Д.Н.

ПРОЕКТ «СВОЙ МУЗЕЙ» И ЧАСТНЫЕ МУЗЕИ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Максимова, Анна Борисовна — директор, ЧУ «Музей Псоедь», руководитель проекта «Свой музей», Россия, Санкт-Петербург, svoimuzei@yandex.ru;

Матецкая, Марина Владимировна — кандидат экономических наук, менеджер проекта «Свой музей», Россия, Санкт-Петербург, svoimuzei@yandex.ru;

Типикина, Анна Александровна — консультант по развитию местных сообществ, Россия, Санкт-Петербург, atipikina@gmail.com;

Кузьмина, Ксения Александровна — кандидат экономических наук, доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, Россия, Санкт-Петербург, kkuzmina@hse.ru;

Кузьмичева, Дарья Николаевна — студентка бакалаврской программы, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, Россия, Санкт-Петербург, dnkuzmicheva@hse.ru.

В данной публикации представлены промежуточные результаты проекта «Свой музей», посвященного частным музеям в Ленинградской области, который направлен на создание Ассоциации частных музеев. Проект инициирован частным учреждением «Музей деревни Псоедь» и осуществляется при поддержке Благотворительного фонда В. Потанина (сроки реализации 2019–2021 гг). Одним из главных результатов проекта является поддержка действующих частных музеев Ленинградской области и тех, кто готов заняться их созданием, с целью повышения общего уровня управления музеями и увеличения информационной доступности о музеях. В ходе проведения проекта собран эмпирический материал, который стал основой данной статьи. Цель статьи — охарактеризовать работу частных музеев в настоящее время, модели их функционирования, потребности и задачи развития. В результате анализа можно выделить несколько групп частных музеев (т.н. «профессиональные» и «непрофессиональные» музеи) и различия в их деятельности. Данная информация представляет интерес для понимания и изучения частного музея как новой культурной институции, разработки комплекса мер поддержки действующих частных музеев. Так, в рамках проекта оказывается экспертная и консультационная поддержка, проводится образовательная программа, создаются условия для коммуникации и взаимодействия музеев с существующими участниками культурно-социальной и туристской инфраструктуры, государственными органами управления, грантодающими организациями.

Ключевые слова: частный музей, менеджмент музеев, развитие музейной сферы, социально-культурное предпринимательство.

THE PROJECT “YOUR OWN MUSEUM” AND PRIVATE MUSEUMS OF LENINGRAD REGION: PRELIMINARY RESULTS OF RESEARCH

Maksimova, Anna Borisovna — the Director, the Private Museum “Museum Psoed”, Head of the project “My Own Museum”, Russian Federation, Saint-Petersburg, svoimuzei@yandex.ru;

Matetskaya, Marina Vladimirovna—Candidate of Science in Economics, Manager of the project “My Own Museum”, Russian Federation, Saint-Petersburg, svoimuzei@yandex.ru;

Tipikina, Anna Alexandrovna—Community Development Consultant, Russian Federation, Saint-Petersburg, atipikina@gmail.com;

Kuzmina, Ksenia Alekseevna—Candidate of Science in Economics, Associate Professor, National Research University Higher School of Economics—St. Petersburg, Russian Federation, Saint-Petersburg, kkuzmina@hse.ru;

Kuzmicheva, Daria Nikolaevna—Student of Bachelor Programme, Higher School of Economics—St. Petersburg, Russian Federation, Saint-Petersburg, dnkuzmicheva@hse.ru.

This article presents the intermediate results of “Svoi Musei” (Your Own Museum) project, dedicated to private museums in the Leningrad Region, which aims to create an Association of private museums in region. The project was initiated by the private institution “Museum of the village of Psoed” and is implemented with the support of the V. Potanin Charity Fund (implementation dates 2019–2021). One of the main results of the project is the support of existing private museums in the Leningrad Region and those who are ready to start creating them, in order to increase the overall level of museum management and increase information accessibility about museums. Empirical data that was collected during the project, became the basis of this article. The purpose of the article is to characterize the work of private museums at present, the models of their functioning, needs and development tasks. As a result of the analysis, several groups of private museums (the so-called “professional” and “non-professional” museums) and differences in their activities has be determined. This information is of interest for understanding and studying a private museum as a new cultural institution, and in aims of developing a set of support and policy measures for private museums. So, within the framework of the project, expert and consulting support is provided, an educational program is carried out. Moreover, the project “Svoi Musei” (Your Own Museum) offers opportunities for communication and cooperation of museums within the cultural sector institutions, social and tourist infrastructure, government bodies, grant-giving organizations.

Key words: private museum, museum management, museum development, social and cultural entrepreneurship.

Считаем важным изначально описать ситуацию функционирования частных музеев в Ленинградской области и охарактеризовать условия, в которых был инициирован проект «Свой музей». В районах Ленинградской области с 2010 г. самими жителями на собственные средства было создано более 40 частных музеев. Главной идеей таких музеев является сохранение истории своего места, активное взаимодействие с жителями, поддержка производителей ремесленной, авторской, фермерской продукции. В проекте «Свой музей» участвуют более 30 представителей частных музеев и более 10 лиц, желающих создать свой музей (список музеев, участвующих в проекте, дан в Приложении 1)¹.

Очевидно, что частный музей является новой формой культурной практики, востребованной как со стороны создателей музеев, так и посетителей. Можно сказать, что последнее десятилетие ознаменовалось бумом создания частных музеев и их возрастающего значения в построении туристской привлекательности и социально-экономическом

¹ Мы благодарим участников и партнеров проекта: Благотворительный Фонд В. Потанина, АНО РИТКО «Творческие проекты Кайкино», АНО «Центр ПРОФИ», Фонд Поддержки предпринимательства и промышленности Ленинградской области, музей «Разночинный Петербург», ГБУК ЛО «Музейное агентство», АНО «Штаб-квартира».

развитии регионов². Широко стали говорить о «феномене частных музеев». Однако данный феномен недостаточно изучен, не проводилось исследований по этой теме, нет представления, сколько их и где они находятся, а в профессиональном музейном сообществе часто наблюдается недоверие и скептическое отношение к частным музеям.

Исторически частные музеи в России формировались как музеи, в основе которых лежат собрания памятников старины и искусства, принадлежавшие частным лицам и доступные для изучения и осмотра. Частный музей — по сути авторский музей, т.е. его коллекции и экспозиции отражают авторское самовыражение, и вариантов авторского музея неограниченное множество. Специфическая особенность частного музея в том, что он проецирует личное отношение к ценностям, в то время как государственный музей проецирует общественное значение ценностей³.

Давая определение частного музея, отметим, что «частными называются музеи, которые принадлежат частным лицам, созданы их усилиями и поддерживаются их средствами. Как правило, коллекции частных музеев отражают эстетические, культурные или научные интересы своих создателей и являются доступными для посещения»⁴.

Для определения сущности частного музея обратимся к более общим понятиям: коллекционирование, коллекция, культурные ценности и др. Все музеи формируются на основе коллекций, собраний памятников, раритетов (культурных ценностей)⁵. Частный музей возникает как желание превратить личную коллекцию и увлечение в общественный институт. Собственник проходит путь от собирателя к коллекционеру и меценату. Таким образом, частный музей привносит в культуру ценность и это закономерный процесс в общем деле со всеми музеями. Так, музеи являются хранителями следов деятельности, связанной со всеми участниками социума, в котором найдутся документы, объективно отражающие историю⁶.

Специалисты музейной сферы также подчеркивают, что уникальность и интерес к частным музеям связан с возможностью «увидеть пласт культурного наследия, который не видели, который как правило всплывает в частных музеях. В частных музеях дистанция от хранимого до хранителя — минимальна <...> Наследие бывает разное, и возможно, государственные музеи берут какую-то часть этого наследия»⁷.

Таким образом, создание частного музея начинается с личного интереса основателя музея и его ближайшего окружения к истории места (дома, деревни, района) через собирательство и изучение экспонатов, объектов материальной и нематериальной культуры. При этом основатели музеев часто являются профессионалами в области истории, археологии, культуры.

² Шерешева М.Ю., Колков М.Ю. Роль музеев в развитии туризма с участием малых городов (на примере Владимирской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т. 12. № 1. С. 120–133.

³ Шехватова Е.В. Частный музей как культурная форма: теоретические аспекты // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2020. № 1 (36). С. 24.

⁴ Российская музейная энциклопедия. М., 2001. С. 19.

⁵ Музейное дело России /под ред. М.Е. Каулен, И.М. Коссовой, А.А. Сундиевой. М., 2003. С. 237.

⁶ Памук О. Манифест для всех музеев. См.: <https://novayagazeta.ru/articles/2013/04/22/54463-orhan-pamuk-moy-skromnyy-manifest-dlya-vseh-muzeev?print=true> (ссылка последний раз проверялась 25.05.2020).

⁷ Цитаты из выступления Юлии Мацкевич на семинаре «Музейные коллекции, их концепции, анализ, учет» проекта «Свой музей», 29.10.2019.

Результат знакомства с историей создания частных музеев, участвующих в проекте, и дальнейшим их развитием позволяет предложить некую классификацию музеев с описанием ключевых аспектов их функционирования и задач развития. Важно отметить, что среди указанных музеев есть как профессиональные частные музеи, так и любительские⁸. К первой группе можно отнести тех, кто преследует цель не только создания коллекции (сохранения и изучения предметов коллекции), но предоставления широкого спектра услуг, связанного с образовательными, досуговыми, просветительскими, социальными задачами. Ко второй группе относятся музеи, которые еще не определили свой функционал, связанный не только с сохранением, но и с изучением и трансляцией знаний. Приведем результаты анализа анкет, которые заполняли участники проекта, а также выдержки из публичных выступлений, дискуссий, проведенных во время общих встреч и семинаров в ходе проекта (более 30 участников).

Частные музеи в различных районах Ленинградской области были созданы в период с 2000 по 2019 г., основатели музеев отмечают, что уже несколько лет занимаются этой деятельностью (средний ответ: 3–4 года). Стоит отметить, что к частным музеям относятся музеи, которые создаются частными лицами, принадлежат данным частным лицам на праве оперативного управления и поддерживаются их средствами⁹. При этом юридический статус имеют меньше половины музеев, участвующих в проекте (8 из 19 музеев). В настоящее время можно выделить несколько моделей осуществления деятельности в качестве частного музея:

- преимущественно, это проекты без образования юридического лица. Энтузиасты, часто находящиеся на пенсии или работающие в ином месте (имеющие иную основную профессию/занятость и источник получения дохода), время от времени ведут культурно-просветительскую деятельность и увлечены историей места и его жителей, собственными силами организовали и поддерживают хранение, изучение, экспонирование предметов быта, книг, фотографий, истории места и жителей. Далее мы будем называть такие музеи — «непрофессиональные» частные музеи.

- в отдельных случаях, музей — это направленная деятельность по созданию единой коллекции, учету, экспонированию, созданию и оказанию услуг образовательного и просветительского характера, сопутствующих услуг по приему посетителей, работа с населением (ООО ИКЦ «Сваргас», ЧУ «Псоедь», АНО «Карельский рубеж»). В этом случае организация (музей) — это основной источник получения доходов создателей, постоянная занятость людей, работающих в нем, и планомерная работа по созданию продуктов и услуг. При этом в качестве посетителей рассматриваются как местные жители, так и в большой степени жители Санкт-Петербурга, особенно те, кто приезжают в Ленинградскую область на все лето в дачный сезон. Все доступные организационно-правовые формы для ведения такого рода деятельности используются организаторами (ИП, ЧУ, ООО, различные виды НКО). Далее будем называть такие музеи — «профессиональные» частные музеи.

Среди мотивов, которые указали создатели музеев к занятию такой деятельностью, есть как личные, так и профессиональные. Преимущественно, частные музеи создают люди, увлеченные историей места и его жителей, носители локальной культуры и знаний. Они отмечают прежде всего личное желание сохранить и передать свои знания окружающим:

⁸ Подробнее данные понятия будут определены далее.

⁹ *Рощина Е.В.* Негосударственные музеи: проблемы классификации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2012. № 3. С. 42–46.

«Изначально занимаясь исторической реконструкцией, хотелось поделиться с публикой знаниями... Это способ популяризировать историю и культуру русского народа и способствовать развитию сельского туризма». (Выездная интерактивно-выставочная историческая площадка деревенского быта XIX в. “У kota, у воркуна” (Изба на выезде)).

«Своему сыну хотелось об этом (об истории места—авторы статьи) рассказать более подробно, доступнее и доходчивее (чем государственный музей—авторы статьи)! Потом нам повезло, и мы познакомились с профессором Кирпичниковым А.Н. и из маленького личного увлечения это стало превращаться в музей!». (Средневековый город Сваргас—Столица варяжских земель).

«Являясь представителем этого народа (вожжане являются коренным малочисленным народом Северо-Запада РФ. В настоящее время компактно проживают только в деревне Лужицы—авторы статьи), очень хотелось не только сохранить культуру, традиции и обычаи вожжан, но и осуществить попытки возрождения на местах исчезающего этноса, в том числе через музейную деятельность». (Центр Водской культуры).

«Уходят люди—уходит история, предметы быта могут многое рассказать о доме, месте, о человеке, который жил, трудился, создавал семью, воевал за Родину, а Родина—это его деревня. Сначала стала собирать жителей, записывать историю, а затем родственники стали приносить предметы, фото, книги и т.д.». (Музей «Былинки в чемодане» в деревне Трудовик).

В некоторых случаях профессиональная деятельность стала отправной точкой к созданию музея, это музеи:

- связанные с предприятиями района (музей при Калгановском конном заводе, Музей Лужского судоходства);
- музей был создан как результат появления частной коллекции (добровольно люди передавали предметы, ценности, узнавая, что есть возможность их хранения);
- коллекция предметов появилась при подготовке книги о районе/деревне;
- предметы, найденные при ремонте и строительстве зданий и на участках;
- ранее люди работали в государственном музее/архиве/образовательном центре и появилось желание создать что-то свое.

Главное, что отмечают создатели коллекций, это собственное желание и возможность собирать предметы, изучать и транслировать их историю, где-то хранить их. Это можно считать актуальным запросом на культурную деятельность—воссоздание локальной истории, поиск и построение идентичности людей, проживающих на малых территориях, интерес к родовым поместьям, местам, их истории и культуре.

Можно отметить, что отношения частных коллекционеров с государственными музеями строятся непросто. Часто участники проекта отмечают, что возможностей сотрудничества с госучреждениями не находят (проведение выставок, аренда помещений, подготовка совместных мероприятий и проч.); либо даже отмечают принципиальные различия в понимании и трактовке отдельных предметов, исторических событий:

«Пытался продвинуть в жизнь свой проект “Город музейный” по созданию около 20 небольших музеев на базе наших фондов и по ним туристический маршрут. Почти полностью предоставил свои фонды для создания “Музея города Челябинска”, но его закрыли через полгода. После 5 лет борьбы с местными чиновниками понял, что музеи в нашем городе администрации не нужны вообще. Только за 2018 г. было закрыто 5 частных европейского уровня и госмузеев. Стало “за державу обидно”... Пришло

понимание и необходимость создать на базе наших фондов ЧУ «Музейный центр». (ЧУ «Музейный центр»).

В отношении сотрудничества с вузами и иными образовательными учреждениями (школами, колледжами, частными образовательными центрами) участники проекта отмечают много положительных моментов и примеров. Для образовательных учреждений интересным форматом сотрудничества становятся возможности проведения гибких интерактивных занятий, знакомство с подлинными (личными, семейными) историями своего района; необычные экспонаты; доступность и простота изложения и представления материала и проч.

Разные взаимоотношения складываются у основателей музеев с местной администрацией, преимущественно это нейтральное отношение (игнорирование или неучастие в деятельности музеев); в отдельных случаях негативное отношение к деятельности музеев, редко — поддержка и совместная работа. Причины этого могут быть очень различные: и неумение (нежелание) вести переговоры со стороны музеев, низкий уровень навыков самопрезентации, формулирования задач. Также и отсутствие понимания ценности таких проектов со стороны местных жителей и администрации.

Выстраивание положительных отношений с местными жителями отмечается всеми участниками проекта как одна из самых важных и первостепенных задач их функционирования. Но многие организаторы отмечают при этом, что вовлеченность местных жителей в инициативы со стороны организаторов частных музеев очень низкая. У руководителей музеев часто не хватает опыта и знаний по выстраиванию отношений с местными жителями, фиксируется низкая социальная активность жителей в сельской местности, не хватает знакомства с положительными примерами работы частных музеев, как у нас в стране (проектов пока немного и опыт их работы небольшой), так и за рубежом, где бум частных музеев начался около 50 лет назад и уже накопился некоторый опыт.

Профессиональные частные музеи являются настоящими драйверами развития территорий за счет того, что постоянно создают интересные поводы для коммуникации как среди местных жителей, так и туристов (приезжих посетителей), и организуют социально-культурное взаимодействие и просвещение жителей, создают рабочие места, вкладывают собственные и привлеченные средства в развитие конкретных мест (домов, хозяйств, усадеб, деревень, поселений). Более того, через развитие знаний и компетенций людей, проживающих на этих территориях, такие проекты становятся вкладом в территорию и ее развитие. Чувство гордости и общности, которое возникает в связи с новыми знаниями о месте и его истории, возможности соучастия в проекте вызывают интерес и доверие к людям, занимающимся частными музеями.

Коллекции и основные фонды частных музеев

В случае частных музеев как правило фиксируются небольшие коллекции, в среднем участники указали от 50 до 200 единиц хранения, профессиональные частные музеи располагают фондом до 3 000 единиц хранения.

Как правило, история формирования коллекций довольно типична: основой коллекции стали личные вещи создателей и вещи людей ближнего круга их общения (друзья, знакомые, родственники, соседи). Люди безвозмездно передают собственные вещи в музей, узнав о возможности их хранения.

В основном, коллекции составлены из:

- предметов быта (например, крестьянский быт начала XX века: прялка, коромысло, лампы, сундуки, ткацкий стан, одежда, посуда);

- предметы быта советской эпохи и нумизматика;
- исторические находки (предметы быта, находки военных лет);
- профессиональные реплики (например, оружия), стилизованные предметы, макеты исторических экспонатов (мебель, предметы интерьера, быта, украшения, личные предметы и т.д.);
- выставочные образцы изделий местных современных мастеров и ремесленников;
- фотоматериалы (исторические и современные фотографии);
- художественные экспонаты (старинная гравюра, живопись, кабинетная скульптура и т.п.);
- книги, карты, научные материалы (например, старинные книги, каталоги, исторические карты, воспоминания (личные дневники));
- видео-аудиозаписи на различных носителях (например, аудиотека с воспоминаниями, видео, фильм-реконструкция местных обрядов).

История происхождения коллекций также довольно типична (дано в порядке частоты указания источника представителями частных музеев):

- преимущественно, собственные (личные, семейные) вещи (например, мебель, предметы быта, тематические коллекции (например, нумизматики и т.п.));
- пожертвования местных жителей, знакомых (например, этнографические экспонаты);
- предметы найдены на участке, или собиралась с чердаков, у соседей;
- приобретено в магазине за собственные средства или изготовлено у мастеров, по заказу;
- предметы, собранные во время этнографических экспедиций по деревням и на местах бывших монастырей и храмов.

Меньшая часть музеев располагает собственными помещениями: в случае профессиональных музеев вопросы собственности на землю и помещения (здания) решены (аренда, собственность). В случае непрофессиональных музеев — это или личные помещения (в доме, на собственном участке), либо временные помещения, предоставленные администрацией, другими организациями (библиотеки, дома культуры).

Система организации и хранения предметов и экспозиционная деятельность

Система организации и хранения предметов коллекции практически отсутствует в музеях, либо находится на начальном уровне становления (как правило, формируется из собственных знаний и представлений создателей музея об учете). То же касается описания экспонатов, их изучения, работы по созданию и ведению каталогов (работа не ведется или в самом начальном состоянии, т.к. у сотрудников не хватает времени, знаний, оборудования):

«К этому мы только подошли и над этим сейчас работаем». (Средневековый город Сваргас — Столица варяжских земель).

«Ведется список экспонатов и кто подарил. На зиму ценные вещи переносятся в помещение библиотеки, так как музей не отапливается». (Музей истории деревень бывшей Глебовской волости).

«Представлена водская изба по принципу четырех углов, в соответствии с этим и представлены экспонаты». (Музей Водской культуры).

«Музей разделен на исторические разделы с предметами, фотографиями, макетами с описанием, начиная с 1905 года и до наших дней». (Музей истории конного завода в Калгановке).

Один из участников отметил наличие профессионального сертификата по музейному менеджменту:

«Не хватает места для хранения, катастрофически! Составляем каталоги и описания. Коллекции подобраны профессионально по темам и с хорошим знанием материала ... Имею Сертификат Международного семинара по музейному менеджменту (2000 г.), диплом историка ЧелГУ (1994 г.), профессиональная антикварная практика—более 33 лет». (ЧУ «Музейный центр»).

Постоянные выставки имеют только профессиональные музеи, как правило, это одна-две постоянные экспозиции музея. Чаще, формат работы—это разработанные программы для различных групп посетителей (тематические интерактивные программы, образовательные, ознакомительные, праздничные и проч.). Организаторы музеев отмечают, что проводят в среднем 10–15 мероприятий в год сезонного характера, часто приуроченных к праздникам (народным, официальным, религиозным, местным) или иным событиям.

Например, вариантом такой программы может быть следующий пример:

Программы «4 сезона» (Музей «Былинки в чемодане» в деревне Трудовик)

- *Зима—Конкурс «Игрушка на деревенскую елку»*
- *Новый год для деревенских детей*
- *Весна—Субботник «Вахта Памяти»*
- *—9 мая, День Победы (митинг, концерт)*
- *Лето—12 июня, праздник «Деревенские посиделки»*
- *—Спорт «Фитнес в деревне»*
- *Осень—Праздник цветов*
- *—мероприятие для первоклашек «Иду в школу»*

Мастер-классы и другие мероприятия дополнительно проводятся в летний период (по просьбе детей, приезжающих из города дачников, туристов).

Целевая аудитория посетителей и описание услуг и форм работы частных музеев

Практически все участники отмечают характерную резкую сезонность посещения музеев. Как правило, основная посещаемость музеев возможна в летний период, когда жители Санкт-Петербурга приезжают на летний отдых в различные районы Ленинградской области или просто обладают возможностью совершать короткие поездки за город на выходные. Второй высокий сезон посещаемости—новогодние праздники (начало января), но гораздо в меньшем объеме.

Как правило, музеи работают по предварительной записи, принимая различные группы посетителей (от 2 до 20 человек). Примечательно, что некоторые музеи изначально реализуют формат передвижных или выездных выставок и проведения мероприятий. Программы таких мероприятий могут включать проведение мастер-классов (изготовление кукол, ремесленной продукции), проведение ритуалов во время праздников, костюмированные программы, фотосессии и проч. В своих выступлениях представители музеев отмечают, что заинтересованы в проведении выездных выставок, обменов между музеями экспонатами и мероприятиями. Заинтересованность в создании горизонтальных связей и обмене опытом, экспонатами среди частных музеев очень высока.

Количество посетителей представлено разными показателями, в зависимости от музея, кроме того, очень мало музеев ведут точный учет посетителей. На выездных мероприятиях (фестивалях, праздниках) количество посетителей доходит до 1 000 человек в день.

Профессиональные музеи указывают количество посетителей в год от 2 000 до 6 000 человек, надо отметить, что это самые успешные из музеев. Также отметим, что доходы от продажи билетов в этих музеях составляют значительную долю их бюджета (средняя стоимость билета на экспозицию—250–300 рублей, на интерактивную программу—500–700 рублей).

В среднем, в частных музеях количество посетителей за год (указан только последний календарный год, 2019)—300–500 человек.

Для локальных мероприятий (в низкий сезон, или только для местных жителей)—показатели в несколько десятков человек считаются хорошими (20–50 человек).

Часто музеи не взимают плату за входной билет, работают за пожертвование (донэйшн) или бесплатно. Стоимость посещения программы для посетителей при наличии билетной системы—300–700 рублей на человека (в зависимости от программы, которые бывают очень насыщенными и продолжительными по времени).

Какие виды услуг предлагают музеи своим посетителям? По степени популярности таких услуг участниками указаны:

- экскурсии и демонстрации;
- образовательные и познавательные программы;
- мастер-классы и мастер-шоу;
- праздники, развлекательно-досуговые мероприятия;
- посиделки, встречи с местными жителями;
- фотосессии;
- исторические эксперименты;
- выставки;
- концерты;
- лекции;
- публикация материалов по истории края.

В структуре доходов участники указывают разные источники получения средств (приведен период 2019 г.):

- доходы от коммерческой деятельности (продажа билетов, экскурсионное обслуживание);
- собственные (личные) средства;
- средства спонсоров;
- гранты.

Практически всю работу по функционированию музеев и приему посетителей создатели музеев ведут самостоятельно. Как правило, это семейное дело, наемных работников нет. Штат музея состоит от 1 до 5 человек (в самых успешных проектах).

Маркетинг частных музеев: онлайн и оффлайн продвижение

Наиболее активны в медийном пространстве музеи как раз из второй группы, те кто заинтересованы в привлечении посетителей. Они используют как собственные информационные ресурсы (сайты, группы в ВКонтакте, Инстаграм), так и сотрудничают с профильными и медийными СМИ (группы в социальных сетях, газеты, новостные порталы).

Можно отметить высокий уровень работы и подачи информации. Есть фирменный стиль и стилистика подачи материала, оригинальный и регулярный контент, грамотность и высокое качество материалов (тексты, фотографии, изображения). Достаточно высокая вовлеченность посетителей.

Что касается специальных сервисов, то музеи осваивают и их, используя системы тикетинга (бронирование и заказ билетов/экскурсии); проведения экскурсий и проч.

Что касается непрофессиональных музеев, то информационную деятельность (продвижение и маркетинг) они осуществляют своими силами, отмечая нехватку времени, знаний и ресурсов для более эффективного ведения такой работы. Так как основатели музеев часто — люди пенсионного возраста, то вести продвижение проектов в Интернете им достаточно сложно. Основным каналом распространения информации о музее остается так называемое сарафанное радио. Предварительный анализ страниц любительских музеев в ВКонтакте позволяет выделить такие недостатки, как:

- нерегулярность выкладывания оригинального контента,
- слабая коммуникация с посетителями (мало комментариев, обсуждений, вопросов),
- отсутствие информации о событиях в музеях, возможностях участия в их деятельности и проч.

Создатели музеев убеждены в ценности своей деятельности, в обсуждениях конкурентных преимуществ частных музеев среди многообразия образовательно-культурных учреждений, выделяют следующие моменты:

«Наши преимущества в том, что мы занимаемся не имитацией, а экспериментальной археологией. Поэтому у нас есть личный опыт и понимание процессов, о которых мы рассказываем своим гостям. Кроме того, у нас большая и гибкая площадка, которая позволяет максимально использовать возможность активного отдыха с детьми и познавательных программ». (Средневековый город Сваргас — Столица варяжских земель).

Таким образом, можно констатировать, что частные музеи представляют собой гибкие формы культурных центров как по форматам взаимодействия с посетителями, так и по принципам создания и трактовки коллекций. Особенно ценным в деятельности частных музеев является то, что и материальная часть коллекций, и атмосфера места создаются из подлинных историй конкретных людей, семей, их воспоминаний и трактовок событий. Знакомство с опытом работы основателей частных музеев позволяет говорить, что они искренне увлечены историей и собирательством, являются носителями и хранителями местной культуры, не только воссоздают сюжеты и историю мест, но и передают ее посетителям с большим увлечением в новых интересных формах работы (через живое общение, доступность экспонатов). Событийный формат работы частных музеев также часто предусматривает непосредственное общение посетителей с жителями, погружение в реальную жизнь через образовательные мастер-классы (занятие конкретной деятельностью, участие в семинарах и мастер-классах, исторические реконструкции и сцены жизни, ритуалы, праздники, церемонии и т.п.).

Еще раз хотим отметить разницу в деятельности профессиональных частных музеев и непрофессиональных проектов. Основатели профессиональных музеев к текущему моменту прошли большой путь развития: решение вопросов собственности на землю и недвижимость, учет и оформление экспонатов; решение экономико-правовых вопросов, связанных с деятельностью музеев и приемом посетителей; разработка концепции музея и направлений его работы; создание комплекса маркетинга для развития и продвижения проекта. Стоит подчеркнуть, что эти знания — результат самостоятельных усилий основателей, их ежедневного опыта, поисков, проб и ошибок; сотрудничества с организациями некоммерческого сектора, бизнеса, образовательными центрами; в отдельных случаях — участия в специальных программах поддержки и образовательных программах (например, программы Фонда Потанина для организаций культуры и музеев,

образовательные семинары и программы по развитию креативных индустрий (Министерство Северных стран), Программы Фонда Тимченко «Культурная мозаика», «Навстречу импакт-инвестициям» от фонда «Навстречу переменам» и Импакт-Хаба, Программы социальных акселераторов (ЦРНО, SIA, ВШМ)). Коллективами таких музеев разработан и собран уникальный материал, переработанный в оригинальные услуги и продукты (образовательные программы, экскурсии, мастер-классы). Можно с уверенностью сказать, что они конкурентоспособны и завоевали внимание посетителей. На сегодняшний момент задачи развития таких музеев состоят в следующем:

- содействие сохранению и передаче будущим поколениям традиций, культуры и знаний о своей территории/предмете коллекционирования;
- содействие развитию внутреннего сельского туризма;
- содействие трудоустройству местного населения.

Вторая группа музеев пока не вышла на профессиональный уровень развития, но уже сейчас создает спектр интересных проектов и услуг для различных групп посетителей. Ресурсы таких музеев на сегодняшний момент достаточно скромны, что и обуславливает небольшой и нерегулярный характер их работы. Многим энтузиастам не хватает специальных знаний и компетенций, понимания основ социально-культурного проектирования и предпринимательства. Запросы, которые формулируют участники проекта, пока не зарегистрировавшие юридически свою деятельность, касаются следующих аспектов:

- получить дополнительные знания по продвижению музея и музейных продуктов;
- наладить партнерские отношения с профильными организациями;
- получить информацию о конкурсах, грантах, возможностях фандрайзинга;
- получить дополнительную информацию об организации мероприятий;
- иметь возможность создавать совместные продукты;
- делиться своими знаниями и умениями;
- участвовать в защите интересов владельцев частных коллекций;
- иметь возможность поиска волонтеров;
- отсутствуют ресурсы, и прежде всего, команда людей для развития проектов;
- нет алгоритмов и информации, методических разработок о деятельности частных музеев;
- нет понимания, куда можно обратиться за консультацией, как по музейным, так и по юридическим или хозяйственным вопросам.

Третья группа пока только рассматривает для себя возможность создать частный музей. Знакомство с успешным опытом и возникающими трудностями реализации проектов в этой сфере является для них уникальной возможностью получить недостающие знания и информацию.

Команда проекта «Свой музей» понимает запросы всех трех указанных групп представителей частных музеев и в связи с этим разработала программу мероприятий проекта. В 2019–2020 гг. успешно прошел цикл семинаров:

1. Музейные коллекции, их концепции, анализ, учет. Многовекторность развития частных музеев (социально-культурные направления и коммерческие виды деятельности);
2. Основы деятельности частного музея: от концепции к построению модели;
3. Юридические основы деятельности частных музеев;
4. Работа по привлечению средств частными музеями;

5. Основы маркетинга музеев: цели, задачи и инструменты¹⁰.

По итогам проведения образовательных семинаров, встреч и дискуссий с участниками, сбора информации через личные беседы и анкеты можно выделить следующие потребности развития частных музеев:

- необходимость определения и оформления юридического статуса организаций, которые ведут социально-культурную деятельность. Это позволяет расширить формы работы, привлечения средств, реализации услуг. В результате образовательной программы 3 участника уже выбрали и оформили организационно-правовой статус своих организаций;
- необходимость разработки и внедрения системы учета и оформления предметов коллекций. С одной стороны, это позволяет зафиксировать права собственности на предметы коллекции, дает возможность обмена экспонатами, проведения выставок на различных площадках. С другой стороны, у некоторых создателей музеев также возникает много вопросов по оформлению, описанию, учету предметов коллекций. И не всегда такие музеи имеют возможность провести профессиональную экспертизу коллекций;
- развитие и укрепление горизонтальных связей между музеями и другими социально-культурными организациями. Создание и реализация комплекса услуг для посетителей (встраивание в туристическую индустрию, разработка комплексных услуг по приему посетителей с учетом бытовых и сопутствующих услуг (питание, сувенирная и иная продукция местных производителей));
- совершенствование навыков, связанных с социальным предпринимательством (развитие ресурсной базы проектов, привлечение людей в проекты в качестве участников, сотрудников, волонтеров; работа по привлечению средств (грантов, спонсорских средств и проч.); коммуникации с посетителями, продвижение проектов, навыки самопрезентации и т.п.);
- налаживание связей с органами государственной власти, в том числе, местного уровня с целью увеличения информационной доступности о музеях. В конечном итоге, проект направлен на увеличение привлекательности районов Ленинградской области за счет появления новых центров культуры.

Список литературы

Музейное дело России / под ред. М.Е. Каулен, И.М. Коссовой, А.А. Сундиевой. М.: ВК, 2003. 676 с.

Рощина Е.В. Негосударственные музеи: проблемы классификации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2012. № 3. С. 42–46.

Шершова М.Ю., Колков М.Ю. Роль музеев в развитии туризма с участием малых городов (на примере Владимирской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т. 12. №. 1. С. 120–133.

Шехватова Е.В. Частный музей в музейведческой классификации // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2020. № 1 (36). С. 20–26.

¹⁰ Более подробная информация о проекте «Свой музей» и мероприятиях, которые проведены в ходе его реализации, доступна в группе проекта: <https://vk.com/svoimuzei> (ссылка последний раз проверялась 25.05.2020).

References

Roshhina, E.V. Negosudarstvennyye muzei: problemy klassifikacii [Non-state museums: classification problems], in *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 6. Politologia. Mezhdunarodnye otnosheniya*. 2012. Vol. 3. P. 42–46. (In Rus.).

Shekhvatova, E.V. Chastnyj muzej v muzeevedcheskoj klassifikacii [Private museum in the museum classification], in *Kul'tura i obrazovanie: nauchno-informacionnyj zhurnal vuzov kul'tury i iskusstv*. 2020. Vol. 1 (36). P. 20–26. (In Rus.).

SHEResheva, M.YU., Kolkov, M.YU. Rol' muzeev v razvitii turizma s uchastiem malyh gorodov (na primere Vladimirskoj oblasti) [The role of museums in the tourism development with the participation of small cities (the case-study of Vladimir region)], in *Sovremennyye problemy servisa i turizma*. 2018. Vol. 12. Pt. 1. P. 120–133. (In Rus.).

Приложение № 1

Частные музеи на территории Ленинградской области¹¹

1. Дом-музей Б. Вильде в д. Ястребино (Волосовский район);
2. Музей кошки (Всеволожский район);
3. Музей Поселка Ковалево (Всеволожский район, пос. Ковалево);
4. Народный музей «ДОРОГА ЖИЗНИ» (Всеволожский район, пос. Коккореве);
5. Музей советского быта (Всеволожский район, поселок Токсово, ул. Боровая, 3);
6. Военный музей карельского перешейка (г. Выборг);
7. Историко-культурный центр «Варяжский двор» («Сваргас») (Выборгский район);
8. Музей «Дачный модерн» (Гатчинский район, пос. Прибыtkово);
9. Краеведческий музей поселка Чаща (Гатчинский район, пос. Чаща);
10. Музей «41 стрелковый» (Гатчинский район, д. Мины);
11. Традиция (Гатчинский район);
12. Музей в д. Монастырьки (Кингисеппский район);
13. Музей в деревне Лужицы (Кингисеппский район, дер. Лужицы);
14. Музей военные в воинской части (г. Кингисепп);
15. Музей Захожского кружева. Культурно-исторический центр ремесел «Светелочка» (Киришский район, г. Кириши);
16. АНТ — музей «Стружка» (Кировский район, урочище Пелла);
17. НП «Деревня-дом-семья-Россия» (Ломоносовский район, д. Трудовик);
18. Балтийская лоза (Ломоносовский район);
19. Музей «Деревня Псоедь» (Лужский район, дер. Псоедь);
20. Музей при Калгановском заводе «Звездочка» (Лужский район, д. Калгановка);
21. Музей в п. Приозерный, (Лужский район, пос. Приозерный);
22. Музей истории земледелия и коневодства (Лужский район, пос. Серебрянка);
23. Музей истории Лужского судоходства (Лужский район, г. Луга);
24. Музей советской игрушки (Лужский район, г. Луга);
25. Музей «Вепская изба» (ООО Лембо, Подпорожский район);
26. Музей на Кексгольмском направлении (п. Петровское, Приозерский район);
27. Музей на Хуторе Милка (п. Кузнечное, Приозерский район);

¹¹ Данные собраны в ходе подготовки и реализации проекта «Свой музей» руководителем проекта.

28. Центр исторических экспериментов «Чудное подворье» (Сланцевский район, д. Засосье);
29. Музей «Доложский погост» (Сланцевский район, д. Изборовье);
30. Арт-центр Изборовье (Сланцевский район, д. Изборовье);
31. Связь времен (г. Сосновый Бор/д. Заполье);
32. Музей-усадьба «Марьино» (Тосненский район, д. Андрианово).