

Секция «Молодежь в трансформирующемся российском обществе»

Молодёжь как аудитория современного музея

Научный руководитель – Бочарова Ольга Евгеньевна

Урюпина Анна Михайловна

Студент (бакалавр)

Тульский государственный университет, Тула, Россия

E-mail: urupina-a@mail.ru

Музеи как проводники культуры играют важную роль в процессе социализации личности, формирования её мировоззрения и ценностных ориентаций. Молодежь — это особая социальная группа, мировоззрение которой находится в стадии становления, а система ценностей только формируется. Процесс социализации обусловлен факторами социальной среды, а также происходящими в жизни молодых людей событиями. Под влиянием этих факторов и событий происходит культурное развитие молодежи, формирование установок, ценностных ориентаций, определяющих в конечном итоге траектории развития общества в целом.

Музей выступает как посредник, необходимое звено между индивидом и культурной средой; он доносит своими средствами до каждого отдельного человека комплекс духовных ценностей, идеи, эмоции и, тем самым, включает его в культурно-исторический процесс [1]. В настоящее время особое значение приобретает процесс выстраивания диалога между учреждениями сферы культуры (в частности, музеями) и молодёжной аудиторией. Для анализа и оптимизации этого процесса рассматриваются формы работы с молодёжью, каналы передачи информации, цели и мотивы посещения музеев молодыми людьми. С целью изучения механизмов взаимодействия музеев с молодёжью на базе лаборатории социально-политических исследований Тульского государственного университета было проведено исследование, в ходе которого опрошены эксперты музейной сферы Тульской области (руководители, специалисты по связям с общественностью и рядовые сотрудники музейных организаций).

В результате анализа целевых групп музейных учреждений было выявлено, что наиболее частыми посетителями музеев Тулы являются девушки в возрасте от 18 до 35 лет. Эксперты отмечают, что основные усилия музеев сосредоточены в области работы с организованными и ученическими группами, а также с индивидуальными посетителями-туристами, что говорит об общей направленности музеев на работу с приезжими посетителями, для которых посещение музея будет первым (не систематическим).

Молодёжь представляет собой значительную часть музейной аудитории. Основными целями работы с молодёжью сотрудники музеев считают повышение общего культурного уровня молодого поколения, отдавая меньшее предпочтение удовлетворению потребностей молодёжи в творчестве и досуге. Несмотря на частоту посещения музеев молодёжью, данная группа не является активной частью музейного сообщества, что, вероятно, сигнализирует о низком уровне заинтересованности молодых людей в деятельности представителей музейной сферы. Говоря о цели посещения молодёжью музея, эксперты отмечают большую познавательную активность у молодых людей старшей возрастной группы (26-35 лет), а также низкую заинтересованность в общении у представителей обеих групп. Отдельно стоит отметить, что, по мнению экспертов, одной из целей посещения музеев молодыми людьми может служить «социальная демонстрация», проявляющаяся в создании контента для страниц в социальных сетях.

В ходе исследования были рассмотрены поведенческие особенности молодых людей в условиях посещения музеев. Анализ результатов показал значимость возрастной диффе-

ренциации групп, которым экспертам предстояло присвоить определённые характеристики. Так, молодые люди студенческого возраста в глазах сотрудников музеев более энергичны, общительны, тогда как молодёжь 26-35 лет создаёт впечатление более вдумчивой, размеренной и склонной к аналитическому восприятию группы.

При опоре на особенности поведения и потребности молодых людей в большинстве музеев разрабатываются специальные программы по привлечению молодёжи. Наиболее эффективными формами работы с молодёжью, по мнению экспертов, выступают лекции, мастер-классы, музейные квесты и событийные программы.

В ходе исследования было выявлено, что основным каналом коммуникации между молодёжью и музеем является Интернет. В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос присутствия и деятельности музеев в сети. Так, для большинства музеев характерны новостные или справочные типы сайтов, менее развит формат онлайн-экспозиций. Также большинство музеев имеют широкое представительство в социальных сетях, однако отмечается, что наиболее интересные для молодых людей TikTok и Telegram в работе музеев не используются.

Наконец, среди актуальных проблем музейной сферы экспертами названы демонстративное потребление молодёжью культурного продукта и связанная с этим подмена хранительской функции музея развлекательной, также характерный для бюджетной сферы дефицит материального обеспечения. В качестве решения выявленных проблем экспертами предлагаются: увеличение числа профессионально обученных работников сферы (способных привлечь аудиторию музея к осознанному потреблению в сфере культуры), более широкое освещение деятельности музея в СМИ и улучшение финансового и материально-технического оснащения музеев.

Таким образом, проблема взаимодействия музеев с молодёжью остаётся одной из актуальных проблем в рамках сферы культуры современной России. С целью налаживания конструктивного диалога музеи прибегают к интерактивным формам работы, использованию возможностей интернет-коммуникаций и т.д. Важным этапом этой работы становится процесс анализа ценностей, интересов и мотивов молодёжной группы, проявляющихся в особенностях потребления культурного продукта.

Источники и литература

- 1) Березутская, А. Ю. Современный музей и его роль в культурном развитии студенческой молодежи // Молодой ученый. 2020. № 26.1