

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

КАФЕДРА КОММУНИКАТИВИСТИКИ, РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**«НОЧЬ МУЗЕЕВ» КАК КУЛЬТУРНЫЙ ПРОЕКТ: СУЩНОСТЬ,
ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ (НА ПРИМЕРЕ Г. БЕЛГОРОДА)**

Выпускная квалификационная работа
на соискание академической степени магистр
студентки 3 г/о группы 86001554
заочной формы обучения
направления подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Русановой Анастасии Николаевны

Научный руководитель –
зав. кафедрой журналистики,
профессор А. В. Полонский

Рецензент –
зав. кафедрой русского языка и
деловых коммуникаций
Белгородского университета
кооперации, экономики и права,
канд. филол. наук, доцент
В. Г. Глушкова

Белгород 2018

Оглавление

| | |
|--|-----------|
| Введение | 3 |
| Глава 1. | |
| Культурный проект как особая форма организации музейной деятельности | 8 |
| 1.1. Музей как социокультурный институт | 8 |
| 1.2. Сущность и понятие культурного проекта | 14 |
| 1.3. Культурный проект в музее как полифункциональный ресурс | 17 |
| Глава 2. | 23 |
| «Ночь музеев» как культурный проект: от замысла к реализации | |
| 2.1 История и опыт проведения «Ночи музеев» | 23 |
| 2.2. Цели и задачи «Ночи музеев» в г. Белгороде | 27 |
| 2.3. Опыт проведения интерактивного квеста в городе Белгороде в рамках «Ночи музеев» 2016 г.) | 29 |
| 2.4. Перспективы культурного проекта «Ночь музеев» в России | 35 |
| Заключение | 40 |
| Список использованной литературы | 42 |
| Приложения | 49 |

Введение

Уже традиционно, каждый год, в мае по всему миру отмечается Международный день музеев. «Ночь музеев» — международная акция, приуроченная ко Дню музеев, также, проводится в мае.

Традиционно, мероприятия, проходящие в рамках «Ночи музеев» проводятся в вечернее и /или ночное время, давая гостям возможность посетить музеи, галереи, выставочные залы, Дома культуры, библиотеки и многие другие учреждения культуры бесплатно.

Данное мероприятие вносит неоспоримый вклад в сферу культурной жизни, посредством привлечения множества лиц, а, главное, молодежи к популяризации, прежде всего, музеев. Музеи в современном мире выполняют одну из самых важных задач, разрабатывая средства, призванные помочь человеку в определении своего места в области культурной самоидентификации. Так, для адаптации к постоянно изменяющемуся социокультурному пространству, личности необходима корректировка представлений, шаблонов, культурных норм и образцов.

Именно поэтому, деятельность музеев рассматривалась в контексте термина «культурно-образовательная деятельность». Данное понятие появилось в отрасли отечественного музееведения в начале XX века, в 1990-х годах. Вторая же половина XX столетия ознаменовалась большим количеством значительных изменений в отрасли музейного дела.

Традиционный музей искал пути обновления, что привело к глобальной трансформации музея как понятия. Этот период связан с появлением новых типов музеев, которые занимались сбором, хранением, а также, популяризацией предметов демократизации как материальных, так и нематериальных предметов культурного наследия. Помимо этого, новый тип музея способствовал сохранению традиций культуры своего народа, появлению отличных, от ранее существовавших, способов

передачи материала, подвел к пониманию необходимости создания и реализации социально-культурных программ, направленных на привлечение и формирование новой аудитории. Социальная направленность помогла сделать интеграцию музея и социума более глубокой, при этом, демонстрируя уникальный потенциал социокультурного института.

В настоящее время, к основным традиционным формам образовательно-культурной деятельности музея относят лекции и циклы лекций, экскурсии, консультации, клубы и кружки.

Вследствие переосмысления музейной деятельности, можно говорить о развитии коммуникативных и рекреационных функциях современного музея. На данный момент, в приоритете музейной деятельности стоит раскрытие духовного потенциала человеческой личности, создание оптимальных условий для самореализации в таких сферах как образование и досуг, а также развитие активности. Для достижения приоритетов музей, как социокультурный институт прибегает к нестандартным приемам взаимодействия с аудиторией, работу с информационными и мультимедийными технологиями, не забывая о необходимости интерактива и развлекательной составляющей.

Музей, являясь социокультурной системой, имея специфичное место в социально-культурном пространстве и общественную миссию в рамках социологических и культурологических парадигм, представляется недостаточно изученным.

Именно этими аргументами обусловлена **актуальность темы** работы — «Ночь музеев» как культурный проект: сущность, опыт, перспективы (на примере г. Белгорода)».

Объект исследования – социально-культурное проектирование в сфере музейной деятельности.

Предмет исследования – «Ночь музеев» как культурный проект города Белгорода.

Цель исследования – выявление и осмысление тенденций, способствующих эффективному выполнению музеем общественной миссии, его успешной интеграции в трансформирующуюся социокультурную систему общества.

Для реализации цели решаются следующие **задачи**:

– дать характеристику специфики музея как социокультурного института, определить его как особую сферу действительности, проанализировать перспективы его развития как составной части культуры общества;

– проанализировать процесс формирования современной миссии музея, выявить её составляющие;

– осмыслить сущность и понятие культурного проекта;

– выявить специфику культурного проекта в музее;

– рассмотреть историю, опыт и перспективы проведения «Ночи музеев» в разных социальных масштабах;

– проанализировать опыт проведения интерактивного квеста в городе Белгороде в рамках «Ночи музеев» (2016 г.);

– дать характеристику перспективам развития акции «Ночь музеев» в городе Белгороде.

Теоретическая база исследования. Для решения поставленных выше задач, в качестве теоретической основы мы обратились к работам по музееведению таких авторов, как: Э. Девис, К. Хадсона, Л. С. Именновой, Т. П. Калугиной, С. Н. Пищулина, А. М. Разгона и других.

К работам по социально-культурному проектированию таких авторов, как: Т. Г. Киселевой и Ю. Д. Красильникова, В. А. Лукова, А. П. Маркова и Г. М. Бирженюка, Л. Я. Петруниной, В. В. Туева и других.

Помимо этого, теоретическая основа базируется на работах Л. И. Гришаевой, А. Г. Пастухова, Т. В. Чернышева, Е. А. Кожемякина, Г. Г. Почепцова.

Эмпирическая база работы включает в себя документы, утвержденные административными органами, включающие распоряжения о порядке проведении Всероссийской акции «Ночь музеев», а также сайты, на которых были опубликованы результаты, прошедших ранее акций «Ночь музеев», сайты музеев-участников акции.

Практическую часть работы составил план и анализ самостоятельно реализованного культурного проекта — интерактивного квеста «Найди кино», проведенного в рамках «Ночи музеев» в г. Белгороде в 2016 году.

Методы исследования. В данной работе были использованы такие методы, как метод анализа и синтеза, описательный метод, сравнительный метод, метод обобщения, метод типологического анализа, эмпирический и теоретические методы и метод наблюдения.

Структура работы:

- Введение;
- Глава 1. Культурный проект как особая форма организации музейной деятельности;
 - Параграф 1.1. Музей как социокультурный институт;
 - Параграф 1.2. Сущность и понятие культурного проект;
 - Параграф 1.3. Культурный проект в музее как полифункциональный ресурс;
- Выводы к Главе 1;
- Глава 2. «Ночь музеев» как культурный проект: от замысла к реализации;
 - Параграф 2.1. История и опыт проведения «Ночи музеев»;
 - Параграф 2.2. Цели и задачи «Ночи музеев» в г. Белгороде;

– Параграф 2.3. Опыт проведения интерактивного квеста в г. Белгороде в рамках «Ночи музеев» (2016 г.);

– Параграф 2.4. Перспективы культурного проекта «Ночь музеев» в г. Белгороде.

– Выводы к Главе 2;

– Заключение;

– Список использованной литературы;

– Приложения.

Глава 1. Культурный проект как особая форма организации музейной деятельности.

1.1 Музей как социокультурный институт

Отечественный музеевед А. М. Разгон, считает, что история музейного дела изучает причины возникновения «музейной потребности, происхождение и исторический опыт всех форм общественных институтов, возникающих для удовлетворения этой потребности их функционирования в различных исторических условиях, музейную политику, формирование музейной сети и организации музейного дела, историю законодательства, относящегося к музеям и охране памятников» [Разгон 2012 : 271].

Само понятие «история музейного дела» состоит из множества определений. Так, группа музееведов, составившая словарь «Музейные термины», решила, что наиболее точно для определения понятия истории музейного дела, подходит научная дисциплина, которая изучает все, что связано с музеями: их возникновение, развитие, практику и организацию работы в разные временные периоды (А. М. Разгон, 20012).

Данные авторы считают, что термин «история музейного дела» включается в понятие «музейного дела», которое определяется как область культуры, объединяющая:

- музееведение, то есть саму научную дисциплину, изучающую закономерности развития музеев, их социальные функции и методы реализации данных функций;

- музейное законодательство, строительство, организацию управления музеями;

- музейную практику, то есть научно-фондовую, научно-популяризационную и экспозиционную работу.

В рамках социокультурных институтов, современные музеи, пребывающие в постоянно изменяющейся динамике знаний, которая является основной причиной развития цивилизации, занимают одно из главенствующих мест. Они хранят, фиксируют и представляют в своеобразном виде природное и предметное окружение человека, являются важным для него источником ретроспективной информации.

С одной стороны, социальная эволюция, приводит к росту жизненного уровня и расширению пространства свободы человека, с другой - естественную при этом потерю ясности его самопонимания. В данных условиях общество с задачей компенсировать цивилизационную динамику, социальную стабильность и историческое обоснование современности, обращается к культивированию памятников и предметов прошлого, которые являются материализацией предметной среды, представляющих собой ценности уходящей культуры.

Таким образом люди хотят сохранить собственную идентичность, генетически прослеживают связи истоков и современности.

Музей, как социокультурный институт, который развивается в современном обществе с целью недопущения утраты реликтов природы и цивилизации, накопленных по причине их культурной значимости, производит с этими предметами процедуры тезаврирования (то есть хранение, накопление), которые сходны с теми, которые библиотеки производят с печатными изданиями, а архивы с историческими источниками, подлежащими хранению в них (Л. С. Именнова, 2012).

Общество не может спасти эти предметы только одним их коллекционированием. Музеи представляют ценности, которые исчезают в обществе, и могут привлечь внимание к тем стабильным общечеловеческим ценностям, которым несет угрозу современный прогресс.

Музей является сложным организмом, который функционирует как система взаимодействия разных областей. Эффективная и качественная работа музея находится в зависимости от успешного развития всех направлений деятельности музея. Главными направлениями музейной деятельности являются: экспозиционная, культурно-образовательная деятельность и фондохранение. В последние десятилетия в музеях получили активное развитие информационные технологии. Новые технологии, которые связаны с решением проблем управления, также нашли применение в музейной практике.

Благородная деятельность коллекционеров, конечно же, вносит значительный вклад в международное сотрудничество, в целях взаимопонимания и взаимообогащения государств и народов.

На протяжении XIX в. понимание функции музея не было стабильным и зависело от господствующих философских социальных и эстетических идеалов. Преобладающие в первой трети XIX в. идеи просвещения, морального преобразования личности и социального преобразования при помощи искусства, привели к формированию концепции музея как просветительно-дидактического учреждения, храма науки и искусства.

В первой половине XIX века в России стали повсеместно открываться становиться доступными новые музеи исторического профиля.

Новый этап в музейном строительстве вызван социально-экономическими преобразованиями в России в 60-70-е годы XIX в., интересом широкого круга населения к истории страны и социальной проблематике. Начиная с 70-х годов XIX в. Россия переживала своеобразный музейный бум. Во многих уездных и губернских городах открывались музеи широкого профиля, бывшие доступными для посещения всеми слоями населения, они брали на себя образовательные

функции. Значительную роль в их создании имели научные общества и университеты.

В России музеи имеют многовековую историю. В источниках 12–17 вв. можно найти многочисленные сведения о хранении художественных и исторических ценностей в монастырях и соборах в Новгороде, Владимире, Киеве. К 15–17 вв. относится формирование собрания Оружейной палаты и хранилища памятников Патриаршей ризницы в Москве. Известны также коллекции 16–17 вв., которые принадлежали Б. Годунову, Ивану IV, Ф. С. Милославскому, А. С. Матвееву, В. В. Голицыну. В 1719 был открыт первый русский публичный музей - Кунсткамера в Петербурге, основой которого были коллекции Петра I. В течение 2-й половины 18-19 вв. возникли первые местные музеи в Иркутске (1782), Барнауле (1827), Оренбурге (1831), Астрахани (1836); коллекции Артиллерийского исторического музея (1756) и Эрмитажа (1764) в Петербурге; собрания, которые были связаны с производством (модель-камеры, натуральные кабинеты Вольного экономического общества, превратившиеся в начале 19 в. в музеи); создавались историко-археологические музеи в Николаеве (1806), Одессе (1825), Петербурге (Румянцевский музей, 1831) и так далее (Л. Я. Петрунина, 2012).

Музейная сеть достаточно быстро росла с середины 19 в. Музеи возникали при ученых архивных комиссиях, статистических комитетах, земствах, университетах научных обществах. Развитие промышленности и сельского хозяйства привело к появлению Сельскохозяйственного музея в Петербурге (1859), Политехнического музея в Москве (1872), кустарных отделов в местных музеях. Развитие искусства, науки и рост национального самосознания нашли отображение в создании Третьяковской галереи (1856), Российского исторического музея (1872), Русского музея (1898) и др. (Л. С. Именнова, 2013).

Всего к октябрю 1917 года функционировало более 150 музеев (не включая церковно-археологические и войсковые музеи). Многие музейные ценности находились в частных собраниях, бывших малодоступными даже для специалистов и ученых. Отсутствие единого музейного законодательства и ведомственная разобщенность, противоречия в научно-методической области привели к торможению развития музейного дела (К. Хадсон, 2001).

В наши дни музеи можно рассматривать как центры культуры, информации, как центры художественной и научной жизни, как места встречи различных социальных, профессиональных возрастных и этнических групп, для каждой из которых посещение музея несет собственный специфический смысл, не всегда сводящийся к воспитательному. Музей перестал быть замкнутым в собственных стенах и принимает попытки распространения своего влияния за пределы отведенной ему территории, доказывая свою значимость. Стал заметным начавшийся процесс изменения социальной роли музея, перестройки методов и форм работы, направленной на повышение эффективности взаимодействия общества и музеев.

Современная музееведческая мысль разработала ряд определений музея, большая часть из которых трактует его как социальный институт (в смысле учреждения) с присущими социальными функциями.

Музей, как социокультурный институт, возникает в обществе, которое находится на высоком уровне культурного и социального развития. Бурное развитие музеев происходит при условиях разносторонней поддержки государства или лиц, которые обладают властью.

Музей является средством межкультурной коммуникации. Посещение музея, музейное общение совпадает с целью его развития и создания: это непосредственное общение с памятниками культуры и

истории, общение между людьми по поводу их восприятия, интерпретации и понимания прошлых исторических эпох посредством музейного предмета.

Во многом отойдя от модели целенаправленного формирования знаний, ценностных предпочтений и даже личности посетителей, музеи начинают все более удовлетворять разнообразным потребностям своей аудитории и в результате несет функции полифункционального культурного центра.

Музеи по профилям и типам можно поделить по принадлежности к конкретной отрасли науки, искусства, производства. Они делятся на: искусствоведческие, литературные, исторические, естественнонаучные, технические, исследовательские (при НИИ) и учебные, а также - на исследовательско-просветительские. К музеям исторического профиля можно отнести историко-революционные, военно-исторические, общеисторические, археологические, этнографические. К искусствоведческим – музеи прикладного и изобразительного искусства - художественные музеи и галереи, а также музыкальные и театральные. К техническим – технические, отраслевые, политехнические, транспорта и так далее. К музеям естественно-научного профиля – ботанические, геологические зоологические, и т.п. В особую группу можно включить мемориальные музеи. Широко распространены комплексные краеведческие музеи, которые сочетают естественнонаучную и историческую специализацию для конкретной местности (Л. С. Именнова, 2012).

Современный музей как относительно устойчивый элемент социальной и культурной жизни общества прошел длинный период институционализации, на протяжении которого произошло взаимодействие трех социальных групп: музейных профессионалов, владельцев музейных ценностей и публики. Особенности данных групп

придали свой отпечаток на специфику деятельности и обусловили исторические формы организации музеев – государственную, личностную и корпоративную.

Все эти формы объединены наличием общих признаков. Одним из которых является признак, характеризующий музейные предметы и их коллекции как системообразующие начала в «организме» музея. Помимо этого, музей – это круг лиц, который вступает в процессе функционирования музея в определенного рода отношения, приобретающие устойчивый характер. Деятельность музеев обладает социально-значимыми функциями, которые относятся как к удовлетворению конкретных социальных и культурных потребностей человека, так и к организации предметно-содержательной деятельности учреждения.

1.2. Сущность и понятие культурного проекта.

Прежде всего, культурный человек характеризуется способностью к проектной деятельности - творческому и свободному преобразованию реальности на основе модели будущего. Данное умение исходит из самого понятия «культура», которое, в свою очередь, состоит из духовных и материальных способов освоить и преобразовать мир.

Вся культурная деятельность направлена на улучшение уже имеющейся системы для более глубокого познания человеком. Проектная деятельность в культуре подразумевает под собой инновации и творчество для преобразования реальности на базе развивающихся технологий. Помимо этого, культурный проект - это создание новых способов для ретрансляции культурных традиций. Владение основами проектирования помогает анализировать различные функции в данной сфере.

Сущность социокультурных проектов подразумевает под собой деятельность, направленную на выявление проблем в сфере культурной жизни, анализ данных проблем, постановке целей и задач, которые отражают желаемое состояние либо самого объекта, либо целой сферы, в которой имеются проблемы, а также выработке путей решения возникших проблем. Результатом освоения социокультурного проектирования будет являться как сам проект, так и программа.

Программа культурного проекта представляет собой свод правил, или документ, решающий какую-либо проблему культурной жизни на определенной территории с учетом масштаба этой территории. Принятие во внимание условий процессов создания, передачи, хранения, развития культурных традиций и норм, а также территориальных рамок, является важной составляющей для разработки эффективной программы культурного проекта.

Программа культурного проекта включает в себя анализ социокультурной атмосферы, выявление, а также обоснование преимуществ развития в культурной сфере; кадровый, материально-технический и информационный достаток для реализации мероприятий, проводящихся или запланированных в рамках программы (В. В. Туев, 2006).

Проект может существовать в двух формах. Являться либо составляющим программы и включать в себя конкретное наполнение приоритетных направлений. Либо быть самостоятельным направлением, решающим определенную задачу.

Исходя из проблем, которые решает проект, он может быть уникальным или типовым (А.П. Марков, Г. М. Бирженюк, 1997).

Типовой проект можно использовать неоднократно количество раз, применять к похожим ситуациям, допуская минимальные корректировки.

Уникальный же проект, невозможно применять к другим ситуациям и решать с помощью него отличающиеся культурные проблемы.

Основываясь на всем вышеперечисленном, можно сказать, что у проекта существует путь формирования или алгоритм создания. Вначале выделяется проблема, которую необходимо решить, затем обозначаются цели и ставятся задачи. Последним составляющим пути формирования проекта является инструментализация: методы - т.е. мероприятия, акции, идеи инициативы; форма организации как исполнителей, так и аудитории, на которую направлен проект; ресурсы, выделяемые на приведение проекта в действие. Все это подразумевает под собой общую логическую систему действий, следуя которой рождается сам проект.

Масштаб проблемы, решаемой посредством культурной программы или проекта, определяет территориальные рамки действия. Самыми распространенными в регионах страны проблемами являются социально-культурные. Проблемы такого масштаба решаются в рамках Федеральных программ. Но несмотря на радиус реализации проекта, необходимо учитывать проблемы всех уровней, от проблем общенационального масштаба до проблем обособленной социальной группы. Потому что только комплексный анализ общесоциальных, локальных и индивидуальных проблем может говорить об эффективном проведении программы или проекта. Так как решение проблем социальных групп - это прямое обоснование локальных проектов, которые могут быть включены в программы по решению региональных социо-культурных проблем, которые, в свою очередь могут служить составляющей федеральных проектов (Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников, 2004).

Таким образом, мы можем говорить о том, что у каждой программы или проекта существует собственная аудитория - т.е. обладатель личностных и социально-культурных проблем, характеризующийся наличием индивидуальных особенностей. Масштаб проблемы будет

ограничиваться территориальными, этническими, социально-демографическими, возрастными, профессиональными, социально-культурными особенностями аудитории, а также, уже имеющимися у нее знаниями, умениями, навыками, ресурсами и потенциалом.

1.3. Культурный проект в музее как полифункциональный ресурс

Как уже упоминалось выше, сущностью социокультурных проектов является целый спектр действий, который направлен на выявление, анализ и решение проблем, возникающих в сфере культурной жизни общества.

В свою очередь, культурный проект в музее, подразумевает под собой такую программу или проект, которые, так или иначе будут основаны на включении отдельного человека или целой группы в творческий процесс для познания культурных ценностей и традиций в условиях определенного промежутка времени.

Некоторые современные ученые, например, такие как Киселева и Красильников, упоминают о том, что функции, включаемые в социально-культурную деятельность, а значит, затрагивающие и культурные проекты, создаваемые в результате социально-культурной деятельности, подразумевают под собой временный и постоянный характер (Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников, 2004).

Постоянными или вспомогательными функции культурного проекта могут быть в зависимости от региона, времени проведения, возрастного порога аудитории, и многих других факторов, учитываемых при реализации культурного проекта. Но отрицать полифункциональность культурного проекта мы не можем.

Самой главной основной функцией культурного проекта в музее, на наш взгляд, будет являться воспитательная, или развивающая функция.

Она соединяет в единую систему остальные функции. Каждая из постоянных функций неотрывно связана с саморазвитием человека как личности, его познания окружающего мира. Однако, именно воспитательная функция посредством приобщения к уже имеющемуся опыту, а также приобретения собственного опыта с помощью культурных достижений человечества, воспитывает человека и расширяет его кругозор, помогая занять ступень культурной определенности.

Неотъемлемой функцией культурного проекта является коммуникативная функция. Она решает проблему потребности человека в общении, как с другими людьми, так и с культурным пластом. Коммуникативная функция в рамках культурного проекта включает в себя производство, кодирование, декодирование, обмен, использование, а также потребление колоссальных объемов информации из различных отраслей и областей человеческой деятельности.

Информационно-просветительская функция культурного проекта отличается отсутствием временных рамок, и аспектом обязательности изучения информации. Она наиболее полно отражает процесс развития и основана на добровольном удовлетворении интересов, дополняя уже имеющиеся знания посредством наличия более обширных средств для потребления информации.

Культурно-творческая функция тесно связана с активной творческой деятельностью, решая целый ряд важных социальных проблем. Так, данная функция дает большое количество возможностей для реализации различных творческих способностей, как подростка, так и взрослого человека.

Одной из самых специфических функций культурного проекта в музее представляется рекреативно-оздоровительная функция. Помимо того, что данная функция помогает снять напряжение, заработанное в процессе рабочей деятельности, и восстановить силы, затраченные на

трудовую деятельность, рекреативно-оздоровительная функция имеет развивающее воздействие. При разработке программ или проектов, зачастую учитывается то, чем занимается аудитория, объем затрат аудитории и уровень интенсивности деятельности. При этом, досуг в данной функции может подразделяться на несколько категорий:

- 1) категория досуга по уровню участия - активная и пассивная;
- 2) категория досуга по уровню запланированности - организованная и неорганизованная (запрограммированная и спонтанная);
- 3) категория досуга по уровню количества участвующих - коллективная и индивидуальная (В. А. Луков, 2007).

В некоторых случаях рекреативно-оздоровительная функция может быть направлена на социально-культурную реабилитацию людей с ограниченными психическими и физическими возможностями.

Все вышеперечисленные функции как нельзя лучше показывают нам то, что культурный проект в музее - это полифункциональный ресурс, с помощью которого решается огромное количество социально-культурных проблем. Каждая из функций, дополняя другую образует само понятие культурного проекта.

Выводы к Главе 1.

Проанализировав все вышперечисленное, мы можем говорить о том, что само понятие «музейного дела» - включает в себя множество определений. Это и научная дисциплина, изучающая все, что связано с музеями: их возникновение, развитие, практику и организацию работы в разные временные периоды. И область культуры, которая изучает закономерность развития музеев, их функции и методы, законодательство, строительство и организационную деятельность музеев, а также, непосредственно всю музейную практику. И социокультурный институт, занимающийся сохранением и фиксацией музейных экспонатов и документов, являющийся незаменимым источником получения ретроспективной информации.

В современном мире, музей давно перестал быть просто зданием, в котором находятся экспонаты. Сейчас музей - это центр культуры, деятельность которого направлена на создание условий для встреч различных социальных, возрастных, профессиональных и этнических групп. Музей вышел за пределы стен здания и небезуспешно принимает попытки распространиться, доказывая собственную значимость.

Помимо сохранения ценностей, у музейного дела существует важная идея - привлечение общества к социально-культурным проблемам. И, на данный момент, отойдя от модели формирования общественных знаний, музеи все больше удовлетворяют огромное количество потребностей современной аудитории, становясь, тем самым, полифункциональными культурными центрами, прибегающими, в своей работе, к инновациям и творчеству, создавая целые культурные проекты.

Решение многих социально-культурных проблем становится возможно благодаря созданию культурных проектов и программ. Анализируя культурную ситуацию, выявляя прорехи в культурной жизни,

и сравнивая полученные результаты с желаемым состоянием какого-либо объекта, или, даже, целой социальной сферы, специалисты могут поставить перед собой цели и задачи для решения существующих проблем, а также предугадать и предотвратить возможные социально-культурные проблемы.

Результатом социокультурного проектирования может стать как культурная программа, так и культурный проект. Причем, в данной ситуации, проект может быть как самостоятельной единицей, направленной на решение и устранение проблем культурной жизни, так и составной частью культурной программы в широком смысле этого понятия.

В алгоритм создания культурного проекта входит выявление проблемы, постановка целей и обозначение задач. Логическую систему действий алгоритма создания культурного проекта завершает инструментализация: методы, форма и ресурсы.

Помимо этого, практически у каждого культурного проекта существует собственная аудитория, характеризующаяся наличием социально-культурных проблем, решаемых с помощью культурного проекта.

Именно поэтому мы можем говорить о том, что культурный проект в музее - это полифункциональный ресурс. В зависимости от времени, региона, профессионального, этнического, возрастного и социально-культурного различия аудитории, на которую направлен культурный проект, многими учеными выделяются постоянные и временные функции.

Так как временные функции крайне индивидуальны, мы видим смысл остановиться на рассмотрении фундаментальных функций культурного проекта в музее.

Так, головной функцией культурного проекта, по нашему мнению, будет являться воспитательная, которую, также идентифицируют как

развивающую функцию. Данная функция, расширяя кругозор человека посредством его самореализации, также помогает занять ступень культурной определенности.

Коммуникативная функция решает проблему потребности человека в общении как с другими людьми, так и с культурным пластом.

Информационно-просветительская функция наиболее полно отражает процесс развития и основана на добровольном удовлетворении интересов, дополняя уже имеющиеся знания.

Культурно-творческая функция дает большое количество возможностей для реализации различных творческих способностей, как подростка, так и взрослого человека.

Рекреативно-оздоровительная функция культурного проекта помогает снять напряжение, как физическое, так и психологическое, а также имеет развивающее воздействие. Нередко, данная функция может быть направлена на социально-культурную реабилитацию людей с ограниченными психическими и физическими возможностями.

Глава 2. «Ночь музеев» как культурный проект: от замысла к реализации

2.1 История и опыт проведения «Ночи музеев»

Своим появлением международная акция «Ночь музеев» обязана не менее известному празднику — Международному дню музеев. В 1977 году, в СССР, а точнее в Москве и Ленинграде, проходила 11 генеральная конференция международного совета музеев ICOM (International Council of Museums) [Международный день музеев, http://]. В ходе проведения конференции было предложено создать особенный день для всего музейного сообщества. Так, праздник музея стали отмечать 18 мая по всему миру.

В этом же, 1977 году, в Берлине, прошла первая в мировой истории официальная акция под названием «Долгая ночь музеев». В эту ночь, почти все музеи города продлили свой рабочий день до утра, и отменили оплату за входной билет. Именно «Долгая ночь музеев» стала прототипом международной акции, сейчас известной как «Ночь музеев».

В следующий раз, ночные походы по музеям повторились только в 2001 году, в Париже. И с этого года акция стала распространяться по миру с огромной быстротой. Уже в 2002 году, многие европейские столицы, помимо продления работы музеев, провели на улицах своих городов перформансы, карнавалы, маскарады и концерты. В России же, в 2002 году акция прошла только в музейном центре Красноярск и была приурочена к 15-летию данного учреждения культуры.

В 2005 году, во Франции, а именно в Париже было принято решение проводить подобные мероприятия ежегодно. Данное постановление было утверждено Советом Европы в этом же году. С 2007 года во Всемирной акции начинают принимать участие и города России, и

с этого момента популярность ночных бесплатных посещений музеев и культурных учреждений только растет.

Со временем, каждый год акция «Ночь музеев» стала проводиться, объединенная определенной темой. Эта традиция также была позаимствована у Международного дня музеев. С 1992 года, международный совет музеев предложил немного изменить формат дня музеев, а именно, проводить ежегодные праздничные мероприятия в рамках единой темы (Л. С. Именнова, 2013).

Символом музейной ночи в России выбрана сова — ночная птица призывает взглянуть на «музейную» жизнь в сумерках, вне привычных рамок восприятия культуры и времени. Её особое «ночное видение» позволяет рассмотреть даже самые скрытые детали и объекты (см. приложение 1). Однако, в разные года проведения акции рекламные материалы могли быть оформлены и по-другому. Причем каждый город России мог представить собственный стиль оформления не выходя при этом за рамки фирменного стиля (см. приложение 2).

Надо отметить, что популярность акции не пустые слова, это подтверждает ежегодная статистика, растущая с огромной быстротой. Так, уже в 2008 году, в культурном проекте «Ночь музеев» приняло участие более 450 тысяч человек. Свои двери для гостей открыли более 40 частных галерей, 26 арт-площадок, а также более 50 культурных учреждений. С 2008 г. культурно-образовательная акция «Ночь музеев» стала ежегодной и проводится в третьи выходные мая.

Удивительно, но с каждым годом к празднованию Международной акции присоединяется колоссальное количество различных культурных учреждений. На 2017 год было зафиксировано, что «Ночь музеев» проводится в библиотеках, школах, Домах культуры, выставочных залах, зоопарках, театрах, музеях-заповедниках, соборах, галереях, на арт-площадках, в лофтах и даже в кафетериях [Участники Ночи музеев,

<http://>]. В некоторые заведения выстраиваются целые очереди — настолько интересную программу готовят работники культурных учреждений.

Представим, самые интересные, на наш взгляд программы «Ночи музеев» 2017 года.

Дарвиновский музей представил несколько выставок, одной из которых являлась выставка под названием «Энди Уорхол. Вымирающие виды». В качестве экспонатов были представлены 10 изображений редких животных. Данные работы выставлялись в России впервые из частной коллекции. Посмотреть на животных, созданных королем поп-арта в 1983 году можно было только в рамках «Ночи музеев». Помимо уникальной выставки Энди Уорхола, Дарвиновский музей предлагал гостям посмотреть выставку с названием «Пушист и опасен!». Однако, на наш взгляд, более детальное отражение сущности экспонатов в названии выставки привлекло бы к ней больше внимания, так как выставка рассказывала об истории создания всемирно известных образов графа Дракулы, Кинг Конга и оборотня. Также, на крыше музея было создано арт-пространство для отдыха. Символично, что именно под открытым небом можно было увидеть живопись балканского художника Небойши Каварича «Глядя на птиц» [20-28 марта, <http://>].

Для детей весь вечер была открыта лаборатория, в которой свободно можно было наблюдать за поведением инфузории туфельки, выяснить, чем отличается кровь животного от крови человека, а также рассмотреть челюсти насекомых под микроскопом.

В музее Москвы гости могли наблюдать интеграцию искусства и современных технологий. Мультимедийный музыкальный проект «Звуки городов» предлагал по музыкальному сопровождению — звуковому изображению зашифрованного города и видеоряду, угадать название столиц и городов. Зашифрованными оказались Москва, Париж и Нью-

Йорк. Музыкальное сопровождение обеспечивали оркестр «Belcanto-orchestra» и органнй дуэт «Бельканто» [Квест «Загадки старинной Москвы», <http://>].

В зависимости от типа и направленности музея или культурного учреждения, составлялись и программы, предложенные гостям. Так, в Артиллерийском дворе у стен Исторического музея Москвы для всех желающих работала полевая кухня с кашей. Там же прошел концерт военной музыки [«Ночь музеев», <http://>]. В Государственном историческом музее можно было поиграть в исторические настольные игры, а в соборе Василия Блаженного рассказывалась история строительства храма, который был возведен 455 лет назад. В обсерватории Московского Планетария можно было увидеть коллекцию солнечных часов самых разных размеров и форм [Московский планетарий примет участие в «Ночи в музее», <http://>]. Центр дизайна Artplay предлагал гостям выставку «От Моне до Малевича. Великие модернисты» [Ночь в музее в Artplay , <http://>].

Культурные учреждения Белгорода также стараются для гостей и жителей города. Так, праздничные мероприятия в рамках «Ночи музеев» 2017 года, проходили сразу в девяти учреждениях культуры [Акция «Ночь музеев» в Белгороде , <http://>].

Музей-заповедник «Прохоровское поле» представлял собой имитацию парка 60-70 годов XX века, где гостей ждал показ мод и выступления духового оркестра [Ночь музеев в музее-заповеднике «Прохоровское поле», <http://>]. Музейные мероприятия Белгородского государственного музея народной культуры были приурочены к 100-летию февральской революции 1917 года. Посетители музея могли воочию убедиться, какие именно изменения произошли в послереволюционный период в культурной жизни светского общества. Интерактивная деятельность в музее была представлена возможностью создать собственный агитационный плакат, и просмотром знаменитого

кинофильма «Неуловимые мстители» [Ночь музеев в Белгородском государственном музее народной культуры, <http://>]. Музей-диорама «Огненная дуга» представил уникальную возможность поучаствовать в ролевой реконструкции «Ожившая реконструкция» [Ночь музеев в музее-диорама «Огненная дуга», <http://>].

Помимо вышеперечисленных программ, каждое из культурных учреждений проводило конкурсы, перформансы, бесплатные экскурсии, маскарады, подвижные и интеллектуальные игры и т.д.

Мы не случайно заострили внимание на конкретных примерах проведения мероприятий в рамках акции «Ночь музеев», так как настолько детальная подготовка, следование своей специфике, в рамках единой темы, разработка уникальной программы с учетом типа и направленности культурного учреждения, говорит об опыте. Мы можем видеть, что данные мероприятия, были проведены с учетом понимания социально-культурных проблем своей аудитории, выявления и удовлетворения ее потребностей.

По данным международной статистики, именно в России в музейную ночь зафиксирована самая большая посещаемость в сравнении со статистикой посещения других стран. Основную аудиторию посетителей составляют, в основном, иностранцы и молодежь.

2.2 Цели и задачи «Ночи музеев» в г. Белгороде.

Изначально, целями международной акции «Ночь музеев» являлась популяризация музеев и культурных учреждений, привлечение в музеи молодежи, демонстрация ресурсов и возможностей современных музеев.

Мы считаем, что на данный момент, в рамках города Белгорода «Ночь музеев» справляется с основными целями, заданными в 2008 году,

однако, по нашему мнению, данная акция уже давно расширила круг преследуемых целей.

Так, можно говорить о том, что на данный момент, цели акции в Белгороде представляют собой целый спектр действий, направленный на культурное развитие разных социальных групп. Так, к целям ежегодно проходящей и развивающейся «Ночи музеев» можно отнести:

- популяризацию музеев и культурного наследия Российской Федерации;
- сохранение культурно-исторических ценностей;
- укрепление межкультурных связей;
- патриотическое, духовно-нравственное и культурно-просветительское воспитание детей и молодежи;
- реализацию творческого потенциала аудитории;
- привлечение посетителей разных возрастных и социальных групп.

Основной идеей акции по-прежнему остается новизна, открытость и доступность.

Задачи ежегодной международной акции «Ночь Музеев» представляют собой:

- выявление креативных подходов в презентации музейной деятельности на стыке различных дисциплин и жанров;
- расширение зрительской аудитории, а также привлечение как можно большего количества участников Акции (музеи и другие учреждения культуры);
- выявление новых подходов и взглядов на сложившиеся традиции работы с посетителями;
- неожиданные форматы мероприятий.

Можно утверждать, что «Ночь музеев» — абсолютно новый формат музейной коммуникации.

2.3. Опыт проведения интерактивного квеста в городе Белгород в рамках «Ночи музеев» (2016 г.)

Наверное, одной из самых отличительных чертой рассматриваемого нами культурного проекта будет являться то, что заказ на проект поступил не от сторонней организации или культурного учреждения, а от руководства компании.

ООО «Медиа Сервис» - организация, известная больше под аббревиатурой ФИТ, расшифровывается как «Фабрика информационных технологий». Проектами данной организации являются:

1. Платные парковки на улично-дорожной сети городского округа ООО «Городские парковки»;
2. Интерактивная афиша города 2do2go.ru;
3. Информационная система образовательных услуг «Виртуальная школа»;
4. Портал культурного наследия и традиций России «Культура.РФ»;
5. Автоматизированная информационная система «Единое информационное пространство в сфере культуры» (АИС ЕИПСК);
6. Спутниковые системы мониторинга и контроля транспорта ООО «Технологии инновационного развития».

Как уже упоминалось выше, основной целью акции является популяризация музеев и учреждений культуры среди населения страны, а особенно - молодежи.

Перед нами стояла та же самая социально-культурная цель - сделать музейную ночь еще интереснее для более молодого поколения.

На разработку всего проекта было отведено 2 недели. Кураторами и исполнителями проекта были назначены 2 человека. Предварительные договоренности с Управлением культуры Белгородской области и

Управлением культуры города Белгорода на проведение мероприятия городского масштаба были заключены заранее.

Таким образом, нам удалось избежать ступени взаимодействия с городскими музеями и галереями - они не могли отказаться участвовать.

Пропустив этот этап, мы приступили к развитию детального плана, который включал в себя следующие шаги: 1) определение формата мероприятия; 2) разработка материалов для презентации культурного проекта; 3) поиск и привлечение партнеров; 4) составление медиаплана; 5) проведение мероприятия, 6) анализ результатов проведения культурного проекта. Остановимся подробнее на каждом из этапов.

1. Определение формата мероприятия, создание концепции культурного проекта.

Не секрет, что на данный момент участие в квест-играх является одним из самых популярных развлечений среди молодежи всей страны. К тому же, квестов, связанных с музейным наследием практически нет. А в Белгороде, на тот момент, даже не предполагали, что игровую форму квеста можно соединить с серьезными культурными ценностями. Так что данный формат был выбран нами не случайно - мы хотели сделать подвижную головоломку, побудив, тем самым, молодежь обойти все музеи нашего города за одну ночь.

Так как проект был совершенно новым, время на его продвижение заложено не было, мы решили не экспериментировать, и обратиться к уже узнаваемой и привлекающей внимание символике. Главным цветом оформления всех материалов, связанных с квестом был выбран фиолетовый. Помимо цвета, мы оперировали распознаваемыми иконками и иллюстрациями: силуэтом города, рисунком полумесяца, иллюстрацией силуэта совы (см. приложение 3).

Суть квеста заключалась в следующем: участнику необходимо было установить на свое мобильное устройство специально разработанное

приложение, отражающее общую концепцию проекта, в котором были обозначены 7 локаций-музеев. В каждом музее находился зашифрованный загадкой объект. Необходимо было попасть в тот или иной музей, открыть загадку, найти экспонат, ввести правильный ответ, «открыв» экспонат в мобильном приложении.

Обязательным условием было сделать 7 фотографий вместе с экспонатами. Выложить изображения в специальный альбом в социальной сети «ВКонтакте». После выполнения всех заданий квеста, участникам или команде участников необходимо было прийти на контрольную точку и предоставив «доказательства» в виде семи фотографий - получить призы от партнеров проекта.

Музеи-участники:

- Музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление».
- Белгородский государственный художественный музей.
- Белгородский государственный историко-краеведческий музей.
- Белгородский государственный литературный музей.
- Белгородская галерея фотоискусства им. В. А. Собровина.
- Белгородский государственный музей народной культуры.
- Выставочный зал «Родина».

Было принято решение запустить квест в рамках Российского года кино. Каждый экспонат упоминался в том или ином военном фильме.

2. Разработка материалов для презентации культурного проекта.

Для представления и объяснения сути проекта управляющим органам, а также партнерам, нами были созданы две презентации, в которых мы подробно рассказывали о механизме проведения интерактивного квеста в рамках акции «Ночь музеев», целях (их мы указали выше), затратах, а также, ожидаемых результатах. Нами была

поставлена цель - минимум 100 человек должны принять участие в интерактивном квесте «Найди кино».

Презентации для партнеров отличались дополнительными слайдами, в которых мы предлагали три варианта сотрудничества: информационный пакет, предметный пакет и микс-пакет (см. приложение 5).

3. Поиск и привлечение партнеров.

Следующим этапом стал поиск партнеров с помощью которых мы могли бы сформировать призовой фонд для победителей. Проанализировав интересы современной молодежи, нами были выделены несколько категорий:

- 1) развлечения (кинотеатр, квест, активные и интеллектуальные игры);
- 2) еда (кофейни, пиццерии, рестораны);
- 3) образование (языковая школа);
- 4) подарки (букеты цветов);
- 5) здоровье (тренажерные залы);
- 6) путешествия (туристическая компания).

Помимо этого нам было необходимо освещение проекта в СМИ, поэтому партнеров искали и среди средств массовой информации.

В ходе развития проекта, мы подумали о том, что не каждый житель города имеет личный транспорт и возможность пройти все семь музеев также быстро, как это сделали бы люди с наличием автомобиля. Поэтому, нами было принято решение пустить транспорт по специально-разработанному маршруту. Что означает, что в пункт поиска партнеров добавился еще один. Разработанный маршрут передвижения автобусов, а также текст обращения к партнерам можно увидеть в приложении 4.

Помимо этого нам была необходима помощь на самих пунктах - музеях. Нужны были люди, которые бы информировали о проходящем

квесте тех, кто о нем не знал. Было принято решение обратиться в волонтерскую организацию.

Партнерское предложение с возможностями, которые мы предоставляли нашим партнерам можно увидеть в приложении 5.

В результате, за 4 дня переговоров нашими партнерами стали 22 организации, предоставляющие нам услуги или собственную продукцию. Пакеты подарков были сформированы ровно на 100 человек. Самые значимые достались первым трем участникам-победителям.

4. Составление медиа-плана.

Одним из условий нашего сотрудничества с партнерами было освещение факта поддержки ими интерактивного квеста. Нами был разработан медиа-план. Публикации в виде небольших постов были размещены на платформах:

- Социальная сеть «ВКонтакте». Сообщества: 1) 2do2go: Белгород (<https://vk.com/openbel>); 2) «Белгород - это интересно» (<https://vk.com/belinter>); 3) «Бесплатный Белгород» (<https://vk.com/belfree>); 4) «Молодчины.РФ» (<https://vk.com/molodchiny>); 5) «Журнал «Выбирай» Белгород» (https://vk.com/vibirai_belgorod).
- Интерактивная афиша 2do2go.ru

Небольшие посты-описания о наших партнерах, снабженные красочными иллюстрациями, были опубликованы не менее двух раз (см. приложение 6).

Нами также были разработаны документы, так называемые, дорожные карты, для учреждений культуры - музеев-участников, и инструкции, для людей, принимающих участие в интерактивном квесте (см. приложение 7).

5. Проведение самого мероприятия.

Площадку для контрольной точки предоставляла кофейня-партнер, с которой мы сотрудничали на бартерных условиях. Из-за удобного расположения (недалеко от трех музеев) мы могли рассчитывать на большой поток людей, что определенно служило плюсом и для самой кофейни.

После прохождения всех локаций участники пребывали на контрольную точку, где получали свои призы - упакованные в конверты с эмблемой (см. приложение 3). Всего в интерактивном квесте приняли участие около 140 команд, в каждой из которых было от 2 до семи человек. Подарочные конверты получили ровно 100 первых, особо большим компаниям были даны утешительные призы - билеты в кино, или сертификат на бесплатную игру в лазертаг.

6. Анализ результатов проведения интерактивного квеста.

Опираясь на представленную выше информацию, а также документы, находящиеся в приложениях, мы можем судить о том, что имея небольшое количество времени и практически полное отсутствие средств на проведение дорогостоящего мероприятия - можно добиться выполнения всех задач, поставленных руководством.

Затраты на проведение всего проекта составили 4 000 рублей. Из которых 3 800 были потрачены на печать листовок, которыми оформлялись подарочные конверты. Эти же листовки раздавали всем пришедшим гостям и проинформированным о квесте, волонтеры в музеях, галереях и арт-пространствах.

Заметим, что вероятность того, что затраты на данный пункт могли бы свестись к нулю при наличии большего количества времени, составляет 90 %. Так как одним из партнеров могла бы стать типография или рекламное агентство.

Остальная сумма была потрачена на передвижение и транспорт кураторов проекта в рамках переговоров с партнерами. Большая часть договоренностей была заключена посредством оплачиваемой корпоративной связи и сети Интернет, что заметно сократило время и предоставило большой выбор возможных партнеров проекта.

Необходимо отметить, что, по нашему мнению, успех проекту обеспечил правильно выбранный формат проведения культурного проекта. Это стало основой, так как при проведении данных мероприятий необходимо учитывать потенциальную аудиторию и новизну предлагаемого формата.

Вместо ожидаемых 100 участников, на контрольной точке мы встретили 100 команд - в каждой от двух до семи человек. Таким образом, во впервые проходящем в Белгороде мероприятии приняло участие около 400 человек.

2.4 Перспективы культурного проекта «Ночь музеев» в Белгороде.

20 мая 2017 года состоялась очередная Всероссийская культурная акция «Ночь музеев», в которой приняли участие музеи в 80 регионах страны. Мероприятия в музеях, библиотеках, театрах, домах культуры, а также на площадках под открытым небом посетили более 2 миллионов человек, информирует Министерство культуры РФ.

В этот день в галереях по всей стране прошли лекции, мастер-классы, спектакли, концерты, перформансы, исторические реконструкции, интерактивные игры. Белгород не стал исключением. Общей темой проведения «Ночи музеев» являлась тема экологии, но в некоторых учреждениях культуры «Ночь музеев» 2017 была посвящена 100-летию февральской революции 1917 года.

Всего, участие в «Ночи музеев» 2017 приняло около 100 000 белгородцев, что составляет чуть меньше трети населения города. Отмечается серьезное увеличение количества жителей, посещающих музеи. Каждый десятый житель города посещает музеи и культурные учреждения. Большая часть населения посещает музеи несколько раз в полугодие. Исходя из данной статистики мы можем утверждать о том, что музейная тема среди населения является востребованной. На данный момент потенциальный спрос превышает реально существующее предложение примерно в два раза. Следовательно, перспективы и возможности увеличения доли активных посетителей являются крайне благоприятными.

Принимая во внимание все вышеперечисленное, можно говорить о том, что музеи могут стать новой платформой для культуры праздников в России. Одним из таких общенародных праздников может стать «Ночь музеев».

На базе произведенного исследования по анализу истории возникновения события, а также анализу проведенных программ в музеях России, важно отметить что такой праздник может стать полноценным и самостоятельным, если произвести некоторые изменения и более тщательный подход в подготовке.

Для этого нужно обратить внимание на следующие моменты: теоретический анализа (истории музейного дела, события в истории конкретного музея,) тематическое, художественное, а также идейное единство праздника для всех музеев, финансовое и организационное обеспечение праздника.

Организация праздника является сложным процессом. И от точности, серьёзности его подготовки зависит, станет ли праздник привлекательным для всех групп населения.

Выводы к Главе 2

Несмотря на то, что первое упоминание прототипа современной акции «Ночь музеев» прозвучало в далеком 1977 году, ежегодным мероприятием для России акция стала только с 2007 года.

Масштабы акции росли с неожиданной быстротой, и уже в следующем, 2008 году, в акции приняло участие 450 тысяч человек. С этого же года, культурно-образовательная акция «Ночь музеев» стала проводится в третьи выходные мая.

Конечно, прежде всего, данное мероприятие было задумано с целью популяризации музеев и привлечения молодежи в музеи. Однако, на наш взгляд, данные цели уже давно трансформировались и перешагнули на более высокий уровень. Так, в данной ежегодной акции уже давно участвуют не только музеи (хотя, они, конечно, остаются главенствующими центрами проведения мероприятий, посвященных акции), но и другие культурные учреждения: библиотеки, музыкальные и общеобразовательные школы, Дома творчества, галереи, выставочные залы, и т.д.

Поэтому сейчас уже можно говорить о том, что целями «Ночи музеев» являются:

- популяризация музеев и культурного наследия Российской Федерации;
- патриотическое, духовно-нравственное и культурно-просветительское воспитание детей и молодежи;
- популяризация Музейного фонда Российской Федерации;
- привлечение посетителей разных возрастных и социальных групп;
- разработка новых форм учреждений различного типа и уровня подчиненности.

Не остались в стороне и инновации, так, современные культурные учреждения предлагают совсем необычные экспонаты и выставки, разрушая стереотипы о культурных учреждениях.

Можно говорить и о том, что отдельной, набирающей популярность, целью данной акции становится новый подход и взгляд на сложившиеся традиции работы с посетителями.

Именно поэтому, нами был организован целый культурный проект «Найди кино», проходящий в рамках «Ночи музеев» в 2016 году в городе Белгороде.

Перед нами стояла задача - приобщить как можно большее количество людей к посещению культурных учреждений в рамках проходящей акции.

В качестве нового, интересного формата мероприятия нами был выбран квест. Данный формат был выбран нами не случайно - мы хотели сделать подвижную головоломку, побудив, тем самым, молодежь обойти все музеи нашего города за одну ночь.

Участнику было необходимо установить на свое мобильное устройство специально разработанное приложение, в котором были обозначены 7 локаций-музеев. В каждом музее находился зашифрованный загадкой объект. Необходимо было попасть в тот или иной музей, открыть загадку, найти экспонат, ввести правильный ответ, «открыв» экспонат в мобильном приложении.

Обязательным условием было сделать 7 фотографий вместе с экспонатами. Выложить изображения в специальный альбом в социальной сети «ВКонтакте». После выполнения всех заданий квеста, участникам или команде участников необходимо было прийти на контрольную точку и предоставив «доказательства» в виде семи фотографий - получить призы от партнеров проекта.

Музеи-участники интерактивного квеста «Найди Кино»:

- Музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление».
- Белгородский государственный художественный музей.
- Белгородский государственный историко-краеведческий музей.
- Белгородский государственный литературный музей.
- Белгородская галерея фотоискусства им. В. А. Собровина.
- Белгородский государственный музей народной культуры.
- Выставочный зал «Родина».

Вместо ожидаемых 100 участников, на контрольной точке мы встретили 100 команд - в каждой от двух до семи человек. Таким образом, во впервые проходящем в Белгороде мероприятии приняло участие около 400 человек.

Данный факт позволяет говорить о том, что с каждым годом во Всероссийской акции и мероприятиях, проходящих в ее рамках, принимает участие огромное количество людей, и показатели вовлеченной аудитории растут. По данным 2016 года этот показатель увеличился с 29% до 37%.

Исходя из вышесказанного, можно с уверенностью говорить о том, что музеи могут стать новой платформой для культурных праздников в России.

Заключение

Всероссийская акция «Ночь музеев» с каждым годом приобретает все большую популярность. Это доказывает и статистика всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), которая предоставляет данные исследования о популярности музеев и ежегодной акции «Ночь музеев» в нашей стране.

Доля посетителей музеев в нашей стране в общем является высокой: 89%, но эти посещения экспозиций и выставок зачастую относятся к прошлому времени: к примеру, 52% были в музее более трех лет назад, 16% - один-два года назад. В течение года в музее побывали около 21% россиян, в том числе 10% - в последние 2-3 месяца (эта доля заметно выше среди петербуржцев и москвичей – среди них не более трех месяцев назад в музее были 20%, а также среди 35-44-летних – 15%). Каждый десятый (11%) сказал, что не был в музее никогда.

Большой популярностью у посетителей пользуются исторические (28%) и краеведческие (при последнем посещении в них побывал каждый третий – 33%) музеи. Более редкими были посещения художественных (19%), технических (7%) и других видов музейных комплексов. Подавляющее большинство (85%) тех, кто когда-либо бывал в музее, проявили желание посещать музеев чаще.

С каждым годом всероссийская акция «Ночь музеев» приобретает в нашей стране все большую популярность и привлекает все новых участников. Например, если в 2012 году об акции знали меньше половины россиян (42%), то в 2017 году - уже 64%. Согласно данным ВЦИОМ от 2017 года, в первый раз посетить одно из мероприятий акции в 2017 году планировали 13% наших сограждан, еще 7% намеревались принять участие в «Ночи музеев» уже не в первый раз.

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что культурный проект «Ночь музеев», который набирает все большую популярность с каждым годом, свидетельствует о новых творческих горизонтах музейного строительства. Уже традиционным стало продление режима работы музеев каждый май. В музейную ночь учреждения культуры могут предложить своим гостям самые невероятные программы.

Такие программы являются не просто показами этнографических, археологических или живописных коллекций — это своеобразное культурно-развлекательное и театрализованное действо. Главной целью подобных акций является актуализация проблемы бережного отношения к памятникам прошлого, экспозиции ресурсов (фондовых собраний) и возможностей потенциала музеев современности, привлечение в них большего числа посетителей, в приоритетные интересы которых входят культурно-интеллектуальная составляющая и качественное проведение досуга.

Список использованной литературы

1. Абанкина, Т. В. Социальный маркетинг в «цивилизации досуга» [Текст] / Т. В. Абанкина. // Маркетинг. Менеджмент. Музеи / под ред. Щербакова, А. В. Лебедева. — М.: Прогресс-Традиция, 2001. 301-304 с.;
2. Богуславский М. М. Культурные ценности в международном обороте. Правовые аспекты [Текст] / М. М. Богуславский. — М.: Инфра-М, 2015. — 59 с., 178-183 с.;
3. Грачева, Е. С. Культурно-образовательная деятельность музея: социологический аспект [Текст] / Е. С. Грачева // Молодой ученый. — 2010. — № 10 (21). — С. 240 - 245.;
4. Гришаева, Л. И. Медиатекст: стратегии - функции - стиль [Текст] / Л. И. Гришаева, А. Г. Пастухов, Т. В. Чернышева. — Орел.: ПФ «Горизонт», 2010. — 226-228 с.;
5. Именнова, Л.С. Культурный туризм и музей как формы организации досуга [Текст] /Л.С. Именнова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2014. — № 2. — С. 133–138.
6. Именнова, Л.С. Музей в глобальном мире [Текст] / Л.С. Именнова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2014. — № 1. — С. 138–143.
7. Именнова, Л.С. Музей в информационную эпоху [Текст] / Л.С. Именнова //Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2012. — № 6. — С. 39–45.
8. Именнова, Л.С. Музей в системе культурного туризма [Текст] /Л.С. Именнова // Этносоциум и межнациональная культура. — 2013. — № 2. — С. 46–53.

9. Именнова, Л. С. Музей в социокультурной системе общества: миссии, тенденции, перспективы [Текст]: дисс... докт. культурологии / Л. С. Именнова. — Москва, 2011. — 16 с.
10. Именнова, Л.С. Музейная дестинация в системе культурного туризма: социокультурный анализ: монография [Текст] / Л.С. Именнова. — М.: Логос, 2013. — 228 с.
11. Именнова, Л.С. Музей как содержательная доминанта культурного туризма: монография [Текст] / Л.С. Именнова. — М.: Экон-информ, 2012. — 259 с.
12. Именнова, Л.С. Функциональные системы музея и культурного туризма [Текст] / Л.С. Именнова — Этносоциум и межнациональная культура. — 2013. — № 3. — С. 71–78.
13. Калугина, Т. П. Художественный музей как феномен культуры [Текст] / Т. П. Калугина. — Спб.: Петрополис, 2008. — 367, 401, 427-430 с.
14. Киселева Т. Г. Социально-культурная деятельность [Текст] / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. — М.: МГУКИ, 2004. — 134, 167-169 с.
15. Кожемякин, Е. А. Основы теории коммуникации [Текст]: учеб. пособие / Е. А. Кожемякин. — М.: Инфра-М, 2014. — 146-148 с.
16. Коробьина И. М. Музей. Проектируя будущее [Текст] / И. М. Коробьина. — М.: Кучково поле, 2017. — 154 с.;
17. Луков В. А. Социальное проектирование [Текст]: учеб. пособие / В. А. Луков. — М.: Флинт, 2007. — 145-150 с.
18. Майстровская, М. Т. Музей как объект культуры. Искусство экспозиционного ансамбля [Текст] / М. Т. Майстровская. — М.: Прогресс-традиция, 2016. — 243 с.;

19. Марков, А. П. Основы социокультурного проектирования [Текст]: учеб. пособие / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк. — Спб. университет профсоюзов, 1997. — 68-70 с.
20. Минина С.Б., Юхневич М. Ю. Музей, который ищет взаимности [Текст] // Минина С.Б., Юхневич М. Ю. Музей для всех. Вып. 4. — М.: АПРИКТ — 2000. —463с.
21. Музейная деятельность на современном этапе [Текст] / Сб.науч.тр. СПб гос. Ун-та. - СПб — 2017. — 215 с.
22. Осмысляя современное кураторство [Текст] / под ред. музея совр. искусства «Гараж». — М.: Ад Маргинем, 2015. — 69 с., 74-78 с.
23. Основы музееведения [Текст] / под ред. Э. Шулеповой. — М.: Едиториал УРСС, 2015. — с. 156, с. 235-238.
24. Петрунина, Л.Я. Музейная социология за 20 лет: тезисы [Текст] / Л.Я.Петрунина — Художественный музей и город. Новые формы деятельности. сп. науч. ст. Вып.Ш. — М. — 2012.— с. 39-41.
25. Пищулин, Ю.П. Музейная аудитория (К постановке вопроса) [Текст] / Ю.П.Пищулин, Д.А.Равикович — Проблемы совершенствования музейного дела (Музей и современность): сб. статей / под ред. А.Л. Тимрота. — М. — 2010. — 147с.
26. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века [Текст] / Г. Г. Почепцов. — М.: Рефл-бук, 2000. — с. 23-25, с 330-334.
27. Радикальная музеология, или так уж современны музеи современного искусства [Текст]. — М.: Ад Маргинем, 2014. — 32 с., 56 с.;
28. Разгон, А. М. Изучение и научное описание памятников материальной культуры. [Текст] / Разгон А. М. — М.: Советская Россия, 2012. — 271 с.1.

29. Туев, В.В. Социально-культурная деятельность в таблицах и схемах / В. В. Туев. — Барнаул.: АлГГаки, 2006. — 43 с., 46с., 47 с.;
30. Хадсон К. Влиятельные музеи Пер. с англ. [Текст] / Кеннет Хадсон; пер. Л. Мотылев — Новосибирск: Сибирский хронограф — 2012. — 194 с.
31. Юренева Т. Ю. Музееведение. [Текст] / Юренева Т. Ю. — М.: Академический проспект, 2003. —560с. 4.
32. Юхневич М. Ю. Я поведу тебя в музей: Учеб. пособие по музейной педагогике. [Текст] / Юхневич М. Ю. — М.: Российский институт культурологии, 2001. — 223с.

Список цитируемых источников.

1. Акция «Ночь музеев» в Белгороде [Электронный ресурс] / Культура. РФ // 2DO2GO Подборки. — 2017. — Режим доступа: <https://www.2do2go.ru/articles/4015/aksiya-noch-muzeev-v-belgorode>
2. Акция «Ночь музеев» в Белгороде [Электронный ресурс] / Культура.РФ // Музеи. — 2017. — Режим доступа: <https://www.culture.ru/news/181579/aksiya-noch-muzeev-v-belgorode>
3. Анонс пресс-конференции «Ночи музеев – 2017» [Электронный ресурс] // Для СМИ. — 2017. — Режим доступа: <http://www.artnight.ru/media/press-releases/2017-05-11-anons-press-konferencii-nochi-muzeev-2017>
4. Дэвис Энн, Музейное образование и образование в музее [Электронный ресурс] / Энн Дэвис // Вопросы музеологии. — 2010. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prepodavanie-muzeevedeniya-shirota-diapazona-gibkost-i-lyuboznatelnost>
5. Квест Загадки старинной Москвы [Электронный ресурс] // Экскурсии. — 2016. — Режим доступа: <http://mosmuseum.ru/tours/p/kvest-zagadki-starinnoy-moskvyyi/>
6. Московский Планетарий примет участие в «Ночи в музее» [Электронный ресурс] // Новости. — 2017. — Режим доступа: <http://www.planetarium-moscow.ru/about/news/detail.php?ID=9304>
7. Ночь музеев в музее-диораме «Огненная дуга» [Электронный ресурс] / Анна Кирьянова // 2DO2GO Встречи. — 2017. — Режим доступа: <https://www.2do2go.ru/events/77876/noch-muzeev-v-muzee-diorame-ognennaya-duga>
8. Ночь музеев в Белгородском государственном музее народной культуры [Электронный ресурс] / Анна Кирьянова // 2DO2GO Встречи. — 2017. — Режим доступа:

<https://www.2do2go.ru/events/77828/noch-muzeev-v-belgorodskom-gosudarstvennom-muzee-narodnoi-kultury>

9. Ночь музеев в музее ArtPlay [Электронный ресурс] / Выставки и события. — 2017. — Режим доступа:
<http://www.artplay.ru/events/noch-v-muzee-v-artplay.html>
10. Ночь музеев в музее-заповеднике «Прохоровское поле» [Электронный ресурс] / Полина Некрасова // 2DO2GO Встречи. — 2017. — Режим доступа: <https://www.2do2go.ru/events/47688/noch-muzeev-v-muzee-zapovednike-prokhorovskoe-pole>
11. Ночь музеев [Электронный ресурс] / Культура.РФ // Спецпроекты. Всероссийские акции. — 2017. — Режим доступа:
<https://www.culture.ru/s/museumnight/>
12. «Ночь музеев» – ежегодная акция, посвященная Международному дню музеев [Электронный ресурс] // О проекте. — 2017. — Режим доступа: <http://www.artnight.ru/>
13. «Ночь музеев 2012» [Электронный ресурс] // Архив . — 2012. — Режим доступа: <http://www.artnight.ru/archive/2012>
14. «Ночь музеев 2013» [Электронный ресурс] // Архив . — 2013. — Режим доступа: <http://www.artnight.ru/archive/2013>
15. «Ночь музеев 2014» [Электронный ресурс] // Архив . — 2014. — Режим доступа: <http://www.artnight.ru/archive/2014>
16. «Ночь музеев 2015» [Электронный ресурс] // Архив . — 2015. — Режим доступа: <http://www.artnight.ru/archive/2015>
17. «Ночь музеев 2016» [Электронный ресурс] // Архив . — 2016. — Режим доступа: <http://www.artnight.ru/archive/2016>
18. «Ночь музеев 2017» [Электронный ресурс] // Архив . — 2017. — Режим доступа: <http://www.artnight.ru/archive/2017>
19. Энди Уорхол. Вымирающие виды [Электронный ресурс] // О выставке. — 2017. — Режим доступа:

<http://www.darwinmuseum.ru/projects/exhibition/end-i-uorhol-vymirayushie-vidy>

20. 21.05. - «Ночь музеев» и «Ночь истории» [Электронный ресурс] //

Выставки и события. — 2016. — Режим доступа:

<https://www.shm.ru/shows/7016/>

Приложения

Приложение 1.



Приложение 2.





Приложение 3.

НОЧЬ МУЗЕЕВ
21-22 мая
2016

НОЧЬ ИСТОРИИ
2016

При поддержке  **КУЛЬТУРА.РФ**

Программу Ночи музеев 2016 смотрите на kulturna.rf

 vk.com/cultrf
 ok.ru/cultrf
 facebook.com/cultrf

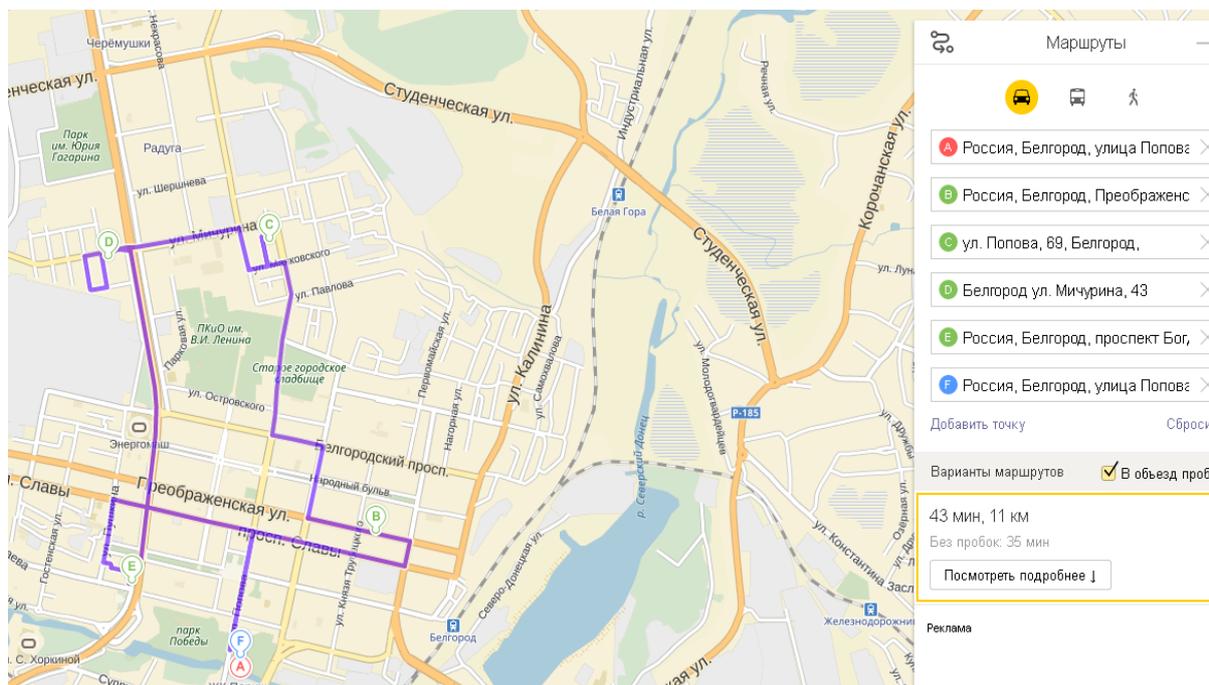
Приложение 4.

Просим оказать содействие в организации экскурсионных автобусных перевозок в ходе проведения культурного интерактивного квеста «Найди кино!», который состоится в Белгороде 20 мая в рамках всероссийской акции «Ночь музеев – 2016».

Автобусы будут курсировать по специализированному маршруту между музеями и галереями-участниками «Ночи музеев». Во время передвижения волонтеры-экскурсоводы будут рассказывать участникам квеста интересные факты о музеях и галереях, а также проводить тематические викторины.

Планируемые остановки:

- ул. Попова, 2. Площадь трех музеев: музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление», Белгородский государственный художественный музей, Белгородский государственный историко-краеведческий музей;
- ул. Преображенская, 38. Белгородский государственный литературный музей;
- ул. Попова, 69. Белгородская галерея фотоискусства им. В. А. Собровина;
- ул. Мичурина, 43. Белгородский государственный музей народной культуры;
- Богдана Хмельницкого просп., 71. Выставочный зал «Родина».



Необходимое количество автобусов: 2

Вместимость автобусов: до 50-ти человек

Время на маршруте: с 20:00 до 23:30

Время пребывания на остановках: 10 минут

Почему существует необходимость организации экскурсионных автобусных перевозок:

- не все жители и гости Белгорода, кто решит посетить «Ночь музеев» и принять участие в культурном интерактивном квесте «Найди кино!», имеют возможность передвигаться на личном автомобиле;
- успеть посетить все точки «Ночи музеев», воспользовавшись общественным транспортом, проблематично;
- вечерние экскурсии – новый формат, который позволит привлечь дополнительное внимание аудитории.

О квесте

В рамках празднования Международного дня музеев при поддержке Минкультуры России 20 мая в Белгороде пройдет акция «Ночь музеев». Основная тема акции – Год российского кино.

Управление культуры Белгородской области, управление культуры города Белгорода совместно с интерактивной афишей 2do2go.ru в предстоящую «Ночь музеев» реализуют экспериментальный проект «Культурный интерактивный квест «Найди кино!»» на платформе специализированного мобильного приложения с использованием инновационных технологий iBeacon.

Зарегистрировавшимся участникам квеста предстоит:

1. Установить мобильное приложение «Ночь музеев».
2. Получить от каждого музея-участника зашифрованное задание на тему кино.
3. Посетить все музеи, принимающие участие в квесте.
4. Найти в каждом из музеев-участников один экспонат на тему кино.
5. Сделать селфи с зашифрованным экспонатом.
6. Загрузить фотографии в альбом страницы квеста в социальной сети «ВКонтакте» или «Одноклассники».
7. Подписаться на сообщества учреждений культуры-участников.

Первые 50 человек, которые быстрее остальных справятся с заданиями квеста, получают гарантированные призы от организаторов и партнеров проекта.

Такой формат проведения квеста должен вызвать особый интерес у аудитории.

Контактное лицо от организатора квеста:

Координатор проекта «Единое информационное пространство в сфере культуры» – Оксана Кучирка. Телефон: +79803299390, email: info@eipsk.ru

Приложение 5.

Уважаемые партнеры!

Управление культуры Белгородской области совместно с интерактивной афишей 2do2go.ru предлагает вам поддержать проект по организации культурного интерактивного квеста «Найди кино!», который пройдет в Белгороде 20 мая в рамках всероссийской акции «Ночь музеев 2016».

Почему это интересно:

1. **Новый формат.** Экспериментальный интерактивный квест с использованием инновационных технологий iBeacon впервые в стране! Специализированное мобильное приложение.
2. **Масштаб.** Более 100 000 человек узнают о проекте через СМИ и городские сообщества в социальные медиа.
3. **Надежность.** В числе партнеров: портал культурного наследия и традиций России «Культура.РФ», сервис «Яндекс.Афиша», социальная сеть «ВКонтакте», социальная сеть «Одноклассники».
4. **Прямое участие.** Вы сами можете придумать специальное задание для участников квеста от лица вашей организации.

Поддерживая квест, вы получаете::

- Статус организатора проекта.
- Лояльность имеющейся аудитории.
- Возможность рассказать о своей компании новой аудитории, ядро которой составляют активные городские жители в возрасте от 18 до 35 лет.
- Информационную поддержку на сайте и в социальных медиа интерактивной афиши 2do2go.ru.
- Возможность распространения брендированной рекламной продукции на самом ожидаемом культурном мероприятии года.
- Сотрудничество с профильными партнерами.

Варианты вашей поддержки:

- ❖ Информационный пакет
 - размещение баннера или специального виджет-баннера квеста на сайте вашей организации,
 - публикация информации о квесте в сообществах в социальных медиа вашей организации.

❖ Предметный пакет

- предоставление подарков участникам квеста
- предоставление подарков победителям квеста
- предоставление подарков участникам и победителям квеста

❖ Микс-пакет

- размещение баннера или специального виджет-баннера квеста на сайте вашей организации,
- публикация информации о квесте в сообществах в социальных медиа вашей организации,
- предоставление подарков участникам квеста,
- предоставление подарков победителям квеста,
- предоставление подарков участникам и победителям квеста.

Будем рады выслушать ваши предложения по сотрудничеству и видеть вас в числе организаторов интерактивного квеста «Найди кино!».

Приложение 6.

О партнерах в социальных сетях.

| № | Отрасль | Название | Искать кино без этих людей было бы сложнее. Наши партнеры: | Ссылка на туду | Ссылка на ВК |
|---|----------|---------------|--|---|---|
| 1 | Квест | CityQuest | Квесты нового уровня уже в Белгороде. Работай в своем мире. Живи в своем мире. Общайся в своем мире. Играй в мире "CityQuest". | http://www.2do2go.ru/bel/places/41788/kvest-komnaty-cityquest-sitikvest | http://vk.com/questbelg |
| 2 | Кино | Синема Стар | В дни жарких премьер нет времени на сон. Время для кино есть всегда. Синема Стар. Получи эмоции всех жанров. | http://www.2do2go.ru/bel/places/29519/kinoteatr-sinema-star | http://vk.com/cinemastar |
| 3 | Кофейни | Комод | Мы уверены, что ты точно начинаешь свой день правильно. Ведь знаешь, где заправиться, прежде, чем захватить мир! Захвати себе кофе и отличное настроение в "Комоде". | http://www.2do2go.ru/bel/places/35180/kofeynya-komod | http://vk.com/komodcafe |
| 4 | Лазертаг | Валькирия | | http://www.2do2go.ru/bel/places/38661/lazertag-klub-valkiriya | https://vk.com/club_valkiriya |
| 5 | | Поколение | | | http://vk.com/np_31 |
| 6 | | Белкомтранс | | | |
| 7 | Языки | Els | Все успешные люди делают это. Уже говорят на иностранном языке. Ты еще нет? Есть возможность все исправить. Европейская языковая школа "Els". Когда каждое слово имеет значение. | http://www.2do2go.ru/bel/places/42177/evropeyskaya-yazykovaya-shkola-european-language-school | https://vk.com/elscenter |
| 8 | Цветы | Розы Белгорья | Обещал устроить незабываемый праздник, а теперь не знаешь, за что взяться? Начни с цветов! Они исполнят твои обещания. Розы Белогорья. Спешите дарить радость. | | https://vk.com/belrose_store |
| 9 | Пицца | KooDoo | | http://www.2do2go.ru/bel/plac | https://vk.com/koodoofood |

| | | | | | |
|----|----------|--------------|--|--|---|
| | | | | es/34970/koodoo-picca-vok | |
| 10 | СМИ | Молодчины | Эти ребята собирают всех молодчин области. Собирают, а потом рассказывают о них. Интересно? Так чего ты ждешь? Читай, смотри, говори здесь | | https://vk.com/molodchiny |
| 11 | Квест | Выход | Лучше все время идти вперед. И тогда, ты обязательно найдешь выход. Новый формат развлечений в Белгороде. | http://www.2dgo.ru/bel/places/38190/kvest-igra-vyhod | https://vk.com/kvestvyviod |
| 12 | Квест | Нереальность | Как правило, в реальной жизни нет места правилам. Выйди за грань реального. Познай “Нереальность”. Кстати, скоро у ребят откроется новый квест. Признавайся, фанатеешь от той самой миссии, которая невыполнима? Или, может быть, от Тома Круза? В любом случае эта “Секретная миссия” точно для тебя. В твоих руках окажется миллион жизней. Сумеешь ли ты принять правильный выбор?.. | http://www.2dgo.ru/bel/places/38653/kvest-proekt-nerealnost | https://vk.com/unreality31 |
| 13 | Пицца | ДоДо | Ты не умеешь танцевать Сальсу? Да и не надо ее танцевать, ее нужно есть! Пикантная острота в ДоДо - это новинка, пицца Сальса! Помни, они успеют доставить за 60 минут | http://www.2dgo.ru/bel/places/29524/piceriya-dodo | https://vk.com/dodobelgorod |
| 14 | Ресторан | Континенталь | Пространство для бизнеса и отдыха в историческом и деловом центре города. И да, здесь есть парковка. Бизнес-отель Континенталь - могу себе позволить. | http://www.2dgo.ru/bel/places/37076/gostinichnyy-kompleks-kontinental http://www.2dgo.ru/bel/places/37311/restoran-kontinental | http://vk.com/kontinentalbelgorod |
| 15 | Лазертаг | Hamster | Наши друзья утверждают, что лазертаг снимает все симптомы “рабочей недели” мгновенно. Не веришь? А ты попробуй уже в это воскресенье на чемпионате по лазертагу с реальными медалями и кубками! Торопись пока | http://www.2dgo.ru/bel/places/29450/lazertag-klub-hamster | https://vk.com/hamster_31 |

| | | | | | |
|----|---------|-------------|--|---|---|
| | | | отпускается без рецепта. | | |
| 16 | Спорт | Эра | Бросай вызов всему. Бросай вызов себе .Клуб атлетического многоборья “Эра”. Настала эра здоровых людей. Ты любишь пейнтбол? А пейнтбол на луках? Как не пробовал? У тебя есть шанс поучаствовать в абсолютно новом виде активного отдыха сразу после того, как ты Найдешь Кино вместе с нами! | http://www.2do2go.ru/bel/places/42122/klub-atleticheskogo-mnogoborya-era | http://vk.com/era31 |
| 17 | СМИ | Выбирай | Они никогда не забывают, что у тебя есть выбор. И этот выбор очевиден. “Выбирай Белгород”, а ты выбрал свои выходные? | | https://vk.com/vibirai_belgorod |
| 18 | Туризм | Доброхот | Лето пройдет, останется то, что можно вспомнить. Туристское бюро “Доброхот”. А где ты будешь послезавтра? | http://www.2do2go.ru/bel/places/38224/turist-skoe-byuro-dobrohot | https://vk.com/dobrohot31com |
| 19 | Развл | Иград | Играй в несерьезные игры на серьезные деньги. Помимо реально крутых вечеров с настольными играми от “Иград”, ты можешь обеспечить себя капиталом, если примешь участие в турнире по игре “Экивоки” прямо после того, как Найдешь Кино с нами. Будь на волне ярких эмоций! | http://www.2do2go.ru/bel/places/29166/magazin-igrad-v-univermage-belgorod | http://vk.com/beligrad |
| 20 | Спорт | Норма жизни | | http://www.2do2go.ru/bel/places/31586/fitness-klub-norma-zhizni | |
| 21 | Кофейни | Облако | | | http://vk.com/cafeoblako |
| 22 | Квест | Escape | | http://www.2do2go.ru/bel/places/37121/escape-belgorod | https://vk.com/escape31 |

Приложение 7.

Уважаемые коллеги!

В рамках празднования Международного дня музеев при поддержке Минкультуры России 20 мая в Белгороде пройдет акция «Ночь музеев». Основная тема акции и проводимой в ее рамках «Ночи истории» – Год российского кино.

В рамках «Ночи музеев» Управление культуры Белгородской области совместно с интерактивной афишей 2do2go.ru реализуют экспериментальный проект «Культурный интерактивный квест «Найди кино!»» на платформе специализированного мобильного приложения «Ночь музеев» с использованием инновационных технологий iBeacon.

Предлагаем учреждениям культуры присоединиться к экспериментальному проекту. Просим Вас обеспечить поддержку вышеуказанного проекта путем реализации следующего комплекса мер:

1. До 13.05.2016 включительно назначить ответственного за исполнение комплекса мер по поддержке экспериментального проекта «Культурный интерактивный квест «Найди кино!»». Прислать в ответном письме ФИО, адрес электронной почты и номер телефона назначенного специалиста.
2. До 13.05.2016 включительно прислать на почту info@eipsk.ru информацию (описание не менее 1000 знаков + не менее 3 фотографий) о 5 экспонатах учреждения, которые, по Вашему мнению, удачно отразят тему «Года кино» с названием письма «Найди кино!». Примеры: в коллекции музея есть стулья, которые гармонично смотрелись бы в кадре фильма «12 стульев»; бутылка, из которой мог появиться джин, как в фильме «Старик Хоттабыч» и т. д.
3. 16.05.2016 включительно разместить информацию в сообществах учреждения в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассниках», Facebook) и на сайте о том, что впервые в городе будет проводиться культурный интерактивный квест «Найди кино!». Информация для

публикации будет предоставлена ответственному за исполнение комплекса мер 16.05.2016.

4. 17.05.2016 разместить информацию в сообществах учреждения в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассниках», Facebook) и на сайте учреждения о том, что учреждение культуры принимает участие в культурном интерактивном квесте.
5. С 18.05.2016 до 20.05.2016 включительно не менее 2 раз разместить в сообществах учреждения в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассниках», Facebook) публикацию о проекте, организаторах и партнерах квеста. Информация для публикации будет предоставлена ответственному за исполнение комплекса мер 17.05.2016.
6. С 17.05.2015 до 19.05.2016 включительно в сообществах учреждения в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассниках», Facebook) и на сайте учреждения не менее 2 раз разместить информацию об установке приложения на мобильный телефон. Информация для публикации будет предоставлена ответственному за исполнение комплекса мер 17.05.2016.
7. 20.05.2016 размещать в сообществах учреждения в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассниках», Facebook) информацию о ходе акции.
8. 23.05.2016 сообщить о результатах акции в сообществах учреждения в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассниках», Facebook) и на сайте учреждения. Разместить пост-релиз о квесте. Информация для публикации будет предоставлена ответственному за исполнение комплекса мер 23.05.2016.

Участие в организации культурного интерактивного квеста позволит музею:

1. Привлечь новую аудиторию.
2. Заинтересовать интересным форматом постоянных посетителей мероприятий «Ночи музеев».

3. Рассказать через городские СМИ и сообщества в социальных сетях более 100 000 белгородцев.
4. Способствовать реализации социально значимых проектов города.
5. Внести индивидуальный вклад в развитие культурного наследия страны.

Для решения любых вопросов, связанных с участием в организации интерактивного квеста, а также с выполнением пунктов по реализации комплекса мер, вы всегда можете обратиться в службу технической поддержки АИС «ЕИПСК» по телефону 8-800-200-37-17 (время работы: 09:00-18:00 по московскому времени в будние дни) или электронной почте info@eipsk.ru.