



УДК 069:001.12

Галия Файзуллина

Кандидат исторических наук,
Государственный историко-культурный
заповедник-музей «Иссык», ученый секретарь.
E-mail: galiaf2@yandex.ru.

Лариса Плетникова

Центр Современной культуры
«Дешт-и-Арт», директор.
E-mail: artdeshty@mail.ru.

Лаура Бейсек

Объединение музеев города Алматы,
руководитель Музея Д. А. Кунаева.
E-mail: lbeisek@gmail.com

РОЛЬ МУЗЕЕВ В ФОРМИРОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ

РОЛЬ МУЗЕЕВ В ФОРМИРОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ

Аннотация

Авторы статьи задаются вопросом о том, что сегодня является брендом Алматы и каким образом можно актуализировать известное выражение «Алматы – культурная столица». В статье представлен опыт реализации музейного проекта «Путешествие в страну БАЛАПАН» / «Алақай! Алақай! Музейде Балақай!», направленного на формирование чувства патриотизма, гордости и ответственности за свой город у юных алматинцев и пробуждение интереса к семейному отдыху с музейным компонентом.

В рамках проекта был проведен ряд событий с участием малых музеев Алматы, активно использующих материал культурного наследия в работе с городским пространством, соединяющих формат познавательных прогулок по улицам города и интерактивную практику в музеях.

Выпущен цикл путеводителей нового формата по городу и его малым музеям, связанным с наиболее интересными страницами истории Алматы, судьбами выдающихся горожан, памятниками истории и культуры. Принципиально новым в музейной практике города стало использование комплексного подхода «горожане – для горожан», ориентация на самостоятельную совместную практику детей и взрослых, полностью исключающая назидательность и привлекающая в качестве гидов-волонтеров молодежь города.

Уникальность проекта в том, что впервые малые (преимущественно мемориальные) музеи Алматы выступали «единым фронтом» в борьбе за посетителя. Единая партнерская пилотная программа с маршрутами, объединяющими 10 музеев, имела успех у горожан.

Важной составляющей проекта стала также возможность развития музейных профессионалов Алматы, получивших опыт активной социализации внутренней работы музеев. Это стало первым шагом переориентации музеев на работу в городском пространстве, повысило качество предлагаемого музейного продукта и имидж музеев города в целом.

Ключевые слова: идентичность, историко-культурный, музейный проект, музеи Алматы, детский интерактивный путеводитель, городские экскурсии, музейная образовательная программа.

Идентичность может формироваться на разных основах и проявляться в различных образах. У каждого они свои – у кого-то почти исчезнувший алматинский апорт и городские арыки, у кого-то высокогорный Медеу и Шымбулак. Для нас, находящихся внутри культурного поля Алматы – это, прежде всего, объекты, имеющие посыл в историю культуры города – «Золотой человек» из сакского кургана в Иссыке, венчающий композицию Монумена Независимости; сакские Боралдайские курганы, которые могут претендовать на место в книге Гиннеса как археолого-ландшафтный памятник, наиболее близко расположенный к мегаполису; золотая фигурка барса с навершия сакского головного убора, найденная в одном из сакских курганов непосредственно на территории города¹; сакское городище на Медеу, которое могло бы стать туристическим объектом, презентующим древнюю историю города; находки так называемого «Каргалинского клада», известные всему миру по сюжету книги очень алматинского писателя Юрия Домбровского «Факультет ненужных вещей».

В то же время идентичность, сформированная и представленная в образах сакской культуры, характерна и для республиканского уровня идентичности. «Золотой человек» – символ независимости Казахстана, и в столице государства Астане достаточно широко представлены художественные объекты, созданные на основе артефактов и мифов сакской культуры, например, скульптурные группы, установленные перед Национальным музеем РК и на здании Государственного

театра оперы и балета «Астана Опера» (квадрига являет образ управляющей колесницей сакской царицы Томирис). Эти символы перестали быть «алматинскими», став национальными. А что же осталось городу?

С одной стороны, у города есть хорошие возможности углубленной «раскрутки» уже известных республиканских брендов², с другой стороны, встает вопрос – а что же считается собственно алматинским? Где, в чем сегодня живет тот самый «гений места», который оставляет неуловимое послевкусие при упоминании имени города – Алматы? Чем сегодня наполнено успешнее стать штампом выражение «Алматы – культурная столица»? Актуально ли это сейчас – по-прежнему ли мы культурная столица?

Несмотря на широкое строительство и создание в Алматы многих культурно- и торгово-развлекательных центров, самым близким и любимым и горожанами, и гостями города по-прежнему остается историко-культурный центр Алматы, насыщенный историческими и культурными смыслами города.

В настоящее время в этом месте, в квадрате улиц Достык – Шевченко – Тулебаева – Богенбай батыра, находится большинство мемориальных музеев города, многие из которых – небольшие, и расположены недалеко друг от друга³. Очевидно, что такая «насыщенность» известными именами не может оставаться незамеченной. Другой вопрос – как стимулировать активность,

¹ См. Публикация М. М. Нурпеисова в данном номере журнала.

² Одним из ярких примеров такого востребованного «пограничного» образа может служить знакомство с историей открытия «Золотого человека» в Государственном историко-культурном заповеднике-музее «Иссык». Многие алматинцы (11 474 человека среди посетителей музея за последние два года, что составило 35% от всего количества посетителей) стремятся «вживую» увидеть знаменитые сакские курганы, где был найден национальный символ.

³ Всего в городе 27 музеев (данные на 2015 г.).

как побудить прохожего зайти в тот или иной музей? Для этого современные музеи активно пользуются методами «смежных» досуговых институций. Так, например, в последнее время среди горожан самого разного возраста получили популярность квест-игры на тему истории города, организованные Музеем истории города Алматы и Музеем С. Муканова.

При этом все еще существует психологическая неготовность и неумение музеев «выйти в город» с конкурентоспособным продуктом, открыть двери и поделиться своими богатствами с горожанами, все еще сильна сформированная годами привычка «быть вещью в себе».

Вместе с тем очевидно, что переориентация музеев на внешнюю открытость способна не только привлечь к культурным ценностям значительное число заинтересованных лиц, в том числе молодежи, но и сформировать новые традиции культурного досуга горожан. Таким образом, музеи способны и должны стать не только «транслятором» культурных брендов, но и активным брендоформирующим субъектом культурного пространства.

Сегодня в Алматы имеется мощный неиспользуемый ресурс артефактов и нематериального наследия, который может стать реальной основой для продвижения бренда «Алматы – культурная столица» в умах горожан и особенно молодежи и детей, а также действенным инструментом трансформации молодого алматинца в сити-ориентированного патриота. Важнейшим «культурным агентом» в этой истории являются музеи города – непосредственные хранители традиций и артефактов.

Именно учитывая этот потенциал,

Объединением музеев города Алматы был инициирован проект «Путешествие в страну БАЛАПАН» / «Алақай! Алақай! Музейде Балақай!» в рамках грантового конкурса Фонда «Сорос-Казахстан» по программе «Гражданские инициативы в области определения идентичности города Алматы, брендинг/позиционирование города посредством культурных, творческих проектов».

Авторами проектной заявки были предложены следующие бренды.

1. Активизированный в современных условиях исторический совокупный культурный пласт Алматы.

Своеобразное смысловое, материальное, вербальное, эмпирическое, вещественное и т. п. «наполнение» известного слогана, который у всех «на слуху»: «Алматы – культурная столица» средствами актуальной музеефикации истории Алматы и репрезентации артефактов, хранящихся в музеях южной столицы и ставших своеобразной «визитной карточкой» города.

2. Сити-ориентированный культурный патриот Алматы.

Устойчивое развитие города невозможно без сознательного участия горожан. Именно на изменение сознания горожан, особенно молодежи и детей, плохо знающих историю города, направлен проект.

Цели проекта.

1. Спровоцировать интерес молодежи и детей к истории города, смоделировать и закрепить в их сознании позитивное ощущение «себя в локусе»: я – носитель культурного бренда!

2. Способствовать формированию потребности в организации семейного досуга в культурно-образовательном пространстве города.

3. Содействовать формированию ценностного отношения к культурно-историческому наследию города.

4. Формирование у алматинцев чувства патриотизма, гордости и ответственности за свой город.

Задачи проекта.

1. Подготовить команду, способную создать современный образовательно-досуговый музейный продукт (проведение обучающего семинара).

2. Разработать и издать сити-ориентированные путеводители по музеям.

3. Запустить в работу пилотный экскурсионный модуль по «знаковым» улицам города.

4. Подготовить команду волонтеров-гидов.

5. Разработать и реализовать интерактивную образовательную программу в музеях (мастер-классы, игровые занятия).

Музеи-участники.

ГККП «Объединение музеев города Алматы».

1. Музей истории города Алматы.
2. Мемориальный музей Н.

Тлендиева.

3. Музей Д. А. Кунаева.
4. Музей Г. Мусрепова.
5. Музей народных музыкальных инструментов им. Ыхласа.

РГП «Ғылым Ордасы».

1. Музей редких книг.
2. Музей природы.
3. Музей археологии.
4. Музей казахстанской науки.

Научно-культурный центр «Дом-музей М. О. Ауэзова».

Описание событий проекта.

Культурно-образовательный, партнерский проект десяти музеев города Алматы начался в феврале 2016 г. и активно реализуется

в настоящее время. Его первый (основной) этап реализации включал разработку экскурсионных маршрутов, путеводителей, подготовку гидов-волонтеров, образовательных программ.

В образовательную программу для посетителей, волонтеров и сотрудников музеев входили: *игра-путешествие по музеям города с использованием специально созданных детских интерактивных путеводителей, мастер-классы и творческие занятия для детей, а также пешеходные экскурсии.*

«Игра-путешествие» – это интерактивный маршрут по городским музеям для детей 8–13 лет, ориентированный на активизацию самостоятельного познания мира юными посетителями. Музеи-участники разработали путеводители с заданиями для самостоятельного освоения ими музейного пространства. В каждом из путеводителей есть тематические отсылки в другие музеи.

Предметные связи продумывались музейными сотрудниками на предварительном *образовательно-проектном семинаре*, где обсуждались особенности разработки интерактивных путеводителей, психологические основания проектирования заданий для детей разного возраста, а также уточнялись идеи маршрутов, выявлялись опорные экспонаты и связи между экспозициями. Был использован опыт российских коллег (проекты «Детские дни в Петербурге» и московское «Семейное путешествие», рекомендации по составлению детских путеводителей и др.⁴), казахстанский опыт был представлен детским интерактивным путеводителем заповедника-музея «Иссык». В результате совместной

⁴<https://www.facebook.com/museum12345/?fref=ts>
<https://www.facebook.com/kidsinmuseumsmsk/?fref=ts>

работы участниками семинара для каждого путеводителя были разработаны структура, основной сюжет, набор заданий, установлены взаимосвязи между музеями. Был придуман Балакай – основной герой, проводник по городу и музеям, по «стране Балапан». Затем *путеводители* дорабатывались участниками программы с помощью экспертов, литературных редакторов, художников.

В результате «перекрестной» работы дизайнеров, исполнителей, редактора было изготовлено 20 макетов путеводителей (3–5 предварительных drafts по каждому путеводителю на русском и казахском языках), которые были изданы общим тиражом 5 000 экземпляров, из них: 2550 шт. на казахском языке, 2450 – на русском (рис. 1–2).



Рисунок 1. Галия Файзуллина (руководитель проекта), Сауле Мамаева (координатор молодежных программ Фонда «Сорос-Казахстан»), Лаура Бейсек (соруководитель проекта)



Рисунок 2. Работа с путеводителями в музеях города

Кроме того, каждый из музеев дополнительно разработал и предложил своим посетителям в качестве «бонуса» *мастер-классы* («Өлең – сөздің патшасы...» (учимся сочинять стихи),

«Как играть на инструментах», «Вышивка крестом на ткани», «Шитье сумок из фетра с национальным орнаментом» и др.) и *творческие занятия для детей* («Memorypictures», «Телефон из картона» и др.) в соответствии со спецификой своего музея и с привлечением партнеров. В этих мероприятиях приняли участие около 100 семейных посетителей (рис. 3–6).



Рисунки 3–6. Участники мастер-классов и творческих занятий

Часть участников семинара (сотрудники Музея Д. А. Кунаева и Музея истории города Алматы) разработали четыре культурно-познавательных маршрута-экскурсии, «связывающих» музеи между собой и одновременно раскрывающих историко-культурный потенциал этого пространства города. *Экскурсия-путешествие* включает в себя рассказы о знаменитых жителях домов, о событиях, связанных с этими местами, и т. п. Подготовлены, отобранные в результате конкурса заявок, 10 волонтеров-гидов, которые стали внештатными экскурсоводами Объединения музеев. Они как распространители «инфекции сити-ориентированного патриотизма» по месту своей учебы уже получили репутацию знатоков истории города. И, возможно, кто-то из них войдет в профессиональный кадровый резерв для музеев. В то же время на следующем этапе реализации проекта есть вероятность привлечения дополнительного человеческого

ресурса для проведения экскурсий, особенно в период организации мероприятий в рамках празднования «Дня города» и «1000-летия Алматы». Координаторы данного блока проекта, изучив полученный опыт, пересмотрели подходы к организации этого направления работы и запланировали на осень иные пути привлечения молодежи к волонтерской программе (производственная практика студентов, расширение компетенций молодых сотрудников Объединения музеев города Алматы и т. п.).

Необходимо отметить, что идея пешеходных прогулок по центру города «витала в воздухе». Так, в комментариях к публикациям о проекте на странице «Музеи Алматы»⁵ в Facebook звучала мысль о заимствовании и повторении идеи проекта. Однако оригинальность проекта была в комплексном подходе к реализации идеи. И не случайно то, что презентация пилотного экскурсионного модуля в пространстве города состоялась 1 июня 2016 г., в День защиты детей, ведь основная фокусная группа – дети 8–13 лет. Первая пешеходная экскурсия была проведена по маршруту №1 «Улицы рассказывают»: от улицы Богенбай батыра, вдоль по улице Тулебаева до улицы Шевченко. Следующие экскурсии проводились по графику, по предварительной записи. Участники первых экскурсий – дети и их родители, гости и жители города. Экскурсоводы – студенты-волонтеры, музейные сотрудники (рис. 7–8).



Рисунки 7–8. Участники пешеходных экскурсий

Программа экскурсий-прогулок по историко-культурному центру города получила большую поддержку и хорошие отзывы в Facebook. При этом реальные результаты PR-кампании несколько не оправдали плановых прогнозов сотрудников, т. к. поступило меньше заявок на участие в экскурсиях, чем предполагалось. Одной из причин такой ситуации стало то, что в июне был объявлен «желтый уровень» террористической угрозы и поэтому некоторые запланированные экскурсии отменили. Отреагировав на ситуацию, организаторы также изменили график экскурсий, дополнив его еще одним днем (субботой), для увеличения возможностей участия работающих родителей. В то же время со второго полугодия координаторы этой части проекта будут привлекать участников через другие информационные каналы – систему дворовых клубов Алматы, рекламу на популярных ресурсах «Давай сходим» и «Афиша» и др.

В целях популяризации всех музеев-участников отдельные мероприятия проводились на разных площадках (соответственно адреса этих музеев периодически появлялись в пресс-релизах и объявлениях на общественных пабликах). Семинары и мастер-классы – в Музее Г. Мусрепова и Музее Д. А. Кунаева. Заключительный этап волонтерского конкурса – в Музее народных музыкальных инструментов им. Ыхласа. Мастер-классы – в Мемориальном музее Н. Тлендиева, Музее истории города, Музее казахстанской науки, Музее природы. Презентация путеводителей была проведена в «Ғылым Ордасы», месте расположения четырех музеев.

Сотрудничество с партнерскими организациями принесло свои плоды

⁵<https://www.facebook.com/almatymuseums/>

и обозначило перспективы развития проекта. Так, при поддержке ИП «Три цвета» реализована программа мастер-классов и творческих занятий, которая тематически была связана с материалом экспозиций музеев и позволяла «переработать» его с позиций творческого осмысления и восприятия. Например, в экспозиции Мемориальной квартиры-музея Д. М. Кунаева есть вышивки, изготовленные его женой. Участники мастер-класса в этом музее не только учились вышивать, но и узнавали «секреты» семейного счастья Кунаевых. В перспективе предполагается расширение сотрудничества музеев с этим партнером для реализации подобной программы (которая «расцветит» палитру музейных предложений для посетителей), но уже на платной основе.

Партнером проекта стала республиканская детская газета «Дружные ребята». Каждый из музеев получил одну страницу для публикации материалов о музее и материалов по проекту (всего 12 запланированных публикаций в рамках проекта). Среди читателей газеты объявлен конкурс на решение пяти заданий (из путеводителей). Осенью будут известны итоги конкурса.

В результате PR-кампании на первом этапе реализации проекта было реализовано 11 публикаций в печатных СМИ + 2 сюжета (ТК НТК) на казахском и русском языках. Основная PR-кампания развернулась на странице в Facebook «Музеи Алматы» (более 60 публикаций) – максимальный охват публикаций за неделю – 36 тыс. пользователей, количество новых пользователей – более 2 тыс. человек. Разработано и изготовлено восемь видов рекламно-сувенирной продукции

(баннер, «паучки», афиши, значки, футболки, бейсболки, сертификаты и благодарственные письма). Благодаря участию в проекте молодого поколения художников и дизайнеров Асель Алимбаевой и Жанар Серикпаевой и путеводители, и рекламная продукция получились яркими, интересными (рис. 9).



Рисунок 9. Афиша проекта

Таким образом, в рамках проекта проведен ряд мероприятий с участием малых музеев Алматы, активно использующих материал культурного наследия в работе с городским пространством, соединяющих формат познавательных прогулок по улицам города и интерактивную практику в музеях.

Был выпущен цикл путеводителей нового формата по городу и его малым музеям, связанным с наиболее интересными страницами истории Алматы, судьбами выдающихся горожан, памятниками истории и культуры, традициями и ритуалами города. Принципиален новый формат путеводителей, ориентированный

на самостоятельную совместную практику детей и взрослых, полностью исключая назидательность.

В итоге реализации проекта главные его «потребители» (дети 8–13 лет и семейные посетители) имеют возможность выбора разных вариантов «путешествия»:

1) познавательная прогулка по городу с посещением нескольких музеев с путеводителями;

2) посещение музеев с участием в мастер-классах и самостоятельная работа с материалом экспозиций;

3) посещение в один день многих музеев;

4) программа посещений музеев в разные дни в соответствии с календарями событий в музеях и т. д.

Наличие выбора – это и есть одна из возможностей воспитания гражданина с активной жизненной позицией.

В ходе реализации проекта у детей

сложилось яркое эмоциональное представление о городе. Волонтеры получили не только знания об истории города по специальной программе подготовки гидов, но и бесценный опыт социализации.

Важной составляющей проекта стала не только его направленность на город, но и на развитие музейных профессионалов Алматы, что позволило переориентировать музеи на работу в городском пространстве, повысило качество предлагаемого музейного продукта и имидж музеев города в целом.

Это пилотный проект и первый опыт в Казахстане такого комплексного музейного взаимодействия и коммуникаций. Музеи Алматы получили возможность реализации творческих идей, приобрели навыки сотрудничества и партнерства.

БІРТЕКТІЛІКТІ ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ МУЗЕЙЛЕРДІҢ АЛАР ОРНЫ

Галия Файзуллина

тарих ғылымдарының кандидаты, «Есік» мемлекеттік тарихи-мәдени мұражай-қорығының ғалым хатшысы. E-mail: galiaf2@yandex.ru.

Лариса Плетникова

«Дешт-и-Арт» Заманауи мәдени орталығының директоры. E-mail: artdeshty@mail.ru.

Лаура Бейсек

Алматы қаласының мұражайлар бірлестігі, Д.А. Қонаев атындағы мұражай жетекшісі. E-mail: lbeisek@gmail.com.

Аңдатпа

«Алматы – мәдени астана» деген сөзді іс жүзінде қалай өзекті етуге болады деген сұраққа авторлар осы еңбекте жауап іздейді. Мақалада жас алматылықтардың отансүйгішітігін, өз қаласын мақтаныш ету мен жанашырлығын және музей арқылы отбасылық демалысты қалыптастыруға арналған «БАЛАПАН еліне саяхат»/«Алақай! Алақай! Музейде Балақай!» атты музейлік жобаны іске асыру тәжірибесі айтылады.

Жоба аясында өз жұмыстарында мәдени мұраны белсенді түрде пайдаланып отыратын Алматы қаласының шағын музейлерін қатыстыра отырып, қала көшелерімен серуен жасау мен музейдегі интерактивті тәжірибені өзара ұштастыру үлгісі қолданылды.

Жоғарыда айтылған жоба аясында Алматы қаласының тарихына, оның белгілі азаматтарының тағдырына, тарихи және мәдени ескерткіштеріне қатысты анағұрлым маңызды мәліметтерге толы музейлік балалар жолнұсқаулығы шығарылды. Жаңа музейлік тәжірибеде «қалалықтар – қалалықтар үшін» кешенді бағдарламасы қолданыла бастады. Ол бойынша құрғақ ақыл айтуды тоқтатып, балалар

мен ересектердің өз бетінше біріге отырып жұмыс жасауын және қалалық жастарды ерікті гидтер ретінде музей ісіне тарту көзделеді.

Жобаның басты ерекшелігі – Алматы қаласының шағын (әсіресе мемориалды) музейлері бірігіп келушілерді қабылдау үшін ортақ игілікті іске қадам басты. 10 музейді біріктірген арнайы маршрутты біріккен пилоттық бағдарлама қала тұрғындары арасында қолдау тапты.

Жобаның аса маңызды жағы музей ішілік белсенді әлеуметтік жұмыста тәжірибе жинаған Алматылық музей қызметкерлерінің кәсібилігін дамыту болып табылады. Бұл музейлердің қала өміріне қарай жасаған бірінші қадамы болып қана қоймай, музей өнімдері мен қала музейлерінің имиджін көтеруге қызмет етеді.

Трек сөздер: Біртектілік, тарихи-мәдени, музейлік жоба, Алматы музейлері, балалардың интерактивті жолнұсқаулығы, қала бойынша саяхат, музейлік білім беру бағдарламалары.

THE ROLE OF MUSEUMS IN SHAPING IDENTITY

Galia Faizullina

Candidate of Historical Sciences, State Reserve Museum of History and Culture “Issyk”, Academic secretary. Email: galiyf2@yandex.ru.

Larissa Pletnikova

Center of Modern Culture “Desht-i-Art”, Director. E-mail: artdeshty@mail.ru.

Laura Beisek

Association of Almaty Museums, Managing Director of the D. A. Kunaev Museum. E-mail: lbeisek@gmail.com.

Abstract

The authors of the article explore the question what is Almaty's brand and how the «Almaty – cultural capital» expression could be actualized. The implementation experience of museum project «The journey to the country BALAPAN» («Путешествие в страну БАЛАПАН»/«А–лақай! Алақай! Музейде Балақай!») is observed in the article. The project itself was aimed at raising patriotism, pride and responsibility for the city among the youngest citizens and also aimed at raising the interest towards family time in museums.

A chain of several events with a participation of Almaty's small museums were held during this project, in which museums actively using the material of cultural heritage in the work with city area. They combined informative city street walks with interactive components of museum.

A series of new format guidebooks about the city and its small museums have been published. They involve the most interesting sides of Almaty history, lives of outstanding citizens, historical and cultural memorials. The usage of a complex approach «citizens for citizens» became a new fundamental practice in the museum life of Almaty which is an orientation on independent co-work of children and adults completely excluding prescriptive approach and engaging the city's youth as guide-volunteers instead.

The uniqueness of the project is that for the first time small (primary memorial) museums «fought» for a visitor together. The united partner pilot program with route unifying 10 museums succeeded among citizens.

The important part of the project was also a development opportunity for Almaty museum specialists, who got an active socialisation experience of inner museum work. It became the first step of museum reorientation to work in a city area, increased the quality of suggested museum product and image of the city museums in general.

Keywords: Identity, historical and cultural, museum project, Almaty museums, children's interactive guidebook, city tours, museum educational program.