

МУЗЕЙ КАК МЕРИТОРНОЕ БЛАГО

*Е.Г. Плытник
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

Согласно концепции мериторики Р. Масгрейва, к мериторным относятся блага, спрос на которые со стороны частных лиц отстает от желаемого обществом и стимулируется государством [3]. Приходится признать, что музеи относятся именно к этому виду благ. Российские ученые также выделяют концепцию «музей – мериторное благо» среди 9 основных моделей взаимодействия музея и местного сообщества [5]. Более того, музей – некоммерческое учреждение. Тем не менее, современному музею необходим постоянный поиск дополнительных источников финансирования. В этой связи исследование видится актуальным в нынешних условиях развития музейного дела.

Целью данной работы является выявление способов привлечения посетителей в современный музей и анализ соотношения ценовой политики музея с готовностью населения приобрести музейный продукт.

Материал и методы. При написании данной работы использовался официальный сайт Национального Полоцкого историко-культурного музея-заповедника, официальные интернет-сайты ведущих европейских музеев, статьи периодической печати, нормативно-правовая база (Закон «О музеях и Музейном фонде Республики Беларусь») и личный опыт исследователя, а также следующие методы: описательно-аналитический, статистический, сравнительно-сопоставительный, методы анализа и синтеза.

Результаты и их обсуждение. Один из вопросов, который встает перед современным музеем, – вопрос финансирования. Музей может рассчитывать на государственную поддержку и средства, вырученные от продажи музейного продукта и реализации сувениров. В то же время для среднестатистического человека посещение музея не является предметом первой необходимости. В этой связи цены на входные билеты и экскурсионное обслуживание в отечественных музеях являются более символическим жестом, нежели существенной статьей дохода музейного учреждения.

В отношении ценовой политики музеев Западной Европы наблюдается ряд особенностей, которые отличают европейские музеи от белорусских. В первую очередь стоит отметить более высокие цены на входные билеты. Несомненно, одной из причин является более высокий уровень жизни и уровень заработной платы в европейских странах. Тем не менее, данные музеи популярны среди туристов и местного населения, в первую очередь, благодаря уникальности музейных предметов, выставленных в постоянных экспозициях. Посетители готовы заплатить значительную сумму за созерцание шедевров мировой истории и культуры.

Для многих европейских музеев характерны гибкие системы цен, многочисленные акции и скидки. Для примера можно привести Венскую галерею Бельведер, основная часть экспозиции которой размещена в двух корпусах – Верхний Бельведер и Нижний Бельведер. Цены на входные билеты – 14 евро и 11 евро соответственно, в то же время посетитель может приобрести «билет Климта» (позволяющий посетить Верхний и Нижний Бельведер) за 20 евро [4].

Одной из функций музея, которую на него возлагает общество, является функция воспитания и повышения эрудиции молодежи. Именно работе с детьми, подростками и студентами уделяется большое внимание со стороны музейных учреждений. Государство со своей стороны также способствует повышению количества посещений подобных учреждений молодым поколением. В этой связи в музеях действуют льготы для школьников и студентов, а в некоторых учреждениях предусмотрено бесплатное посещение. Одним из аспектов социальной политики музеев является также льготное посещение для пожилых людей (от 60 или 65 лет). Данная политика особенно актуальна для западноевропейских музеев. Одной из причин является большой процент людей старшего возраста среди туристов, а туристы в свою очередь составляют существенную часть посетителей музеев. Подобные льготы стимулируют людей преклонного возраста проводить больше свободного времени в музеях.

Для музеев Республики Беларусь также характерна гибкая социальная политика. В отечественных музейных учреждениях предоставляются скидки для студентов и школьников, делая посещения музея возможным дополнением к учебной программе без больших материальных затрат. В то же время белорусские музеи, в большинстве не предлагают скидки для пенсионе-

ров. Тем не менее, стоит отметить, что согласно Закону «О музеях и Музейном фонде Республики Беларусь» государственные музеи обязаны определить один бесплатный день в месяц для посещения музеев всеми категориями граждан, что соответствует нормам европейской музейной политики и способствует привлечению в музей посетителей [2]. Также в ряде музеев Беларуси предоставляются льготные билеты для семейного посещения, что, стимулируя совместное проведение досуга, способствует укреплению института семьи.

Еще одной распространенной формой льгот и акций на входные билеты в музей являются музейные карты. Они различаются по срокам действия: на один или несколько дней, на более длительный срок, например, на год; и по охвату региона или количеству музеев. Самые распространенные варианты – карты, действующие в пределах одного города. Чаще всего приобретение данных карт материально выгодно при посещении 4-5 музеев и более. Наличие подобных карт стимулирует их владельцев ознакомиться с экспозициями как можно большего количества музейных учреждений уже и по причине дешёвого билета.

Разновидностью музейной карты в нашей стране является действующий с 2009 г. Единый музейный билет Национального Полоцкого историко-культурного музея-заповедника. В структуре заповедника насчитывается 11 музеев (названия музеев с адресами приведены на оборотной стороне билета). Покупка Единого билета на 11 посещений вдвое дешевле суммы входных билетов в каждый из 11 музеев. В течение года его можно использовать одному посетителю 11 раз или единожды группе в 11 человек [4].

Заключение. Таким образом, мы можем отметить, что в современных условиях развития общества музей приобретает новые функции, совершенствует работу с разными группами населения и выступает как творец новых ценностей. В то же время приходится признать, что музей является мериторным благом, государство и общество в целом более заинтересовано в функционировании музея нежели отдельно взятый человек. Музеи, в свою очередь, прибегают к различным маркетинговым ходам для того, чтобы повысить посещаемость своего учреждения. В первую очередь, конечно, представляя интересные запоминающиеся экспозиции, выставляя в музейных залах шедевры мирового значения или национальные святыни, создавая интерактивные игры, задания, конкурсы. Но одной из форм привлечения посетителей в музей является снижение стоимости входных билетов. Более того, некоторые музеи предоставляют бесплатное посещение экспозиции. Подобная практика распространена в Англии и США, где, благодаря, бесплатному посещению, музейное учреждение становится бесспорным центром распространения культуры, совершенствования образования и проведение досуга не только туристов, но и местного населения.

Список литературы

1. Palace&Museum//Belveder// [Электронный ресурс]. – 2015. Режим доступа: <http://www.belvedere.at/en>. – Дата доступа: 2.12.2015.
2. Закон «О музеях и Музейном фонде Республики Беларусь» // museum.by/Музеи Беларуси // [Электронный ресурс]. – 2015. Режим доступа: <http://museum.by/node/14343> – Дата доступа: 13.12.2015.
3. Мериторные блага // Финансовый помощник // [Электронный ресурс]. – 2014. Режим доступа: <http://finassist.net/3723-meritornye-bлага.html>. – Дата доступа: 3.12.2015.
4. Национальный Полоцкий историко-культурный музей-заповедник // Национальный Полоцкий историко-культурный музей-заповедник// [Электронный ресурс]. – 2015. Режим доступа: <http://polotsk.museum.by/http://ratusha-vit.by/http://museum-grodno.by/ru/>. – Дата доступа: 22.12.2015.
5. Обобщающий том результатов исследования, выполненного в рамках Государственного контракта № 1048-01-41/06-12 от 31.05.2012 года «Интеграция музеев в региональное социокультурное пространство» // [Электронный ресурс]. – 2015. Режим доступа: mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2012/14_11_2012_4.doc – Дата доступа: 15.12.2015.

ПОКРОВ

*О.И. Пушкина
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

Глобализационные процессы современной цивилизации детерминируют трансформацию ценностных доминант традиционной культуры, стирают отличительные черты, что приводит к утрате самобытности. В наши дни большинству современной молодежи хорошо известны вампиры, оборотни и другие нечистые духи, образы которых активно используются в современном кинематографе и сериалах. Все большую популярность приобретает заимствованный в западной культурной традиции праздник Хэллоуин. Вместе с тем, о культурном наследии наших предков современная молодежь имеет фрагментарное, а не системное представление. Для из-