

Научная статья

УДК 316.74

DOI: 10.17213/2075-2067-2024-2-59-68

## РОЛЬ МУЗЕЯ В ТРАНСЛЯЦИИ ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

*Наталья Анатольевна Шилина<sup>1</sup>✉, Наталья Борисовна Кокуашвили<sup>2</sup>,  
Людмила Владимировна Самыгина<sup>3</sup>*

*<sup>1,2</sup>Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия*

*<sup>3</sup>Ростовский государственный медицинский университет, Ростов-на-Дону, Россия*

*<sup>1</sup>nashilina@svedu.ru ✉, AuthorID РИНЦ: 481308, SPIN-код: 1490-3151*

*<sup>2</sup>nbkokuashvili@svedu.ru, AuthorID РИНЦ: 975428*

*<sup>3</sup>samygina.rostov@yandex.ru, AuthorID РИНЦ: 836867, SPIN-код: 1560-8222*

**Аннотация.** *Целью исследования* выступает анализ роли музеев в трансляции духовно-нравственных ценностей современной российской молодежи, выявление отношения молодых людей к музеям и их деятельности, определение перспективных направлений развития современных музейных учреждений, способов оптимизации их деятельности.

**Методологическую базу** составляют социально-философские ценностные концепции, теория социального действия М. Вебера, теория социальных систем Т. Парсонса, теория социального взаимодействия П. Сорокина. Эмпирическая основа исследования включает результаты социологических опросов, проведенных крупнейшими всероссийскими и региональными исследовательскими центрами и посвященных отношению молодежи к музейным учреждениям, структуре досуга молодежи и приобщению к культуре посредством посещения музеев.

**Результаты исследования.** *Музей как социокультурный институт* играет в настоящее время важную роль в рамках реализации государственной политики в части, касающейся трансляции традиционных духовно-нравственных ценностей в среде современной молодежи в России. При этом посещение музеев не является самой распространенной формой проведения досуга в молодежной среде, что оказывает влияние на характер реализации рассматриваемой функции музейных учреждений. В настоящее время популяризация культурных ценностей, привлечение молодежи к музейной жизни и формирование у молодых людей соответствующей музейной культуры предусматривает активное присутствие данных учреждений в информационной и цифровой среде.

**Перспективу исследования** составляет углубленный анализ функционирования современных музейных учреждений с целью определения перспективных способов оптимизации их деятельности, направленной на привлечение молодых посетителей, вовлечение представителей молодежи в различные виды музейной активности.

**Ключевые слова:** музей, культура, общество, трансформация, социальный институт, социокультурный институт, молодежь, ценности, традиционные ценности, духовно-нравственные ценности, мотивация, социализация, социокультурная идентичность, культурный продукт, культурный досуг

**Для цитирования:** Шилина Н. А., Кокуашвили Н. Б., Самыгина Л. В. Роль музея в трансляции духовно-нравственных ценностей современной российской молодежи //

Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2024. Т. 17, № 2. С. 59–68. <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2024-2-59-68>.

Original article

## THE ROLE OF THE MUSEUM IN BROADCASTING THE SPIRITUAL AND MORAL VALUES OF MODERN RUSSIAN YOUTH

*Natalia A. Shilina*<sup>1✉</sup>, *Natalia B. Kokuashvili*<sup>2</sup>, *Lyudmila V. Samygina*<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>*Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia*

<sup>3</sup>*Rostov State Medical University, Rostov-on-Don, Russia*

<sup>1</sup>*nashilina@sfedu.ru*<sup>✉</sup>, *AuthorID RSCI: 481308, SPIN-code: 1490-3151*

<sup>2</sup>*nbkokuashvili@sfedu.ru, AuthorID RSCI: 975428*

<sup>3</sup>*samygina.rostov@yandex.ru, AuthorID RSCI: 836867, SPIN-code: 1560-8222*

**Abstract.** *The purpose of the study is to analyze the role of museums in the transmission of spiritual and moral values of modern Russian youth, to identify the attitude of young people to museums and their activities, to identify promising areas for the development of modern museum institutions, ways to optimize their activities.*

**The methodological basis** *consists of socio-philosophical value concepts, the theory of social action by M. Weber, the theory of social systems by T. Parsons, the theory of social interaction by P. Sorokin. The empirical basis of the research includes the results of sociological surveys conducted by the largest Russian and regional research centers on the attitude of young people to museum institutions, the structure of youth leisure and familiarization with culture through museum visits.*

**The results of the study.** *The museum, as a socio-cultural institution, currently plays an important role in the implementation of state policy regarding the transmission of traditional spiritual and moral values among modern youth in Russia. At the same time, visiting museums is not the most common form of leisure among young people, which affects the nature of the implementation of the considered function of museum institutions. Currently, the popularization of cultural values, the involvement of young people in museum life and the formation of an appropriate museum culture among young people provides for the active presence of these institutions in the information and digital environment.*

**The perspective of the study** *is an in-depth analysis of the functioning of modern museum institutions in order to identify promising ways to optimize their activities aimed at attracting young visitors, involving youth representatives in various types of museum activity.*

**Keywords:** *museum, culture, society, transformation, social institution, socio-cultural institute, youth, values, traditional values, spiritual and moral values, motivation, socialization, socio-cultural identity, cultural product, cultural leisure*

**For citation:** *Shilina N. A., Kokuashvili N. B., Samygina L. V. The role of the museum in broadcasting the spiritual and moral values of modern Russian youth // Bulletin of the South Russian State Technical University. Series: Socio-economic Sciences. 2024; 17(2): 59–68. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2024-2-59-68>.*

**Введение.** Процесс трансляции ценностей выступает в качестве одного из основополагающих общественных процессов, что обуславливается высокой значимостью ценностей, выступающих в качестве одного из базовых ориентиров в рамках восприятия индивидом окружающей его социальной реальности, являющихся фактором, определяющим характер и направленность личностного поведения. Особую роль в условиях трансформации современного российского общества играет трансляция ценностей молодежи как особой социально-демографической группы, от содержания ценностей которой зависит будущее страны, стабильное и поступательное развитие Российской Федерации [10]. Необходимо отметить, что руководством России в настоящее время осознается проблемная ситуация в сфере трансляции так называемых традиционных российских духовно-нравственных ценностей. В соответствии с Указом Президента РФ от 9 ноября 2022 г. №809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» к основным целям политики государства в рассматриваемой области относятся сохранение и укрепление традиционных ценностей, обеспечение их передачи от поколения к поколению, противодействие распространению деструктивной идеологии, формирование на международной арене образа Российского государства как хранителя и защитника традиционных общечеловеческих духовно-нравственных ценностей<sup>1</sup>. Воспитание молодежи в духе уважения к традиционным ценностям выступает в качестве ключевого инструмента государственной политики в области образования и культуры, являющегося необходимым для формирования гармонично развитой личности.

**Результаты.** Существенную роль в реализации государственной политики в части, касающейся трансляции традиционных духовно-нравственных ценностей в среде современной российской молодежи, призваны играть отечественные музеи. Музей традици-

онно рассматривается в качестве хранилища наследия историко-культурного характера, которое призвано способствовать распространению различной информации, просвещению разных слоев населения. Необходимо отметить, что само понятие «музей» стало использоваться еще в период античности: так, древнегреческие мыслители понимали под *μουσείον* (*mouseion*) святилище или храм муз, а в дальнейшем данное понятие стало использоваться для обозначения места, предназначенного для научных и литературных занятий и соответствующего общения. В период средневековья рассматриваемое понятие вышло из употребления, однако эпоха Возрождения подарила ему вторую жизнь и новый смысл. В этот исторический период музеями стали называть собрания памятников античной эпохи, а также коллекции многочисленных редких природных объектов. Примерно со второй половины XVI века понятием «музей» стали обозначать не только коллекции тех или иных предметов, но и помещения, предназначенные для хранения и экспонирования последних. В эпоху Просвещения, лейтмотивом которой являлась открытость разного рода знаний и информации для широких слоев населения, равенство в доступе к культурным благам, музей становится открытым для широких слоев населения учреждением, призванным не только хранить те или иные редкие предметы, но и показывать их, демонстрировать самым разным категориям посетителей. В следующие столетия музей окончательно утверждается в цивилизованных странах в качестве значимого социокультурного института, ориентированного в своей деятельности на все слои населения соответствующих государств.

Современный музей представляет собой многофункциональный институт социальной информации, который предназначен для хранения как культурно-исторических, так и естественно-научных ценностей, а также накопления и распространения различных знаний о прошлом и настоящем, природных богатствах, достижениях науки и техники и т. д. Пройдя многовековой период развития,

<sup>1</sup> Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 №809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [Электронный ресурс] // Официальное опубликование правовых актов. URL: <http://publication.pravo.gov.ru> (дата обращения: 05.04.2024).

музей оформился в качестве важного научно-исторического и культурно-просветительского учреждения, приобретя соответствующий общественно-государственный статус. Будучи объектом государственного управления и политики, музей испытывает на себе воздействие различных факторов экономического, социального, политического и духовного характера. Музей вынужден адаптироваться, приспосабливаться к бурным изменениям, происходящим в современном обществе, удовлетворяя растущие потребности разных категорий посетителей, заинтересованных не только в получении новых знаний и доступе к информации, но и в коммуникации с деятелями культуры, обсуждении актуальных культурно-исторических, духовно-нравственных проблем.

В специальных исследованиях музеев, как правило, рассматривается как социальный институт, реализующий ряд важных для духовной и культурной сфер общества функций. Так, в соответствии с одним из классических определений музея последний определяется как исторически обусловленный многофункциональный институт социальной памяти, посредством которого происходит удовлетворение объективной общественной потребности в отборе, сохранении и репрезентации определенных объектов культурно-исторического и природного характера (речь идет о музейных предметах, которые осознаются обществом как ценность, что предусматривает их изъятие из среды бытования и передаче в музей с тем, чтобы представители будущих поколений имели возможность с ними ознакомиться). Если опираться на определение музея, закрепленное в Уставе международного совета музеев, он представляет собой некоммерческое учреждение, функционирование которого осуществляется на постоянной основе и направлено на общественное служение и духовное развитие общества; будучи открытым для широких слоев населения, музей осуществляет приобретение, хранение, изучение, популяризацию и экспонирование материальных объектов человеческой жизнедеятельности и окружающей среды в образовательных, просветительских и развлекательных целях [3]. С позиций социологической науки музеев можно определить как специфический социокультурный институт, институт

социальной памяти, основное предназначение которого состоит в отборе, сохранении и репрезентации определенной группы культурно-исторических и природных объектов, воспринимаемых людьми как значимая культурная ценность, подлежащая передаче из поколения в поколение.

Анализ сущностных характеристик музея как социокультурного института позволяет выделить ряд основополагающих функций, которые реализуются посредством деятельности современных музейных учреждений. Так, в качестве одной из базовых функций музея традиционно выделяется функция культурной ориентации и идентификации, которая осуществляется на общественном и индивидуальном уровнях. Речь идет о формировании культурной идентичности, трансляции духовно-нравственных ценностей посредством деятельности музеев, позволяющих представителям различных социальных групп осмыслить культурное наследие общества, осознать свою принадлежность к определенному социуму с присущими ему культурно-историческими особенностями [4]. С функцией культурной ориентации связана аксиологическая функция, сопряженная с формированием на уровне общественного и индивидуального сознания определенных ценностных установок и ориентаций, складыванием представлений о существующих в обществе морально-этических нормах и принципах, духовных идеалах и канонах. Среди основополагающих функций музеев выделяется и идеологическая функция: речь здесь идет об использовании государственной властью музеев с целью распространения в обществе определенных представлений и ценностных ориентиров, соответствующих содержанию государственной идеологии, политического курса, избранного политической элитой страны на определенном этапе ее развития (в рамках практической реализации данной функции осуществляется подбор музейных экспонатов, интерпретация культурно-исторического прошлого под определенным углом зрения и т.д.). К числу других социальных функций музея можно отнести хранительную функцию или функцию сохранения культурно-исторического наследия, воплощенного в музейных источниках, сохраняющихся в соответствующих фондах. Данные источники подвергаются в музеях специ-

альному изучению, которое осуществляется квалифицированными сотрудниками (т.е. речь здесь идет об исследовательской функции музеев). Посредством образовательно-воспитательной функции музея осуществляется целенаправленное воздействие на посетителей с целью распространения определенных знаний, информации, трансляции духовно-нравственных и иных ценностей.

Наряду с указанными функциями музей как особый социокультурный институт также реализует функцию организации свободного времени: данная функция является производной от образовательно-воспитательной функции, поскольку посещение музейных учреждений представителями различных категорий населения, осуществляемое ими в свободное от основного вида деятельности время, связано преимущественно с мотивациями культурно-познавательного характера. Посещение музеев можно рассматривать как разновидность культурного досуга, предусматривающего такое проведение свободного времени, которое позволяет обогатить сознание человека новыми знаниями и интересной информацией, получить доступ к интересующим аудиторию культурным, природным и иным объектам. В настоящее время многие отечественные музеи предлагают своим посетителям новые форматы взаимодействия, что сопровождается отходом от так называемого музейного академизма. Речь идет об организации различных интерактивных и других выставок, образовательных центров, конференций, фестивалей и т.д. Необходимо отметить, что обозначенные выше социальные функции музеев находятся в неразрывной взаимосвязи и взаимодействии друг с другом. Накопленный музейными учреждениями богатый опыт, многовековая история музеев в России и других государствах свидетельствуют о том, что музей как социокультурный институт выполняет ряд значимых социальных функций, обладает способностью решать многие важные для общества и государства проблемы. Важнейшее место среди тех задач, которые способны решать музеи, занимает формирование национального самосознания, общегражданской культурной идентичности, предполагающей осознание представителями различных социальных групп и слоев своей принадлежности к единой национальной культуре, сис-

теме традиционных духовно-нравственных ценностей.

Как справедливо отмечает Д.А. Прокудина в тексте своей кандидатской диссертации, посвященной роли музеев в трансляции ценностей молодежи, в крупнейших национальных музеях сосредоточены основные реликвии, которые связаны с отечественной историей, победами и достижениями страны: приобщая к ним своих посетителей, музеи тем самым способствуют формированию в сознании последних патриотических и других ценностей, включающих гордость за свою родину и ее героическую историю [4]. В специальных исследованиях подчеркивается, что музеи в современном обществе как культурная форма переживают процесс радикальной трансформации. Происходит не только активизация различных направлений музейной деятельности, увеличение числа музеев и появление новых их видов, но и существенное изменение функциональной составляющей современного музея, выступающего в современных условиях в качестве важного социокультурного института [3]. Так, музей не просто является институтом, сохраняющим те предметы, которые имеют культурное значение, но становится значимой коммуникативной площадкой, в рамках которой осуществляется деятельность культурного и просветительского характера [5]. Роль музея состоит в трансляции значимых для общества духовно-нравственных ценностей, формировании культурной идентичности.

С точки зрения Е.Г. Саркисовой, музей как важнейший социокультурный институт фактически принимает участие в процессе социализации своих посетителей, включая и представителей молодежи [5]. Речь идет об аксиологической функции музеев, связанной с их деятельностью, направленной на воспроизводство традиционных общественных ценностей. С аксиологической функцией тесно связана функция интеграции общества: музей как значимый институт формирует в массовом сознании различных групп населения представления об общем прошлом, знаковых исторических событиях [11]. При этом реализация рассматриваемой функции музеев, связанной с трансляцией ценностей в сознании современной российской молодежи, обусловлена отношением

молодых людей к музеям и готовностью их посещать в свободное от основной деятельности время. Здесь целесообразно обратиться к результатам прикладных социологических исследований, включающих опросы представителей различных групп молодежи в современной России и посвященных динамике посещаемости последними музеев, представлению об их роли в формировании культурных ценностей и идентичности. Материалы ряда социологических опросов в целом не подтверждают распространенный в обществе стереотип о том, что представители современной российской молодежи не интересуются музеями и их деятельностью. Так, эмпирические данные, полученные Л. А. Хачатрян и А. А. Черной, свидетельствуют о том, что почти три четверти молодых респондентов испытывают определенный интерес к музеям. Как показывают эмпирические данные, на интерес респондентов к музеям оказывают воздействие их возраст и место обучения (наиболее высокий интерес к музеям, в частности, отмечается в группе студенческой молодежи). В старших группах молодежи интерес к музеям и их деятельности является более высоким по сравнению с младшими. В то же время интерес к музеям не является очень глубоким: молодые люди в большинстве случаев не предпринимают попыток получить информацию об истории тех или иных музейных учреждений, собранных ими коллекциях и т. д. [9].

В среднем представители молодежи посещают музеи один раз в год, однако в группе студенческой молодежи есть довольно значительная часть, которая проявляет большую активность в посещении музейных учреждений. Чаще всего данные учреждения посещают студенты, представляющие столичные вузы: многие из них, судя по данным социологических исследований, посещают музеи несколько раз в месяц. Социологические опросы свидетельствуют о том, что у студентов растет интерес к музеям, а посещение последних становится для данных лиц одной из распространенных форм культурного досуга [8]. Как показывают результаты опросов студентов, представляющих высшие учебные заведения Юга России, интересы при посещении музеев возникают у молодых людей в связи с желанием провести свободное время

в информационно интересном месте (21,7%), интересом ко всему новому и неизвестному (21,3%), стремлением к получению информации об истории своей страны, региона, города и т. д. (17,8%), интересом к художественному творчеству (15%), великим событиям в истории государства (14,2%). Приведенные данные свидетельствуют о наличии разнообразных мотивов посещения музеев, ориентации значительной части студентов на расширение своих знаний и представлений посредством музейных выставок [2].

Следует отметить, что посещение музеев в настоящее время не является самой распространенной формой проведения досуга в молодежной среде: значительно более значимое место в структуре досуговой деятельности российской молодежи занимают прослушивание музыки, общение с друзьями, домашние дела и т. д. [1]. Удовлетворение культурно-досуговых интересов молодыми людьми осуществляется главным образом посредством чтения книг, посещения кинотеатров и концертов, а также дополнительных образовательных занятий [2]. Данное обстоятельство свидетельствует о необходимости активизации деятельности музеев, связанной с работой с различными группами молодежи, формированием у молодых людей интереса к работе музейных учреждений. Анализ эмпирических данных, включающих ответы молодых респондентов на вопрос о том, чем их может заинтересовать современный музей, показывает, что приоритетным направлением музейной политики должно быть привлечение молодых посетителей с помощью новинок искусства и культурной жизни (данное направление деятельности музеев представляет для молодежи больший интерес, чем возможность «получения дополнительных знаний» в рамках рассматриваемой формы проведения досуга) [9].

Повышение интереса молодежи к различным направлениям деятельности современных музеев предусматривает активное присутствие последних в современном информационном пространстве и цифровой среде: речь идет, в частности, о конструировании и активном продвижении сайтов музейных учреждений, разнообразных страниц в социальных сетях, организации музейных выставок виртуального характера, соответ-

твующих экскурсий и т.д. [7]. Современная молодежь выступает в качестве наиболее активного пользователя современных средств массовой информации и коммуникации; по этой причине и информацию о деятельности музеев молодые люди чаще всего получают из различных Интернет-ресурсов (34,2%) и социальных сетей (34,9%). Так, с точки зрения абсолютного большинства (77%) представителей студенческой молодежи Юга России, именно Интернет в наибольшей степени способствует повышению интереса к посещению музеев (в частности к числу наиболее интересных музеев, активно использующих Интернет-ресурсы, респондентами были отмечены Исторический парк «Россия — Моя история», Эрмитаж, Ростовский областной музей краеведения и ряд других) [2]. Мы солидарны с точкой зрения В.Ю. Себрукович, по справедливому замечанию которой музейным учреждениям необходимо проявлять наибольшую открытость в информационном поле, стремиться к максимальной мобильности, стараться оперативно реагировать на различные изменения в интересах и запросах посетителей [6].

**Заключение.** Современный музей как значимый социокультурный институт находится в тесной взаимосвязи и взаимодействии с институтами науки, культуры и образования, что способствует более эффективной реализации социальных функций музеев, связанных в том числе с трансляцией традиционных духовно-нравственных ценностей в сознание представителей молодого поколения российского общества. Культурное и патриотическое воспитание молодежи, осуществляемое музейными учреждениями, представляет собой чрезвычайно важную для государства и общества задачу. В будущем роль музея как исторически обусловленного и многофункционального социокультурного института, призванного сохранять для будущих поколений различные ценности культурно-исторического и естественнонаучного характера, накапливать и распространять значимую культурную информацию, осуществлять образовательно-воспитательную и пропагандистскую деятельность, будет возрастать, однако это предусматривает активное внедрение музеями новых технологий,

форматов музейных экспозиций, принципов взаимодействия с аудиторией. В настоящее время отечественные музеи активно осваивают новые методы работы, что позволяет им расширять влияние на общество, заинтересовывать своей деятельностью, предлагаемыми экспозициями и новыми форматами музейных выставок многочисленных представителей российской молодежи. Новые формы коммуникации с посетителями, принципы функционирования так называемого «открытого» музея, которые берутся на вооружение многими музейными учреждениями в современной России, модернизация и внедрение новых форматов экспозиционной и образовательной деятельности в комплексе с активным применением новейших информационно-коммуникационных технологий — все это объективно способствует повышению роли музея как института в обществе, что позволяет ему более эффективно взаимодействовать с молодежной аудиторией, транслировать в сознание молодежи традиционные российские духовно-нравственные ценности.

В качестве одной из главных задач, стоящих перед современными музейными учреждениями, выступает изменение достаточно глубоко укорененных в сознании современной молодежи представлений о музеях как об устаревших и не отвечающих современным запросам заведениях. Преодолеть подобные стереотипы можно посредством активного использования музеями современных информационно-коммуникационных технологий, что будет способствовать повышению интереса молодых людей к посещению музейных учреждений, которое будет рассматриваться молодежью как один из предпочтительных вариантов проведения свободного времени, способ организации культурного досуга. Учитывая то обстоятельство, что коммуникация является одним из приоритетных для молодежи видов активности, музейным учреждениям необходимо предпринимать усилия для вовлечения молодых людей в обсуждение различных культурных объектов. Так, привлечь интерес молодежи можно посредством организации в рамках музеев площадок для проведения различных обсуждений и дискуссий, встреч с организаторами музейных выставок, проведения лекций и обучающих

занятий с деятелями культуры. Музеи могут предоставлять молодым людям возможности для участия в творческой деятельности в рамках самих музейных учреждений, что предусматривает возможность выставлять собственные произведения на различных музейных площадках. Современный музей должен быть открытым для различных инноваций, развивать различные направления медиативной деятельности, используя новейшие информационно-коммуникационные технологии с целью привлечения представителей различных групп молодежи.

### Список источников

1. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований: монография. М.: ФНИСЦ РАН, 2020. 688 с.

2. Гринберг Г.П. Роль музеев в досуговой деятельности современной студенческой молодежи // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2022. Т. 13. №3. С. 1–14.

3. Кулиева М.М. Музей как особый социально-культурный институт // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 2. С. 481–485.

4. Прокудина Д.А. Музей как фактор трансляции ценностей современной российской молодежи: автореф. дис. ... канд. социол. наук. М.: Московский гос. технол. университет «Станкин», 2008. 25 с.

5. Саркисова Е.Г. Музей и общество: трансформация социальных функций (опыт современной России) [Электронное сетевое издание] / Науч. ред. Т.В. Коваленко; Юж. ф-л Рос. науч.-иссл. ин-та культурного и природ. наследия имени Д.С. Лихачёва. М.: Институт Наследия, 2023. 188 с.

6. Себрукович В.Ю. Музей в условиях современных социокультурных трансформаций // Огарев-online. 2019. №13. С. 9.

7. Сизова И.А., Гордин В.Э. Цифровизация музеев: трудности, успехи, перспективы (по материалам социологического исследования) // Информационное общество. 2022. №4. С. 35–44.

8. Тимохович А.Н., Финенко С.С. Проблема вовлечения молодежи в потребление музейного продукта // Вестник университета. 2019. №1. С. 177–183.

9. Хачатрян Л.А., Чернега А.А. Социальная польза музея для учащейся молодежи: сущность и проблемы // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2012. №2(10). С. 167–172.

10. Шилина Н.А., Лугинина А.Г., Шкуропий О.И. Молодежная субкультура как механизм социализации молодежи в условиях трансформации российского общества // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2021. №11-1. С. 115–122.

11. Шилина Н.А., Самыгина Л.В., Самыгин С.И. Художественное образование как фактор формирования культуры и развития творческих возможностей молодежи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. №11. С. 71–76.

### References

1. Gorshkov M. K., Sheregi F. Je. Molodezh' Rossii v zerkale sociologii. K itogam mnogoletnih issledovanij: monografija [The youth of Russia in the mirror of sociology. To the results of long-term research: monograph]. Moscow: FNI-SC RAN, 2020. 688 p. (In Russ.).

2. Grinberg G. P. Rol' muzeev v dosugovoj dejatel'nosti sovremennoj studencheskoj molodezhi [The role of museums in the leisure activities of modern students]. *Mir nauki. Sociologija, filologija, kul'turologija* [The world of science. Sociology, philology, cultural studies]. 2022; 13(3): 1–14. (In Russ.).

3. Kulieva M. M. Muzej kak osobyj social'no-kul'turnyj institut [Museum as a special socio-cultural institute]. *Nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal «Koncept»* [Scientific and methodological electronic journal «Concept»]. 2016; (2): 481–485. (In Russ.).

4. Prokudina D. A. Muzej kak faktor transljicii cennostej sovremennoj rossijskoj molodezhi: avtoref. dis. ... kand. sociol. nauk [The museum as a factor in the translation of the values of modern Russian youth. Ph. D. (Sociology) Thesis]. Moscow: Moskovskij gos. tehnol. universitet «Stankin», 2008. 25 p. (In Russ.).

5. Sarkisova E. G. Muzej i obshhestvo: transformacija social'nyh funkcij (opyt sovremennoj Rossii) [Museum and society: transformation of social functions (the experience



of modern Russia] [Elektronnoe setevoe izdanie]. Nauch. red. T.V. Kovalenko [In T.V. Kovalenko (eds.)]; Juzh. f-l Ros. nauch.-issl. in-ta kul'turnogo i prirod. nasledija imeni D.S. Lihachjova. Moscow.: Institut Nasledija, 2023. 188 p. (In Russ.).

6. Sebrukovich V. Ju. Muzej v uslovijah sovremennyh sociokul'turnyh transformacij [Museum in the conditions of modern socio-cultural transformations]. *Ogarev-online*. 2019; (13): 9. (In Russ.).

7. Sizova I.A., Gordin V. Je. Cifrovizacija muzeev: trudnosti, uspehi, perspektivy (po materialam sociologicheskogo issledovanija) [Digitalization of museums: difficulties, successes, prospects (based on the materials of a sociological study)]. *Informacionnoe obshhestvo [Information Society]*. 2022; (4): 35–44. (In Russ.).

8. Timohovich A.N., Finenko S.S. Problema вовлечения молодежи в потребление музейного продукта [The problem of involving youth in the consumption of museum products]. *Vestnik universiteta [Bulletin of the University]*. 2019; (1): 177–183. (In Russ.).

9. Hachatrjan L.A., Chernega A.A. Social'naja pol'za muzeja dlja uchashhejsja молодежи:

sushhnost' i problemy [The social benefits of the museum for students: the essence and problems]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofija. Psihologija. Sociologija [Bulletin of the Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology]*. 2012; 2(10): 167–172. (In Russ.).

10. Shilina N.A., Luginina A.G., Shkuropij O.I. Molodezhnaja subkul'tura kak mehanizm socializacii молодежи v uslovijah transformacii rossijskogo obshhestva [Youth subculture as a mechanism of socialization of youth in the conditions of transformation of Russian society]. *Gumanitarnye, social'no-jekonomicheskie i obshhestvennye nauki [Humanities, socio-economic and social sciences]*. 2021; (11-1): 115–122. (In Russ.).

11. Shilina N.A., Samygina L.V., Samygin S.I. Hudozhestvennoe obrazovanie kak faktor formirovanija kul'tury i razvitija tvorcheskih vozmozhnostej молодежи [Art education as a factor in the formation of culture and the development of creative opportunities for youth]. *Gumanitarnye, social'no-jekonomicheskie i obshhestvennye nauki [Humanities, socio-economic and social sciences]*. 2018; (11): 71–76. (In Russ.).

*Статья поступила в редакцию 28.02.2024; одобрена после рецензирования 18.03.2024; принята к публикации 04.04.2024.*

*The article was submitted on 28.02.2024; approved after reviewing on 18.03.2024; accepted for publication on 04.04.2024.*

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ



**Шилина Наталья Анатольевна** — кандидат социологических наук, доцент кафедры «Теория и практика изобразительного искусства» Академии архитектуры и искусств, Южный федеральный университет; член Международного союза педагогов-художников.

Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Горького, 75

**Natalya A. Shilina** — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Theory and Practice of Fine Arts, Academy of Architecture and Fine Arts, Southern Federal University, member of the International Union of Art Educators.

75 Gorkogo str., Rostov-on-Don, Russia



**Кокуашвили Наталья Борисовна** — доцент, доцент кафедры дизайна Академии архитектуры и искусств, Южный федеральный университет; член Союза дизайнеров России.

Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42

**Natalia B. Kokuashvili** — Associate Professor, Associate Professor of the Design Department of the Academy of Architecture and Arts, Southern Federal University; member of the Union of Designers of Russia.

105/42 Bolshaya Sadovaya str., Rostov-on-Don, Russia



**Самыгина Людмила Владимировна** — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков с курсом латинского языка, Ростовский государственный медицинский университет (РостГМУ).

Россия, г. Ростов-на-Дону, Нахичеванский пер., 29

**Lyudmila V. Samygina** — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages with a Latin course, Rostov State Medical University (RostSMU).

29 Nakhichevansky ln., Rostov-on-Don, Russia

***Вклад авторов:***

***Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.***

***Contribution of the authors:***

***The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.***