

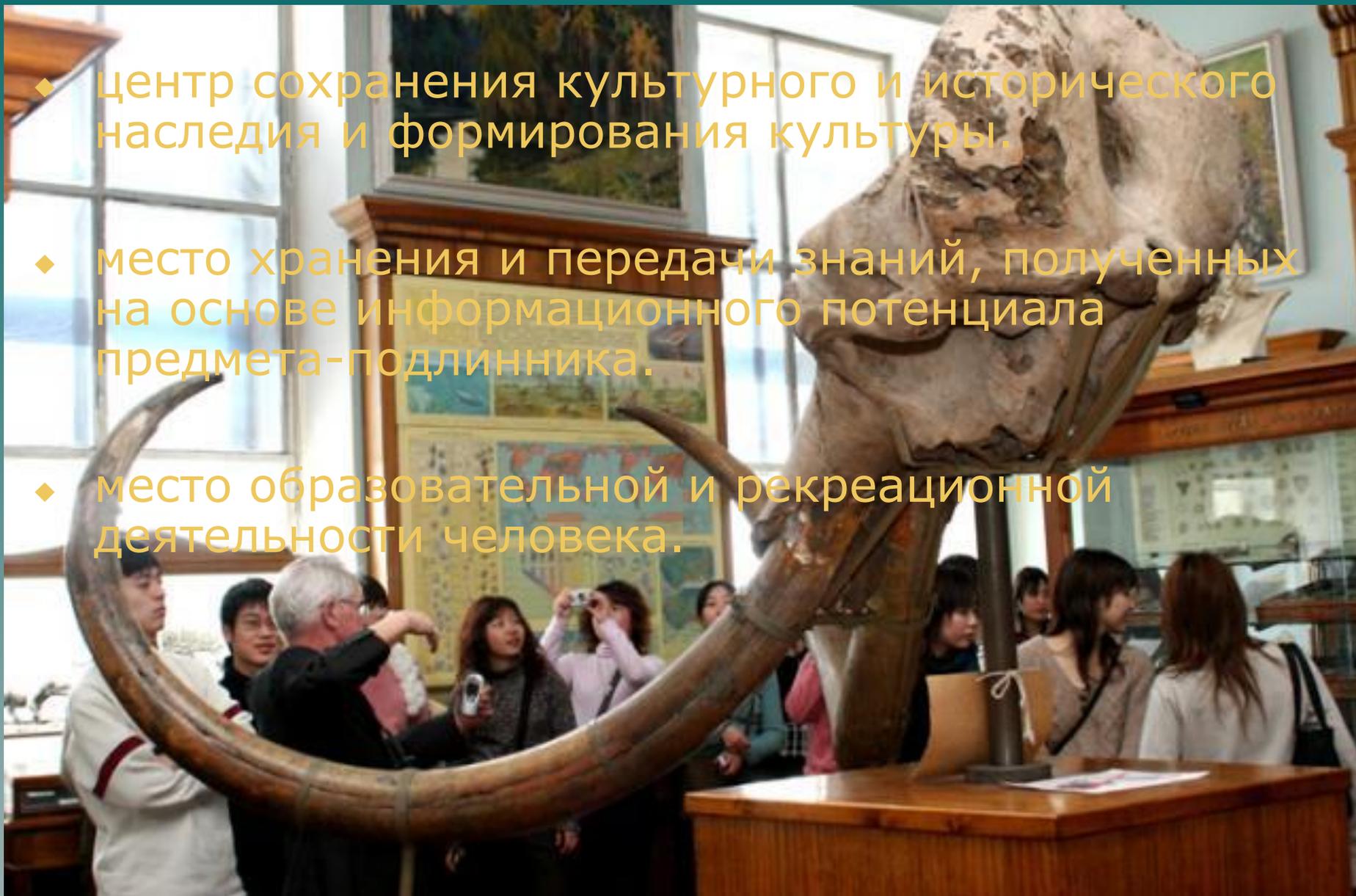


# Роль естественнонаучных музеев в развитии просвещения и образования

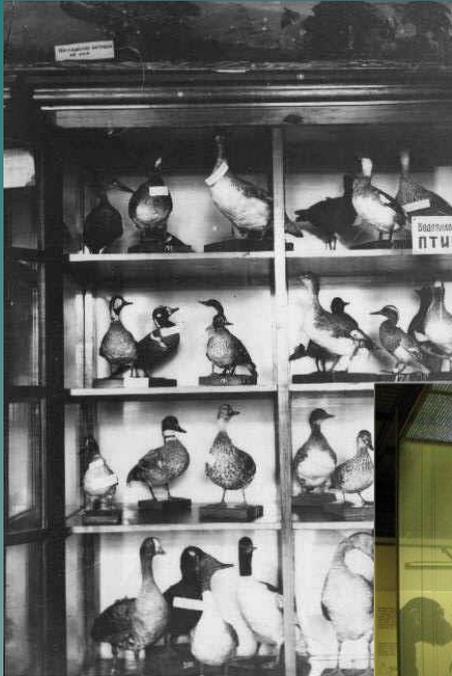
Борисенко М.И., к.б.н.,  
НП НОО «Гуманитарно-Экологический Институт»

# Музей – важнейший институт культуры.

- ◆ центр сохранения культурного и исторического наследия и формирования культуры.
- ◆ место хранения и передачи знаний, полученных на основе информационного потенциала предмета-подлинника.
- ◆ место образовательной и рекреационной деятельности человека.



Модернизация деятельности естественнонаучных музеев является основной и единственной возможностью их выживания и развития в современных социально-экономических и культурных условиях.



Витрина "Мезозой". Скелет детёныша тарбозавра (слепок)

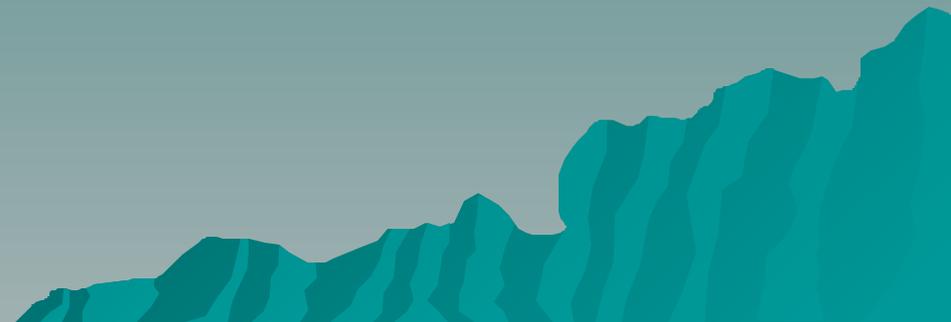
Музеи имеют свою специфику, сгруппированную по следующим признакам:

По профилю - профильная группа естественнонаучных музеев.

По типу хранимого наследия - группа музеев, сохраняющих историческое наследие естественнонаучного направления.

По роду деятельности - группа музеев, транслирующая развитие естественнонаучного направления в России.

По собственнику - группа музеев, имеющих преимущественно ведомственную принадлежность.

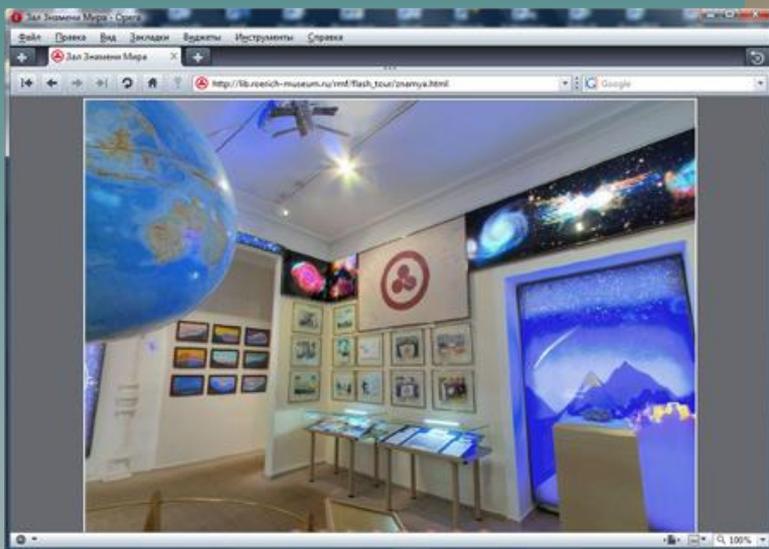


## Специфика современных экспонатов естественнонаучных музеев представляет собой экспозиционный или демонстрационный аспект в интерактивном выражении:

- ♦ музейные предметы, которые сложны для визуализации и сливаются воедино в процессе демонстрации, одновременно являются экспонатами, технологической поддержкой экспозиции и объектом мультимедийного представления.



- ◆ Основными предпосылками необходимости перемен музейной деятельности естественнонаучных музеев является, прежде всего, несоответствие новых запросов посетителей и старой формы музейной деятельности.
- ◆ Информационная составляющая маркетинга - главное орудие по продвижению музейного продукта.



# Эффективные маркетинговые приёмы и механизмы

- ◆ - работа с образовательными учреждениями и туристическими фирмами
- ◆ - создание объединённых проектов, клубов друзей музея, музейного членства;
- ◆ - использование медиа-технологий;
- ◆ - реклама;
- ◆ - работа со СМИ;
- ◆ - работа с общественностью;
- ◆ - косвенная реклама и мерчандайзинг,
- ◆ - издательская деятельность,
- ◆ - услуги по организации мероприятий в сфере культуры,
- ◆ - повышение номенклатуры платных музейных услуг,
- ◆ - обеспечение устойчивых взаимоотношений со спонсорами