



MUSEION: ВЫСТАВКИ, ФОНДЫ, КОЛЛЕКЦИИ

MUSEION: EXHIBITIONS, FUNDS, COLLECTIONS

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ
СТАТЬЯ

FULL ARTICLE

МИКИТИНЕЦ Ольга Ивановна

кандидат философских наук, доцент кафедры философии,
культурологии и гуманитарных дисциплин
Крымского университета культуры, искусств и туризма,
Симферополь, Российская Федерация

Olga I. MIKITINETS

Cand. Sci. (Philosophical Anthropology, Philosophy of Culture), Assoc. Prof.,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol, Russian Federation

olia_mikitinets83@mail.ru



ШИЛИНА Виктория Алексеевна

аспирант кафедры философии,
культурологии и гуманитарных дисциплин
Крымского университета культуры, искусств и туризма,
Симферополь, Российская Федерация

Victoria A. SHILINA

Postgraduate Student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol, Russian Federation

miss.viktoriya84@mail.ru



УДК: [069.68: 334.764.47]: 801.732

ГРНТИ: 13.51.07

ВАК: 5.10.2.

DOI: 10.36343/SB.2023.34.2.008

**Музейный кластер:
к возникновению и осмыслению
понятия в контексте развития
современной музейной
терминологии**

**Museum Cluster: To the Emergence
and Understanding of the Concept
in the Context of Modern Museum
Terminology Development**

В статье проанализирован процесс формирования понятия «музейный кластер». Целью при этом является концептуализация данного понятия и создание его определения, соответствующего актуальному уровню развития музейной науки. Исследование основано на нормативно-правовых документах, работах отечественных и зарубежных авторов. Предпринят анализ ключевых определений таких понятий, как «музей» и «кластер», «культурный кластер», «протокластер», «музейная сеть». Созданная дефиниция музейного кластера учитывает не только географическую локализацию и взаимодействие входящих в него музеев, но и аспекты, связанные с повышением конкурентоспособности объединения и популяризацией области его деятельности. Установлено, что внедрение кластерного подхода в музейное пространство – это целенаправленный процесс, ориентированный на улучшение экономических и социокультурных условий региона за счет упрощения администрирования, управления и форм коммуникации взаимодействующих структур.

Ключевые слова: музей, музейная среда, музейная терминология, экономика, структуризация, дефиниция, кластер, кластеризация, культурный кластер, музейный кластер.

Междисциплинарный подход, развиваемый сегодня в отношении ресурсного восприятия культуры, предполагает новый взгляд на дотационные сегменты данной сферы, в частности, на область деятельности, связанную с музеями и музейной работой. Взаимодействие культуры и экономики, привлечение музеев к развитию креативных индустрий, картирование культуры и оценка культурного наследия как ресурса регионов актуализируют проблему изучения и оценки музейных кластеров как координационной системы, позволяющей раскрыть их культурный и экономический потенциал. С конца XX в. музей формировался в том числе в соответствии с потребностями, диктуемыми глобализационными процессами. Музейный кластер — понятие, используемое сегодня достаточно часто в отношении популяризации музейных пространств, однако так окончательно и не устоявшееся в научной музеологической среде. Под музейным кластером нередко подразумевают как музейную сеть, так и взаимодействие музеев с туристской отраслью. В этой связи значимость данного исследования обусловлена как теоретическими вопросами разработки актуального научного языка современной музеологии, так и практическими проблемами восприятия региональной социокультурной среды как ресурса, в котором музеи играют существенную роль.

Различным аспектам понимания кластера, а также кластерному подходу посвящено

значительное количество работ. Ввиду особенностей концептуализации понятия «музейный кластер» и необходимости обращения к данным работам в процессе выявления его существенных характеристик отметим здесь только некоторые исследования, так или иначе посвященные кластерам в музейной среде. Среди работ, посвященных кластеризации как механизму конкурентоспособности, отметим исследования М. Портера [18] [19], Т. В. Цихана [26], Г. А. Яшевой [30]. Кластерный подход в условиях рыночной экономики в своих трудах развивают О. Д. Коль [9], А. Н. Асаул [3], Д. А. Ялов [29], А. А. Мигранян [13] и др. Культурные кластеры исследуются в основном в контексте развития креативных индустрий и развития туристской сферы. Так, О. Н. Астафьева в работе «Социокультурные кластеры как модель управления региональным развитием» [4] предложила кластерный подход к социокультурной сфере. Отметим также работы М. В. Казаковой [8], А. В. Личутина [12], Н. О. Андросовой [2], В. Э. Гордина и М. В. Матецкой [6], посвященные сущности социокультурных кластеров и особенностям их функционирования.

Однако, несмотря на такое активное использование кластерного подхода и самого понятия «кластер» в социокультурной сфере, области его применения ограничиваются в основном сферой креативных индустрий и развития туризма. Понятие «музейный кластер» используется, в первую очередь, имен-

но в контексте туристской деятельности, и его существенные характеристики либо совсем не выделяются, либо актуальны именно в рамках узкоспециализированного исследования. В итоге существенные пласты данной проблематики требуют дальнейшего изучения, в том числе концептуализации данного понятия и выделения его ключевых характеристик. Таким образом, цель данного исследования заключается в концептуализации понятия «музейный кластер» и представлении его определения. Для достижения поставленной цели необходимо прежде всего проанализировать основные концепции кластера в смежных областях, выделить его существенные характеристики и сопоставить с основными характеристиками современного музея как социокультурного феномена.

В качестве источников в статье использовались нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность музеев на современном этапе, а также результаты исследований кластера и кластерного подхода в области экономики, культурологии и иных социально-гуманитарных направлений, отражающих основные черты исследуемого феномена.

Так как целью исследования выступает концептуализация понятия «музейный кластер», в качестве методологической базы предлагается таксономический подход, который позволяет анализировать содержание различных дефиниций и строить на их основе новые определения необходимых нам понятий. Одна из задач исследования состоит в привнесении в устоявшиеся понятия новых смыслов без потери сущностных свойств отражаемых явлений. Для выявления структурных характеристик кластера и объяснения его базовых функций, в том числе и в музейной среде, применялся структурно-функциональный метод. Также в работе на разных этапах использовались методы описания, абстрагирования и логическая процедура определения, при помощи которых были концептуализированы и охарактеризованы основные термины и проведен анализ необходимых музеологических категорий.

Содержание и выводы настоящего исследования будут способствовать расшире-

нию объема научных знаний в области изучения музейных сетей, принципов их деятельности и функций, а также тенденций и динамики их развития.

Одной из задач любой научной теории является разработка определений основных категорий, понятий и терминов, наиболее полно отражающих сущность изучаемого предмета. Их смысл во многом зависит от содержащихся в них значений. В целях устранения разночтений и недоразумений используется процедура определения содержания, то есть «придание языковым терминам строго фиксированного значения» [21, с. 214]. На сегодняшний день существует достаточно много определений кластера, семантика которых иногда диаметрально противоположна и исходит из специфики области применения. В этой связи нам представляется возможным применить несколько иной подход к дефиниции исследуемого понятия. Остановимся на нем подробнее.

Построение определений подразумевает под собой однозначное толкование, но при некоторых допущениях термин (понятие, категория) может иметь несколько определений, которые уточняются или переопределяются с течением времени, они не могут быть «правильными» или «неправильными». Кроме того, любое определение должно быть кратким, без смысловых перегрузок, не тавтологичным и соответствовать принципу соразмерности [5, с. 296].

В то же время многообразие методов исследования категорий, понятий, определений терминов расширяет круг познания изучаемых явлений, поскольку позволяет увидеть их с разных сторон, но в то же время характеризуется инициализацией, неполнотой и фрагментацией. Большое количество определений создает проблему их унификации. В основном построение определений осуществляется методом формальной логики, что позволяет получать различного рода определения, выделяя категории «универсум», «класс», «подкласс» применительно к исследуемому объекту [7, с. 311].

Однако для решения проблемы конструирования определений возможно использование и другого научного инструмен-

тария — категориально-системной методологии, положительные примеры применения которой в данном аспекте есть в научной литературе [20, с. 344].

При этом одна из основных задач данного процесса состоит в том, чтобы определение отражало новые качества феномена, не теряя в то же время его сущностные свойства. То есть термин «музейный кластер» должен представлять собой сочетание понятий «музей» и «кластер», которое приобретает новые признаки, не теряя при этом своих основных характеристик.

Качественный подход обеспечивает полноту описания объекта, и в этом ключе применение методов качественного анализа к категориальным системам позволяет образовывать «оригинальные и достаточно строгие определения категорий» [15, с. 49]. Каждое определение, содержащееся в формируемом понятии, «расширяется до описания деталей», которые в том или ином месте включают эту категорию в рассматриваемую среду. В результате формируется комплекс взаимосвязанных признаков, всесторонне характеризующий изучаемое понятие и представляющий его основные качественные характеристики. Научный метод использования интеллектуальных схем в различных областях исследований весьма возможен не только для естественных и технических наук, но и для социальных и гуманитарных. Данный способ будет использован в работе для конструирования определения понятия «музейный кластер».

Перейдем непосредственно к *концептуализации* понятия «музейный кластер».

Остановимся на специфике понимания кластера в современной науке. В настоящее время данный термин активно используется в самых различных отраслях знания: в информатике, астрономии, музыке, химии, биологии, лингвистике и т.д., причем в каждой из этих отраслей термин имеет свои смысловые особенности при сохранении общего семантического ядра. Термин «кластер» заимствован из английского языка (англ. *cluster*) и буквально означает «скопление». Чаще всего его употребление ассоциируется с экономикой. Для лучшего понимания сущности кластеров и кластерного подхода, а также возможностей

их использования в музейной среде необходимо, на наш взгляд, раскрыть трактовку соответствующего понятия, принятую в экономической теории.

Необходимо отметить, что интерес к кластерам как к мощному инструменту повышения конкурентоспособности появился в последней четверти XX в. Профессор Майкл Портер из Гарвардской школы бизнеса считается основоположником кластерного подхода к определению и повышению региональной конкурентоспособности [18] [19]. Позже его идеи были распространены в трудах отечественных и зарубежных ученых [28] [29] [30].

Несмотря на популярность методов кластеризации в коммерческой среде, следует отметить отсутствие единого мнения о характере самой кластеризации. Сам М. Портер выделил несколько терминов понятия «кластер».

В соответствии с первым определением кластер — это «географически сконцентрированная группа взаимосвязанных фирм, поставщиков профессиональных услуг, фирм в смежных отраслях и организаций, связанных своей деятельностью в определенной области, которые конкурируют друг с другом и при этом ведут совместную работу...» [19, с. 256]. Согласно второй трактовке, кластер понимается как «промышленная группа организаций, географически соседствующих со взаимосвязанными компаниями и связанными с ними организациями, действующими в определенной сфере и характеризующихся общностью производства и взаимодополняющие друг друга» [18, с. 402]. Есть и третье объяснение М. Портера, основанное на концепции местных источников конкурентного преимущества, «национального ромба», вершинами которого являются факторы производства, условия спроса, конкурентная среда и поддерживающие отрасли. Кластеры представляют собой либо вершины ромба, либо одну из граней. С научной точки зрения, их лучше всего рассматривать как взаимодействующие элементы между всеми четырьмя гранями [18, с. 413].

При разработке теории региональных кластеров особое внимание уделяют каналам взаимодействия в них различных организаций, утверждая, что это не территориально

определенная концентрация взаимозависимых предприятий. Они «должны иметь также каналы производственных операций и диалога с малым и средним бизнесом» [32, с. 470] (пер. с англ. — И. В. Пилипенко). «Без активных каналов связи даже критическая масса родственных фирм не является локальной производственной или социальной системой, и поэтому не функционирует как кластер» [36, с. 29] (пер. с англ.: — И. В. Пилипенко).

Значительный вклад в развитие теории региональных кластеров внес американский ученый М. Энрайт. Его исследования сосредоточены на различиях в конкурентоспособности внутри стран и пространственном расширении конкурентных преимуществ. Ученый указывал, что конкурентное преимущество возникает не на наднациональном или национальном уровне, а на региональном уровне, где большую роль играют исторические предпосылки регионального развития, многообразие корпоративных культур и организация производства. Кластер зоны — это особый объект кластерной политики, которому необходимо внимание государственных органов и поддержка научно-исследовательских институтов [34].

Советские и российские ученые также внесли свой вклад в теорию кластеров. Уже в первой половине XX в. было введено понятие «территориально-производственный комплекс», понимаемый как совокупность взаимосвязанных и дополнительных экономических эффектов, достигаемых за счет использования общей инфраструктуры, человеческого капитала, энергоемкости, что в свою очередь очень близко к пониманию кластера [9, с. 379–383]. Однако между этими понятиями есть принципиальная разница — в кластере всегда есть конкурирующие элементы. Важно подчеркнуть, что термин «кластер» использовался советскими и российскими экономистами и географами для обозначения кластеров космических компаний еще в 1970-х гг. [17, с. 8–33]. Так что Майкл Портер не был первым, кто использовал этот термин, но он и не отрицал, что ссылался на работы видных экономистов, изучавших процесс концентрации производства в 1890–1950-х гг. [16, с. 15–25.].

Современное понимание кластера появилось в работах российских ученых в условиях функционирования рыночной экономики. Например, О. Д. Коль определяет его как комплекс территориально локализованных и взаимосвязанных корпоративных структур в различных отраслях экономики мегаполиса, деятельность которых направлена на создание условий для ментального и эмоционального опыта потребителей туристических услуг и повышения конкурентоспособности города как в национальном, так и в международном масштабе. Особенностью данного подхода является определение цели деятельности корпоративных структур в кластере [9]. Д. А. Ялов определяет кластер как сеть взаимосвязанных поставщиков, производителей, потребителей, элементов производственной инфраструктуры и научно-исследовательских институтов, находящихся в процессе создания прибавочной стоимости [29]. По мнению В. П. Третьяка, термин «кластер» обозначает отраслевую и географическую концентрацию компаний, которые совместно производят и продают ряд родственных или взаимодополняющих товаров совместными усилиями [24, с. 132].

С точки зрения Т. В. Цихана, кластер — это сообщество компаний тесно связанных отраслей, которые способствуют конкурентоспособности друг друга и могут быть представлены ограниченными в региональном масштабе хозяйственными единицами, вертикальными производственными цепочками и отраслями [26]. А. Н. Асаул объясняет кластер как «территориальное отраслевое добровольное объединение организаций и компаний, тесно взаимодействующих с научными учреждениями и органами власти для повышения конкурентоспособности собственной продукции и экономического развития данного региона» [3, с. 29]. А. А. Миграян считает, что кластер — это скопление максимально эффективных и взаимосвязанных направлений экономической деятельности, то есть совокупность групп, успешно конкурирующих фирм, которые образуют «золотое сечение» (в западной интерпретации *diamond* — «бриллиант») всей экономической инфраструктуры государства и обеспечивают рост конку-

ренции на производственном, региональном и мировом рынках [13, с. 28].

Описанные выше подходы имеют большое значение для концептуализации понятия «кластер», его природы и роли в экономике. С их помощью можно решать некоторые частные и специфические задачи, возникающие при формировании новых кластеров, в том числе музейных и туристско-рекреационных.

Термин «кластер» в настоящее время является одним из самых применимых понятий в экономике и набирает популярность в отношении других отраслей науки. Однако анализ литературы показывает, что единого подхода к интерпретации данного понятия не существует.

Если абстрагироваться от экономического понимания термина «кластер» и вернуться к более общему определению, то кластер — это объединение нескольких однородных элементов, которое может рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определенными свойствами. Согласно другому определению, кластер — это «группа соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [19, с. 221]. Данное определение, на наш взгляд, является более точным, поскольку подчеркивает не однородность элементов кластера (что далеко не всегда имеет место на практике), а их взаимосвязанность и взаимодополняющие отношения в общей деятельности.

В отечественной экономической литературе также существует множество определений кластеров. В некоторых источниках кластер определяется как совокупность промышленных предприятий, исследовательских центров, финансовых институтов, государственных органов, общественных организаций, которые связаны технологическими цепочками крупных производителей, специализированных поставщиков и потребителей на основе географической концентрации. Кроме того, например, Г. А. Яшева подчеркивает, что производственный кластер — это организация предприятий, учреждений и организаций, объединенных партнерскими отноше-

ями вокруг научно-образовательных центров посредством партнерских отношений с федеральными, региональными и местными органами власти, партнерскими отношениями, укрепленными для повышения конкурентоспособности бизнеса, региональной и государственной экономики в целом [30, с. 49]. Подобные объединения формируются в основном для получения конкурентных преимуществ и создания высокотехнологичной и наукоемкой продукции.

Таким образом, можно заключить, что специфические черты производственного кластера определяются следующим образом: кластер — это единая динамичная структура, некий инновационный центр, устойчивое ядро распространения новых знаний, технологий, продукции; он представляет собой межотраслевой феномен, не имеющий четких границ и обладающий высокой степенью информатизации. Исходя из этого, кластер — это интеграционный механизм, обеспечивающий интенсивное развитие образующих его организаций, их социальное партнерство [14].

Кластеры также можно рассматривать как одну из наиболее эффективных форм реализации инновационных процессов. Й. Шумпетер вводит понятие инновационного кластера как совокупности базовых нововведений, реализованных в данный момент времени [37]. Т. Андерсон дает следующее определение инновационного кластера: это особый вид кластера, обладающий свойствами, позволяющими ускорить процесс генерации и коммерциализации инноваций [31, с. 57]. Интересен и подход В. Щербина, где инновационные кластеры были описаны как сети поставщиков, производителей и потребителей, как альтернатива отраслевым (ведомственным) методам организации производства [27, с. 312].

Инновационные кластеры отличаются от промышленных объединений. Их важной особенностью является тесное сотрудничество не только между компаниями, клиентами и поставщиками, но и с важными университетами и исследовательскими центрами, которые генерируют инновации, тем самым формируя высокий уровень образования в регионе. Таким образом, инновационные кластеры дают возможность направлять инвестиции

в разработку новых продуктов и использовать новые технологии для их продвижения на рынок. Инновационные кластеры отличаются тем, что их продукция в основном экспортируется, поскольку они конкурентоспособны на мировом рынке. Продвижение инноваций и промышленных кластеров становится все более популярным во всем мире как форма промышленной политики. Даже когда кластеры формируются при государственной поддержке, для их успешного развития необходима конкуренция, которая, впрочем, достаточно часто имеет место.

Кластеризация как достаточно успешная практика сегодня выходит далеко за рамки промышленности и инновационного экономического развития. Так, одной из сфер применения данного подхода становится культура.

Определения культурных кластеров часто связывают с такими терминами, как «креативность», «развитие культуры и творческих индустрий», «социальная ценность», «общедоступность», «интерактивность», «бренд» (продвижение которого имеет немаловажное значение для рекламы и развития кластера). Так, М. В. Казакова полагает, что «культурные и креативные индустрии основаны на индивидуальной креативности, умении и таланте создать и продюсировать культурное достояние в течение многих лет креативной работы. Чтобы такая индустрия развивалась, она должна демонстрировать рост от микро до макроуровня — от развития индивидуального до бизнес-развития и до индустриального развития» [8, с. 2898]. Таким образом, культура начинает «работать», эффективно используется и развивается в комплексах «промышленного масштаба», лучше всего в форме кластеров, будь то музеи, галереи или же творческие индустрии. В таком кластере наблюдается «прогресс знаний, прогресс навыков, прогресс талантов, накопление капитала, занятость в индустрии культуры» [33, с. 553] (*пер. с англ.: — Э. Чулуунбаатар*).

Что касается вопроса о формировании дефиниций «культурный кластер», «социокультурный кластер», «музейный кластер», «музейный протокластер» и других терминов в данной отрасли, здесь следует сказать, что

на сегодняшний день он остается открытым для дискуссии. Проанализировав работы как отечественных, так и зарубежных авторов, а также нормативные правовые документы, можно сделать вывод, что все использованные исследователями определения формируются исходя из контекста изучения музейного кластера и являются актуальными именно в рамках данных исследований. А. В. Личутин утверждает, что, с культурологической точки зрения, термин «кластер» следует толковать иначе, чем предлагает экономическая теория. По мнению автора, культурный кластер — это случайное собрание институтов, рассредоточенных по определенному городу или региону, демонстрирующих свои собственные закономерности, которые зависят не только от территориальной концентрации места, но также истории своего формирования и развития, связей с организацией жизни города [12]. Исследователь Н. О. Андросова говорит о том, что под термином «социокультурный кластер» понимается «многоуровневая, внутренне дифференцированная открытая динамическая система, объединяющая учреждения и организации, независимые от организационно-правовых форм собственности, для создания благоприятной социокультурной среды и качественного обслуживания населения» [2, с. 180]. Раскрытием сущности понятия «культурный кластер» занимались В. Э. Гордин и М. В. Матецкая, определившие его как «сообщество фирм, которые тесно связаны с различными отраслями, взаимно дополняют друг друга и способствуют росту своего конкурентоспособного преимущества» [6, с. 199].

Значительный вклад в изучение кластерной среды в сфере культуры и культурной политики внесла отечественный исследователь О. Н. Астафьева, которая дает определение понятию «кластерное объединение», под которым подразумевается не бюрократическая организация, создаваемая «по указке сверху», а средоточие творческих людей, нацеленных на ведение собственного дела, ориентированных управленческими структурами на интегративный эффект и достижение социально значимых целей [4]. К. З. Адамова в своем исследовании приводит широкую историческую справку о развитии понятия «кластер» и дает

определение понятию «протокластер» — объединение предприятий, обладающих рядом признаков кластера и способное при реализации мероприятий государственной поддержки стать полноценным кластером. А также выявляет первичные признаки протокластера: информационное взаимодействие и технологические связи, которые могут носить постоянный характер [1].

Следует заметить, что музейные кластеры в России все еще рассматриваются как часть культурных кластеров, что говорит о проблемах, касающихся повышения результативности деятельности кластерных структур и их адаптации к современным условиям, в том числе и в части формирования терминологического аппарата. Кроме того, существует необходимость в разработке единого подхода к понятию «музейный кластер».

Проанализировав вышеизложенные концепции, выделим *характеристики кластера*, существенно не изменяющиеся в зависимости от сферы применения (экономика, туризм, культура и т.п.).

Итак, к базовым характеристикам кластера относятся: концентрация предприятий на одной территории, взаимная конкуренция участников кластера, вовлечение участников кластера во все возможные процессы его деятельности, экономическое развитие региона, инновации в производстве и развитие его новых направлений. Характерными для экономических кластеров являются такие составляющие, как: близкое географическое расположение, технологическая схожесть производства, использование общего сырья, развитие и инновации в производстве, экономическая прибыльность. Туристские кластеры обладают такими базовыми свойствами, как: объединение отраслей сферы туризма, рациональное и прибыльное использование региональных туристских ресурсов, популяризация и развитие внутреннего туризма региона, поддержка малого бизнеса. В области культуры кластеры обладают следующими свойствами: территориальное и отраслевое объединение культурных организаций, формирование благоприятной социокультурной среды, популяризация и развитие региональной культуры.

Таким образом, отметим, что кластерный подход является универсальным для различных видов деятельности, так как его применение сохраняет характерные черты кластера: концентрация на одной территории, взаимосвязь и конкуренция всех участников кластера, инновационность, популяризация и экономическое развитие региона. Гибкость данного подхода говорит о том, что он может быть применен и в других отраслях регионального развития, например, в музейной отрасли.

Обратимся теперь к анализу смысловой составляющей понятия «музей». Согласно актуальному словарю музейных терминов, музей (лат. *museum* от гр. *museion* — «храм муз») — это «культурная форма, исторически выработанная человечеством для сохранения, актуализации и трансляции последующим поколениям наиболее ценной части культурного и природного наследия. В процессе генезиса и исторической эволюции он реализовался как открытое для публики некоммерческое учреждение, осуществляющее свои социальные функции на благо общества. Являясь институтом социальной памяти, музей отбирает, хранит, исследует, экспонирует и интерпретирует первоисточники знаний о развитии общества и природы — музейные предметы, их коллекции и другие виды движимого и недвижимого, материального и нематериального культурного наследия» [23, с. 56].

Процесс трансформации современных музейных функций обогатил поле музейных исследований и открыл новые горизонты для развития самого музея. Задачи, стоящие перед современными музеями, не могут быть решены без теоретического осмысления и реализации в виде реальной музейной деятельности. Музей уже давно вышел из «закрытых стен» и все больше трансформируется, отвечая потребностям современного общества, оставаясь при этом все тем же научно-исследовательским институтом, главной целью которого является сбор, изучение, хранение и экспонирование не просто предметов, а культурных ресурсов как отдельного региона, так и всего государства [19].

Российские и иностранные эксперты, рассматривая перспективы музея в структуре

общества XXI столетия, отмечают необходимость усиления межотраслевого взаимодействия с прочими социальными институтами — учреждениями культуры, науки, образования и другими. Глобальная практика также говорит об изменениях в системе музейного пространства: экспозиций, выставок, рекреационных зон, досуговых центров, музейной инфраструктуры. Этому учреждению диктуется потребность разработки новых конфигураций работы с посетителем, организации процесса его присутствия в музее. Музей как воспитательно-образовательное учреждение и культурно-развлекательная организация становится сложным организмом с разветвленной сетью современных служб, ориентированных на обеспечение удовлетворения совокупности интеллектуальных и культурно-бытовых запросов общества.

Поэтому актуальным на сегодняшний день является изучение музея с точки зрения развития экономики и бизнеса, управления и менеджмента, законодательства и права, как специфической сферы социокультурной коммуникации, и это далеко не весь перечень подходов к изучению современного музея.

Анализируя вышеизложенное, можно с уверенностью подчеркнуть, что музей как социокультурный институт претерпел достаточно длительную эволюцию, детерминированную изменением социокультурной среды, в которой он находился.

Согласно определению, сформулированному Международным советом музеев (ИКОМ) в 2007 г. в Вене, музей рассматривается представителями профессионального сообщества как «действующая на постоянной основе некоммерческая организация, которая служит обществу, заботится об общественном развитии, является открытой для публики и с целью познания, обучения и развлечения собирает, хранит, изучает, демонстрирует и популяризирует материальное и нематериальное наследие человечества и среды его обитания» [35] (*пер. с англ.*: — Т. П. Калугина). Федеральный закон от 26.05.1996 г. № 54-ФЗ (ред. от 27.12.2018 г.) «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» в качестве музейных ценностей рассматривает музейные предметы и коллекции,

обозначенные и кодифицированные как элементы Музейного Фонда Российской Федерации. Согласно статье 26, музеи создаются для осуществления культурных, образовательных и научных функций. Целями их создания является хранение, изучение и публичное представление музейных артефактов [25].

Также достаточно универсальным и полифункциональным является определение, предложенное в российском «Словаре актуальных музейных терминов» (2009), где музей рассматривается как институт социальной памяти, хранящий и транслирующий первоисточники знаний о развитии природы и общества. Основными функциями его признаются документирование, хранение и исследование, а также образование и воспитание [23, с. 52]. Постоянный комитет 139-й сессии исполкома ИКОМ в Париже предложил новую дефиницию музея, в которой основной акцент был перенесен на следующие качества: демократичность, инклюзивность, полифоничность, критический диалог о прошлом и будущем [35]. Отметим, что в этом определении на первый план выдвинуто развитие современных социально-коммуникативных практик для социализации, образования, культурно-досуговой деятельности. В последние десятилетия музеи рассматривают в комплексном единстве с ландшафтом, в котором они локализованы, что в целом соответствует тенденции экологизации музейного пространства, закрепляемой положениями Конвенции ЮНЕСКО «Об охране нематериального культурного наследия», где особо отмечается роль и значение околмузейного культурного пространства, или музейного ландшафта [10]. Также в Резолюции № 1 «Ответственность музеев в деле сохранения ландшафтов», принятой на Генеральной Ассамблее ИКОМ в Милане 9 июля 2016 г., отмечается, что «музеи несут определенную ответственность за окружающий их ландшафт, городской или сельский. Это подразумевает двойную задачу: с одной стороны — музеи должны предпринимать необходимые меры и поддерживать наследие в целях устойчивого развития территории; с другой стороны — им необходимо уделять внимание образам и представлениям, которые определяют и символизируют эти

ландшафты» [22]. При этом околмузейное культурное пространство должно воспроизводить ощущения и смыслы репрезентации материальных музейных предметов культуры в коммуникативном поле музея.

Таким образом, *сущностными характеристиками музея* как социокультурного феномена выступают: актуализация и популяризация культурного наследия, акцентирование социального интереса на приоритетности общечеловеческих ценностей на всех этапах освоения материальной и духовной культуры, самоутверждение и становление личности посредством вовлечения в массовую культуру, гуманизация личности, преемственность традиций и опыта прошлых поколений, централизованное государственное и общественное управление различными сферами социокультурной деятельности.

Следует отметить, что музейные учреждения в рамках своей деятельности в полной мере придерживаются базовых принципов. Музей представляется здесь как уникальное социокультурное явление, так как является хранителем и транслятором социальной культуры, материальных, природных и духовных ценностей, и в то же время способствует формированию нового социокультурного пространства. Музейное пространство создает условия, в которых человек посредством сопричастности общечеловеческим ценностям осуществляет процесс самосовершенствования, самореализации и самоактуализации, то есть происходит воздействие на процесс становления личности. Безусловно, музейное пространство представляет собой одну из форм проявления социокультурного развития общества, направленную на реализацию потребностей в познании окружающей действительности, рефлексии, расширении процесса межкультурной коммуникации и духовного развития.

Все эти процессы требуют четких структуризации и управления для объективного анализа и контроля развития не только музейной сети как самостоятельной инфраструктуры, но и межмузейной и межотраслевой коммуникации, процессы которой являются неотъемлемой частью здорового функционирования не только музейного организма, но и общества в целом. Своеобраз-

ным координатором процессов, протекающих в межмузейном пространстве, давно и успешно выступает музейная сеть, как «...целенаправленно формируемая совокупность музеев либо совокупность конкретных групп музеев (определенного профиля, типа), действующих на определенной территории. Организационная форма музейных объединений сложилась в XX в. с целью равномерного размещения музеев по территории страны и рационального использования культурных ресурсов» [23, с. 56].

Как мы видим, музейная сеть по своим характеристикам является феноменом, достаточно близким с кластером, однако она предполагает сотрудничество только лишь музеев, без привлечения иных заинтересованных организаций разнонаправленных отраслей. В современных условиях это является недостаточным для характеристики всех возможных музейных форм и взаимодействий, что обуславливает необходимость научного обоснования и концептуализации такого понятия, как «музейный кластер».

Исходя из вышеизложенного, основными категориями для достижения поставленной цели будут выступать определение понятия «кластер» М. Портера [18] и «музей» ФЗ РФ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» [25], а также базовые характеристики музея и кластера, выявленные в процессе анализа основных концепций рассматриваемых феноменов.

Полученный нами результат показан на рисунке 1.

Перейдем к его расшифровке.

В представленных ниже определениях выделены базовые характеристики исследуемых понятий, в результате объединения которых и образуется определение исследуемой нами категории «музейный кластер»:

1. *Музей* — «некоммерческое учреждение культуры, созданное собственником для хранения, изучения и публичного представления музейных предметов и музейных коллекций, включенных в состав Музейного фонда Российской Федерации» [25]. «Музеи в Российской Федерации создаются в форме учреждений для осуществления культурных, образова-



Рис. 1. Схема соотношения понятий «музей» и «кластер»

Fig. 1. Correlation between the concepts “museum” and “cluster”

тельных и научных функций некоммерческого характера» [25].

2. *Сущностные характеристики музея:* актуализация и популяризация культурного наследия, приоритетность общечеловеческих ценностей на всех этапах освоения материальной и духовной культуры, самоутверждение и становление личности посредством вовлечения в массовую культуру, гуманизация личности, преемственность традиций и опыта прошлых поколений, управление различными сферами социокультурной деятельности.

3. *Кластер* — это «*группа географически локализованных взаимосвязанных компаний* — поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом» [19, с. 206].

4. *Базовые характеристики кластера:* концентрация предприятий на одной территории, взаимная конкуренция участников кластера, вовлечение его участников во все возможные процессы деятельности, экономи-

ческое развитие региона, инновации в производстве и развитие его новых направлений.

5. *Культурный кластер:* территориальное и отраслевое объединение культурных организаций, формирование благоприятной социокультурной среды, популяризация и развитие региональной культуры.

Как мы видим, большинство характеристик в базовых понятиях сохраняются, однако взаимоисключающие элементы претерпевают изменения в связи со спецификой музейной среды.

Таким образом, сопоставив и проанализировав базовые характеристики вышеперечисленных понятий, определим музейный кластер как взаимосвязанную группу музеев и учреждений культуры и науки, географически локализованных, взаимодействующих в рамках социокультурной, экономической, научной и других сфер деятельности, способствующих актуализации ключевых направлений их работы и повышающих конкурентоспособность как самого объединения в целом, так и его составляющих, которые участвуют в социально-экономическом и политическом развитии путем популяризации области их прямого (географического) и косвенного (научного) воздействия.

Как видно, для музейного кластера характерным является взаимодействие различных отраслей деятельности в отличие, например, от музейной сети; повышение конкурентоспособности всех участников музейного кластера; прямое и косвенное влияние на социально-экономическое и политическое развитие региона. Данные особенности актуализируют необходимость выделения понятия «музейный кластер» как самостоятельной терминологической единицы, позволяя не использовать, например, понятие «культурный кластер», подразумевающее объединение всех отраслей культуры, включая музеи.

Подводя итог вышеизложенному, следует отметить, что внедрение кластерного подхода в музейное пространство — это целенаправленный процесс, основной задачей которого является улучшение экономических и социокультурных условий региона за счет упрощения форм администрирования, управления и коммуникации взаимосвязанных структур.

В данной связи одной из актуальных задач музеологии является развитие языка науки, в рамках данного исследования эта задача частично решена путем концептуализации термина «музейный кластер».

Предложенное авторами определение музейного кластера основано на применении таксономического подхода и отражает существенные характеристики всех составляющих понятие элементов. Введение данного опре-

деления в научный оборот так же важно и для развития музейной терминологии. Несмотря на спектр существующих работ, это направление музеологических исследований остается востребованным и нуждается в периодической актуализации. В первую очередь это связано со способностью самого музея взаимодействовать с различными структурами и трансформироваться в условиях постоянно изменяющейся социокультурной среды.

Olga I. MIKITINETS

Cand. Sci. (Philosophical Anthropology, Philosophy of Culture), Assoc. Prof.,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol, Russian Federation
olia_mikitinets83@mail.ru

Victoria A. SHILINA

Postgraduate Student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol, Russian Federation
miss.viktoriya84@mail.ru

***Museum Cluster: To the Emergence and Understanding
of the Concept in the Context of Modern Museum Terminology Development***

Abstract. The article analyzes the formation of the concept “museum cluster”. The authors aim to conceptualize this concept and define it inline with the current level of museum science development. The study is based on normative legal documents, works of foreign authors (M. Porter, M. Enright, and others) and domestic researchers (O.D. Kol, D.A. Yalov, T.V. Tsikhan, and others). The basis of the methodology was the taxonomic approach, which makes it possible to analyze the content of various definitions and build new definitions of the concepts under study on their basis. Structural-functional and descriptive methods were also used, as well as a logical determination procedure. The authors interpret the concept “cluster”, customary in economic theory; consider the features of the production cluster, and analyze the content of the concept “innovation cluster”. Then the authors turn to the study of cluster objects in culture and cultural policy, highlighting the essential general characteristics of the cluster (concentration in one territory, interconnection and competition of all participants, innovation, popularization and economic development of the region). The authors infer that the cluster approach is universal for various types of activities, is flexible and fundamentally applicable in various branches of regional development, including the museum field. Further, the authors consider the essential features of the concept “museum”, focusing on the study of a museum in the aspect of its socio-economic functions. The museum network is analyzed in terms of its importance for the communication process of museums and for the involvement in this process of other interested organizations working in other industries. The authors single out the basic characteristics of all the concepts under study and characterize their correlation. They have established that the museum cluster (unlike the museum network) is characterized by the interaction of various branches of socio-economic activity. The created definition of a museum cluster takes into account not only the geographical localization and interaction of its museums, but also aspects related to increasing the competitiveness of the association and popularizing its area of activity. The authors have established that the introduction of the cluster approach into the museum space is a purposeful process focused on improving the economic and socio-

cultural conditions of the region by simplifying the management processes and forms of communication of interacting structures.

Keywords: museum, museum environment, museum terminology, economics, structuring, definition, cluster, clustering, cultural cluster, museum cluster.

Использованная литература:

1. Адамова К. З. Кластеры: понятие, условия возникновения и функционирования // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2008. № 34. С. 129–134.
2. Андросова Н. О. Условия и предпосылки создания социокультурного кластера в Белгородской области // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2012. № 2 (121). Вып. 19. С. 172–180.
3. Асаул А. Н. Кластеры – основа формирования эффективной инновационной системы Санкт-Петербурга // Проблемы предпринимательской и инвестиционно-строительной деятельности: материалы XVII Науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 30 октября 2015 г.). СПб.: Ин-т проблем экономического возрождения, 2015. С. 11–29.
4. Астафьева О. Н. Социокультурные кластеры как модель управления региональным развитием // Государственное управление и развитие России: модели и проекты: сб. ст. науч.-практ. конф. (Москва, 19–20 мая 2016 г.). М.: Проспект, 2017. Т. 3. С. 185–193.
5. Бочаров В. А., Маркин В. И. Основы логики. М.: ИНФРА-М, 1998.
6. Гордин В. Э., Матецкая М. В. Культурные кластеры как генераторы инноваций в развитии туризма в дестинации // Роль туризма в модернизации экономики российских регионов: сб. науч. ст. по материалам междунар. науч.-практ. конф. Петрозаводск: Карельский научный центр Российской Академии Наук. 2011. С. 195–199.
7. Горский Д. П. Определение (логико-методологические проблемы). М.: Мысль, 1974.
8. Казакова М. В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // Креативная экономика. 2020. Т. 14. № 11. С. 2875–2898.
9. Коль О. Д. Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе // Проблемы современной экономики. 2010. № 1 (33). С. 379–383.
10. Конвенция об охране нематериального культурного наследия: [принята Генеральной конференцией Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры 17.10.2003] // ЮНЕСКО. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv.shtml (дата обращения: 21.01.2023).
11. Ленчук Е. Б., Власкин Г. А. Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран // Проблемы прогнозирования. 2010. № 5. С. 38–51.
12. Личутин А. В. Тезисы о культурных кластерах // Экология культуры. 2008. № 2 (45). С. 51–55.
13. Мигранян А. А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах

References:

1. Adamova, K.Z. (2008) Klasteri: ponyatie, usloviya vozniknoveniya i funktsionirovaniya [Clusters: Concept, Conditions of Occurrence and Functioning]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*. 34. pp. 129–134.
2. Androsova, N.O. (2012) Usloviya i predposylki sozdaniya sotsiokul'turnogo klastera v Belgorodskoy oblasti [Conditions and Prerequisites for the Creation of a Socio-Cultural Cluster in Belgorod Oblast]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo*. 2 (121):19. pp. 172–180.
3. Asaul, A.N. (2015) [Clusters as the Basis for the Formation of an Effective Innovation System of St. Petersburg]. *Problemy predprinimatel'skoy i investitsionno-stroitel'noy deyatel'nosti* [Problems of Entrepreneurial and Investment-Construction Activities]. Proceedings of the XVII Conference. St. Petersburg. 30 October 2015. St. Petersburg: In-t problem ekonom. vozrozhdeniya. pp. 11–29. (In Russian).
4. Astaf'eva, O.N. (2017) [Socio-Cultural Clusters as a Model for Managing Regional Development]. *Gosudarstvennoe upravlenie i razvitie Rossii: modeli i proekty* [Public Administration and Development of Russia: Models and Projects]. Conference Proceedings. Moscow. 19–20 May 2016. Vol. 3. Moscow: Prospekt. pp. 185–193. (In Russian).
5. Bocharov, V. A. & Markin, V.I. (1998) *Osnovy logiki* [Fundamentals of Logic]. Moscow: INFRA-M.
6. Gordin, V.E. & Matetskaya, M.V. (2011) [Cultural Clusters as Generators of Innovation in the Development of Tourism in the Region]. *Rol' turizma v modernizatsii ekonomiki rossijskikh regionov* [The Role of Tourism in the Modernization of the Economy of Russian Regions]. Petrozavodsk. pp. 195–199. (In Russian).
7. Gorskiy, D.P. (1974) *Opredelenie (logiko-metodologicheskie problemy)* [Definition (Logical and Methodological Problems)]. Moscow: Mysl'.
8. Kazakova, M.V. (2020) Cultural and creative industries: concepts limits. *Kreativnaya ekonomika*. 14 (11). pp. 2875–2898. (In Russian). DOI: 10.18334/ce.14.11.111156
9. Kol', O.D. (2010) Kontseptual'nye osnovy formirovaniya klastera turistskikh predprinimatel'skikh struktur po v'ezdnomu turizmu v krupnom gorode [Conceptual Foundations for the Formation of a Cluster of Tourist Entrepreneurial Structures for Inbound Tourism in a Large City]. *Problemy sovremennoy ekonomiki*. 1 (33). pp. 379–383.
10. UNESCO. (2003) *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Adopted by the General Conference of UNESCO on 17 October 2003. [Online] Available from: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv.shtml (Accessed: 21.01.2023). (In Russian).
11. Lenchuk, E.B. & Vlaskin, G.A. (2010) Klasternyy podkhod v strategii innovatsionnogo razvitiya zarubezhnykh

с переходной экономикой // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2002. № 3. С. 22–29.

14. Михайлова М. В., Салаева А. Л. Кластерный подход в управлении образованием и культурой: положительный опыт российских регионов // Кластерный подход к управлению культурно-образовательным пространством города: материалы науч.-практ. конф. (Чебоксары, 19 декабря 2014 г.). Чебоксары: Б. и., 2014. С. 74–80.

15. Недолужко О. В. Новый подход к формированию понятийного пространства феномена интеллектуального капитала организации // Вестник Удмуртского университета. Серия: Экономика и право. 2016. Т. 26. № 2. С. 42–49.

16. Пилипенко И. В. Анализ основных зарубежных теорий конкурентоспособности стран и регионов в современном мировом хозяйстве // Известия академии наук. Серия географическая. 2003. № 6. С. 15–25.

17. Пилипенко И. В., Сорокин М. Ю. Методики определения конкурентоспособности стран мира // Конкурентоспособность в системе мирового хозяйства: пространственный анализ / под ред. Н. С. Мироненко. М.: Пресс-Соло, 2002. С. 8–33.

18. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. Изд. 4-е. М.: Альпина Паблишер, 2011.

19. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2003.

20. Разумов В. И. Информационные основы синтеза систем: монография: в 3 ч. Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2008. Ч. 2.

21. Разумов В. И., Сизиков В. П. Основы теории динамических информационных систем. Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2005.

22. Резолюции, принятые на Генеральной Ассамблее Международного совета музеев (ИКОМ) в Милане (Италия, 9 июля 2016 г.) [Электронный ресурс] // Исполнительная дирекция ИКОМ России. URL: https://icom-russia.com/upload/documents/Резолюции%20ИКОМ_Милан%202016_рус.pdf (дата обращения: 20.01.2023).

23. Словарь актуальных музейных терминов / М. Е. Каулен, А. А. Сундиева, И. В. Чувилова [и др.] // Музей. 2009. № 5. С. 47–68.

24. Третьяк В. П. Кластеры предприятий: пути создания и результативность функционирования. М.: Август Борг, 2006.

25. Федеральный закон от 26.05.1996 г. № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10496/ (дата обращения: 20.01.2023).

26. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. 2003. № 5. С. 189–190.

27. Щербин В. К. Инфраструктурные составляющие инновационной экономики. Минск: Центр системного анализа и стратегических исследований Национальной академии наук Беларуси, 2010.

28. Яковлев М. М., Заплатин Р. А. Рационализация управления территорией в контексте реализации кластерной политики // Кластеры. Исследования и разработки. 2016. № 1. С. 13–20.

stran [Cluster Approach in the Strategy of Innovative Development of Foreign Countries]. *Problemy prognozirovaniya*. 5. pp. 38–51.

12. Lichutin, A.V. (2008) Tezisy o kul'turnykh klasterah [Theses on Cultural Clusters]. *Ekologiya kul'tury*. 2 (45). pp. 51–55.

13. Migranyan, A.A. (2002) Teoreticheskie aspekty formirovaniya konkurentosposobnykh klastero v stranakh s perekhodnoy ekonomikoy [Theoretical Aspects of the Formation of Competitive Clusters in Countries With Transition Economies]. *Vestnik Kyrgyzsko-Rossiyskogo Slavyanskogo universiteta*. 3. pp. 22–29.

14. Mikhaylova, M.V. & Salavaeva, A.L. (2014) [Cluster Approach to Managing Education and Culture: Positive Experience of Russian Regions]. *Klasternyy podkhod k upravleniyu kul'turno-obrazovatel'nyim prostranstvom goroda* [Cluster Approach to Managing the Cultural and Educational Space of the City]. Conference Proceedings. Cheboksary. 19 December 2014. Cheboksary: [s.n.]. pp. 74–80. (In Russian).

15. Nedoluzhko, O.V. (2016) Novyy podkhod k formirovaniyu ponyatiynogo prostranstva fenomena intellektual'nogo kapitala organizatsii [A New Approach to the Formation of the Conceptual Space of the Organization's Intellectual Capital]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Ekonomika i pravo*. 26 (2). pp. 42–49.

16. Pilipenko, I.V. (2003) Analiz osnovnykh zarubezhnykh teorii konkurentosposobnosti stran i regionov v sovremennom mirovom khozyaystve [Analysis of the Main Foreign Theories of the Competitiveness of Countries and Regions in the Modern World Economy]. *Izvestiya Akademii Nauk. Seriya geograficheskaya*. 6. pp. 15–25.

17. Pilipenko, I.V. & Sorokin, M.Yu. (2002) Metodiki opredeleniya konkurentosposobnosti stran mira [Methods for Determining the Competitiveness of Countries of the World]. In: Mironenko, N.S. (ed.) *Konkurentosposobnost' v sisteme mirovogo khozyaystva: prostranstvennyy analiz* [Competitiveness in the World Economy System: Spatial Analysis]. Moscow: Press-Solo. pp. 8–33.

18. Porter, M. (2011) *Konkurentnaya strategiya: metodika analiza otrasley i konkurentov* [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors]. Translated from English. 4th ed. Moscow: Al'pina Pablisher.

19. Porter, M. (2003) *Konkurentsya* [Competition]. Translated from English. Moscow: Vil'yams.

20. Razumov, V.I. (2008) *Informatsionnye osnovy sinteza sistem* [Information Bases of Systems Synthesis]. In 3 Part. Part 2. Омск: Омск State University.

21. Razumov, V.I. & Sizikov, V.P. (2005) *Osnovy teorii dinamicheskikh informatsionnykh sistem* [Fundamentals of the Theory of Dynamic Information Systems]. Омск: Омск State University.

22. ICOM. (2016) *Rezolyutsii, prinyaty na General'noy Assamblee Mezhdunarodnogo soveta muzeev (IKOM) v Milane, Italiya, 9 iyulya 2016 g.* [Resolutions Adopted at the General Assembly of the International Council of Museums (ICOM) in Milan, Italy, July 9, 2016]. [Online] Available from: <https://icom-russia.com/data/contacts/> [Online] Available from: https://icom-russia.com/upload/documents/Rezolyutsii%20ИКОМ_Милан%202016_рус.pdf (Accessed: 20.01.2023).

29. Ялов Д. А. Кластерный подход как технология управления региональным экономическим развитием // Компас промышленной реструктуризации. 2003. № 3. URL: http://subcontract.ru/Docum/DocumShow_DocumID_17.html (дата обращения: 20.01.2023).
30. Яшева Г. А. Формирование и реализация кластерного подхода в управлении конкурентоспособностью предприятий легкой промышленности Республики Беларусь: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Минск, 2009.
31. Andersen T., Bjerre M., & Wise E. The Cluster Benchmarking Project (Innovation Policy). Lund: Nordic Innovation Centre, 2006.
32. Batagan L., Boja C., Cristian I. Intelligent Educational Systems. Support for an Education Cluster // Proceedings of the European Computing Conference (ECC '11) (Paris, April 28-30, 2011). s. l.: World Scientific and Engineering Academy and Society. P. 468–473.
33. Chuluunbaatar E. et al. The role of cluster and social capital in cultural and creative industries development // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014. 109(4). P. 552–557.
34. Enright M. J. Why Clusters are the Way to Win the Game // *World Link*. 1992. № 5. P. 24–25.
35. ICOM announces the alternative museum definition that will be subject to a vote [Electronic Resource] // The International Council of Museums. URL: <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote> (date of access: 20.01.2023).
36. Rosenfeld S. Backing into Clusters: Retrofitting Public Policies // *Intergrating Pressures: Lessons from Around the World: Proceedings of the John F. Kennedy School Symposium* (Carrboro, North Carolina, 2001, 29–30 March). s.l.: Harvard University, 2001.
37. Schumpeter J. A. The Theory of the Business Cycle // *Keizaigaku Ronshu – The Journal of Economics*. 1931. Vol. 1. № 4. P. 1–32.
23. Kaulen, M.E. at al. (2009) Slovar' aktual'nykh muzeynykh terminov [Dictionary of Current Museum Terms]. *Muzey*. 5. pp. 47–68.
24. Tret'yak, V.P. (2006) *Klastery predpriyatij: puti sozdaniya i rezul'tativnost' funkcionirovaniya* [Clusters of Enterprises: Ways of Creation and Performance]. Moscow: Avgust Borg.
25. Russian Federation. (1996) *Federal Law of 26 May 1996 No. 54-FZ: On the Museum Fund of the Russian Federation and Museums in the Russian Federation*. [Online] Available from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10496/ (Accessed: 20.01.2023). (In Russian).
26. Tsikhan, T.V. (2003) *Klasternaya teoriya ekonomicheskogo razvitiya* [Cluster Theory of Economic Development]. *Teoriya i praktika upravleniya*. 5. pp. 189–190.
27. Shcherbin, V.K. (2010) *Infrastrukturnye sostavlyayushchie innovatsionnoy ekonomiki* [Infrastructural Components of the Innovation Economy]. Minsk: Tsentr sistemnogo analiza i strategicheskikh issledovaniy Nats. akad. nauk Belarusi.
28. Yakovlev, M.M. & Zaplatin, R.A. (2016) *Ratsionalizatsiya upravleniya territoriyey v kontekste realizatsii klasternoy politiki* [Rationalization of territory management in the context of cluster policy implementation]. *Klastery. Issledovaniya i razrabotki*. 1. pp. 13–20.
29. Yalov, D.A. (2003) *Klasternyy podkhod kak tekhnologiya upravleniya regional'nym ekonomicheskim razvitiem* [Cluster approach as a technology for managing regional economic development]. *Kompas promyshlennoy restrukturizatsii*. 3. [Online] Available from: http://subcontract.ru/Docum/DocumShow_DocumID_17.html (Accessed: 20.01.2023).
30. Yasheva, G.A. (2009) *Formirovanie i realizatsiya klasternogo podkhoda v upravlenii konkurentosposobnost'yu predpriyatij legkoy promyshlennosti Respubliki Belarus'* [Formation and implementation of the cluster approach in managing the competitiveness of light industry enterprises of the Republic of Belarus]. Abstract of Economics Dr. Diss. Minsk.
31. Andersen, T., Bjerre, M. & Wise, E. (2006) *The Cluster Benchmarking Project (Innovation Policy)*. Lund: Nordic Innovation Centre.
32. Batagan, L., Boja, C. & Cristian, I. (2011) *Intelligent Educational Systems. Support for an Education Cluster. Proceedings of the European Computing Conference (ECC '11)*. Paris. 28–30 April 2011. World Scientific and Engineering Academy and Society. pp. 468–473.
33. Chuluunbaatar, E. et al. (2014) *The role of cluster and social capital in cultural and creative industries development. Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 109 (4). pp. 552–557.
34. Enright, M.J. (1992) *Why Clusters are the Way to Win the Game. World Link*. 5. pp. 24–25.
35. The International Council of Museums. (2023) *ICOM announces the alternative museum definition that will be subject to a vote*. [Online] Available from: <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote> (Accessed: 20.01.2023).
36. Rosenfeld, S. (2001) *Backing into Clusters: Retrofitting Public Policies. Intergrating Pressures: Lessons from Around the World. Proceedings of the John F. Kennedy School*

Symposium. Carrboro, North Carolina. 29–30 March 2001. Harvard University Press.

37. Schumpeter, J.A. (1931) The Theory of the Business Cycle. *Keizaigaku Ronshu – The Journal of Economics*. 1 (4). pp. 1–32.

Полная библиографическая ссылка на статью:

Микитинец, О. И. Музейный кластер: к возникновению и осмыслению понятия в контексте развития современной музейной терминологии / О. И. Микитинец, В. А. Шилина. – Текст : электронный. – DOI 10.36343/SB.2023.34.2.008 // Наследие веков. – 2023. – № 2. – С. 99–114. – URL: <http://heritage-magazine.com/index.php/HC/article/view/561/457> (дата обращения: ДД.ММ.ГГГГ).

Full bibliographic reference to the article:

Mikitinets, O. I. & Shilina V. A. (2023) Museum Cluster: To the Emergence and Understanding of the Concept in the Context of Modern Museum Terminology Development. *Nasledie vekov – Heritage of Centuries*. 2. pp. 99–114. (In Russian). DOI: 10.36343/SB.2023.34.2.008