

# СЕТЕВОЙ АНАЛИЗ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МУЗЕЕВ: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ СЕТИ МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА ИСТОРИИ ДАЛЬНОГО ВОСТОКА ИМЕНИ В. К. АРСЕНЬЕВА (Г. ВЛАДИВОСТОК)

**Селезнева Софья Евгеньевна**

Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток  
sel1002@mail.ru

## NETWORK ANALYSIS IN MUSEUM STUDIES: A CASE STUDY OF THE V.K. ARSENEV MUSEUM OF THE HISTORY OF THE FAR EAST (VLADIVOSTOK)

**S. Selezneva**

*Summary:* The article explores the method of social network analysis (SNA) and its application in the field of culture, with a focus on its research potential and practical significance. Using a case study conducted for the V.K. Arseniev Museum-Reserve of the History of the Russian Far East, the advantages of the method are demonstrated for identifying the institution's connections with other agents in the urban environment and assessing inter-institutional cooperation, as well as for understanding the processes and mechanisms shaping the city's cultural landscape. The research process is described, including data collection procedures, presentation of network visualization results in the form of a graph, followed by graph analysis and distributional data analysis. The conclusion offers recommendations for the institution and highlights the method's strong potential for research, strategy development, and optimizing the management of cultural institutions.

*Keywords:* social network analysis, network visualization, museums, cultural institutions, urban cultural environment, inter-network interaction, cultural institutions management, strategic planning, Arseniev Museum.

*Аннотация:* В статье рассматривается метод сетевого анализа (social network analysis, SNA) и его применение в сфере культуры с акцентом на исследовательские возможности и практическую значимость. На примере исследования для Музея-заповедника истории Дальнего Востока имени В. К. Арсеньева показаны преимущества метода для выявления связей учреждения с другими агентами городского пространства и оценки межинституционального сотрудничества, а также для понимания процессов и механизмов, формирующих культурную среду города. Описан ход исследования: процедура сбора данных, представлены результаты визуализации сети в виде графа, а также последующий анализ графа и распределительный анализ данных. В заключении приведены рекомендации для учреждения и сделан вывод о потенциале метода для исследований, разработки стратегий управления и оптимизации работы культурных институций.

*Ключевые слова:* анализ социальных сетей, визуализация сетей, музеи, культурные институции, городская культурная среда, межсетевое взаимодействие, управление культурными учреждениями, стратегическое планирование, Музей Арсеньева.

В современных исследованиях организаций одним из методологических подходов, ориентированных на анализ сложных сетевых структур, выявление закономерностей их организации и функционирования, является анализ социальных сетей (Social Network Analysis – SNA). Метод сетевого анализа «исследует образцы связей между индивидами, организациями или институтами, чтобы выявить, как социальные структуры формируются через взаимодействия субъектов и, в свою очередь, влияют на эти взаимодействия» [1].

В основе сетевой методологии лежат концепции и инструменты теории графов, относящейся к дискретной математике, исследующей связи и узлы. Существенное развитие SNA стало возможным благодаря появлению соответствующего программного обеспечения, кото-

рое позволяет обрабатывать большие объемы данных (UCINET, Gephi, NetworkX, Social Network Visualizer, NodeXIL, ORA, Graph-tool, Cytoscape, Tulip, Kumu, NetDraw, Graph Commons и т.д.).

В рамках сетевого анализа рассматриваются такие параметры, как структура связей, их содержание, направленность, интенсивность и плотность. Выделяются два основных уровня анализа – эго-сети (вокруг одного актора) и целые сети (в пределах заданного сообщества или группы). С помощью набора количественных метрик, таких как плотность, централизация, кластеризация и эквивалентность, возможно выявление ключевых акторов, групп влияния и общих закономерностей организации сети [2].

Исходя из такой логики измерения к методу все чаще прибегают для анализа информационных потоков, образовательных организаций, экономических процессов, научных коллабораций, городских систем и многих других сфер. Аналогичным образом сетевой анализ используется и в исследованиях культурных институтов – включая музеи, художественные организации, а также в креативных индустриях. На сегодняшний день существует ряд работ, демонстрирующих успешное использование метода в анализе культурных экосистем. Например, использование SNA в исследовании британских художественных организаций позволило проанализировать степень централизации информационных потоков и баланс сильных и слабых связей, что важно для совершенствования управления партнёрствами [3]. В креативных индустриях метод помогает изучать принципы формирования сообществ. Так, в исследовании «Using social network analysis to understand the creative and cultural industries» (J. Swords) были выявлены ключевые группы влияния и структура сетей, что полезно для выстраивания стратегий сотрудничества [4].

В музейной сфере показательным является исследование объединения Fondazione Musei Senesi [5], включавшего 45 музеев региона Сиена (Италия). Анализ показал влияние кооперации на эффективность организаций и сложности координации внутри единой структуры. Интеграция в сеть укрепляла институциональные позиции и устойчивость к кризисам – особенно в условиях пандемии, когда совместные действия обеспечили быструю адаптацию и альтернативные формы взаимодействия с аудиторией.

Взаимодействие музеев с внешними партнёрами является важным фактором инновационного роста. Исследование японских учёных Oishi и Oe [6], охватившее 1416 организаций, включая 103 музея, показало, что сотрудничество с медийными структурами и бизнесом способствует внедрению инноваций и расширению аудитории. Музеи в регионах с низким туристическим потенциалом активнее выстраивают партнёрства, компенсируя дефицит традиционного потока посетителей. Визуализация взаимодействий подтвердила: разнообразие внешних связей повышает устойчивость и инновационный потенциал.

Сетевой анализ в исследовании «Interaction and Network analysis in heritage organizations in Valledupar-Colombia» [7] позволил выявить влияние региональных условий на формы кооперации. На примере семи организаций проанализированы стратегии финансирования и обмена ресурсами в условиях ограниченного бюджета. Выводы показали: в бедных регионах преобладают горизонтальные связи, компенсирующие нехватку внешней поддержки, тогда как в более развитых – вертикальные структуры с участием крупных культурных институтов.

Таким образом, применение сетевого анализа в исследованиях учреждений культуры позволяет фиксировать существующие связи культурных учреждений, обнаруживать закономерности их взаимодействий, определять устойчивость, эффективность и инновационный потенциал данных организаций и т. д. Получаемые в ходе анализа данные могут быть выступать основой управленческих решений и использоваться для разработки стратегий развития и сотрудничества культурных институций. Для наглядного представления потенциала метода обратимся к примеру Музея-заповедника истории Дальнего Востока имени В. К. Арсеньева (г. Владивосток).

Музей-заповедник истории Дальнего Востока имени В. К. Арсеньева, первый и крупнейший музей региона, естественно и полно отображающий его жизнь и историю, является одним из ключевых центров культурной жизни и социальной активности Владивостока, активно формирующий его культурную повестку. С 2019 года и по сей день он остается единственным федеральным музеем на всем Дальнем Востоке, глубоко интегрированным в пространство города и региона, в связи с чем его опыт был использован нами в эмпирическом исследовании.

Основная задача предпринятого исследования заключалась в том, чтобы с использованием методов сетевого анализа визуализировать сеть взаимодействий Музея-заповедника истории Дальнего Востока имени В. К. Арсеньева с другими учреждениями, организациями, профессиональными и творческими сообществами, а также отдельными участниками культурного поля. Целью исследования стало выявление структуры этих связей, определение их характера и интенсивности, а также анализ потенциала для дальнейшего развития и укрепления партнёрств.

Гипотезы эмпирического исследования:

1. Музей преимущественно взаимодействует с другими музеями и культурными учреждениями города, что обусловлено схожестью их деятельности и возможностью установления более глубоких профессиональных связей.
2. Взаимодействие музея с представителями образовательных и научных учреждений носит стратегический характер и ориентировано на долгосрочные формы сотрудничества, включая совместные проекты и участие в управленческих процессах.
3. Музей активно выстраивает связи с творческими коллективами и представителями гастрономической сферы, что отражается в структуре его партнёрских отношений.

Для сбора информации мы обратились к информационным ресурсам музея: Telegram-каналу «Музей Арсеньева» – @arsenievmuseum, аккаунту в Instagram

(продукт компании Meta, признана экстремистской организацией в России) – @arseniev\_museum. На наш взгляд, такой способ представляется наиболее эффективным, поскольку позволяет анализировать значимый массив данных без обращения к разрозненным источникам.

В качестве метода сбора данных использовался контент-анализ. Настоящее исследование является продолжением аналитической работы, выполненной в 2023–2024 годах, когда был проведён анализ за двухлетний период. В текущей работе временные рамки расширены до пяти лет, что позволило проследить динамику изменений и выявить более устойчивые тенденции. Период анализа охватывает 2019–2024 годы, что обусловлено тем, что в 2019 году Музей Арсеньева получил статус федерального, что, вероятно, повлияло на его роль в городской культурной среде. Повышенный статус мог способствовать расширению партнерских связей, увеличению финансовой поддержки, активному участию в культурной жизни и росту медийного присутствия. Общая выборка составила 5675 записей, включая 4975 публикаций в Telegram-канале (из них 595 – репосты) за период с марта 2022 по декабрь 2024 года и 700 записей в Instagram (с апреля 2020 по февраль 2022 года). Подсчет записей проводился с использованием сервисов tgstat.ru и popsters.ru. Анализ Instagram охватывает период до его блокировки, после чего музей сосредоточил свою информационную активность в Telegram.

Выделенные категории анализа включают: 1) «акторы» взаимодействия – к ним относятся институциональные структуры (музеи, театры, галереи, образовательные организации), неформальные культурные пространства, социальные сообщества, а также отдельные участники культурного процесса; 2) непосредственно взаимодействия – это события, инициативы и мероприятия, которые служат основой связей музея с другими «актерами», включая выставки, партнерства, совместные проекты и коммуникации в социальных сетях. В качестве единиц анализа использовались названия организаций, учреждений, сообществ и имена отдельных лиц для категории «Актор», а единицей счёта выступало количество акторов. Для категории «Взаимодействие» единицами анализа являлись: 1) упоминания совместно организуемых событий или мероприятий; 2) упоминания событий с участием актора, имеющих отношение к музею-заповеднику; 3) упоминания актора в записи музея без указания на конкретное взаимодействие, но подразумевающее связь с ним. Соответственно, единицей счёта здесь было количество событий (совместно организуемых или имеющих отношение к музею-заповеднику) и записей, подразумевающих связь с музеем.

Процедура анализа включала несколько этапов. Из содержания записей выделялись акторы, которые затем фиксировались в таблице. После этого для каждого

актора в таблицу выносились соответствующие единицы анализа. Затем проводился подсчет: учитывались события и записи, которые отражали взаимодействие с музеем. Затем для каждого актора суммировались единицы взаимодействия, полученная величина использовалась для определения веса связи – ключевого параметра сетевого анализа. Этот показатель отражает глубину взаимодействия акторов с музеем. Полученные данные затем переносились в таблицу Excel по принципу Source – Target – Weight (Источник (в данном случае Музей-Заповедник) – назначение (акторы) – вес), что позволило провести дальнейший анализ с использованием сервисов визуализации социальных сетей.

Сетевой анализ был проведен с использованием специализированного сервиса Gephi, предназначенного для визуализации социальных сетей. С его помощью была создана эго-сеть Музея им. Арсеньева, включающая 598 узлов, каждый из которых представляет собой отдельного актора – организации, учреждения, сообщества или отдельных персоналий (см. рисунок 1, 2).

Визуализация сети демонстрирует четкую структуру с выделенным центром – Музеем им. Арсеньева, от которого расходятся связи. Граф представляет собой концентрическую схему, где можно наблюдать выраженное ядро и периферию. Наиболее тесные и устойчивые связи расположены ближе к центру, а их графическое отображение усиленно: значимые партнеры обозначены более крупными узлами, а связи с ними – утолщенными линиями. Глубина таких связей варьируется от 3 до 32 (при минимальной глубине из всех связей равной 1, максимальной – 32).

Наличие четко выраженного ядра и отделенной периферии может свидетельствовать о структурированной модели взаимодействий музея. Прослойка между этими уровнями может указывать на существование барьеров между центральными акторами и периферийными участниками сети, что, вероятнее всего, отражает различия в степени вовлеченности, устойчивости партнерских связей и в уровне интеграции в культурную среду города.

Далее был проведен распределительный анализ по категориям, который выявил неоднородность связей музея и продемонстрировал его разносторонние взаимодействия с различными организациями. Из 310 официальных и неформальных организаций распределение партнеров по категориям выглядит следующим образом: творческие коллективы – 14,8% (46), гастрономическая сфера – 13,5% (42), образовательные и научные учреждения – 11,6% (36), общественные организации, инициативы – 10,9% (34), культурные и музейные институты – 8,7% (27), крупные бизнес-партнеры – 7,4% (23), креативный бизнес – 6,12% (19), туризм и рекреация

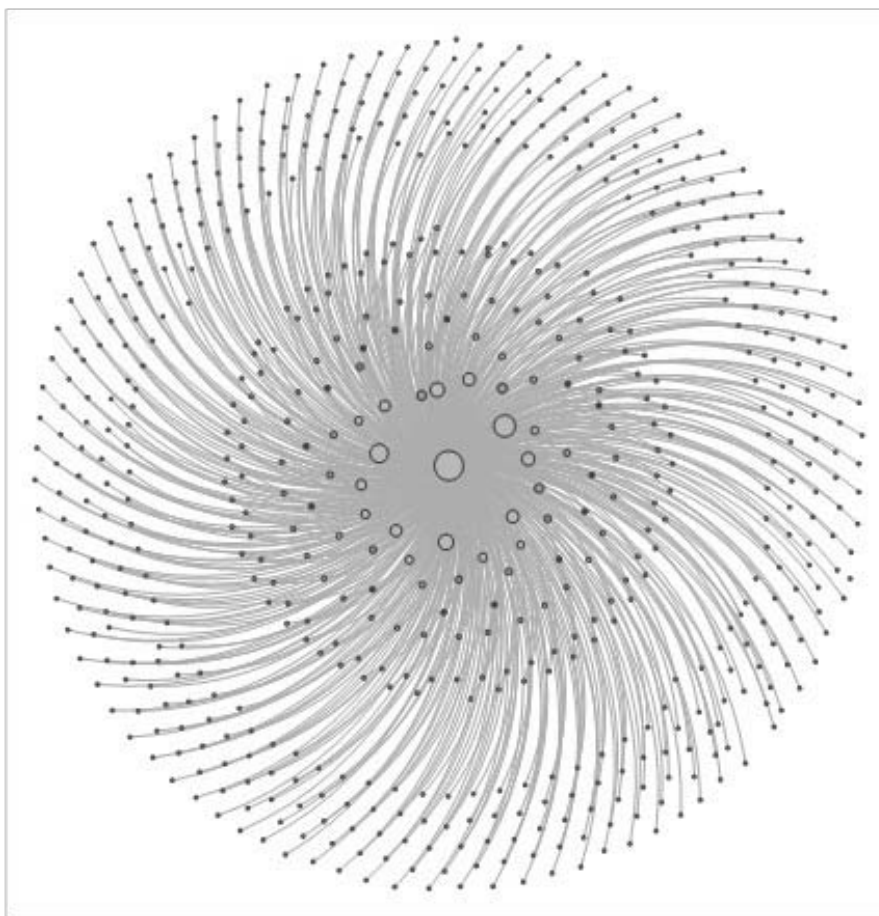


Рис. 1. Культурная сеть Музея-заповедника истории Дальнего Востока (общий вид)  
Источник: Составлено автором на основе данных из Telegram и Instagram

– 4,8% (15), организации и структуры по работе с молодежью – 4,5% (14), развлекательные, семейные центры – 4,5% (14), медицина и ЗОЖ – 4,5% (14), государственные и муниципальные организации – 4,1% (13), локальные нишевые партнёры и предпринимательские сообщества – 3,5% (11).

Внутри каждой категории также оценивалась интенсивность взаимодействий. По формуле среднего арифметического рассчитывался средний вес связи в категориях: сумма всех весов связей внутри группы делилась на число организаций в ней. Такой подход позволил выявить категории с наибольшей степенью вовлеченности в работу музея и те, где взаимодействие менее устойчиво.

Так, гастрономическая сфера и творческие коллективы составляют наибольшие категории (46 и 42 организации соответственно), при этом взаимодействие с ними менее интенсивное по сравнению с другими акторами – средний вес их связи (1,61 и 1,56) уступает ряду других направлений.

Наиболее прочные связи наблюдаются с государственными и муниципальными структурами (4) и куль-

турными и музейными институциями (3,81), несмотря на их меньшую численность.

Особое внимание стоит уделить образовательным и научным учреждениям. Их средний вес связи (3,25) ниже, чем у культурных и государственных институтов. В то же время они формируют крупную группу взаимодействия (36 организаций), что указывает на широкое, но относительно равномерное сотрудничество, в отличие от других категорий с меньшей численностью, но более интенсивными связями.

Взаимодействие с крупными бизнес-партнерами (23 организации) характеризуется средним весом связи 2,52, что указывает на устойчивое, но менее интенсивное сотрудничество по сравнению с государственными структурами и учреждениями культуры. Это может отражать специфику участия бизнеса в проектах музея, где акцент делается на разовые инициативы или спонсорскую поддержку, а не на глубокую интеграцию в культурную деятельность.

Общественные организации и инициативные группы, несмотря на высокую представленность (34 органи-



ского края Олег Кожемяко, активно поддерживающие деятельность музея. Их включённость в проекты – как на официальном уровне, так и через участие в общественных инициативах (например, субботники на объектах Владивостокской крепости) – формирует важные институциональные взаимодействия и подчёркивает стратегическую значимость музея в культурной политике региона.

Категория культурных и музейных институций включает характеризуется одним из самых высоких показателей средней силы связи, что частично подтверждает первую гипотезу исследования: музей преимущественно взаимодействует с профессионально близкими структурами, обладающими схожей миссией и способами работы. Наиболее прочная и интенсивная связь в рамках этой категории зафиксирована с филиалом Третьяковской галереи во Владивостоке, открывшимся в одноимённом общественном пространстве в 2023 году. С момента появления в городе учреждение активно интегрировалось в культурную среду, что выразилось в плотном взаимодействии с Музеем им. В. К. Арсеньева. Институции проводят совместные мероприятия, участвуют в фестивалях и обмениваются площадками, демонстрируя высокий уровень кооперации. В связи с реализацией в ближайшие годы проекта культурного кластера, в который войдут ведущие музеи и галереи, в том числе и филиал Третьяковской галереи [8], в перспективе можно ожидать дальнейшее усиление этих связей и рост значимости подобных партнёрств для музейной стратегии. Помимо филиала Третьяковской галереи во Владивостоке, относительно прочные партнёрства формируются с Приморской государственной картинной галереей, Центром современного искусства «Заря», Приморским театром молодежи, ЦСИ «Артэтаж», Приморским краевым театром им. Горького и рядом других институций. Особо выделяется сотрудничество с Пушкинским театром ДВФУ, чья деятельность органично связана с региональной историей и культурным наследием. В числе совместных проектов – множественные спектакли, направленные на осмысление и популяризацию истории города («Восточный институт. Сны в красном тереме», «Даттан. Преданность и предательство», «Арсеньев. Воля и покой», «Михаил Янковский. Легенда и наследие»), а также кинопоказы, концерты и т.д.

Значимую часть партнёрской сети музея составляют образовательные и научные организации, играющие важную роль в реализации его научной и образовательной миссии. В данную категорию входят университеты, научно-исследовательские институты, специализированные учреждения и образовательные центры, охватывающие как формальное, так и дополнительное и неформальное образование. Ключевым партнёром музея в этой сфере выступает Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ). В 2021 году между сторонами был

подписан меморандум о сотрудничестве, зафиксировавший партнёрство в области культурно-просветительской деятельности [9]. Совместные проекты охватывают широкий спектр научных, образовательных и культурных инициатив – в их числе: поддержка фестиваля цифрового искусства «Пуск» в 2023 г., участие во внешних акциях, таких как «Тотальный диктант». Партнёрство с ДВФУ также включает стратегические форматы участия, оказывающие влияние на развитие музейной институции: в частности, ректор ДВФУ Борис Коробец входит в состав попечительского совета Музея Арсеньева, участвуя в обсуждении ключевых направлений его деятельности [10].

Кроме того, музей сотрудничает с рядом других научных учреждений: Ботаническим садом ДВО РАН, Приморским океанариумом, Морским государственным университетом им. Г.И. Невельского, Тихоокеанским институтом географии ДВО РАН. Совместные инициативы с этими партнёрами направлены на популяризацию науки, культуры и природы Дальнего Востока через выставочные и просветительские форматы. Все перечисленные аспекты подтверждают вторую гипотезу исследования о стратегическом и устойчивом характере взаимодействия музея с образовательными и научными организациями.

Категории крупных и нишевых бизнес-партнёров демонстрируют различающиеся модели взаимодействия с Музеем-заповедником. Крупные партнёры представлены в основном коммерческими структурами, участвующими в музейной деятельности преимущественно в формате спонсорской поддержки отдельных проектов, выставок и фестивалей. Примерами такого взаимодействия являются ПАО «Совкомфлот» (вес – 4), ПАО «НОВА-ТЭК» (2), группа компаний «Славда» (6), «Мир упаковки» (10), а также девелоперские и энергетические компании – «Гринхилс», «Эскадра», «СтройАрхитект», АО «ДГК», ПАО «ДЭК» и др. Их участие, как правило, ограничивается точечной финансовой или технической поддержкой, приуроченной к отдельным мероприятиям.

На этом фоне выделяется Транспортная группа FESCO (вес связи – 16), чьё партнёрство с музеем выходит за рамки традиционного спонсорства. В отличие от других компаний, FESCO демонстрирует устойчивое и многоуровневое участие в музейных инициативах. Учитывая исторические корни компании (бывшее Дальневосточное морское пароходство), сотрудничество с Музеем становится формой корпоративного осмысления регионального наследия, позволяя формировать имидж FESCO как социально ответственного бизнеса через реализацию тематических проектов.

Взаимодействие с малыми нишевыми бизнесами носит в большей степени ситуативный характер. В от-

личие от «крупных игроков», которые часто участвуют в стратегическом партнерстве, сотрудничество с малыми бизнесами, вероятно, строится на основе бартерных соглашений или участия в фестивалях и городских мероприятиях, где музей и местные предприниматели пересекаются в общем культурном контексте. Среди таких партнёров – местные производители продуктов, торговые инициативы и предпринимательские сообщества.

Отдельно была выделена категория «креативный бизнес» в связи со спецификой деятельности входящих в неё организаций. Под этим понятием в исследовании рассматриваются локальные инициативы, работающие на стыке культуры, дизайна, медиа и предпринимательства. В категорию включены творческие мастерские, арт-рынки, книжные и игровые магазины, архитектурные и digital-студии. Взаимодействие музея с представителями креативного бизнеса преимущественно реализуется в событийных форматах, однако в отдельных случаях оно принимает устойчивый характер. Наиболее интенсивные связи установлены с книжным магазином «Игра слов» и детским книжным магазином и издательством «Литература». Совместная деятельность включает проведение литературных и образовательных мероприятий («Книжный пикник», поэтический вечер «Свобода строф», фестиваль «Море слов», мастерская «Сквозь времена и расстояния»), участие в музейных фестивалях и акциях («Ночь музеев», «Арсеньев WEEK»).

К сходным группам с этой точки зрения относятся также творческие коллективы и представители гастрономической сферы, с которыми музей выстраивает обширные, но менее интенсивные связи. Это частично подтверждает третью гипотезу исследования. Данные категории представлены наибольшим количеством организаций. При этом средний вес их связей остаётся низким, что указывает на широкую представленность, но относительно невысокую плотность взаимодействий. Сотрудничество с этими акторами чаще всего реализуется в рамках городских фестивалей, тематических дней и отдельных событий, таких как «Ночь музеев», «Ночь искусств», «Арсеньев WEEK» и др. За пределами подобных мероприятий связи носят эпизодический характер, или вовсе отсутствуют, что отражается в периферийном положении указанных категорий в структуре партнёрской сети. Тем не менее, такие связи важны, так как способствуют вовлечению творческих сообществ в музейную повестку, открывая для музея новые точки соприкосновения с культурной средой города.

Отдельного внимания заслуживает работа музея с молодёжными организациями и инициативами. Этот сегмент партнёров (14 организаций, средний вес – 2,36) открывает новые возможности для формирования устойчивой молодой аудитории и вовлечения молодёжи в культурные проекты, направленные как на досуг, так и

на развитие творческого потенциала. Среди ключевых партнёров можно выделить АНО «Центр содействия развитию молодежи Приморского края» («Молодёжь Приморья»), МАУ «Молодёжный ресурсный центр» («Молодой Владивосток»), пространство «ТОК», ВДЦ «Океан», городской лагерь «Контур культуры» и Дворец детского творчества. Взаимодействие с этими организациями чаще всего реализуется в формате фестивалей, выставок, образовательных и творческих встреч, а также программ неформального образования.

Взаимодействие музея с общественными инициативами также выступает перспективным направлением развития сети. Анализ взаимодействий с другими общественными организациями и инициативами свидетельствует о наличии устойчивой социальной направленности деятельности музея. Среди них можно выделить: неформальное общество (клуб) поддержки людей с аутизмом «Маленький принц», краевую общественную организацию социальной помощи «Воскресенье», общественно-просветительский проект «Такие как ВСЕ», фонд помощи бездомным животным «УМКА», экологическое движение «Раздельный Сбор Владивосток», АНО «Реабилитационный центр морских млекопитающих „Тюлень“» и другие организации, работающие в сфере экологии, социальной поддержки, инклюзии и благотворительности. Такой характер связей позволяет рассматривать музей как активного участника в решении актуальных социальных задач – от инклюзии до экологического просвещения. И хотя взаимодействие с общественными организациями сегодня чаще всего ограничивается отдельными проектами и инициативами, потенциал для углубления этих связей значителен.

В схожем ключе выстраивается сотрудничество музея с медицинскими организациями и проектами, ориентированными на поддержку здоровья. Особую часть его социальной деятельности составляют эмоциональная поддержка пациентов, формирование установок на здоровый образ жизни, участие в массовых событиях с выраженной медицинской и социальной повесткой, а также поддержка соответствующих инициатив. Среди наиболее заметных примеров – акция «КультураДонорству» совместно с Краевой станцией переливания крови, регулярные визиты в детские медицинские учреждения с программой «Сказки с молоком», серия мероприятий «Утренняя йога на форте Поспелова», а также участие в платформе VK Fest, продвигающей ценности инклюзии, благотворительности и здоровья.

Дополнительное направление партнёрской сети музея представляют развлекательные и семейные центры, куда включены также кинотеатры и торговые комплексы, которые, несмотря на относительно низкую интенсивность связей (14 организаций, средний вес – 1,64), играют заметную роль в расширении аудитории и гео-

графии культурных мероприятий, выступающие в роли как площадок, так и организаторов культурных событий. Так, в кинотеатре «Океан» проходили показы фильмов в рамках проекта «Исчезающие легенды», направленного на сохранение культурного наследия коренных народов. Торгово-развлекательный комплекс «Седанка Сити» принимал фестиваль «Арсеньев WEEK» и выставку «Память о войне: предметный разговор», а в ТЦ «Калина Молл» была представлена выездная версия выставки «И все-все-все. Герои и миры советских мультфильмов», созданной совместно с киностудией «Союзмультфильм» и Центральным музеем кино. Такое сотрудничество позволяет музею расширять своё присутствие за пределами традиционного музейного пространства и достигать более широкой аудитории, включая семьи с детьми, молодежь.

В целом, структура взаимодействий свидетельствует о многослойной модели сетевого партнерства музея. Она включает как прочные связи с ключевыми институтами, так и широкую сеть менее интенсивных контактов, которые позволяют оперативно вовлекать в отдельные события представителей разнообразных профессиональных и социальных групп.

### Заключение

В данной работе был рассмотрен метод анализа социальных сетей (SNA) в контексте его применения в исследованиях культурных учреждений. Этот подход особенно перспективен для изучения взаимодействий в сфере музейной и культурной деятельности, что подтверждается на примере исследования Музея-заповедника истории Дальнего Востока им. Арсеньева. Результаты эмпирического анализа послужили основой для выработки рекомендаций, направленных на развитие партнёрских связей Музея-заповедника и повышения его роли в формировании культурной среды Владивостока:

1. С учётом успешного примера взаимодействия с Транспортной группой FESCO целесообразно распространить подобный формат партнёрства на другие крупные коммерческие структуры, обладающие исторической и территориальной аффилиацией. Например, возможно инициировать тематические проекты с ПАО «Совкомфлот», акцентируя внимание на морском наследии региона. Потенциальные формы включают: совместные исследовательские проекты, посвящённые морской истории Дальнего Востока; музейные и просветительские инициативы, направленные на сохранение корпоративной памяти; имиджевые коллаборации, отражающие вклад компании в региональную идентичность.

2. Креативный сектор, работающий на стыке культуры, предпринимательства и социальной миссии, представляет собой перспективную экосистему для

многоформатного сотрудничества. Рекомендуется выстроить системную работу музея с этой категорией через создание отдельного направления или куратора по креативным индустриям, способного координировать партнёрства; развивать форматы совместного производства контента (издательские проекты, тематические лекции, арт-резиденции); инициировать коллаборации с локальными брендами одежды, дизайнерскими студиями, арт-магазинами, в том числе с возможностью расширения их продукции через музейный магазин; укреплять взаимодействие через регулярные фестивали и событийные форматы, включая гастрономические, литературные и другие проекты.

3. Учитывая широкий спектр взаимодействий с общественными и молодёжными организациями, целесообразно развивать долгосрочные проекты, объединяющие усилия музея и НКО в области социальной инклюзии, экологического просвещения, благотворительности и урбанистики; интегрировать практику совместного проектирования событий – вовлечение партнёров в создание концепций, сценариев и программ музейных мероприятий. Кроме того, музей может выступать инициатором проектных лабораторий и программ поддержки, направленных на развитие молодёжных и общественных инициатив в сфере культурного наследия, локальной истории и региональной идентичности.

4. С учётом ограниченного доступа к специализированным пространствам (в частности, отсутствия собственной киноплощадки), рекомендуется инициировать стратегические соглашения с ключевыми кинотеатрами города (например, «Океан», «Усури») о регулярной демонстрации фильмов, созданных или курируемых музеем; развивать форматы выездных выставок, способных адаптироваться под инфраструктуру торгово-развлекательных комплексов (ТРК «Седанка Сити», ТЦ «Калина Молл»), что позволит расширить охват аудитории и привлечь новые группы посетителей.

5. Несмотря на устойчивость текущих партнёрств с образовательными и научными организациями, представляется целесообразным усилить совместную аналитическую и прикладную исследовательскую деятельность с университетами и институтами ДВО РАН, включая создание межинституциональных исследовательских групп по темам культурного наследия, урбанистики, экологии; расширять форматы участия студентов и аспирантов в музейной жизни – через стажировки, научные кружки, проектную деятельность.

В качестве общего стратегического шага может быть создан экспертный совет партнёров музея, включающий представителей НКО, бизнеса, образовательных и научных организаций, творческих объединений, молодёжных инициатив и органов власти. Такая структура

позволит выстраивать устойчивый механизм обратной связи, совместного планирования и разработки новых форматов взаимодействия.

Таким образом, сетевой анализ обладает не только описательной, но и прикладной значимостью: в сфере музейной и культурной деятельности результаты сетево-

го анализа могут служить основой для управленческих решений, направленных на укрепление партнёрских связей, повышение устойчивости институций и стратегическое позиционирование. Это подтверждает эффективность метода как для исследований, так и для практической разработки стратегий развития культурных организаций.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Wasserman, S. Social Network Analysis: Methods And Applications / S. Wasserman, K. Faust. — New York: Cambridge University Press, 1994. — 825 p.
2. Мальцева, Д.В. Сетевой подход в социологии: генезис идей, современное состояние и возможности применения: дис. ... канд. социол. наук / Мальцева Д. В. — Москва, 2014. — 177 с.
3. Bruce, F. Insights on Creative Networks: A Social Network Analysis of Five Arts Organisations / F. Bruce, S. O'Neill, S. Hawari-Latter // European Conference on Innovation and Entrepreneurship. — 2022. — №17(1). — P. 92-100.
4. Swords, J. Using social network analysis to understand the creative and cultural industries // J. Swords; Editors: R. Comunian, A. Faggian, J. Heinonen, N. Wilson, Nick // White rose: research online. — 2022. — URL: <https://eprints.whiterose.ac.uk/184106/> (дата обращения: 29.07.2025).
5. Benassi, A. Benefits, advantages, and usefulness of museum networks. The case of Fondazione Musei Senesi in Tuscany / A. Benassi // Academia.edu : [сайт]. — 2020. — URL: [https://www.academia.edu/62751882/BENEFITS\\_ADVANTAGES\\_AND\\_USEFULNESS\\_OF\\_MUSEUM\\_NETWORKS\\_The\\_case\\_of\\_Fondazione\\_Musei\\_Senesi\\_in\\_Tuscany?nav\\_from=8e8b1a74-16eb-4fa5-80b6-9963a00bd3a9](https://www.academia.edu/62751882/BENEFITS_ADVANTAGES_AND_USEFULNESS_OF_MUSEUM_NETWORKS_The_case_of_Fondazione_Musei_Senesi_in_Tuscany?nav_from=8e8b1a74-16eb-4fa5-80b6-9963a00bd3a9) (дата обращения: 29.07.2025).
6. Oishi, S. The Impact of External Networks on Product Innovation in Social Purpose Organizations: An Empirical Research on Japanese Museums / S. Oishi, A. Oe // Human Interface and the Management of Information - Thematic Area, HIMI 2023, Held as Part of the 25th HCI International Conference, HCII 2023, Proceedings. — 2023. — 154-172 p.
7. Ortega, A.V. Interaction and Network analysis in heritage organizations in Valledupar — Colombia / A.V. Ortega, A.C. Martínez // EMPIRIA: Revista de Metodología de Ciencias Sociales. — 2024. — №62 - P. 139-164. 114.
8. О строительстве театрально-образовательного и музейного комплекса во Владивостоке: Распоряжение от 20 сентября 2018 года №1993-р: [Принят Министерством экономического развития Российской Федерации] // Правительство Российской Федерации: [сайт]. — 2018. — URL: [http://government.ru/dep\\_news/34155/](http://government.ru/dep_news/34155/) (дата обращения: 29.07.2025).
9. Музей истории Дальнего Востока и ДВФУ заключили меморандум о сотрудничестве // Государственный объединённый музей-заповедник истории Дальнего Востока имени В.К. Арсеньева: [сайт]. — 2021. — 26 мая. — URL: <https://arseniev.org/press/muzej-istorii-dalnego-vostoka-i-dvfu-zaklyuchili-memorandum-o-sotrudnichestve-2/> (дата обращения: 29.07.2025).
10. В Москве прошёл первый Попечительский совет Музея Арсеньева // Государственный объединённый музей-заповедник истории Дальнего Востока имени В.К. Арсеньева: [сайт]. 2023. 14 июня. URL: <https://arseniev.org/press/v-moskve-proshyol-pervyj-popechitelskij-sovet-muzeya-arseneva/> (дата обращения: 29.07.2025).

© Селезнева Софья Евгеньевна (sel1002@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»